

LOGOS

COMUNICAÇÃO E UNIVERSIDADE

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ
PPGCom



Rádio nas bordas:

Cartografias da radiodifusão comunitária, livre e alternativa

LOGOS

Vol.24. Nº01. 2017

46

Rádio nas bordas –
Cartografias da radiodifusão
comunitária, livre e alternativa.

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

**CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT**

L832 *Logos: Comunicação & Universidade* - Vol. 1, N° 1 (1990)
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

**1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
-Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos.
4. Sociologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio
de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.**

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ruy Garcia Marques

VICE-REITORA

Maria Georgina Muniz Washington

SUB-REITORA DE GRADUAÇÃO

Tania Maria de Castro Carvalho Netto

SUB-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Egberto Gaspar de Moura

SUB-REITORA DE EXTENSÃO E CULTURA

Elaine Ferreira Torres

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Lincoln Tavares Silva

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

João Pedro Dias Vieira

VICE-DIRETOR

Márcio Gonçalves

LOGOS - EDIÇÃO Nº 46 - VOL 24, Nº01, 2017

Logos: Rádio nas bordas – Cartografias da radiodifusão comunitária, livre e alternativa (E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933)

é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITORES

Márcio Gonçalves, Patricia Rebello e Sonia Virgínia Moreira.

EDITORES CONVIDADOS

Marcelo Kischinhevsky e Sonia Virgínia Moreira.

PARECERISTAS DESTE NÚMERO

Adriana Gomes Ribeiro, Ana Baumworcel, Andrea Pinheiro, Claudia Quadros, Debora Cristina Lopez, Diego Weigelt, Eduardo Meditsch, Flávia Besspalhok, Graziela Bianchi, Graziela Valadares Gomes de Mello Vianna, Helena Iracy Santos Neto, Izani Mustafá, José Eugenio Menezes de Oliveira, Juliano Mauricio de Carvalho, Lena Benzecry, Leonardo De Marchi, Luciano Klöckner, Luiz Artur Ferraretto, Marcelo Freire, Mauro Sá Rego Costa, Michele Cruz Vieira, Mirna Tonus e Paulo Fernando Lopes.

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO

Alessandra Aldé (UERJ)
Danielle Rocha Pitta (UFPE)
Denise da Costa Oliveira Siqueira (UERJ)
Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre)
Henri Pierre Jeudi (CNRS-França)
Ismar de Oliveira Soares (USP)
Luis Custódio da Silva (UFPB)
Luiz Felipe Baêta Neves (UERJ)
Márcio Gonçalves (UERJ)
Michel Maffesoli (Paris-Descartes/Sorbonne)
Nelly de Camargo (USP)
Nízia Villaça (UFRJ)
Patrick Tacussel (Université de Montpellier)
Patrick Wattier (Université de Strassbourg)
Paulo Pinheiro (UniRio)
Ricardo Ferreira Freitas (UERJ)
Robert Shields (Carleton University/Canadá)
Ronaldo Helal (UERJ)

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Revista Logos

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - Faculdade de Comunicação Social

Programa de Pós-graduação em Comunicação

Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10.129, Bloco F

Maracanã

20550-013 – Rio de Janeiro, RJ – Brasil

Tel: (21) 2334-0757

E-mail: logos@uerj.br

Website: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos>

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Samara Maia Mattos

DIAGRAMAÇÃO E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Willian Gomes

CAPA

Willian Gomes

REVISÃO DESTE NÚMERO

Marcelo Kischinhevsky e Sonia Virgínia Moreira.



Sumário

- 3** O rádio que respira e floresce nas bordas das indústrias midiáticas
Marcelo Kischinhevsky e Sonia Virgínia Moreira
- 8** Dossiê - “Rádio nas bordas – Cartografias da radiodifusão comunitária, livre e alternativa”
Por uma genealogia das rádios comunitárias brasileiras I
João Paulo Malerba
- 23** *Sustentabilidade na radiodifusão comunitária: desafios e possibilidades*
Adilson Vaz Cabral Filho
- 37** *Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina*
Verónica Longo, María Soledad Segura, Emilia Villagra, Ana Laura Hidalgo, Natalia Traversaro, Alejandro Linares, Larisa Kejval e Natalia Vinelli
- 52** *Rádios de resistência: o verbal e o não-verbal na contra-hegemonia*
João Baptista de Abreu e Marcus Aurélio de Carvalho
- 66** *Rádios comunitárias nas revistas latino-americanas de Comunicação (2010-2015)*
Doris Fagundes Haussen
- 78** *Mapeamento de Rádios Comunitárias na Amazônia como ferramenta ao Desenvolvimento Sustentável*
Rosane Albino Steinbrenner
- 93** *Rádios comunitarias desde una perspectiva indígena – La experiencia de la Organización de Comunidades Aborígenes de Nazareno, Salta-Argentina*
Emilia Villagra e Ramón Burgos
- 106** *Técnicas das rádios livres e comunitárias: o caso Radio Rebelde zapatista*
Ismar Capistrano Filho
- 120** *Arca FM: trajetória de uma rádio comunitária na luta pelo direito à voz em Açailândia-MA*
Leonan Alves de Sousa Moraes e Roseane Arcanjo Pinheiro
- 134** *Vaidapé na Rua: uma proposta dialógica da Rádio Comunitária*
Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva
- 146** *Influência da diáspora na escuta de rádio online*
Lidia Paula Trentin e Álvaro Nunes Larangeira
- 160** *Rádio em ambientes digitais: experiências de segmentação em aplicativos para dispositivos móveis*
Sônia Caldas Pessoa, Nair Prata e Kamilla Avelar
- 176** Entrevista
Por um rádio de vanguarda política e estética.
Marcelo Kischinhevsky e Sonia Virgínia Moreira
(Colaboração da bolsista de Iniciação Científica Lorena Hang)

O rádio que respira e floresce nas bordas das indústrias midiáticas

Marcelo Kischinhevsky¹

Sonia Virgínia Moreira²

A ideia de uma crise do rádio consolidou-se no imaginário coletivo nas últimas décadas, a despeito de não haver ancoragem na realidade. Se muitas rádios tradicionais AM e FM saem do ar, vendidas a igrejas eletrônicas ou novos grupos empresariais (MOREIRA, 1998; RIBEIRO, ABREU e KISCHINHEVSKY, 2011), multiplica-se a oferta de conteúdos no contexto de um rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), que transborda para novas plataformas e é consumido nos mais diversos dispositivos. O rádio vai bem, obrigado, embora algumas emissoras de rádio em ondas hertzianas estejam mal das pernas, lamentando-se da concorrência com serviços on-line e da erosão dos habituais índices de audiência, antes medidos em centenas de milhares de ouvintes por minuto.

Entende-se que a indústria da radiodifusão experimentou importante desenvolvimento ao longo do século XX e sofre hoje com a pulverização das audiências e a consequente perda de receita publicitária, que põem em questão todo o modo de produção das emissoras até poucos anos atrás. Só que este é apenas um quadro parcial. Nas bordas dessa indústria, surgem novos atores que ganham cada vez mais papéis de destaque na mídia sonora.

O rádio floresce e respira às margens das tradicionais indústrias midiáticas, articulando-se com plataformas digitais, colaborativas ou privadas, e explorando a potencialidade da escuta em novos suportes e formatos. Rádios comunitárias, livres, populares, emissoras web, podcasts, serviços de rádio social, que permitem a audição em streaming e sob demanda, são algumas das muitas possibilidades de uma radiofonia que se reinventa mais uma vez, depois de ser sentenciada à morte por sucessivas gerações de especialistas.

Neste cenário em transformação, pela primeira vez as tradicionais emissoras em ondas hertzianas figuram como coadjuvantes. As atenções se voltam para todo tipo de experiência protagonizada por atores que anteriormente não tinham acesso aos meios de comunicação e agora fazem ouvir suas vozes, mesmo que de forma limitada, explorando nichos antes tidos como inalcançáveis. A ação deste rádio nas bordas é política, sempre. Mesmo quando não está pautado por uma atuação de ativismo, de militância. A lógica é sempre a de se afirmar num universo midiático em que uns poucos sempre exerceram forte influência sobre numerosas audiências. Agora, novas vozes se levantam, mesmo que muitas vezes seja difícil ouvi-las em meio à babel digital.

Evidentemente, este rádio floresce nas bordas das indústrias midiáticas, mas seu percurso não é um campo florido. Há obstáculos, às vezes aparentemente intransponíveis, pelo caminho. A radiodifusão comunitária, que em 2018 completa 20 anos de regulamentação no Brasil, ganha relevância, mas segue tolhida por uma legislação que dificulta o acesso a recursos públicos e privados na forma de investimentos publicitários, colocando em xeque a sustentabilidade destas emissoras. Ainda assim, de acordo com os dados mais recentes da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o número de rádios comunitárias chegou a 4.727 em 2015, o que já representa quase metade do total de estações AM e FM em operação no país (9.864)³.

Estes e outros dados expõem a necessidade de se repensar a radiofonia, olhando para as margens da tradicional indústria de radiodifusão sonora. É preciso entender a trajetória desse rádio que opera nas bordas, como se organiza, quais suas perspectivas, seus desafios, sua contribuição em termos de inovação de linguagem e formatos – e estas são algumas das motivações deste dossiê que a Revista Logos oferece aos seus leitores. Afinal, a comunicação sonora persistirá no novo ecossistema midiático, a despeito de um possível esvaziamento econômico e cultural das estações comerciais que operam ainda prioritariamente em ondas hertzianas.

O interesse nestas temáticas restou evidente: foram mais de 30 submissões, o que exigiu a mobilização de um grande contingente de pareceristas, aos quais registramos um especial agradecimento. Ao fim, foram selecionados 12 artigos – embora vários outros apresentassem discussões altamente qualificadas –, pensando-se no escopo do dossiê e nas normas da revista, bem como na representatividade regional de autores dos mais diversos pontos do Brasil.

O artigo que abre o dossiê, “Por uma genealogia das rádios comunitárias brasileiras”, de João Paulo Malerba (Universidade Federal do Rio de Janeiro), propõe uma inovadora categorização da radiodifusão comunitária, buscando entender as raízes do movimento e os dissensos que o marcaram no Brasil e no exterior, bem como recorrendo a rica documentação de entidades que militaram pela regulamentação e pela capacitação de comunicadores populares.

Em seguida, dois textos discutem as dificuldades regulatórias enfrentadas por estas emissoras, respectivamente, no Brasil e na Argentina: “Sustentabilidade na radiodifusão comunitária: desafios e possibilidades”, de Adilson Vaz Cabral Filho (Universidade Federal Fluminense), e “Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina”, de um time de pesquisadores financiados pelo Conicet – o CNPq do país vizinho – e formado por María Soledad Segura (Universidad Nacional de Córdoba), Emilia Villagra (Universidad Nacional de Salta), Verónica Longo (Universidad Nacional de San Luis), Natalia Vinelli (Universidad Nacional de Buenos Aires), Larisa Kejval (Universidad Nacional de Buenos Aires), Ana Laura Hidalgo (Universidad Nacional de San Luis), Alejandro Linares (Universidad Nacional de Buenos Aires) e Natalia Traversaro (Universidad Nacional de Córdoba).

Em “Rádios de resistência: no ar, o verbal e o não-verbal na contra-hegemonia”, por sua vez, João Batista de Abreu e Marcus Aurélio de Carvalho (ambos da Universidade Federal Fluminense) retomam, numa perspectiva histórica e de abrangência internacional, o papel político das rádios que operam sem autorização legal e, não raro, lançam mão de criatividade para expor ao público as restrições que enfrentam.

Na sequência, Doris Fagundes Haussen (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul) faz, em “Rádios comunitárias nas revistas latino-americanas de Comunicação”, um inventário das publicações sobre o tema nas principais revistas científicas do continente, identificando autores e temáticas exploradas.

Já Rosane Albino Steinbrenner (Universidade Federal do Pará) oferece, no artigo “Mapeamento de Rádios Comunitárias na Amazônia como ferramenta ao desenvolvimento sustentável”, um panorama da radiodifusão comunitária na região amazônica, expondo sua capilaridade e relevância para se pensar políticas públicas que envolvam a comunicação.

A seguir, dois textos revelam a importância do rádio para populações originárias e marginalizadas das Américas. Emilia Villagra e Ramón Burgos (da Universidad Nacional de Salta), em “Radios comunitarias desde una perspectiva indígena – La experiencia de la Organización de Comunidades Aborígenes de Nazareno, Salta-Argentina”, mostram como a população indígena de uma remota província argentina foi empoderada por uma política de democratização da comunicação no país vizinho, passando a ter uma emissora que assegura voz própria e lhe permite se reconhecer como detentora de direitos. E Ismar Capistrano Costa Filho (Universidade Federal do Ceará), em “Técnicas das rádios livres e comunitárias: o caso Radio Rebelde zapatista”, investiga a programação bilíngue de emissoras do território de Chiapas que buscam apoiar a construção de uma identidade regional autônoma, através de representações narrativas de caráter marcadamente local.

Outras duas experiências de rádio local são objeto das reflexões de Leonan Alves de Sousa Moraes e Roseane Arcanjo Pinheiro (ambos da Universidade Federal do Maranhão), no artigo “Arca FM: trajetória de uma rádio comunitária na luta pelo direito à voz em Açailândia-MA”, que mostra as barreiras para legalização de uma emissora que combatia o trabalho escravo nas carvoarias de uma cidade do interior maranhense; e de Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva (Centro Universitário Fecap – Fundação Álvares Penteado/Universidade de Santo Amaro), que aborda o potencial de inclusão e negociação das diferenças por meio do diálogo em um programa veiculado numa emissora comunitária da Zona Oeste de São Paulo, em “Vaidapé na Rua: uma proposta dialógica da Rádio Comunitária”.

Em seguida, dois textos mostram que o rádio nas bordas extrapola as ondas hertzianas e transborda para outras plataformas. Em “Influência da Diáspora na escuta de rádio *online*”, Lidia Paula Trentin e Álvaro Nunes Laranjeira (da Universidade Tuiuti do Paraná), oferecem dados de instigante pesquisa exploratória sobre as motivações de ouvintes diaspóricos de uma rádio comunitária da Frederico Westphalen, cidade do interior do Rio Grande do Sul, sintonizada através da web nas mais diversas regiões do país. Já Sônia Caldas Pessoa (Universidade Federal de

Minas Gerais), Nair Prata (Universidade Federal de Ouro Preto) e Kamilla Avelar (Fundação Mineira de Educação e Cultura) buscam, em “Rádio em ambientes digitais: experiências de segmentação”, entender o modelo de negócios de uma web rádio sertaneja que distribui trechos de sua programação através do aplicativo WhatsApp, para escuta em telefones móveis.

Fechando o dossiê, uma entrevista com Mauro Sá Rego Costa, da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FEBF/UERJ), um dos maiores pesquisadores do país nos campos da rádio-arte e da radiodifusão comunitária, que propõe o resgate do papel de vanguarda política e estética do rádio. A entrevista está disponível também em áudio na página do AudioLab (Laboratório de Áudio da Faculdade de Comunicação Social da UERJ): www.audiolab.uerj.br.

Desejamos a todos uma excelente leitura!

Bibliografia

KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Rádio e mídias sociais – Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2016.

MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

RIBEIRO, Adriana Gomes; ABREU, João Batista de; KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Panorama do rádio no Rio de Janeiro*. In: PRATA, Nair (org.). *Panorama do rádio no Brasil – volume 1*, p. 419-458. Florianópolis: Insular, 2011.

Notas

1. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com mestrado e graduação em Jornalismo pela mesma instituição, é professor do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ), onde coordena o AudioLab e lidera o Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas, listado no CNPq. Email: marcelok@uerj.br.
2. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), mestre em Jornalismo pela Universidade do Colorado (Boulder, EUA), professora do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ). Lidera o Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação (CNPq) e é vice-presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). E-mail: soniavm@gmail.com.
3. Ver <http://www.anatel.gov.br/dados/2015-02-04-18-43-59>. Última visita: 15/5/2017.

Dossiê

“Rádio nas bordas – Cartografias da radiodifusão comunitária, livre e alternativa.”

Por uma genealogia das rádios comunitárias brasileiras

Towards a genealogy of the Brazilian community radios

João Paulo Malerba | Universidade Federal do Rio de Janeiro

Professor e jornalista, é doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ), mestre e bacharel pela mesma instituição, tendo realizado parte de sua pesquisa de doutorado na University of Westminster (Londres, Reino Unido). É pesquisador no Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC/UFRJ) e membro da Associação Mundial das Rádios Comunitárias (AMARC Brasil), onde foi representante nacional (2009/2011), coordenador executivo (2011/2013) e conselheiro político (2013/2015).
E-mail: c: joaopaulorj@yahoo.com.br

Resumo

O artigo se propõe a delinear as matrizes históricas da radiodifusão comunitária brasileira desde sua(s) gênese(s) até o processo de legalização (1990s). Isso foi feito a partir de análise documental e revisão bibliográfica crítica do que até então fora produzido. Realizamos uma breve descrição histórica de cada uma das vertentes – eclesiástica, livre e comunitária – para propor uma discussão que permita compreender a real heterogeneidade da radiodifusão comunitária brasileira.

Palavras-Chave: História; Rádios comunitárias; Comunicação Comunitária.

Abstract

The paper proposes to outline the historical matrices of Brazilian community broadcasting from its genesis to the process of legalization (1990s). This was done from documentary analysis and critical bibliographic review of what had been produced up to today. We present a brief historical description of each one of the lineage – ecclesiastical, libertarian and communitarian – to propose a discussion to understand the real heterogeneity of Brazilian community broadcasting.

Keywords: History; Community radios; Community Communication.

Introdução

No que se refere à América Latina, seja qual for o enfoque levado em conta – pioneirismo histórico, proporção numérica, incidência política, representatividade social –, as rádios comunitárias se destacam, quando comparadas aos seus pares no mundo. Na sua pesquisa mundial, Mendel (2013) a considera “o local de nascimento da rádio comunitária”, numa “região que tem sido caracterizada pelo alto grau de concentração de propriedade dos meios, cujos donos têm relações próximas com o negócio e elites políticas” (p. 39).

Na análise sincrônica que fez da radiodifusão comunitária latino-americana, Pulleiro (2011, p. 44) percebe que os estudos sobre o fenômeno sintetizam sua gênese em duas vertentes: uma de emissoras impulsionadas e geridas por organizações ligadas à Igreja Católica de propósitos educativos e evangelizadores e outra referente às experiências incentivadas ou diretamente ligadas a organizações políticas e sindicais de macroprojetos de transformação social e política e que faziam dos meios instrumentos de comunicação¹. Ao longo do processo histórico, fruto da articulação e da mobilização popular, experiências de ambas vertentes seriam investidas de perfil político próprio. Pulleiro chama de *comunitária* uma “terceira grande vertente inicialmente influenciada pelas experiências vindas do Canadá e Europa” (p. 85). Nesse sentido, a principal responsável para que a ideia de comunidade via rádio fosse “*transferida* [trasladada] a América Latina” (idem, grifo meu) foi a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), criada em 1983, mas com maior incidência na América Latina a partir dos 1990, quando abre sede própria na região.

Ainda que não negue totalmente a tendência regional, o caso brasileiro tem especificidades: primeiramente, entre nós houve um importante protagonismo da apropriação juvenil, libertária e estudantil do veículo rádio a partir dos anos 1970/80; além disso, nossa vertente católica desempenhou papel essencial na organização sindical e partidária rural (e vice-versa), e; por fim, os sindicatos urbanos e partidos políticos demoraram a incorporar a solução rádio para orquestração da ação política². Isso foi se dar (e de forma incipiente) no mundo sindical³ e partidário⁴ somente a partir de meados dos anos 1980 e, principalmente, como fruto da iniciativa e das críticas da vertente juvenil. Por exemplo, na opinião de Leo Tomaz, da pioneira emissora livre Rádio Reversão, a maior dificuldade para a eclosão do movimento “não residia somente na repressão militar ou na falta de verbas para compra de equipamentos, que nesta época já eram consideravelmente baratos, mas sim na ideologia ‘aparelhista’, ‘ruralista’, dos partidos de esquerda no Brasil” (ANDRIOTTI, 2004, p. 20). Só em fins dos 1980 e começo dos 1990 é que sindicatos urbanos e partidos políticos passam realmente a encampar a luta do já então organizado movimento de rádios livres e comunitárias.

Desse modo, a partir de nossas pesquisas e em diálogo com as descobertas de Pulleiro, podemos sintetizar em três as principais vertentes que constituem a história da radiodifusão comunitária brasileira: *eclesiástica*, *livre* e *comunitária*.

Vertente eclesialística: popular e de base

Um dos germens políticos da rádio comunitária brasileira deve ser investigado no uso que uma ala mais progressista da Igreja Católica fez do veículo com fins educativos e de mobilização social. Seus antecedentes estão nas “experiências de educação pelo rádio por bispos brasileiros na Região Nordeste, principalmente no Rio Grande do Norte e em Sergipe, nos anos de 1950” (FÁVERO, 2004, p. 1). A partir da mobilização daqueles bispos, em março de 1961, é fundado o Movimento de Educação de Base (MEB), uma experiência única de educação não formal à distância e conscientização política desenvolvida por dioceses do Nordeste (depois ampliado para Norte e Centro-Oeste), em torno da criação de escolas radiofônicas: no seu auge, em 1963, eram 7.353 delas permitindo que 320 mil alunos concluíssem o ciclo de alfabetização em cinco anos.

No início, o MEB contava com apoio, inclusive financeiro, do governo federal: no amplo acordo conservador do nacional-desenvolvimentismo, a Igreja se aliava ao Estado “na difusão da ideologia da ordem e da segurança” contra “ideologias estranhas” que pudessem afetar a hegemonia do poder dominante (idem, p. 5). Mas o MEB surge numa Igreja também marcada pelas ideias ecumênicas e de esquerda de João XXIII e num Brasil de organização crescente dos trabalhadores rurais em sindicatos. As forças que se opunham na Igreja se acirraram em meio à efervescência política da época e os resquícios conservadores e a prioridade da evangelização foram abandonados já no primeiro encontro nacional. O MEB passa por uma redefinição radical: seu objetivo, então, vai explicitamente ser a “transformação de mentalidades e estruturas” a partir da “educação de base como processo de autoconscientização das massas” e que parta “das necessidades e dos meios populares de participação, integrados em uma autêntica cultura popular, que leve a uma ação transformadora” (MEB, 1962). O perfeito casamento da visão marxista sobre a “consciência histórica e comunicação das consciências como característica fundamental da história e da dialética fundada nessa comunicação de consciências” (FÁVERO, 2004, p. 7) com a pedagogia libertadora e autonomista de Paulo Freire, adotada amplamente pelo MEB, desembocaria na politização de seus métodos e materiais pedagógicos.

Frases desse material ecoaram pelas ondas do rádio do Brasil profundo: “um povo só marcha para a libertação, quando caminha com sua cultura” (MEB, 1963, p. 48); “a união faz a força do sindicato” (p. 42); “o povo tem o dever de lutar por justiça” (p. 54); “é preciso mudança completa no Brasil” (p. 32). Não é de estranhar que dois meses antes do golpe de 1964, o material tenha sido apreendido e sua utilização proibida. Esse seria o estopim para uma campanha contra os bispos progressistas e um controle ideológico que, dali em diante, enfraqueceria a radicalidade política do MEB. De todo modo, o resultado prático daquele primeiro quinquênio não está somente na continuidade do projeto, que até hoje gera frutos⁵. daquelas ondas há uma reverberação simbólica difícil de quantificar, mas facilmente intuída nas experiências posteriores de radiodifusão comunitária e de outros movimentos sociais.

Primeiramente, há que se destacar o legado quanto à *estrutura e mobilização comunitária* resultante e necessária para o processo educacional do MEB. Festa (1986), no estudo que realizou sobre as CEBs, destaca o papel da Igreja no trabalho de conscientização das classes trabalhadoras pós-golpe, que “ampliava os ensinamentos da etapa anterior e assimilava, com outras características, a proposta de Paulo Freire aliada aos ensinamentos de Gramsci” (p. 18). Como se sabe, o enfoque libertador e autônomo da pedagogia freireana tem como base uma relação horizontal e participativa entre educador e educando, entendidos como corresponsáveis de um mesmo processo de construção do conhecimento. A aplicação dessa metodologia gerava uma integração simbólica dos membros num todo coerente de uma partilha comum: “as CEBs por sua constituição que privilegiava a fala, a relação interpessoal, a formação de seus participantes a partir da convivência fraterna e cotidiana, constituíram-se no maior espaço de comunicação” (FESTA, 1986, p. 19) nos moldes da hominização freireana. Para além de sua própria máxima que “a educação é comunicação e diálogo” (FREIRE, 2002, p. 52), o método freireano tem em suas bases a mesma comunicação dialógica, crítica e horizontal das experiências comunitárias em comunicação. Ou vice-versa. Inspirados nas CEBs, diversos movimentos sociais e organizações comunitárias trouxeram, direta ou indiretamente, a influência de Freire e suas teorias. No caso da Comunicação Comunitária, Cogo (2009) chega a afirmar que “a concepção freireana de educação é a principal inspiradora de experiências de comunicação alternativa e popular que se desenvolvem no meio urbano vinculadas a movimentos sociais, sindicais e CEBs nas décadas de 70 e 80”.

No nível organizacional, a partir de 1982, a União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC) passaria a priorizar “a necessidade das comunidades organizadas possuírem seus próprios meios de comunicação, inclusive rádios” com “um projeto social de comunicação e não um projeto católico” (ANDRIOTTI, 2004, p. 54) e incidir para tal na Constituinte. A UCBC, na verdade, refletia uma mudança orgânica da postura da Igreja com relação às radioescolas em que a autonomização freireana parece ter sobredeterminado, desde a base, a estrutura eclesial: ora, a tomada da palavra e o despertar da consciência crítica só se completariam com a apropriação popular das radioescolas como ferramenta de ação política. A “entrega” dessas radioescolas fica expressa sob um jargão (paternalista e nada autonomista) atribuído aos bispos progressistas da década de 1970 e que ainda perdura: “dar voz aos que não têm voz”.

Já no nível molecular, por exemplo, Denise Cogo (1998), ao apresentar um histórico do uso dos alto-falantes como emissora comunitária no Brasil, descobre o pioneirismo no interior das CEBs da Zona Leste de São Paulo. Já em 1983, na região de São Miguel Paulista, as primeiras cornetas foram fixadas no centro comunitário da favela Nossa Senhora Aparecida e no alto da igreja. Dois anos depois a região já teria seu 1º Encontro de Rádio Popular e contaria oito rádios de alto-falantes; em 1987 esse número chega a 42, praticamente todas instaladas em igrejas. A partir daí, os idealizadores da região organizariam cursos locais para comunicadores populares e passariam a assessorar grupos do Rio Grande do Norte, Piauí, Mato Grosso, Rio de Janeiro, Rio Grande

do Sul. Cogo também identifica experiências de radiocorneta em Fortaleza, lá chamadas *radiadoras*, uma já no início da década de 1970 e outra meia dúzia em 1987. Três anos antes, Recife tem sua primeira radiocorneta e na década seguinte, outras duas dezenas são instaladas. Também o livreto *Como montar uma rádio comunitária* (TREVISAN e PRADO, 1998) conta “de um pequeno sistema de Rádio Comunitária com Alto-falante” instalado, em julho de 1994, no bairro do Novo Horizonte, em Macapá (PA) que, “com o apoio da Pastoral da Comunicação e Pastoral da Criança” viria a se tornar a Rádio Comunitária Novo Tempo (p. 22).

Podemos afirmar que, pelo menos até a década de 1990, a maioria das experiências radiofônicas cidadãs de *caráter de base* foi protagonizada por movimentos sociais ou comunitários que contaram com o apoio e/ou influência da Igreja Católica. Devemos atribuir tal atuação ao ânimo político de suas parcelas progressistas, e também à expertise acumulada com as radioescolas, às CEBs e ao seu caráter-rede.

O caráter eclesialístico, popular e de base aparece nos dois casos considerados pioneiros, surgidos ambos antes da lei de radiodifusão comunitária. Em 1981, nasce a Rádio Favela (Belo Horizonte, Minas Gerais) desde o “Aglomerado da Serra para o mundo”, fruto da mobilização de jovens interessados em divulgar a cultura da favela, discutir desigualdades raciais e injustiças sociais e... fazer rádio. Imortalizada no filme *Uma onda no ar* (2002), de Helvécio Ratton, sua história conta com a “ajuda da Igreja Católica e da associação de moradores” (NUNES, 2007, p. 103). A voz da favela foi calada por várias apreensões policiais, sempre mudando o transmissor de lugar a cada nova investida. A regularização aconteceu uma década depois, como rádio educativa.

No caso de uma rádio que também reclama pioneirismo e tem incontestável importância na constituição do movimento brasileiro, a mobilização inicial da Rádio Novos Rumos (Queimados, RJ) partiu de “um pequeno grupo de pessoas ligadas à Igreja, ao bairro e a partidos políticos”, entre elas, Tião Santos, que viria a ser o primeiro coordenador da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRACO) e Ismael Lopes, futuro secretário da associação. Esse grupo reuniu recursos e instalou uma emissora experimental de 20 watts ali, na Baixada Fluminense, uma região que até hoje registra altos índices de criminalidade e serviços públicos precários. Ao primeiro fechamento, em maio de 1991, se seguiu uma corajosa mobilização com direito a um abaixo-assinado por dez mil pessoas, protesto de rua e um manifesto em que defendem que “as leis e a Justiça devem existir para servir ao povo e não para oprimi-lo. Se há uma lei que impede a criação de uma rádio de âmbito local, popular e democrática, administrada pela comunidade, é essa lei que tem de deixar de existir e não a nossa rádio” (COELHO NETO, 2002, p. 27). Depois de ser fechada diversas vezes e reaberta sempre com a mobilização da comunidade, sua outorga só sairia em 2009, quando já era a terceira rádio mais ouvida de Queimados.

Vertente livre: juvenil e universitária

Ao contrário do que se costuma dizer, a outra vertente originária das rádios comunitárias brasileiras é também política. Ainda que partíssemos de uma visão restrita do conceito, não se pode negar o deslocamento de poder inerente à utilização não autorizada do espectro eletromagnético: mesmo a experimentação radiofônica mais inocente é ressignificada política e verticalmente no momento em que o Estado reprime e nega um direito humano fundamental que, ao contrário, deveria promover. Nesse sentido, são emblemáticos os desdobramentos da primeira transmissão radiofônica livre juvenil que se tem registro no Brasil: em fevereiro de 1971, o capixaba Eduardo Luiz Ferreira Silva, na época um adolescente de 16 anos aficionado por eletrônica, instala no banheiro do bar do pai a Rádio Paranoica. Dos 15 watts iniciais, ele e o irmão turbinam para 300, atingindo toda Vitória (ES). Mas o experimento durou seis dias e acabou de forma violenta: os policiais quebraram o bar todo e prenderam clientes, Eduardo, seu pai, além de apreenderem os equipamentos, “livros, cartazes e rasgarem os colchões procurando alguma coisa” (NUNES, 1995, p. 65). Era plena ditadura, governo Médici: Eduardo ficou preso um dia e o pai, três, enquanto vasculhavam sua vida buscando ligações políticas. Em 1994, quando pediu vistas ao processo, descobriu que alegaram “que a rádio era uma armação dos comunistas para desestabilizar o regime”. De todo modo, aquela experiência selaria o seu destino: viria a se tornar engenheiro e professor de eletrônica, radioamante e militante: “a comunicação precisa ser democratizada e trabalho por isso. Ensino a fazer transmissores, monto rádios no interior, em Ondas Curtas, o formato ideal para objetivos de comunicação popular. Já ajudei a montar mais de 80 emissoras em todo o país, tudo no interior” (idem, p. 66).

Se a Paranoica surgira de uma ação isolada, a explosão das rádios livres brasileiras nasce orquestrada e com diagnóstico político. Um dos autores do livro que se tornaria a bíblia das livres brasileiras (*Rádios livres: a reforma agrária no ar*, MACHADO et al., 1986), em mesa redonda com Félix Guattari, na capital paulista, em 1982, diagnosticava: “os problemas para uma eclosão das rádios livres no Brasil não são apenas de natureza policial. Há uma resistência interna imensa dentro dos próprios grupos de esquerda. Seus programas simplesmente ignoram a questão da mídia” (GUATTARI e ROLNIK, 1986, p. 111). Filósofo, participante da Rádio Tomate e pivô do movimento francês, Guattari voltaria outras vezes para incentivar nosso movimento e inclusive prefaciaria o livro de Machado, Magri e Masagão. Na ocasião, respondera que o mesmo se dera na França, onde “trotskistas, maoistas e esquerdistas de toda natureza foram os últimos a encarar as possibilidades abertas pelas rádios livres” (p. 111).

Na importante recuperação histórica que fez do movimento, Marisa Meliani Nunes em *Rádios livres: o outro lado da Voz do Brasil* (1995) defende que seu antecedente seria o verão de 1982, em Sorocaba, “que contou com mais de 100 emissoras no ar, com 43 comprovadas”. Os antecedentes lembram a Paranoica: isolada, adolescente e experimental: assim nasce a Rádio Spectro, quando, em 1976, um garoto de 14 anos segue o passo a passo de uma revista de eletrônica e constrói um transmissor que primeiro chega à casa do vizinho

até, gradualmente, alcançar 10 km de raio. Como viralidade é marca das livres, “até o final de 1981, já estão no ar as rádios Estrôncio 90, Alfa 1, Colúmbia, Fênix, Star e Centauros. A Centauros muda de nome para Voyage e se junta à Spectro para formar a mais popular rádio livre de Sorocaba: a Spectro Voyage Clandestina-SVC”. A fala de um de seus participantes à imprensa demonstra uma politicidade embrionária: “nossas rádios são uma revolta contra o monopólio das FMs. O governo brasileiro vai ter que abrir um espaço para as rádios piratas” (NUNES, 1995, p. 67-68), ou seja, liberar uma faixa do espectro para transmissão livre e não comercial.

A segunda fase é iniciada quando um transmissor montado numa panela e escondido no Centro Acadêmico de Ciências Sociais da PUC, em 20 de julho de 1985, emite estas primeiras ondas: “Rádio Xilik. Rádio livre urgente, em 106.4 MHz, aberta a todos, exceto a gerais ativos e passivos, senhoras de Santana, falsários, mamães que dizem sempre mentirinhas, falocratas, crianças que falam sempre a verdade, demagogos, juízes evangélicos” (MACHADO et al., 1986, p. 50). Já não se trata mais de uma “iniciativa isolada”, mas organizada e querendo impulsionar *um* movimento de rádios livres. Antes de entrar no ar, seus idealizadores (autodenominados “doze apóstolos”, entre eles o professor Arlindo Machado, Caio Magri e Marcelo Masagão) avisam alguns dos principais meios de comunicação do país (*Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *Jornal da Tarde*, *Veja*, *IstoÉ*), a ponto de André Picardi, o “Sombra da Xilik”, afirmar que “a rádio era mais lida do que ouvida”. O objetivo é provocar o Dentel (Departamento Nacional de Telecomunicações, então o órgão fiscalizador), pautar o tema da democratização da comunicação e da “ideia de rádio livre a uma parcela considerada ‘formadora de opinião’” com foco nos princípios de desobediência civil e negação de qualquer solução legal, considerada “reprodução do controle sobre a comunicação” e contrária à “sua verdadeira função dentro da democracia” (NUNES, 1995, p. 71). Um mês depois, os doze apóstolos, boa parte da PUC-SP e USP, organizam a segunda visita de Guattari, cuja palestra lota o Pátio da Cruz, na universidade católica e eletriza os mais de 600 presentes para “que mil transmissores floresçam”, lema do movimento. A presença de Guattari não poderia ser mais pertinente, dado que linguajar, ideário e estética das livres paulistas bebiam dos movimentos de rádios livres italianas e francesas.

O movimento brasileiro explodira pós-Xilik. De acordo com informações fornecidas por seus próprios idealizadores, já em 1986, elas pipocavam em outros estados:

uma em Salvador, na Bahia, a Estação da Luz, ligada ao movimento gay; uma em Goiânia, ligada ao movimento dos Posseiros Urbanos; uma em Santos, a Baixada Alternativa; duas em Fortaleza, uma do movimento ecologista, a outra de estudantes da Universidade Federal; duas em Vitória, no Espírito Santo, a Radialética e a Jovem Clân; uma em Petrópolis, estado do Rio, a Estúdio FM. (NARAH, 1988, p. 177).

Em São Paulo, o próximo passo foi conformar a Cooperativa de Radioamantes (CORA-Livre): seu manifesto fala da construção de “uma ética das rádios livres, que discorra sobre os limites de potência do transmissor, interferência de sinais”, mas sem abrir mão da “invasão e ocupação definitiva da

atmosfera (MACHADO et al., 1986, p. 23). A CORA-Livre cria uma rede de proteção e replicação: com transmissores emprestados da Xilik, nascem Ítaca, Totó Ternura, Molotov, inclusive a Ermelino Matarazzo, na favela de mesmo nome, ainda que a “maioria [*surja*] por iniciativa de estudantes universitários, que transmitem não só para o meio acadêmico, mas também para bairros e comunidades” (NUNES, 1995, p. 76). Diferentemente do de muitos de seus pares, o fim da Xilik não foi via repressão estatal, mas por comum acordo do grupo, depois de já deflagrado o movimento e, assim, cumprido seu objetivo. Até houve duas tentativas de fechamento, mas seriam frustradas com a ajuda de Dom Paulo Evaristo Arns, cardeal de São Paulo e grão-chanceler da PUC, morada da rádio.

Não demoraria para a febre contagiar a outra megalópole brasileira: “os radioamantes do Rio de Janeiro e São Paulo resolveram se encontrar para fortalecer, se conhecer e ‘trocar figurinhas’. Foi em 1986, no Circo Voador, na cidade do Rio de Janeiro, e deste encontro surgiu a ABOLA (Associação Brasileira pelas Ondas Livres), que não conseguiu avançar” (CEMINA, 2000, p. 38). O que não impediu que nos anos seguintes surgissem a Rádio Pop-Goiaba (UFF), Tan-Tan (Macaé), Interferência (UFRJ). Enfim, modelar para as que floresceriam depois, assim nasce o movimento de rádios livres brasileiro: jovem, universitário, de inspiração europeia e libertária, politizado e multiplicador.

Porém, multiplicação em amplitude gera muitas espécies: “os militantes anarquistas brasileiros logo se apaixonam pela ideia e utilizam o rádio para divulgar suas ideias libertárias” (NUNES, 1995, p. 94). Tendo como palavras de ordem “autonomia diante do Estado e a ação direta”, no município de Poá (Grande São Paulo), em 1988, florescem as anarquistas Apache e Tuareg: “vamos o monopólio das comunicações, atropelamos os medievais caciques locais com suas ‘rádios populares’” (in NUNES, 1995, p. 94). Essas e demais rádios anarquistas participaram do movimento nacional até “o momento em que sentem que as associações não pretendem tomar um rumo autogestionário, com uma participação efetiva de todos” (idem, p. 95): por rejeitarem vínculos representativos, partidários e religiosos, elas vão se afastando do coletivo de acordo com que as livres passam a abarcar uma multiplicidade cada vez maior.

E é de carona nesse *boom* que igrejas evangélicas foram “tomando conta do dial, reproduzindo-se com uma velocidade espantosa (...) [*algumas*] já trabalham articuladas com a bancada evangélica do Congresso”, como avaliou Meliani Nunes. Em sua pesquisa, relata dificuldades para entrevistar “rádios livres evangélicas”, que “formam um grupo fechado, quase à parte de todo o movimento de rádios livres”, ainda que algumas “se juntem ao movimento pela democratização da comunicação” (1995, p. 90).

Seu crescimento se expressava em números: quando, em abril de 1991, é criada a Associação das Rádios Livres do Estado de São Paulo (ARLESP) por 10 rádios, quatro eram evangélicas, além de anarquistas, petistas e culturais. Numa amostragem feita de março de 1994 a fevereiro de 1995 na Zona Norte de São Paulo, Nunes identificou 50 emissoras livres: “44% têm caráter religioso/evangélico, 24% comercial/musical, 24% cultural (...) Do total, 68% têm fins lucrativos, 24% são sem fins lucrativos e 8% não foram identificadas” (NUNES, p. 107).

Vertente comunitária: cidadã e plural

Em 1983, representantes de cerca de 600 rádios e ativistas de 36 países, reunidos por ocasião do Ano Internacional das Comunicações, promovido pela ONU, fundam simbolicamente a então nomeada Associação Mundial de Artesãos da Comunicação, em Montreal, no Canadá. Ela viria a se tornar uma associação três anos depois, na 2ª Conferência em Vancouver e seria reconhecida como organização não-governamental internacional na 3ª Conferência em Manágua (1988).

Ainda que juridicamente seja uma ONG internacional, a AMARC se organiza como rede e se estrutura como associação, cujas decisões são tomadas em assembleias mundiais, regionais e nacionais. Mais ou menos a cada quatro anos é realizada uma Assembleia Mundial, aberta à participação de todos os associados e onde se discutem e definem as grandes metas do movimento para a gestão eleita. Ali são aprovadas as novas associações em nível mundial e é eleito um Conselho Internacional, composto pela presidência mundial e os chamados vice-presidentes, ali referendados, mas anteriormente eleitos em cada uma das macrorregiões em que se organiza a AMARC: América do Norte, América Latina e Caribe, Europa, África, Oriente Médio e Ásia-Pacífico. Em nosso continente a entidade se subdivide em seis sub-regiões: América Central, Caribe, México, Países Andinos, Cone Sul e Brasil. Cada sub-região indica um representante para compor o Conselho Regional da AMARC América Latina e Caribe (AMARC Alc), responsável pela condução política das ações da entidade. De acordo com o *site* da entidade, a AMARC congrega quase 4 mil associados em 150 países dos cinco continentes e se define como um movimento cidadão, político e comunicacional que trabalha como uma rede de “coordenação, cooperação, consulta, intercâmbio e promoção”, tendo o objetivo de “apoiar e contribuir para o desenvolvimento da rádio participativa e comunitária sob os princípios da solidariedade e cooperação internacional”⁶.

Apesar de o continente ser o berço do movimento mundial, somente em 1990 é que se constituiu a AMARC Alc, através de um escritório regional em Lima, no Peru, que, em 1994, seria transferido para Quito, no Equador. Nesses anos, o foco de atuação foi a oferta de serviços para as rádios comunitárias, entre boletins, produções radiofônicas, pesquisas, além de dar início, em 1995, à agência regional de notícias Pulsar. A perspectiva de um escritório regional central forte gerou a crítica de uma base (rádios) enfraquecida e assistencializada.

No Brasil, a AMARC tem início através da militância do radialista carioca Marcus Aurélio de Carvalho, então coordenador do setor de rádio da ONG Ibase (CRIA, que depois se transformaria no CRIAR Brasil), através do qual conheceu a AMARC. Em entrevista para o autor, conta que já havia tido contato com o movimento de rádios livres nos anos 1980, mas que nunca lhe seduzira por não parecer “um projeto político consistente”, preferindo “atuar num movimento de rádios que fosse construtor de experiências coletivas”, como nos espaços políticos que conhecia: associação de bairro, movimento

estudantil e Partido dos Trabalhadores (e com o qual viria a romper já nos 1990) (CARVALHO, 2016). Ainda que militasse desde 1990, foi num seminário promovido em Quito, em 1994, que seria articulada a criação da AMARC no Brasil. Para isso é criada, em janeiro de 1995, uma ONG embrião, a AMARC-Unirr, já tendo como sócios o CRIAR Brasil, CEMINA, as rádios Tan-Tan e Regional Cícero Dantas. Meses depois, a Ar Livre e Novos Rumos também se associam (em 2002, a AMARC Brasil se autonomizaria de vez).

A partir do final da década de 1990, a AMARC Alc passa por uma reflexão interna e reestruturação de sua própria autoconcepção, passando a entender-se como um movimento social, político e cultural e buscando maior incidência política na região. Para muitos, se tratou de uma “refundação” da entidade, que culmina com a mudança de sua sede regional para Buenos Aires, na Argentina. Nas palavras de um dos responsáveis por esse processo, Ernesto Lamas, coordenador regional da AMARC Alc de 2003 a 2011: “a descentralização do trabalho é uma característica estratégica do período de refundação iniciado em nível latino-americano, em 2003. A descentralização nega a ideia de uma coordenação executiva centralizada, ao mesmo tempo em que nega a ideia de que só um tipo de expertos podem levar adiante processos de gestão eficazes” (2011, p. 6). Um “trabalho desde baixo para cima” teve como um de seus pilares a criação de uma metodologia própria que fomentasse a crítica e (re)construção do projeto político-comunicacional de cada rádio comunitária da rede. Tal processo acontecia de forma participativa com os membros da emissora e da comunidade, a partir do método freireano, levando em conta a realidade e os saberes do entorno. No final da década de 1990 e na seguinte, essa metodologia foi aplicada em dezenas de oficinas realizadas em todo o continente, a partir de facilitadores e facilitadoras que, funcionando como multiplicadores, garantiriam a sustentabilidade da iniciativa.

Uma característica importante é que, desde o início, a AMARC congregou diferentes atores, entre entidades (rádios comunitárias e livres, centros de produção, organizações não governamentais, rádios universitárias e públicas etc.) e pessoas (ativistas, pesquisadores etc.), ainda que somente as entidades tenham direito a voz e voto, enquanto os associados individuais têm direito somente a voz. Isso reflete e conforma um espaço de articulação da grande variedade de experiências em comunicação comunitária existentes no mundo e que a AMARC abarca e quer abarcar. Até hoje: quando questionado se a AMARC, enquanto movimento, engloba (ou deve englobar) o de rádios livres, seu secretário mundial, Francesco Diasio (2015), entende que a associação deve fazer e ser uma *síntese* da diversidade essencial das rádios comunitárias. E vai além, demandando que a AMARC seja “*trade union*” [*federação de sindicatos*] entre instâncias fortes de um lado e necessidade de buscar um acordo – em meio à diversidade – de outro.

Considerações finais

Ainda em sua pesquisa, Pulleiro (2011), ao analisar os diferentes termos empregados na América Latina, identifica uma vigência que começa com *rádio popular e alternativa* até chegar à *rádio comunitária e cidadã*. Não se trata de mera sucessão terminológica: cada qual representa e responde a um determinado momento político da região e das rádios comunitárias. Nas experiências do primeiro momento (1940-1970), a *rádio popular e alternativa* quer expressar o homogêneo, a partir de um setor organizado da classe operária ou da comunidade eclesial, mesmo que implique “homogeneizar o heterogêneo” em favor do projeto (político) comum, notadamente de inspiração socialista. A partir dos 1980, o termo *comunitária* procurará “unir o disperso”, mas mantendo suas singularidades: “se a maioria das experiências surgidas nos ’60/’70 estiveram impulsionadas por quadros marxistas e cristãos, as rádios que expressam esta perspectiva [*comunitária*] terão como protagonistas grupos [...] que farão comunicação alternativa desde outro lugar e com outros objetivos” (p. 86). Além da ideia de uma rádio para construir e “servir a comunidade”, esse conceito procura abarcar um leque mais amplo de atores e carrega bandeiras como participação, democratização da comunicação, pluralidade/diversidade e minorias (sexuais, étnicas, religiosas etc.). É quando “começa a aparecer no campo da rádio alternativa um enfoque que vai se *distanciando do plano das desigualdades* sociais, econômicas, políticas para trabalhar fundamentalmente no terreno da diversidade e sua possibilidade de expressão e reconhecimento” (p. 92, grifo meu). Na década seguinte, haverá ainda um estímulo para a rádio comunitária se constituir enquanto peça democrática, mediando vozes da comunidade com os poderes constituídos (principalmente públicos). As rádios tenderão a voltar-se mais ao seu projeto político-comunicacional que ao macroprojeto político.

Sem podermos negar a influência internacional(ista), é preciso relativizar a ideia de mera “transferência” (Pulleiro utiliza o verbo *trasladar*, em castelhano) do conceito de *comunitário* para a América Latina, ao menos no caso brasileiro: vimos que a ideia de “criar comunidades” encontra terreno fértil entre nós, através das experiências das CEBs e rádios de alto-falante das periferias urbanas; também a perspectiva freireana já era sólida nas nossas rádios populares e de base, assim como a estrutura organizativa comunitária. Melhor, então, falar em *sincronia* do ideário comunitário ao desembocar em plena época da nossa discussão legal.

Em meio à multiplicação das rádios de baixa potência e da repressão estatal, o processo de legalização da radiodifusão comunitária no Brasil (1992-1998) colocou à mesa de negociação atores bastante diversos. Ainda que seu detalhamento escape de nosso objetivo aqui, seu marco é o projeto de Lei da Informação Democrática (LID), que passaria a tramitar em 1992. Em meio a muitas ambições, seu artigo 8º contemplava a vertente livre (regulação mínima) ao prever “liberdade de emissão, transmissão e retransmissão por meio de onda eletromagnética e por fio, para emissoras de rádio e TV de âmbito

municipal sem fins de lucro e de baixa potência, mediante registro em cartório local”, excluídas as religiosas ou político-partidárias. O posterior abandono da LID apartaria as livres da negociação e do restante do movimento. Andriotti (2004) avalia ter faltado às livres a “experiência de negociação política” que “FNDC, FDC, UCBC, FENAJ etc. possuem de sobra”. Para a autora, tais entidades viam “que o discurso defendido pelas rádios livres não conseguiria ir muito longe no jogo político, a despeito da legitimidade de suas reivindicações, a começar pelo próprio conceito de ‘rádio livre’, que dá margem ampla e sem limites, para as apropriações e os usos desse meio” (p. 116). É quando “o projeto de tornar as rádios legalmente constituídas toma a forma de um movimento de *rádios comunitárias*” (idem, p. 124).

A partir daí a influência da vertente comunitária passa a ser definidora: basta dizer que um dos projetos apensados ao projeto de lei que conformaria a Lei 9.612/98, de radiodifusão comunitária, teria como base a lei colombiana (considerada a mais avançada da época na América Latina), contando com a colaboração de Marcus Aurélio de Carvalho e Taís Ladeira, da AMARC, e valorizando também o acúmulo (e contando com apoio político) da vertente popular e de base (eclesiástica).

Sem dúvida, a Lei 9.612 está longe de ser uma síntese democrática das diferentes forças daquele momento histórico. Fundamentalmente, é resultado do poder mutilador de um poderoso *lobby* empresarial (liderado pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV) amparado por um governo neoliberal e agindo sobre um congresso subserviente e com interesses particularistas no tema. Porém, nos antecedentes da lei é possível catar concepções e intenções que, em parte, explicam o seu resultado: no fim das contas, ainda que deformado, na letra da lei “venceu” um modelo de entendimento de rádio comunitária como ente comunitário, representativo e mobilizador: típico modelo organizativo de ação política hegemônico da época. Porém, ainda que a lei tenha tido forte caráter modelador para a radiodifusão comunitária brasileira, na realidade, diferentes modos e modelos coexistem.

Por isso, cabe ressaltar que o que (razoavelmente) consensuamos e entendemos por “*rádios comunitárias*” é resultado de um processo histórico, dinâmico e ainda em disputa sobre um modo de se agir politicamente tendo o rádio como instrumento, plataforma ou fim: trata-se de fenômeno vivo, atuante, indeterminado e internamente bastante heterogêneo. Também não é nosso escopo aqui, mas uma especificação dos principais *tipos* de rádios comunitárias brasileiras deveria partir dos diferentes *modos de ação política* (de tendência mais anarquista, socialista etc.) que as inspiram e (mais ou menos) as diferenciam entre si (e, até certo ponto, advêm das influências das três vertentes): rádios de tendência mais libertária e horizontal, outras mais centralizadas e representativas, rádios pastorais e politizadoras etc. Isso nos permitiria melhor compreender sua real heterogeneidade, suas distorções e como, na prática, esses diferentes modos coexistem e se retroalimentam sob a capa da ilusória síntese do comunitário.

Referências bibliográficas

- BANDRIOTTI, C. D. *O movimento das rádios livres e comunitárias e a democratização dos meios de comunicação no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas: Unicamp, 2004.
- CEMINA – Comunicação, Educação e Informação em Gênero. Irradiando juventude nas ondas comunitárias. Rio de Janeiro, CEMINA, 2000.
- COELHO NETO, A. *Rádio Comunitária Não é Crime – Direito de Antena: O Espectro Eletromagnético como um Bem Difuso*. São Paulo: Ícone, 2002.
- COGO, Denise. *No ar... uma rádio comunitária*. São Paulo: Paulinas, 1998.
- FÁVERO, O. MEB – Movimento de Educação de Base, primeiros tempos: 1961-1966. Trabalho apresentado no V Encontro Luso-Brasileiro de História da Educação, realizado em Évora, Portugal, de 5 a 8 de abril de 2004.
- FESTA, R. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, R. e LINS, C. E. L. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.
- FESTA, R. e LINS, C. E. L. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.
- FREIRE, P. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- GUATTARI, F. e ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- MACHADO, A.; MAGRI, C.; MASAGÃO, M. *Rádios livres – a reforma agrária no ar*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- MEB. *Viver é lutar*. Outubro de 1963.
- _____. *Conclusões do 1º Encontro Nacional de Coordenadores*. Recife, 5 a 15 de dezembro de 1962. Mimeo.
- MENDEL, Tony. *Tuning into development: an international comparative survey of community broadcasting regulation*. Paris: UNESCO, 2013.
- MOREIRA, S. V. *Rádio palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.
- NARAH, C. M. L. *Rádio institucional e rádio livre: rupturas no modelo comunicacional dominante*. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política). Florianópolis: UFSC, 1988.
- NUNES, M. A. M. *Rádios livres: o outro lado da voz do Brasil*. 1995. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP, 1995.
- PULLEIRO, A. *La radio alternativa en América Latina: debates y desplazamientos en la década de 1990*. Buenos Aires: UBA. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación, 2011.

TREVISAN, L. e PRADO, J. P. *Como montar uma rádio comunitária*. Macapá: Grupo de Trabalho de Rádios Comunitárias do Estado do Amapá, 1998. Mimeo.

Entrevistas

ABREU, C. Entrevista sobre a história das rádios livres no Brasil, concedida por Skype a João Paulo Malerba em 25 de junho de 2016.

CARVALHO, M. A. Entrevista sobre a AMARC Brasil e a história das rádios livres e comunitárias no Brasil, concedida a João Paulo Malerba por Skype em 21 de junho de 2016.

DIASIO, F. Entrevista sobre a AMARC Mundial concedida a João Paulo Malerba em Santiago (Chile), em 30 de maio de 2015.

LADEIRA, T. Entrevista sobre a história do movimento de rádios livres e comunitárias concedida a João Paulo Malerba em outubro de 2015.

Notas

1. É essa a organização histórica também proposta por Cogo (1998), em duas vertentes, “Católica” (p. 58-62) e “Sindical” (p.63-66).
2. Isso se verifica ao varrermos um livro importante para a área, a compilação organizada por Festa e Lins (1986) que diagnostica o estado da arte da comunicação popular no “período compreendido entre 1968 e 1983” (p.5): fala-se em imprensa sindical (p. 80-99), vídeo (p. 164-170) e até oferece um guia para uma gráfica artesanal (p. 212-222); mas as raras menções à comunicação popular no rádio tratam – superficialmente – do caso das CEBs e nada mais.
3. A partir de nossa revisão bibliográfica e de entrevistas com pioneiros no movimento (ABREU, 2016; CARVALHO, 2016; LADEIRA, 2015), a primeira rádio livre sindical teria sido a Rádio Tereza, do Sindicato dos Bancários de São Paulo, criada em 1985. O *Manifesto* da rádio explica que a ideia surgira da cobertura que a Xilik fez da greve dos bancários de setembro de 1985, mas teria como base o serviço de alto-falantes móvel do Departamento Cultural do sindicato, desenvolvido entre 1981/82 (MACHADO et al., 1986, p. 123-124). Também o sistema de outorgas era um impeditivo real: por exemplo, de acordo com Moreira (1998), o Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, desde 1980, quando era dirigido por Lula, já “possuía equipamentos, instalações físicas e programação prontos para entrar no ar” (p. 107): o problema era a concessão, nunca liberada.
4. As principais experiências partiram da iniciativa de militantes partidários que já faziam parte do movimento de rádios livres e numa perspectiva eleitoral. Nas eleições de 1985, estudantes da Universidade de São Paulo colocaram no ar a rádio Se Ligue, Suplicy (MACHADO et al., 1986, p. 43). Em 1986, surge a Rádio Dengue, no bairro da Barra Funda, operada por militantes do Partido dos Trabalhadores, já com jornalismo na programação. Além delas, pipocaram aqui e acolá rádios engajadas nas disputas eleitorais. Ainda em 1986, o PT lançaria uma livre com fins eleitorais em Belo Horizonte e outra em Florianópolis, a Trimilic, uma, digamos, filial da Xilik (cf. MOREIRA, 1998, p. 97-98). A primeira livre

do Rio, a Frívola City se engaja na candidatura de Gabeira (pela coligação PT e Partido Verde) (NARAH, 1988, p. 178). Setores do PT chegaram a discutir a “possibilidade de se constituir uma rádio do partido” (MACHADO et al., 1986, p. 43), não concretizada.

5. Com o lema “saber, viver e lutar”, o MEB continua realizando ações de educação popular no Norte e Nordeste do Brasil (cf. www.meb.org.br). Um rico repositório de seus materiais históricos está disponível em <http://forumeja.org.br/book/export/html/1435>. Acesso em 4 de junho de 2016.

6. Disponível em <http://amarc.org/?q=node/5>. Acesso em 7 de julho de 2016.

Sustentabilidade na radiodifusão comunitária: desafios e possibilidades

Sustainability in community broadcasting: challenges and possibilities

Adilson Vaz Cabral Filho | Universidade Federal Fluminense (UFF)

Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid. Professor do Curso de Comunicação Social e dos Programas de Estudos Pós-graduados em Política Social e de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE – Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência. Email: acabral@comunicacao.pro.br.

Resumo

O tema da sustentação das rádios comunitárias emergiu com força no Brasil, desde a I Conferência Nacional de Comunicação, em 2009. A legislação em vigor, relacionada com as iniciativas de comunicação comunitária, restringe o financiamento e compromete vários projetos ou leva outros tantos às alternativas do amadorismo ou da desobediência civil. Este artigo analisa o tema a partir da legislação existente, dos impasses percebidos, do debate formulado e das saídas encontradas, partindo da pesquisa bibliográfica e documental relacionada ao tema. Compreende o setor da Comunicação Comunitária como integrante de um Sistema de Comunicação mais amplo, no qual são fundamentais a formulação de suas políticas e a compreensão do papel do Estado para fomentar e viabilizar suas práticas, diante da força dos meios comerciais no país, que continuamente deslegitimam e criminalizam sua existência.

Palavras-Chave: Comunicação Comunitária; Sustentabilidade; Políticas de Comunicação.

Abstract

The theme of community radio support has emerged strongly in Brazil since the First National Communication Conference in 2009. The current legislation, related to community communication initiatives, restricts funding and commits several projects or takes many to the alternatives of amateurism or civil disobedience. This article analyzes the theme from the existing legislation, the perceived impasses, the formulated debate and the possibilities found, starting from bibliographic and documental research related to the theme. It covers Community Communication sector as part of a broader Communication System, in which the formulation of its policies and the understanding of the State's role in fomenting and making feasible its practices are fundamental, given the strength of the country's commercial media, which continually de-legitimize and criminalize their existence.

Keywords: Community Communication; Sustainability; Communication Policies.

Financiamento restrito, sustentabilidade ameaçada

O tema do financiamento das rádios comunitárias emergiu com força no Brasil, desde a I Conferência Nacional de Comunicação, em 2009, envolvendo também outros atores, reunidos em torno das redes de blogueiros progressistas (ver <http://blogprog.com.br>) ou de iniciativas da chamada mídia livre¹. Tanto a necessidade da compreensão de formas distintas de viabilizar iniciativas de comunicação, como mais especificamente os critérios para implementar o financiamento público da mídia, mobilizaram rádios e TVs comunitárias ou blogs de iniciativa individual ou coletiva, interessados em empreender uma perspectiva contínua e mais ampla de atuação.

A legislação em vigor, relacionada com os canais comunitários de TV a cabo (1995), com as rádios comunitárias (1998) e, mais recentemente, com os canais da cidadania da TV digital (2006), restringe consideravelmente as possibilidades de financiamento das iniciativas de comunicação comunitária e compromete a continuidade de vários projetos relevantes ou leva outros tantos às alternativas do amadorismo ou da desobediência civil.

De um modo geral, limitam a inserção publicitária à figura do patrocínio na forma de apoio cultural, que restringe inserções mais relacionadas com o produto ou serviço anunciado e demanda conhecimento prévio dos espectadores a produtos, serviços e empresas veiculados. Trata-se de inviabilizar na prática uma forma de apoio financeiro à continuidade dessas emissoras, afetando a sustentabilidade de seus projetos junto à sociedade em geral. Embora haja modos de se esquivar dessas limitações, o entendimento dos que atuam no setor é de que cerceiam e asfixiam as possibilidades de atuação.

Algumas organizações e instituições sociais estão lidando com problemas relacionados a estes, envolvendo possíveis propostas de modo a influenciar governantes e organismos transnacionais como Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), União Europeia e Associação Mundial de Radiodifusão Comunitária (AMARC). Estas soluções levaram a diferentes perspectivas de regulamentação, tal como mostrado nos trabalhos de *Kern European Affairs* (2007) e Brock e Malerba (2013), relativos aos governos nacionais e ambientes de mídia instalados em cada país, colocando em evidência a necessidade de focar políticas nacionais e locais de iniciativas de comunicação comunitária.

O documento “*The state of community media in the European Union*”, elaborado em 2007 pela organização belga *Kern European Affairs*, por solicitação do Comitê de Cultura e Educação do Parlamento Europeu, se propôs a traçar um mapa das legislações europeias existentes no setor, estabelecendo diferentes níveis para mapear a incidência de democratização presente tanto na regulação como na participação dos ativistas midiáticos em cada país.

Desse modo, em linhas gerais, chegou-se a uma divisão de países da Comunidade Europeia em cinco níveis (2007, p. 11-18):

- países com setores de mídia comunitária bem ativos e regulações relativamente bem estabelecidas em relação à mídia comunitária: Holanda, Alemanha, França e Dinamarca;

- países que também contam com setores de mídia comunitária bem ativos, mas que tinham aprovado mudanças recentes na legislação e/ou nas políticas, trazendo considerável desenvolvimento futuro ao setor: Reino Unido, Irlanda, Hungria;

- países também com setores de mídia comunitária em alta atividade, mas graças ao reconhecimento legal a despeito da ausência de algum fundo público específico (ressalta o estudo que nesses países há uma grande identificação com a contribuição positiva da mídia comunitária e o setor se beneficia em vários apoios a projetos para causas sociais e da sociedade civil): Suécia, Itália, Espanha e Polônia;

- países com um setor de mídia comunitária de moderado a ativo, que existem a despeito da falta de um reconhecimento legislativo completo ou regulações relacionadas: Áustria, Portugal e Bélgica;

- países novos da Comunidade Europeia, nos quais somente uma limitada ação da mídia comunitária pode ser observada: Eslovênia, Tchecoslováquia, Romênia, Eslováquia, Finlândia, Grécia, Malta e Estônia.

O estudo ressalta, por fim, que não foram encontrados dados que indicassem conclusões significativas sobre a atividade nos seguintes países: Letônia, Chipre, Luxemburgo, Bulgária e Lituânia. Vale lembrar também que, tendo sido publicado em 2007, o estudo demandaria atualização constante, reconhecendo flutuações em relação aos indicadores analisados nos aspectos políticos, jurídicos e socioculturais dos países.

Alguns mapeamentos na análise comparativa das legislações a partir da perspectiva das iniciativas comunitárias de rádio e TV vêm sendo desenvolvidos, como o da mídia comunitária europeia, desenvolvido pelo Community Media Forum Europe (COMMUNITY, 2012) e o trabalho de João Paulo Malerba (2012), que vem sendo ampliado no âmbito da AMARC Brasil e América Latina, em perspectiva internacional. Estes autores apresentam um quadro comparativo entre os países, a partir de cinco categorias relacionadas exclusivamente às rádios comunitárias, a saber: definição legal, acesso ao espectro, potência e/ou alcance da transmissão, prazo de outorga e sustentabilidade (entendida, no âmbito da pesquisa realizada pelo autor, em sua dimensão puramente econômica, o que equivale ao sustento financeiro da rádio comunitária).

Esta pesquisa considera sustentabilidade com base no trabalho de Gumuncio-Dagron (2006), como uma perspectiva desejável à estrutura de projetos em conexão, que envolve políticas públicas, cidadania e desenvolvimento humano e social. Soluções e análises comuns que costumam focar somente os projetos, a despeito das políticas relacionadas às iniciativas, costumam cometer os mesmos erros, já que as políticas de comunicação não foram feitas para salvar os problemas das comunidades.

Por outro lado, as alternativas propostas por organizações sociais para futuras regulações revelam alguns conflitos sobre concepções e contribuições reais: um sistema de comunicação desejável, no qual as pessoas, organizadas em seus locais de atuação, possam ser gestoras de suas iniciativas de mídia comunitária, ou um forte setor público baseado na regulamentação estatal, mas

também no gerenciamento do orçamento e na definição de regras e perspectivas, conflitos estes manifestos em alguns documentos, relatórios e artigos de setores relacionados ao governo.

O livro do Coletivo Intervozes (2009), sobre os Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo, analisa experiências de 12 países e o caso brasileiro, partindo da ideia de que o sistema público se dá também a partir do estatal, na compreensão de uma maior disposição de oferecer a comunicação como serviço público no âmbito do Estado, que é importante, mas não esgota possibilidades de participação da sociedade.

Mais recentemente, o Projeto de Lei de Iniciativa Popular sobre o Marco Regulatório das Comunicações, iniciativa da Campanha Para Expressar a Liberdade, coordenada pelo FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, propõe a existência de um sistema de comunicação dividido em três setores: estatal, privado e público, conforme a Constituição Federal em vigor, sendo que o setor público teria apenas 50% de suas outorgas destinadas a iniciativas comunitárias (PROJETO, 2014)².

A compreensão desse setor não estatal e não comercial prescinde do adequado desenvolvimento dessas pesquisas, que permitam uma necessária interlocução junto aos movimentos sociais em geral e aos movimentos específicos de comunicação. Além destes, junto a organizações sociais e acadêmicas que contribuam para uma melhor formulação e reivindicação de políticas públicas que compreendam o papel da comunicação na afirmação do desenvolvimento humano e social. A literatura brasileira, ou mesmo a latinoamericana, ainda deve a realização de estudos semelhantes, que apontem avanços e limitações nas políticas e no desenvolvimento de iniciativas de comunicação comunitária na América Latina. A ausência de estudos comparativos que analisem as legislações nacionais se deve tanto à ênfase dada aos estudos relacionados aos meios de comunicação corporativos, que exercem grande influência no país, como ao privilégio a assuntos relacionados a aspectos sociais, culturais, de participação e cidadania, que predominam nas investigações acadêmicas desse setor, sem que diretamente se associe a dimensão político-regulatória às suas reflexões.

Este artigo³ se propõe a analisar o tema a partir da legislação existente, dos impasses percebidos, do debate formulado e das saídas encontradas, partindo da pesquisa bibliográfica e documental relacionada ao tema. Compreende a Comunicação Comunitária diante de um sistema de Comunicação mais amplo, no qual são fundamentais a formulação de suas políticas e a compreensão do Estado como responsável pelo fomento e viabilização de suas práticas, diante da força dos meios comerciais no país, que continuamente deslegitimam e criminalizam sua existência.

Modelos de sustentação e suas dificuldades cotidianas

Apesar de bastante questionados ou evitados no processo de definição de políticas públicas na área de comunicação comunitária, os modelos de sustentação para as iniciativas de comunicação comunitária são basicamente os seguintes:

1. fundos públicos ou editais de fomento, implementados por algum órgão de governo, incluindo aqui a publicidade governamental;
2. publicidade comercial, geralmente restrita à forma de patrocínio como apoio cultural ou compreendendo princípios sociais de vinculação, tais como negócios locais;
3. modos independentes e autônomos de fomento, pautados na mobilização de recursos próprios para gerar atividades socioculturais de levantamento de recursos, além de doações ou encaminhamento de projetos a fundações e agências públicas ou privadas que fomentam o terceiro setor (a radicalização desse último modelo não concebe tal possibilidade).

Tais modelos não são necessariamente incompatíveis. Por exemplo, a proposta do Fundo Nacional de Comunicação Pública existente no Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Campanha Para Expressar a Liberdade (ver PROJETO, 2014, art. 6) estabelece cinco fontes distintas para a receita que permita a sustentabilidade econômica dos meios comunitários. Cabe, no entanto, compreender modos pelos quais são implementadas essas formas de sustento, as dificuldades enfrentadas no cotidiano e analisar discursos em torno do tema mais geral da sustentação, concebendo uma possível combinação das três vertentes acima propostas.

Implementação a partir das políticas

Os modos de viabilização das iniciativas de comunicação comunitária sempre privilegiaram a combinação entre o modo autônomo de levantamento de recursos e a incorporação de anúncios locais, geralmente ligados a pequenos comércios, como uma extensão possível da mobilização da comunidade local na manutenção dos custos.

Ao longo dos anos 1990 é que a publicidade passa a ser questionada como prática: do lado das iniciativas comunitárias, pela compreensão de que, quanto mais se conta com verbas de comerciantes, mesmo que locais, para a manutenção de seus espaços de atuação, mais os conteúdos, programas e a gestão dos espaços se tornam atrelados à lógica, à ideologia e aos interesses diversos de seus investidores.

Do lado das emissoras comerciais, por sua vez, a crítica se dava pela ausência de distinção entre o artifício do uso da publicidade no âmbito comunitário e a compreensão de que se passava a ampliar a disputa por verbas de publicidade das empresas, além de se conceber as iniciativas não mais como comunitárias, mas sim como comerciais de âmbito local. Essa última crítica também é feita no caso das iniciativas comunitárias, que compreendem esse recurso como uma descaracterização do papel e da importância comunitária das iniciativas, que precisaria ser preservada.

A legislação brasileira também não estabelece a existência de nenhum tipo de fundo. No entanto, embora trabalhe com o conceito de patrocínio na forma de apoio cultural, define, numa normatização inicial (BRASIL, 2011), critérios para estabelecer o que se compreende por esse tipo de inserção. Trata-se de

forma de patrocínio limitada à divulgação de mensagens institucionais para pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico, em que não podem ser propagados bens, produtos, preços, condições de pagamento, ofertas, vantagens e serviços que, por si só, promovam a pessoa jurídica patrocinadora, sendo permitida a veiculação do nome, endereços físico e eletrônico e telefone do patrocinador situado na área de execução do serviço.

Além dessa, o artigo 106 da Portaria 4334/2015 concebe um uso que norteia a ação da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e da Polícia Federal na fiscalização das rádios comunitárias, mas que vem desagradando a radiodifusores comerciais, que ameaçaram inclusive questionar a constitucionalidade da proposta. Diz o artigo:

Art. 106. A entidade autorizada poderá veicular mensagem institucional de patrocinador domiciliado na área de comunidade atendida que colaborar na forma de apoio cultural, vedada a transmissão de propaganda ou publicidade comercial a qualquer título.

Parágrafo único. Para fins do Serviço de Radiodifusão Comunitária, configura propaganda ou publicidade comercial a divulgação de preços e condições de pagamento.

A publicidade próxima da localidade se afirmou pela ausência do papel fomentador por parte do Estado. Do lado das iniciativas comunitárias, a percepção, por parte das emissoras, de que a repressão, no tempo de transição democrática nos anos 1980 e, posteriormente, a estigmatização, pela deslegitimação e pelo asfixiamento jurídico e econômico, levaram os responsáveis à busca de formas diferenciadas de garantir a viabilidade cotidiana das iniciativas que bravamente resistiram.

Há, no entanto, a compreensão de que, mesmo no nível local, o abandono dessas práticas permitiria uma liberdade e uma espontaneidade maiores, relacionadas à independência e à autonomia que as emissoras se propunham a afirmar junto as suas respectivas comunidades. Esse discurso é, inclusive, o que predomina em muitas iniciativas comunitárias nos Estados Unidos, conforme especialistas da área tais como John Downing, Dee Dee Halleck e outros. No Brasil e em muitos países da América Latina, prevaleceu esse modelo enquanto havia uma vinculação com movimentos populares, até os anos 1980, mas logo na década seguinte foram buscadas condições de viabilizar as emissoras e a acolhida de publicidade local passou a ser uma realidade possível, com a qual os meios comunitários passaram a lidar.

Por parte das empresas de radiodifusão e suas associações corporativas, deseja-se apenas a garantia de que o bolo publicitário, a saber, a verba dos anunciantes através da publicidade e do merchandising que viabilizam seu modelo de negócio, não venha a se dividir ainda mais, em tempos de multiplicidade de oferta. A ameaça dos radiodifusores comunitários em seus negócios no âmbito local, por si só, já aciona um alerta pela preservação e continuidade de suas políticas e negócios derivados. No entanto, o modelo de negócios trazido por operadores de telefonia e empresas de Internet, com base em valores pequenos de grandes quantidades de

serviços oriundos dos próprios consumidores, já está descaracterizando a própria manutenção do poder econômico dos radiodifusores tradicionais, a despeito de um poder político ainda consolidado, mas também ameaçado.

Por sua vez, a compreensão dos radiodifusores comunitários brasileiros em relação aos investimentos publicitários vem mudando ao longo dos anos. Na linhagem da tradição socialista, popular e contra-hegemônica dos anos 1960 e 70, os movimentos sociais e populares e suas iniciativas culturais e comunicacionais reivindicavam em torno de si e da afirmação de suas práticas alternativas, modos autônomos e independentes para viabilizar a autossustentabilidade. Nesse contexto, a publicidade comercial no âmbito local sempre foi vista como descaracterização de suas atividades e relacionada a um possível atrelamento à lógica de mercado de um modo geral e de seus mantenedores de um modo particular. Em relação ao suporte financeiro oriundo de governos, algo semelhante, na medida do atrelamento à afirmação de políticas e a um tipo de cooptação com a qual evitavam se identificar.

No entanto, a recorrente descontinuidade dessas iniciativas levou à necessidade de práticas de sustentação que passaram a compreender a publicidade local, levando, por um lado, à transfiguração já identificada como ameaça por parte das iniciativas comunitárias e de movimentos organizados à época, mas por outro à capacidade de mobilização de um setor sempre descaracterizado, mas potencialmente envolvido nas próprias práticas comunitárias, que são os comerciantes locais.

O Estado se omite de se afirmar como poder público, inviabilizando formas de apoio através de iniciativas próprias, mantendo-se alheio aos interesses da sociedade. Ao mesmo tempo, a manutenção de meios privados por parte de governos, seja pela via direta de financiamentos e doações ou indiretamente, através de sua verba de publicidade governamental, precisa ser questionada por ativistas e o vem sendo no Brasil, na compreensão de que se trata de um modo objetivo de afirmação do caráter público por parte do governo na implementação de suas políticas (ver LIMA, 2013).

As críticas com base nos modelos de obtenção de verba estatal ou privada levam a um modelo mais comum nas iniciativas norte-americanas, que se pautam pela mobilização por doações, pela venda de assinaturas ou produtos diversos, materiais relacionados a conteúdos produzidos ou distribuídos, que caracterizam uma determinada iniciativa, dentre outros modelos. De um modo geral, não esgotam a capacidade de um olhar crítico diante dessas práticas, na medida em que não se desvinculam de uma lógica mercantil de gestão e criação de valor de marca, de evangelização de suas iniciativas, produtos, conteúdos e conceitos, trabalhados através de estratégias transmidiáticas de viés popular, em relação às quais a máxima “rebelar-se vende” já originou uma reflexão bastante consistente e preocupante (HEATH e POTTER, 2004).

Apesar de ser possivelmente legítimo e bem intencionado, o discurso independente e autônomo não se viabiliza plenamente, justo porque a inserção dessas práticas na sociedade capitalista as remete à necessidade de incorporação de dinâmicas de diferenciação de conteúdos. É mais saudável e estratégico compreender possibilidades dentro da lógica de que rendimento é diferente

de lucro, de que iniciativas não podem ser nem empresas locais ao ponto de se descolarem de suas práticas comunitárias, nem debilitadas ao ponto de não garantirem continuidade de suas atuações cotidianas.

Publicidade pública, social e comunitária

Se o debate geral pela compreensão do sistema relacionado à atividade comunicacional se dá pela definição de três setores, sendo estes o estatal, o privado e um outro distinto – de característica não estatal nem privada, mas cujas definições são ou podem ser trabalhadas no âmbito das regulamentações de cada país – caberia também compreender, por extensão, a definição sobre três formas de viabilização publicitária, sendo a estatal/governamental, a privada/comercial e a pública/sem ânimos de lucro.

A partir dessas diferenças conceituais no âmbito legal, também se faz necessário diferenciar alguns conceitos relacionados a essa outra publicidade não estatal ou não comercial, bem como suas implicações, a saber: (1) as diferenças estabelecidas entre sustentabilidade e sustento na viabilidade de suas práticas; (2) a própria necessidade de afirmar o papel do Estado na regulamentação, na regulação e na implementação de políticas que viabilizem essas iniciativas e (3) o entendimento das lógicas pública, social e comunitária no cotidiano das iniciativas comunitárias de comunicação.

O sustento de uma determinada iniciativa diz respeito a sua própria viabilidade financeira, identificada através dos recursos que entram por diversas vias, a despeito de seus gastos necessários para viabilização da programação, da transmissão de sinal, manutenção e aquisição de equipamentos, além do pagamento de profissionais para o desempenho de atividades necessárias a sua existência.

A sustentabilidade incorpora e contextualiza o sustento no ambiente no qual a iniciativa se encontra e, portanto, não diz respeito pura e simplesmente à dimensão financeira, mas à capacitação técnica, política e comunicacional dos integrantes da iniciativa; à mobilização da sociedade e à articulação de coletivos organizados na sua área de atuação; a compreensão específica de abordagens temáticas na programação das iniciativas e na inserção política das iniciativas junto à população local e à sociedade em geral. Desse modo (cf. GUMUNCIO-DAGRON, 2006, p. 109-114), a sustentabilidade consiste num tripé que envolve as dimensões financeira, mas também social e institucional.

Portanto, a formulação de uma política pública, desde a perspectiva mais ampla da sustentabilidade, permite compreender a necessidade de construção de uma rede de mobilizações para além de um movimento autorreferente de comunicação. Incorpora movimentos sociais distintos, que têm na comunicação em geral e nos meios em particular uma rede mais ampla de sustentação que contribuam, através de uma atuação adequada dessas iniciativas, para o fortalecimento do desenvolvimento local pela afirmação da cidadania de sua população.

Ao longo dos anos 2000, o debate sobre a viabilidade das iniciativas comunitárias de comunicação por parte do governo tomou consideravelmente outro corpo e outro viés. O que era criticado na lógica das emissoras

comunitárias passa a ser reivindicado numa lógica de compreensão da importância de critérios políticos, sociais e culturais para o desenvolvimento de inserções publicitárias na programação.

A ação do governo como uma empresa na sua lógica de programação de publicidade também motiva o uso de critérios públicos na distribuição dessa verba, compreendendo aí uma parcela maior de verba governamental para inserção de conteúdos de ações dos governos. No entanto, embora a prática venha até sendo aprimorada, a realidade ainda demanda regulamentação que estabeleça diretrizes de orientação de Estado e não seja relacionada aos governos de ocasião.

O mesmo se aplica à elaboração de fundos e editais de fomento específico, a partir dos quais podem se incorporar diversos órgãos e setores governamentais, através de dotações orçamentárias ou editais específicos, motivando demandas adequadas de produção e circulação de conteúdo, como já vem fazendo o Ministério da Cultura brasileiro em áreas como audiovisual e até jogos eletrônicos.

Essa necessária reorientação pode levar à identificação de contribuições das iniciativas comunitárias para o desenvolvimento local e a afirmação de políticas públicas sociais. Os países latino-americanos buscam transformar suas legislações no reconhecimento da importância desse setor, partindo dessa compreensão e promovendo uma verdadeira reorganização da construção identitária das iniciativas em relação a governantes e parlamentares em particular e à sociedade em geral, em articulação com a academia e os movimentos sociais em cada contexto.

Cabe, portanto, às iniciativas comunitárias de comunicação e suas associações constitutivas, investir no desenvolvimento de competências para a formulação de políticas públicas e sua implementação. Além de áreas de Comunicação, Educação e de Cultura, mais próximas das diversas iniciativas, especialistas em Ciências Sociais e Políticas, que compreendam as dinâmicas dos movimentos e organizações sociais na articulação para o fortalecimento e a legitimação de suas atividades. Além disso, especialistas em Direito, Engenharia de Telecomunicações e Informática, que compreendam novas dinâmicas relacionadas às recentes transformações tecnológicas e seus modos de implementação na letra da regulamentação e no cotidiano da regulação.

Parece imprescindível nesse contexto compreender as diferenças entre publicidade pública, social e comunitária. Publicidade pública diz respeito, no contexto brasileiro, à delimitação de diferenças entre o que se estabelece em relação aos sistemas estatal e privado, explicitados no artigo 223 da Constituição Federal brasileira. Publicidade social diz respeito à afirmação de critérios para a prática da publicidade pautada por critérios sociais, que envolve diversas abordagens relacionadas geralmente a temáticas (alimentos, bebidas, remédios; mundo do trabalho, esportes etc.) e representações sociais (mulheres, negros, idosos, pessoas com deficiência etc.). Por fim, a publicidade comunitária diz respeito à apropriação dos processos de produção publicitários no âmbito da comunidade e pela própria comunidade, mesmo que assessorada por especialistas da área ou em interlocução com estes.

Essas diferenças dizem respeito não só à manifestação explícita nos processos regulatórios, mas também ao desenvolvimento de práticas que compreendam, por exemplo, a afirmação da sustentabilidade para as iniciativas comunitárias de comunicação diante das próprias adversidades encontradas na regulamentação em vigor. Assim, compreende-se como uma área com bastante espaço para ser mais bem explorada no âmbito social e acadêmico, bem como na delimitação de políticas públicas que as assimilem sem que descontextualizem o caráter comunitário e público das iniciativas de rádio e TV.

Definição de princípios e consensos possíveis

Apesar de relativamente simples em sua elaboração, ainda mais diante do barateamento de tecnologias de produção e transmissão, a radiodifusão comunitária vem sendo preterida em relação a iniciativas relacionadas à utilização da web para a veiculação dos mais diversos conteúdos. As iniciativas comunitárias de radiodifusão, por sua vez, são relacionadas diretamente com o engajamento das pessoas de uma determinada localidade ou da articulação em torno de determinadas temáticas afins. Se há mobilização comum para o enfrentamento de questões diversas e também para a compreensão da necessidade do uso de estratégias de comunicação, a mobilização pela sustentabilidade dessas iniciativas deveria ser uma decorrência natural. O investimento ainda existente nas iniciativas de rádio e TV comunitária é um indício da necessidade dessas práticas comunicacionais no âmbito de diversos agrupamentos em bairros ou afinidades diversas.

Há um voluntariado considerável se mobilizando em atividades semelhantes, mas não sustenta iniciativas que demandam infraestrutura e constante vinculação com comunidade local, envolvendo-a em processos contínuos e amplos de capacitação. Além disso, estas dinâmicas não podem ser consideradas como semelhantes ou representadas por iniciativas locais de caráter privado-comercial ou público-estatal, por mais que abram espaços para a participação da população (e isso precisariam inevitavelmente fazer, mas trata-se de outro tema). Aqui se trata de afirmar uma lógica de apropriação social – coletiva, conjunta – das tecnologias de informação e comunicação, voltada para uma produção própria, veiculada num espaço a ser ocupado no que diz respeito à conscientização da população para o desenvolvimento social.

Nesse sentido, a reflexão sobre a sustentabilidade se torna fundamental para resgatar a mobilização para a implementação e a continuidade dessas iniciativas: na medida em que se compreende sua importância na formulação de políticas públicas, seja em relação ao Estado, seja na mobilização da sociedade, para que sejam formuladas e demandadas políticas e iniciativas que as viabilizem.

É possível pensar em modos de atuação que mantenham o caráter comunitário das iniciativas, a partir dos desafios colocados para movimentos e organizações sociais. A mobilização pela publicidade de empreendedores locais, através de conteúdos relacionados a seus produtos e seus ofícios, é estimulada por diversas iniciativas de rádio comunitária no país. A mobilização de sócios e voluntários em

diversas áreas, que permitem a manutenção da infraestrutura e da programação das emissoras, ou a manutenção de contribuições mensais voluntárias de seus usuários são estratégias que precisam ser compreendidas na mesma lógica de contribuição para o sustento das emissoras.

O que é bem diferente da mercantilização de espaços de veiculação de conteúdos, que estão sendo oferecidos a produtores audiovisuais em alguns canais comunitários brasileiros, para que sejam veiculados seus programas. Essa é uma das práticas possíveis de instalação de verdadeiras empresas locais no setor, além de outras práticas como a comercialização de anúncios sem qualquer critério social ou comunitário ou a própria configuração do canal comunitário em torno de uma empresa privada, quando não a própria operadora, que gerencia a programação do canal em torno de seus interesses particulares.

A ausência de possíveis interações entre Estado e sociedade na viabilização de iniciativas de comunicação comunitária, no que diz respeito à sustentabilidade, é o que permite tanto a existência desse cenário, como leva a compreensão de que o espectro radioelétrico demanda muitos esforços para uma mobilização sem retorno, apesar de até haver um reconhecimento sobre sua importância.

Há uma necessidade cada vez mais presente em enfocar a questão da sustentabilidade pela assimilação de aspectos da diversidade cultural nos meios relacionados à linguagem das emissoras e sua programação, aos conteúdos propriamente ditos que são trabalhados e às participações profissionais na viabilização da emissora, numa construção de sentido mais recente, relacionada à participação e à apropriação dessas iniciativas, incorporando sentidos mais amplos de inclusão de pessoas de diferentes origens e realidades.

É preciso compreender também as iniciativas comunitárias como espaços de construção política coletiva, na diversidade de expressões e ideias de seus integrantes, mas numa dinâmica de participação e apropriação mais ampla de conhecimentos envolvidos em sua viabilização. Nesse sentido, o amplo engajamento empreendido por parte dessas iniciativas resulta num contraponto à compreensão mercadológica de audiência, recorrente nos debates dos meios públicos e estatais nos diversos países, mas cuja qualidade, a ser perseguida numa dinâmica comunitária, permite estabelecer uma radical importância do papel comunicacional e também político dessas iniciativas comunitárias.

Conclusão

Buscou-se aqui compreender a existência e a pertinência de um outro setor, não estatal e não mercantil, como relacionado à dinâmica de apropriação social das TICs, de engajamento da sociedade organizada em grupos, organizações e movimentos na realização de dinâmicas de comunicação adequadas as suas reivindicações. Tal como manifesto em algumas leis do setor, além de documentos de organizações sociais como a AMARC e multilaterais, como a UNESCO ou o Parlamento Europeu, compreende uma forma diferente de organização

associativa, a partir de uma determinada parcela da sociedade, mas dotada de princípios e atribuições que a tornam equivalentes a instituições públicas.

O desafio dos setores que lutam por transformação social consiste na capacidade de se fortalecerem em torno de uma plataforma comum de atuação. Tanto quanto numa atuação política mais ampla, cabe aos ativistas de comunicação trabalhar em torno de uma transposição de conflitos, em prol da compreensão da diversidade de iniciativas e modos de atuação, que busque garantir parâmetros mínimos de compreensão mútua numa luta comum, em detrimento da adoção de padrões específicos de atuação relacionados a determinados enquadramentos, que envolvam os modos de gestão, a composição das programações e as referências de produção na lida cotidiana desses canais.

A partir daí, que se busquem construir e afirmar discursos de legitimação de suas práticas, enfatizando contribuições para o desenvolvimento local na área da atuação e para a sociedade em geral na implementação de políticas públicas gerais, afirmando o papel da comunicação como fundamental nos diversos processos.

Referências

1ª CONFERÊNCIA Nacional de Comunicação (2010). Publicada em 20/12/2009. Disponível em <http://www.fndc.org.br/download/resolucoes-i-confecom/documentos/528925/arquivo/relatorio-aprovada-completo.pdf>. Acesso em 20/1/2014.

AMARC. Asociación Mundial de Radios Comunitarias. *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Publicada em 2010. Consultada em 23/8/2012. Disponível em http://legislaciones.amarc.org/40Principios/40_Principios_diversidad_pluralismo_libro.pdf.

BRASIL. *Portaria 462/2011*. Publicada em 14/10/2011. Disponível em <http://legislacao.anatel.gov.br/normas-do-mc/125-portaria-462>. Acesso em 2/1/2013.

BROCK, Nils e MALERBA, João Paulo. Um ar mais livre? Uma breve abordagem comparativa da situação legal das rádios comunitárias na Europa e América do Sul. *IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã 2013*. http://amarcbrasil.org/wp-content/uploads/2013/08/UmArMaisLivre_VersaoMidiaCidada.pdf.

CABRAL FILHO, A. V. A formulação de políticas no setor de rádios comunitárias no Brasil: por um modelo que compreenda o desenvolvimento humano e social. *Redes.com*, n. 6, v. 17, Sevilha, Espanha, 2011. Disponível em <http://www.revista-redes.com/index.php/revista-redes/article/view/168/175>. Acesso em 22/12/2012.

_____. Nem privado nem estatal: a ideia de público como um sistema de comunicação. *Revista E-Compós*. Brasília, v. 15, n. 1, jan./abr. 2012. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/668/572>. Consultada em 29/8/2012.

_____; CABRAL, Eula Dantas Taveira (2011). Mídia da sociedade civil, direitos à comunicação e a transição para o digital no Brasil: estabelecendo uma estrutura analítica para uma perspectiva comparada internacional. *Revista Brasileira de Políticas da Comunicação*, v. 1, p. 1-14, 2011. Disponível em <http://www.rbpc.lapcom.unb.br/pdf/RBPC-1-1.pdf>. Consultada em 29/8/2012.

COMMUNITY Radio/Television Stations in Europe – January 2012. Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hzhZ6Fs0qO1mOCPF5Ef5ftWkM9zkW3ENvFV2sjdkZDw/pub?single=true&gid=0&output=html>. Publicado em 31/1/2012. Acesso em 6/6/2017.

GUMUNCIO-DAGRON, Alfonso. Sustentabilidad de los CMC. Parte 1. In: HUGHES, Stella; EASHWAR, Sucharita; JENNINGS, Venus Easwaran. *Cómo comenzar y continuar: una guía para los Centros Multimedia Comunitarios*. Uruguay, UNESCO, 2006. Disponível em https://www.academia.edu/1365166/Sustentabilidad_de_los_CMC.

HEATH, Joseph; POTTER, Andrew. *Rebelarse vende: el negocio de la contracultura*. Colômbia, Santillana, 2004.

INTERVOZES, Coletivo (2009). *Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Ed. Paulus, 2009.

KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA). *The state of community media in the European Union*. Bruxelas: Parlamento Europeu, 2007.

LIMA, Venício. Por que o governo deve apoiar a mídia alternativa. *Observatório da Imprensa*. Publicado em 15/1/2013. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed729_por_que_o_governo_deve_apoiar_a_midia_alternativa. Acesso em 6/6/2017.

MALERBA, João Paulo. Panorama da situação legal na América Sul. *Observatório da Imprensa*. Publicado em 17/9/2012. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed712_panorama_da_situacao_legal_na_america_sul. Acesso em 15/1/2012.

PRADO, E.; DE MORAGAS, M. *Televisiones locales: tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1991.

PROJETO de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica. Disponível em http://www.paraexpressarliberdade.org.br/arquivos-nocms/plip_versao_final.pdf. Acesso em 11/2/2014.

SÁEZ BAEZA, Chiara. *Tercer sector de la comunicación, Teoría y praxis de la televisión alternativa*. Tese de doutorado, 2008. Disponível em http://www.alterinfos.org/IMG/pdf/Chiara_Saez_Baeza_TESIS_Tercer_sector_de_la_comunicacion_Teoria_y_praxis_de_la_television_alternativa.pdf. Acesso em 14/7/2011.

Notas

1. Ver <http://intervozes.org.br/carta-mundial-da-midia-livre/>.
2. Art 5, § 1o - Pelo menos 33% dos canais ou capacidade de espectro destinados à televisão terrestre e rádio serão reservados ao sistema público, sendo pelo menos 50% deles para os serviços prestados por entes de caráter associativo-comunitário.
3. O artigo é derivado de um estágio pós-doutoral de agosto de 2012 a janeiro de 2013, na Universidade Carlos III de Madri (UC3M), Espanha e conta com o suporte da Fundação para o Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ, no programa Jovem Cientista do Nosso Estado).

Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina

Regression. The new community media policies in Argentina

Verónica Longo | Universidad Nacional de San Luis (UNSL)

Docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Humanas, en la Universidad Nacional de San Luis. Es licenciada en Comunicación Social y magíster en Dirección de Comunicaciones Institucionales.
Email: vblongo@hotmail.com

María Soledad Segura | Universidad Nacional de Córdoba

Doctora en Ciencias Sociales, magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea. Docente de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) e investigadora asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet).
Email: maria.soledad.segura@gmail.com.

Emilia Villagra | Universidad Nacional de Salta

Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta y becaria interna doctoral de Conicet.
Email: emi_villagra_02@hotmail.com

Ana Laura Hidalgo | Universidad Nacional de San Luis (UNSL)

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), especialista en Gestión Social por la Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO). Becaria doctoral de Conicet.
Email: hidalgo.analaura@gmail.com.

Natalia Traversaro | Universidad Nacional de Córdoba

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba, diplomada en Estudios Avanzados y doctora en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Complutense de Madrid.
Email: nataliatraversaro@gmail.com.

Alejandro Linares | Universidad Nacional de San Luis

Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Maestrando en Comunicación y Cultura en la misma institución. Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) en el Instituto de Estudios sobre América Latina y el Caribe (IEALC) de la UBA.
Email: linaresale@hotmail.com.

Larisa Kejval | Universidad de Buenos Aires (UBA)
Licenciada en Ciencias de la Comunicación y magíster en
Comunicación y Cultura por la Universidad de Buenos Aires.
Email: larisakej@yahoo.com.ar.

Natalia Vinelli | Universidad de Buenos Aires (UBA)
Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Buenos Aires (UBA).
Especialista en Planificación y Gestión de la Actividad Periodística y magíster en
Periodismo, ambos por la UBA. Doctoranda en Ciencias Sociales (FCSoc UBA).
Email: nataliaprensa@yahoo.com.ar.

Resumen

Nuestra hipótesis es la siguiente: históricamente, las políticas públicas de comunicación ayudaron a construir una posición de desventaja en términos de sostenibilidad económica de los medios comunitarios, populares y alternativos de Argentina, con respecto a los medios de propiedad privada con fines de lucro y a los estatales. Después de una breve etapa entre 2009 y 2015 en la que las políticas dirigidas al sector no lucrativo se orientaron – con sus demoras y problemas – a su legalización y fomento, las políticas del gobierno actual, aunque no modificaron el marco legal, restauran las persecuciones a las radios en situación de ilegalidad forzosa.

Palabras Claves: medios comunitarios; políticas de comunicación; desigualdad; regresión.

Abstract

Our hypothesis is as follows: historically, public communication policies helped to construct a disadvantageous position in terms of economic sustainability of the popular, alternative, and community media of Argentina, with respect to private for profit media and to state media. After a brief period between 2009 and 2015 in which policies aimed at the non-profit sector were oriented, with their delays and problems, to their legalization and promotion, the policies of the current government, although they did not modify the legal framework, restore the persecutions against these radios in situation of forced illegality.

Keywords: Community media; communication policies; inequality; regression.

Introducción

El artículo analiza en qué medida las políticas públicas de comunicación contribuyeron a construir la posición de profunda desventaja en términos de sostenibilidad económica de los medios comunitarios, populares y alternativos de Argentina con respecto a los medios de propiedad privada con fines de lucro y a los de propiedad estatal.

Asumimos los procesos de formulación de las políticas públicas como procesos conflictivos en los que se ponen en juego intereses ligados a posiciones desiguales de jerarquía y poder de diversos actores sociales e institucionales con distintos recursos a su disposición. Por lo tanto, este análisis desafía la visión de las políticas públicas definidas exclusivamente por las élites políticas y económicas. En consecuencia, actores aparentemente débiles podrían llegar a tener cierta capacidad de influencia en esos procesos, como resultado de sus demandas al Estado. Este enfoque pone de relieve también que las políticas públicas no son totalmente formuladas en el Estado, sino que reconoce las relaciones entre actores estatales, comerciales y sociales (SEGURA Y WAISBORD, 2016).

Entre 2009 y 2015 las políticas dirigidas al sector de medios sin fines de lucro se orientaron – con sus demoras y problemas – a su legalización y fomento. Las políticas del gobierno actual, restauran las persecuciones a las radios en situación de ilegalidad forzosa, aun sin modificar el marco legal.

En primer lugar, se argumenta por qué es necesario que el Estado promueva estas emisoras. Posteriormente, se repasan las políticas dirigidas a ellas y, en tercer lugar, se comparan con las orientadas a medios comerciales y estatales. Finalmente, se concluye que la actual gestión del gobierno argentino restaura las políticas que privilegian a las grandes empresas audiovisuales y de telecomunicaciones en desmedro de las radios y televisoras del sector social.

La relevancia de las radios y televisoras comunitarias

A mediados de la década de 1980 surgieron conjuntos de emisoras que no es posible comprender desde la lógica del capital. En Argentina, como en la mayoría de los países del Cono Sur, las radios y televisoras comunitarias, populares y alternativas emergieron en el contexto de recuperación democrática luego de la más cruenta dictadura cívico-militar de nuestra historia. Durante la transición democrática, múltiples movimientos populares – de derechos humanos, género, pueblos originarios, ambientalistas etc. – se reagruparon. En ese marco, numerosas propuestas de comunicación acompañaron las demandas de estas organizaciones al tiempo que plantearon, desde la ilegalidad, la disputa por el reconocimiento de derechos comunicacionales. Así lo demuestran diversas investigaciones realizadas en el país (ver, entre otras, GERBALDO, 2011).

Entonces y hasta 2009, la radiodifusión estuvo regulada por la Ley 22.285 de Radiodifusión establecida por la Junta Militar en 1980, que vedaba la posibilidad de las organizaciones sin fines de lucro de ser licenciatarias de servicios de comunicación audiovisual.

Las emisoras “comunitarias”, “populares” y “alternativas” – calificativos con los que ellas y sus redes nacionales e internacionales se identifican (KEJVAL, 2013) – ponen en cuestión al lucro como orientador de las prácticas comunicacionales. Además, todas tienen como horizonte explícito la transformación de relaciones sociales de desigualdad.

El antagonismo respecto del sistema de medios hegemónicos resultó constitutivo de la identidad política de estos medios. Cuestionaron las políticas de comunicación de los sucesivos gobiernos nacionales por posibilitar los procesos de centralización de capital, concentración y transnacionalización del sistema mediático (KEJVAL, 2013).

En este contexto, la sanción de una nueva ley de radiodifusión que las incluyera como actores con plenos derechos fue una de las principales demandas durante más de 25 años de las emisoras argentinas. Las asociaciones de radios comunitarias han sido protagonistas de esta lucha al convocar a otras organizaciones sociales a conformar la Coalición por una Radiodifusión Democrática, alianza que propuso los 21 Puntos por una Radiodifusión para la Democracia, en base a los cuales se formuló el proyecto de la después sancionada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) (SEGURA, 2011).

Numerosos organismos intergubernamentales destacan que los medios sin fines de lucro son centrales para garantizar el derecho a la comunicación en sociedades democráticas en un doble sentido. Por un lado, su presencia contribuye a configurar sistemas de medios más plurales y diversos, dado que se multiplican los sectores que participan de él. Por otro lado, constituyen escenarios de participación ciudadana que permiten la intervención de sujetos, temas y perspectivas que no suelen tener cabida en los medios privados-comerciales ni estatales. Por estas razones, exigen el reconocimiento legal de las emisoras no lucrativas en la sociedad (ver, por ejemplo, ONU, OEA, OSCE y CADHP, 2007; Comisión de Cultura y Educación del Parlamento Europeo, 2008; y OEA, 2010).

Según estos consensos internacionales, la libertad de expresión en un sentido amplio es indispensable para el desarrollo de una sociedad democrática, diversa y plural. Los medios de comunicación desempeñan una función social indispensable para la ampliación de perspectivas en el espacio público. Sin embargo, la creciente concentración de la propiedad de las empresas de medios y la mercantilización de la información pone de relieve que la cantidad de opciones mediáticas no siempre redundan en diversidad y pluralidad. Así, los medios sin fines de lucro se constituyen en garantes del ejercicio de la libertad de expresión.

Estos documentos consideran fundamental la intervención del Estado para garantizar el derecho humano a la comunicación. En particular, sostienen la necesidad de que los Estados reconozcan legalmente a los medios del tercer sector, que contemplen reservas de espectro para ellos y condiciones equitativas de acceso a las licencias con respecto a los medios estatales y privados comerciales

Políticas dirigidas a medios comunitarios, alternativos y populares

En este apartado se revisa la historia de las políticas de radiodifusión dirigidas a medios comunitarios en Argentina desde 1980 en adelante. La formulación de políticas de comunicación en Argentina ha sido históricamente, desde los inicios de la radiodifusión, protagonizada por las elites políticas a cargo de los gobiernos y las elites económicas que controlaban las empresas de medios, en detrimento de los intereses ciudadanos (SEGURA y WAISBORD, 2016). En esta sección se evidencia que, en consecuencia, el sector no lucrativo ha sido el menos favorecido de la radiodifusión y estuvo signado siempre – excepto por escasos 10 años – por prohibiciones, discriminación y restricciones, que ahora se restauran.

Ilegalidad (1980-2009)

La Ley de Radiodifusión 22.285 y sus sucesivas modificatorias, que ordenaron las comunicaciones audiovisuales en Argentina desde 1980 y hasta 2009, establecían la prohibición de prestar servicios de comunicación audiovisual al sector privado sin fines de lucro. Esta inhabilitación legal se mantuvo hasta 2005.

Con la recuperación del régimen constitucional de gobierno en 1983, el ex presidente Raúl R. Alfonsín suspendió la aplicación del Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA) que la Junta Militar había aprobado en 1981 para implementar los concursos para la adjudicación de frecuencias de radiodifusión. Por la ausencia de un plan técnico que permitiera licitar o asignar nuevas licencias, junto con el abandono del proyecto de nueva ley de radiodifusión de la democracia, durante las décadas de 1980 y 1990 se establecieron en todo el país miles de radios sin licencia; entre ellas, las comunitarias. Estas, quedaron confinadas a una ilegalidad generalmente tolerada por los organismos de control – aunque a veces fueron reprimidas – y sin control de las interferencias producidas a sus señales por otras emisoras.

En 1989, la Ley 23.696 de Reforma del Estado dictada durante la presidencia de Carlos S. Menem, facultaba al Poder Ejecutivo Nacional, hasta tanto se dictara una nueva ley de radiodifusión, para “adoptar las medidas necesarias” para regular el funcionamiento de “aquellos medios que no se encuentren encuadrados en las disposiciones vigentes hasta el momento de la sanción de esta ley de emergencia”, lo que incluía a los medios comunitarios. Luego, por decreto 1357/89, se abrió un registro para las emisoras que estuvieran en el aire con fecha anterior al día de sanción de la ley (agosto de 1989), y se les entregó un permiso provisorio para poder emitir hasta tanto se abrieran nuevos concursos. Esta maniobra tuvo algunas consecuencias: primero, las radios se dividieron entre las ahora “provisorias” y las “clandestinas” (Ley 22.285); segundo, se logró el control sobre las emisoras, que para obtener el permiso debían “ficharse” en el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER); y tercero, generó mayor confusión, puesto que los permisos caducaban el día del llamado a concurso, que se realizaría bajo las mismas

condiciones restrictivas de la 22.285. No obstante, debido a una serie de irregularidades, el concurso finalmente no se llevó adelante. Frente a esto, las emisoras comunitarias se presentaron ante la justicia y lograron resoluciones favorables a sus pedidos de amparo, aunque no pudieron salir de la precariedad legal (VINELLI, 2014).

Las televisoras sin fines de lucro corrieron peor suerte. Si bien el decreto 1.357/89 preveía registrar en una segunda etapa a la TV, la inscripción para estas últimas nunca se abrió. Salvo unos pocos amparos, no hubo permisos precarios para los canales barriales. Según los periódicos de la época, frente a los pronunciamientos de la Asociación de Teledifusores Argentinos (ATA), el Estado respondía con el allanamiento y la clausura de las emisoras comunitarias (VINELLI, 2014).

Legalización (2009-2015)

En 2003, dos fallos históricos de la Corte Suprema de Justicia de la Nación declararon la inconstitucionalidad del artículo 45 de la Ley 22.285 que impedía a los medios no lucrativos prestar servicios de radiodifusión. En 2005, durante la presidencia de Néstor C. Kirchner, el Congreso, por Ley 26.053, sustituyó este artículo y permitió que personas jurídicas sin fines de lucro sean titulares de licencias de radiodifusión.

Desde entonces, se registraron algunos avances en reconocimiento legal. El COMFER otorgó la primera licencia a una radio indígena en el país en 2005. En 2006, reconoció y autorizó a funcionar – aunque sin licencia – a 126 radios pertenecientes a organizaciones sin fines de lucro que ya estaban en actividad (Res. 753). En 2007, otorgó la licencia a la Radio de las Madres de Plaza de Mayo y a Radio Encuentro.

En 2009, durante la presidencia de Cristina Fernández, el Congreso sancionó la LSCA n° 26.522. La ley establece: “la explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro”. A estos últimos, les reserva el 33% del espectro radioeléctrico, no le impone restricciones de alcance ni financiamiento, establece un fondo de fomento del 10% del gravamen recaudado por la autoridad regulatoria, les da representación en el Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (COFECA), y agrega la posibilidad de otorgar licencias de modo directo a emisores de baja potencia en zonas de no conflicto.

Desde entonces, son pocos los medios sin fines de lucro que obtuvieron licencias y recibieron habilitación para funcionar. Unos obtuvieron licencias recientemente, pero aún no cuentan con habilitación definitiva para operar; otros recibieron permisos precarios – y algunos de ellos con reserva de frecuencia –; y a otros se les adjudicó frecuencias para emitir en baja potencia. Son todavía muchos los que no cuentan con un título que les permita operar legalmente (BECERRA y otros, 2016).

En los casos que se hicieron concursos de licencias, hasta 2015 no se avanzó en ampliar las condiciones diferenciadas para las televisoras no lucrativas, dificultando que medios en funcionamiento se pudieran presentar; generando lentitud en la legalización y debilitamiento en las condiciones de funcionamiento. Además, la lentitud en la preparación del plan técnico de frecuencias digitales, elaborado en noviembre de 2014, llevó a que los concursos en televisión digital convocados por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) se sustanciaran sobre el fin de la gestión del gobierno de Cristina Fernández. La especificidad de los medios comunitarios dentro de la categoría más amplia de los prestadores sin fines de lucro se reconoció tardíamente, en diciembre de 2015, con la Resolución 1.102, que reconoció a unas 150 emisoras de radio sin fines de lucro previamente registradas o empadronadas, en su carácter de comunitarias; y estableció que estas emisoras recibirían un puntaje preferencial en futuros concursos.

Entre 2012, cuando AFSCA puso en marcha el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), dando cumplimiento al artículo 97 de la Ley 26.522, y, hasta 2015, realizó 18 concursos públicos y concedió 380 premios a los equipos técnicos, infraestructura tecnológica, la producción de radio y televisión, y la gestión de los medios comunitarios, entre otros aspectos (BECERRA y otros, 2016).

Los FOMECA permitieron a los medios del sector social mejorar su posición en un mercado hiper-comercial. Les posibilitaron equiparse para avanzar en la transición a tecnología digital, producir contenidos gratuitos y abiertos con altos estándares de calidad, contratar servicios y rendir honorarios temporarios para la realización de materiales audiovisuales y radiofónicos, y regularizar la gestión de radios, canales y productoras audiovisuales.

Regresión (2015 a 2017)

Estos avances se detienen a partir de diciembre de 2015, cuando el presidente Mauricio Macri impuso los Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) 13 y 267, ratificados por la Cámara de Diputados en 2016, que modifican la LSCA. Aunque ambos decretos no eliminaron ni modificaron los artículos referidos a los medios privados sin fines de lucro – excepto a las cooperativas de servicios públicos que prestan servicios de televisión de pago –, todas las políticas desarrolladas desde entonces se caracterizan por la persecución y el ahogo financiero, mientras el Estado incumple con su obligación de legalizar y fomentar a estas radios y televisoras.

Las nuevas políticas se expresan, por un lado, en decomisos e intimaciones a emisoras comunitarias que padecen la ilegalidad en diferentes puntos del país y, por otro, en la dilación en la ejecución de fondos de fomento, intimaciones por supuestas irregularidades en la rendición de fondos y desprestigio del Fondo y de las radios y televisoras comunitarias.

Los procesos de legalización de las radios y televisoras comunitarias se interrumpieron abruptamente al asumir el nuevo gobierno. No se terminaron de resolver algunos concursos iniciados en 2015; no se tramitaron las

habilitaciones de las emisoras que habían ganado licencias en otros concursos realizados también ese año; ni se resolvieron administrativamente conflictos por interferencias hasta diciembre de 2016, tras reuniones, presentaciones de documentos y protestas callejeras realizadas por Espacio Interredes, que nuclea a las asociaciones nacionales de medios no lucrativos. Ese mes, el nuevo organismo de regulación de la comunicación audiovisual y las telecomunicaciones, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), resolvió el conflicto por la interferencia que el Grupo Clarín hacía en la señal asignada a dos de las tres primeras televisoras comunitarias (de Ciudad de Buenos Aires) que ganaron su licencia en concursos realizados en 2015: les asignó otra señal. También resolvió un concurso iniciado en 2014 y otorgó la licencia a una radio cooperativa de la provincia de Córdoba. No obstante, suspendió concursos que habían sido llamados en 2015 y que perjudican a televisoras comunitarias de provincia de Buenos Aires y Mendoza. Además, quedaron pendientes de resolución solicitudes de prórroga de la habilitación definitiva para radios que habían ganado sus licencias en 2015 y solicitudes de autorización de radios de baja potencia.

A abril 2017, el ENACOM adeuda pagos de cuotas a más de 200 proyectos adjudicados del FOMECA 2015 por más de 25 millones de pesos, según calculó el Espacio Interredes, que nuclea a las asociaciones nacionales de medios del sector social.

El ENACOM llamó a concursos del FOMECA 2016 recién en noviembre de ese año, sin conocerse los ganadores. Paralelamente, el ente intima a las emisoras por supuestas irregularidades en la rendición del FOMECA con una estrategia de dilación y desprestigio que dificulta el acceso a los fondos previstos en la ley.

Además, se desfinanciaron programas de diversos organismos públicos destinados al desarrollo o el fortalecimiento de medios de comunicación sin fines de lucro, como los proyectos “Sembramos Palabras, Cosechamos Derechos”, “Radios comunitarias rurales. Comunicarnos fortalece”, y el convenio para que las bibliotecas populares fomenten medios comunitarios. Se interrumpió la distribución de pauta oficial a emisoras sin fines de lucro, ya que el criterio de distribución es el nivel de audiencia de medios en grandes ciudades.

El DNU 267 implicó la pérdida del espacio de participación e incidencia en la formulación de políticas de comunicación que los medios no lucrativos tenían en el COFECA, al eliminarse esta institución. En agosto de 2016, se creó el Consejo Federal de Comunicaciones (COFECO) unificando el COFECA y el Consejo Federal de Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización. Esto redujo la cantidad de representantes del sector sin fines de lucro de 3 a 1 y unificó a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual con los de telecomunicaciones. Además, le quitó funciones al consejo como nombrar y remover integrantes del directorio o tomar decisiones relativas a los FOMECA. El COFECO se reunió por primera vez 11 meses después de disuelto el COFECA y el representante propuesto por las radios comunitarias no fue convocado

Políticas dirigidas a medios comerciales

Aquí, se revisan las principales políticas que generaron en Argentina un sistema mediático mercantil y altamente concentrado y produjeron condiciones desiguales para el ejercicio de la libertad de expresión.

La Ley 22.285 configuraba la comunicación como un bien comercial con control del Estado era “el resultado de las coincidencias de los intereses del Estado (control ideológico) y los empresarios (fines de lucro)” (POTOLSKI Y MARINO, 2005, p. 175).

En 1989, presidencia de Carlos S. Menem, la Ley 23.696 de Reforma del Estado consagró la “desregulación, privatización, desmonopolización” para todas las políticas públicas incluyendo las de comunicaciones y flexibilizó “puntos clave de la ley 22.285 que imposibilitaban hasta el momento la constitución legal de conglomerados en forma de multimedios” (ROSSI, 2005, p. 237). Esto facilitó la “presencia del capital financiero transnacional, concentración y centralización del capital, incorporación intensiva de nuevas tecnologías y expansión de los servicios ofertados” (ALBORNOZ y HERNÁNDEZ, 2005, p. 259).

La Ley de Reforma del Estado habilitó la titularidad de las licencias de radiodifusión a sociedades de empresas; y la posibilidad de que las empresas licenciatarias de medios de comunicación pudieran ser también propietarias de empresas dedicadas a otros sectores de la economía. Además, la aprobación de un tratado internacional de reciprocidad con Estados Unidos habilitó a los norteamericanos a ser radiodifusores en la Argentina en las condiciones de la legislación de aquel país. Un DNU permitió las transferencias inmediatas de titularidad de licencias (LORETI, 2003) y otro permitió que los licenciatarios tuvieran la titularidad de hasta 24 servicios de radiodifusión.

El período 1989-1999 es reconocido como “la primera fase expansiva de la concentración del sistema de medios argentino” gracias a la entrega de privilegios impositivos, la legalización de la operación de redes, el aumento al tope en la propiedad de licencias del mismo operador y la autorización para la constitución de multimedios (BECERRA, 2015, p. 17). Se produjo la “exacerbación del modelo privado-comercial” (ROSSI, 2005, p. 235) y la “liberalización controlada del sistema, con actores privados reteniendo el control sobre las cuestiones claves del proceso” (MASTRINI, 2010, 161).

En 2003, al inicio de la presidencia de Néstor C. Kirchner, el Congreso aprobó la Ley 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales que impide a capitales extranjeros poseer más del 30% de la propiedad de las industrias culturales, pero excluye de esta disposición a los medios que, al momento de sancionarse la ley, tuvieran una presencia mayor de capitales extranjeros. La norma apuntaba a “evitar que aquellos grupos que aún no habían quedado en manos del capital extranjero sean absorbidos por sus acreedores externos por no pagar” las deudas asumidas para sostener el proceso de concentración de propiedad (MASTRINI y otros, 2005, p. 21-22).

En 2004 el COMFER renovó las licencias de los dos canales de *rating* promedio más alto de la televisión argentina, el 11 y el 13, en beneficio de sus propietarios privados, Telefónica y el Grupo Clarín, “para que puedan atravesar sus difíciles situaciones económicas” (MARINO, 2005, p. 14). No obstante estas prórrogas y que el vencimiento de las licencias no era inminente en 2005, por medio del Decreto 527, el presidente Kirchner suspendió por 10 años el vencimiento de las licencias a los propietarios de los medios masivos de comunicación. Con esta medida, se suspendió el cómputo de los plazos que la ley otorgaba de quince años más diez de prórroga por única vez, extendiendo por otros 10 el término original. Además, en diciembre de 2007, en el último día hábil de su mandato, Kirchner autorizó por decreto la fusión de los dos mayores operadores de televisión por cable de la Argentina: Cablevisión y Multicanal. Esta medida implicó otorgarle al Grupo Clarín casi el monopolio de este negocio en gran parte del territorio nacional.

En 2009, la LSCA estableció límites a la concentración de la propiedad (arts. 45, 46, 47, 48, 54), la propiedad cruzada, la transmisión en cadena, la centralización de la producción y plazos de propuestas de planes de adecuación para las empresas que excedieran los límites establecidos. Luego de que la Corte Suprema de Justicia de la Nación declarara la constitucionalidad plena de la LSCA, todas las empresas en esta situación presentaron sus planes de adecuación ante la autoridad regulatoria; algunos fueron evaluados y aprobados, pero ninguno implementado.

En diciembre de 2015, el Poder Ejecutivo Nacional modificó sustancialmente la LSCA mediante dos DNU ratificados por la Cámara de Diputados en abril de 2016; se posibilitó aumentar los límites de concentración de la propiedad de radio y televisión abierta; eliminarlos para TV por cable; permitió la propiedad cruzada entre empresas audiovisuales y de telecomunicaciones y se extendió el plazo de explotación de las licencias audiovisuales vigentes.

El ENACOM dejó sin efecto los planes de desinversión presentados por los grupos de medios que superaban los límites establecidos por la LSCA. Asimismo, el gobierno condonó las deudas impositivas, previsionales y aduanaeras a los medios comerciales a cambio de publicidad oficial, lo que implica una millonaria transferencia de ingresos del Estado a estas empresas.

A un año de su mandato, el gobierno confirmó por decreto 1.340/16 la “convergencia plena” para 2018, lo que implica que los tres o cuatro principales operadores podrán “hacer todo” mientras se taponan el ingreso de otros nuevos que no sean los ya dominantes en cada segmento, no establece disposiciones de protección ni fomento para pequeñas y medianas empresas, cooperativas ni otros actores no lucrativos, relaja las obligaciones de los operadores y no establece exigencias de interés público. Profundiza, por lo tanto, la concentración en el sector audiovisual y de telecomunicaciones (BECERRA, 2017).

Políticas dirigidas a medios estatales

Argentina fue el primer país latinoamericano en instalar una televisión estatal.

A pesar de relegarlos con respecto a los medios privados, todos los gobiernos los mantuvieron por razones similares a las que fundamentan la necesidad de promoción de los medios comunitarios. No obstante, los medios públicos, constituyen una política de Estado.

Según la Ley 22.285, los medios estatales mantuvieron, desde 1980 y hasta mediados de la década 2000, un rol subsidiario en el sistema mediático. Se instalaban sólo en zonas de frontera o en lugares que no eran de interés de los privados. En los 90` se privatizaron los canales 11, 13 y las radios Belgrano y Excelsior de Capital Federal, el sistema público quedó reducido al Servicio Oficial de Radiodifusión integrado por una radio y una televisora de cabecera en Capital Federal, una estación de radio en cada provincia, las repetidoras del canal de televisión y las estaciones de Radiodifusoras Argentinas al Exterior. En 1992, el canal se convierte en una Sociedad Anónima por decreto presidencial. Los contenidos de los medios de comunicación estatales “no ofrecieron perfiles diferentes a los privados comerciales ni tampoco favorecieron la participación social” (ROSSI, 2005).

Asimismo, estos medios padecieron un retraso tecnológico la crisis presupuestaria e institucional del Estado. En Canal 7 esto se combinó con irregularidades administrativas que derivaron en la propuesta de privatización por parte del Poder Ejecutivo, iniciativa que no se concretó por la resistencia de los trabajadores (MÍNDEZ, 2001). En tanto, en Radio Nacional se produjo una política de reducción de personal que afectó tanto a la cabecera como a las radios de la red nacional en las provincias (ULANOVSKY, 2011).

A poco de culminar el segundo gobierno de Menem, el Congreso aprobó la Ley RTA (Radio y Televisión Argentina), que dotaba por primera vez en la historia del país a los medios estatales nacionales de una institucionalidad pública, con un directorio específico, control parlamentario y objetivos como la garantía del pluralismo y servicio universal. La norma fue vetada por Fernando De la Rúa apenas asumió en 1999 y en su lugar creó por decreto una nueva institución para la administración de estos medios: el Sistema Nacional de Medios Públicos. Además de restituir la subsidiariedad del servicio, la norma dejaba a la nueva institución en manos del Ejecutivo sin contrapesos ni controles parlamentarios.

El rol subsidiario de los medios estatales nacionales en el sistema mediático comenzó a ser revertido con el Decreto 2.368 de 2002, durante el gobierno interino de Eduardo Duhalde, en tanto autorizaba la instalación de repetidoras de Canal 7 donde el Ejecutivo lo considerase, y luego el Decreto 1.214 de 2003 legalizó una situación existente con la autorización a provincias para contar con un canal abierto y una radio AM.

A esto se sumó la firma de los decretos 84, 134 y 365 del ex presidente Kirchner en 2005 que autorizaron la instalación de 20 repetidoras de Canal 7 en centros urbanos de todo el país. Además, se pusieron en marcha dos nuevas iniciativas de televisión pública: la inclusión de Argentina en la televisora sudamericana Telesur en 2004 y la creación de Canal Encuentro dependiente del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación en 2005: “por primera vez en Argentina se creó un canal educativo y cultural destinado a difundirse mediante el sistema de cable” (MONJE, 2010, p. 190). En 2005, aumentó el presupuesto para Canal 7 y Radio Nacional, se envió una reasignación presupuestaria para salarios y compra de nuevos equipos, y se instalaron nuevas antenas repetidoras en 17 nuevas ciudades. A partir de 2007 se modificó también la programación del Canal 7, con “una propuesta de contenidos que rompe con el modelo competitivo-comercial” (MONJE, 2010, p. 206).

En 2009, la LSCA incluyó 26 artículos específicos sobre medios públicos-estatales. En ellos se deja atrás el rol subsidiario y se crea Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado para administrar a los medios preexistentes del Estado nacional. Entre sus obligaciones y objetivos, se atiende a la garantía de cubrir todo el territorio nacional, promoción del pluralismo y el federalismo, producción propia, difusión de la producción audiovisual nacional, regional y latinoamericana. Como novedad, la norma otorga pautas de financiamiento, indicaciones de transparencia y establece la conformación plural del directorio de la sociedad, además de un diseño institucional para potenciar la participación, el control de diferentes sectores sociales y el equilibrio de poderes del Estado (LINARES, 2014). No obstante, los integrantes del Consejo Honorario de Medios Públicos, institución creada por la LSCA, fueron designados por el Poder Ejecutivo recién en 2015 y llegaron a tener apenas una reunión antes del cambio de gobierno.

Además, desde 2010 se crearon otras siete señales de televisión específicas gestionadas por diferentes áreas del gobierno nacional, y sólo se transmiten por la televisión digital. Estos canales digitales han hecho innovaciones en la calidad, la diversidad y el federalismo de su contenido, y en su propuesta educativa, cultural y de entretenimiento. Asimismo, AFSCA otorgó autorizaciones a nuevos canales provinciales, municipales y universitarios.

En diciembre del 2015, por el Decreto 12, se crea el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos con la facultad de poder coordinar con el Ministerio de Educación y Deportes el contenido y funcionamiento de las señales Encuentro, Paka Paka, DeporTV, el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos y el Polo de Producción Audiovisual. Así, se reforma la Ley 26.522 por decreto y además cambia, sin consulta ni debate previo, la orientación específicamente cultural y educativa de estos canales. Hubo, además, despidos de trabajadores, retrocesos en las coberturas a los juicios por crímenes de lesa humanidad, incumplimiento de la cuota de pantalla infantil y la federalización de contenidos (CONSEJO CONSULTIVO DE MEDIOS PÚBLICOS, 2016). Se busca así restituir también el rol subsidiario de los medios estatales.

Conclusiones

Históricamente se sostuvieron los privilegios del sector privado-comercial (con financiamientos directos e indirectos del Estado: subsidios, exenciones impositivas, ampliación de plazos de vencimiento de licencias, facilidades para transferir licencias y fusionar sociedades, condonación de deudas con el fisco, publicidad oficial) y el financiamiento del sector público-estatal, en desmedro del sector privado sin fines de lucro.

No obstante, la LSCA sancionada en 2009 implicó un intento de poner límites a la concentración de la propiedad privada de medios, la jerarquización y multiplicación de los medios públicos-estatales, junto con la legalización y fomento de los medios no lucrativos. No obstante, durante su implementación no se llegó a revertir las condiciones de profunda desigualdad del sistema mediático del país.

A partir de diciembre de 2015, se evidencia un retroceso con respecto a aquellos adelantos. Se produce una regresión en los derechos adquiridos a partir de la restauración y profundización de la orientación histórica de las políticas de comunicación que privilegiaba a los medios comerciales, dejaba a los estatales en un rol subsidiario, y perseguía o – en el mejor de los casos – ignoraba a los comunitarios. La diferencia es que ahora las emisoras del sector social son reconocidas legalmente y el Estado tiene la obligación de arbitrar los mecanismos necesarios para que accedan a sus licencias, en lugar de perseguirlas por “clandestinas”.

Dada la histórica marginación que ha sufrido esta forma de expresión mediática en las políticas y legislaciones destinadas al sector audiovisual resulta difícil imaginar que estos medios puedan competir en igualdad de condiciones con actores privados que han sido beneficiados por el accionar estatal a lo largo de la historia.

Por lo tanto, así como el Estado, por acción u omisión, fue un actor clave en el sostenimiento y profundización de las profundas desigualdades en las políticas de comunicación en detrimento de las emisoras de radio y televisión comunitaria, popular y alternativa con respecto a otros medios audiovisuales; también lo es para saldar la deuda histórica que mantiene con el sector de medios no lucrativos, las organizaciones sociales que los sostienen desde hace ya tres décadas en condiciones de precariedad legal y económica, sus públicos y la sociedad en general.

Referências

ALBORNOZ, Luis y HERNÁNDEZ, Pablo. La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público. *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía. p. 257- 286, 2005.

BECERRA, Martín. A falta de inversiones, llueven decretos. *Quipu. Políticas y tecnologías de comunicación*, enero 2017. Disponible en: <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/03/09/socorro-estatal-a-medios-con-deudas/>

_____. Socorro estatal a medios con deudas. La saga continúa. *Quipu. Políticas y tecnologías de comunicación*, marzo 2016. Disponible en: <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/03/09/socorro-estatal-a-medios-con-deudas/>

_____. La pauta que los parió. *Quipu. Políticas y tecnologías de comunicación*. Disponible en <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/03/02/la-pauta-que-los-pario/> Marzo 2016-2.

_____. *De la concentración a la convergencia*, Buenos Aires: Paidós, 2015.

_____ y otros. Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina. *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba: Editorial de la UNC, 2016.

COMISIÓN DE CULTURA Y EDUCACIÓN DEL PARLAMENTO EUROPEO. Informe sobre los medios del tercer sector de la comunicación, 2008.

COALICIÓN POR UN A R A D I O D I F U S I Ó N D E M O C R Á T I C A . 21 puntos básicos por el Derecho a la Comunicación, Buenos Aires, 2004. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0By-8Cmgn08h6MFA0QlhXaVVYZ3M/view?usp=sharing&pref=2&pli=1>

CONSEJO CONSULTIVO DE MEDIOS PÚBLICOS. Evaluación de programación, contenidos y funcionamiento de RTA, 2016.

ENACOM. 17 principios que regirán la ley de comunicaciones convergentes, Buenos Aires, 2016. Disponible en: http://www.enacom.gob.ar/institucional/la-comision-redactora-presento-los-17-principios-de-la-nueva-ley_n1271

GERBALDO, Judith. Radios comunitarias de América Latina y Argentina. Marcas de época en la acción política y comunicativa, 2012. Disponible en: <http://eci.sociales.uba.ar/2012/10/07/radios-comunitarias-de-america-latina-y-argentina-marcas-de-epoca-en-la-accion-politica-y-comunicativa/>

KEJVAL, Larisa. *Significaciones en torno a las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas*. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, 2013.

LINARES, Alejandro. Servicio Público de Radiodifusión en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina – LSCA (2009-2014). *Revista Estado y Políticas Públicas*. Año II, n. 3. Buenos Aires: FLACSO, 2014.

LORETI, Damián. *América Latina y la libertad de expresión*. Bogotá: Norma, 2005.

MARINO, Santiago. Políticas de comunicación del sector audiovisual: las paradojas de modelos divergentes con resultados congruentes. Los casos de la Televisión por Cable y el Cine en Argentina entre 1989-2007. Tesis doctoral. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA), 2012.

MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín; BARANCHUK, Mariana y ROSSI, Diego. Introducción. *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*. Buenos Aires: La Crujía. p. 11-28, 2005.

_____. La televisión estatal en la Argentina: entre el poder político y el negocio. *La palabra empeñada. Investigaciones sobre medios y comunicación pública en Argentina*. Buenos Aires: C3 Fundación Friedrich Ebert, 2010.

MÍNDEZ, Leonardo. *Canal 7. Medio Siglo Perdido*. Buenos Aires: La Crujía, 2001.

MONJE, Daniela. Políticas de radiodifusión frente a procesos de integración regional: Caso MERCOSUR 1991-2007. Tesis para optar al grado de Doctora en Ciencias Sociales. Buenos Aires: FLACSO, 2010.

POSTOLSKY, Glenn y MARINO, Santiago. “Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios”. *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía. p.155- 184, 2005.

ROSSI, Diego. La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial. *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía. p. 235- 256, 2005.

SEGURA, María Soledad. La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. *Argumentos. Revista de Crítica Social*, n. 13, Buenos Aires: Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, 2011. Disponible en: <http://argumentos.fsoc.uba.ar>

SEGURA, María Soledad y WAISBORD, Silvio. *Media movements. Civil society and media policy reform in Latin America*, Londres; Zedbooks, 2016.

ULANOVSKY, Carlos. *La Radio Nacional. Voces de la historia. 1937-2011*. Buenos Aires: Colihue, 2011.

VINELLI, Natalia. (comp.) *La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*. Buenos Aires: El topo blindado/El río suena, 2014.

Notas

1. Os autores do artigo são docentes pesquisadores de universidades públicas e do Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) da Argentina, integrantes do projeto “Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522. Condiciones, estrategias y desafíos” (financiado pelo Conicet e pelo DPSCA, desde 2015).

Rádios de resistência: o verbal e o não-verbal na contra-hegemonia

Resistance Radio: the verbal and the non-verbal on counter-hegemony

João Baptista de Abreu | Universidade Federal Fluminense (UFF)

Jornalista, sociólogo e professor associado do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutor e mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com especialização em rádio pelo CIESPAL e Radio Nederland Training Centre
Email: joaobajr@uol.com.br.

Marcus Aurélio de Carvalho | Universidade Federal Fluminense (UFF)

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF). É jornalista, radialista, professor e palestrante. Apresentador da Rádio MEC Educativa – 800kHz AM.
Email: marcusvozeconteudo@hotmail.com.

Resumo

O trabalho apresenta exemplos de emissoras de rádio nas Américas que desempenharam um papel fundamental no processo de resistência ao poder estabelecido em seus territórios, com destaque para relatos de experiências nas quais os elementos não-verbais se mostraram expressivos para os roteiros de programas radiofônicos. Um dos objetivos é traçar um painel histórico das rádios que se opuseram ao poder constituído no século XX.

Palabras Claves: linguagem radiofônica; efeitos de sentido; resistência; silêncio.

Abstract

In the article, we discuss examples of radio stations in the Americas which play a crucial role in terms of power resistance in their territories. We focus on accounts of experiences in which non-verbal elements proved to be significant for scripts of radio programmes. One of our aims is to provide a historical overview of radio stations what challenged the established power in the 20th century.

Keywords: Radio language, effect of meaning, resistance, silence.

Introdução

O século XX está repleto de experiências do uso do rádio como instrumento de conscientização e/ou manipulação política, independentemente do vetor ideológico. A América Latina e o Caribe, por suas características culturais e territoriais, revelaram-se campo emblemático de disputa das ondas hertzianas em diversos momentos. A tradição de oralidade das comunidades, sobretudo as comunidades rurais, e o efeito de sentido afetivo, seja no meio urbano, seja no cerrado, montanhas e florestas, dão as condições propícias a este cenário de batalha por corações e mentes.

Na década de 30 o cientista político italiano Antonio Gramsci já acentuava a importância do rádio e dos demais suportes de comunicação baseados na oralidade. Encarcerado por anos a fio pelo regime fascista de Mussolini, o então secretário-geral do Partido Comunista da Itália percebera o poder de convencimento daquele veículo que rompia simultaneamente fronteiras: a geográfica e a do analfabetismo.

A comunicação falada é um meio de difusão ideológica que tem uma rapidez, uma área de ação e uma simultaneidade emotiva enormemente mais amplas do que a comunicação escrita (o teatro, o cinema e o rádio, com a difusão de alto-falantes nas praças, superam todas as formas de comunicação escrita, desde o livro até a revista, o jornal, o jornal mural), mas na superfície, não em profundidade. (GRAMSCI, 2001, p. 67)

De acordo com Gramsci, o conceito de hegemonia está associado ao controle e exercício do poder na sociedade moderna, tendo o aparato repressivo como última instância. Para que a força não seja empregada, aparelhos ideológicos do Estado ampliados devem atuar em perfeita consonância, em busca do consenso. Estes aparelhos, entre os quais estão os meios de comunicação hegemônicos, têm a função de garantir a aparência de harmonia na sociedade. Mas os veículos de comunicação não hegemônicos podem contribuir para denunciar essa aparente harmonia.

Adolf Hitler pensava o rádio como instrumento de guerra tão eficaz quanto a artilharia antiaérea para minar as defesas inimigas. Nas palavras do ministro da Propaganda do Terceiro Reich, Joseph Goebbels¹, uma fala do Führer no rádio acentuaria o orgulho alemão na construção do “império do milênio”.

As grades de programação das emissoras refletem as estratégias de luta e de sedução dos segmentos em conflito dentro do conceito de guerra psicológica. As séries dramatizadas produzidas em Nova Iorque, que mobilizavam a população civil, fazem parte do esforço de guerra, assim como as radionovelas envolvidas nas temáticas da guerra e do nazi-fascismo. A importância do rádio como catalisador de comportamentos, levou a polícia brasileira a determinar o confisco de aparelhos de rádio em posse de imigrantes alemães e italianos, no sul do Brasil. (GOLIN e ABREU, org., 2006. p. 14).

O uso político do rádio ganhou destaque na Europa durante a guerra civil espanhola (1936-1938), quando os dois lados – o dos falangistas e o dos republicanos – recorreram às ondas hertzianas para difundir suas ideias e convocar voluntários para pegar em armas. Durante a Segunda Guerra, as

rádios Berlim, BBC de Londres e, mais tarde, a rede de emissoras norte-americanas do OCIAA (Office Coordinator Inter-American Affairs), apoiadas pelo Departamento de Estado, se digladiariam em ondas curtas, com transmissões diárias, em espanhol e português, para o continente sul-americano. Vale lembrar que os três estados do sul do Brasil, a Argentina e o Chile abrigavam uma comunidade estimada em 600 mil alemães e descendentes, muitos dos quais ainda conservavam como língua principal o idioma germânico.

Em 1938 a BBC inaugura um serviço em alemão e começa a transmitir também em espanhol e português para a América Latina. Em 1942, os Estados Unidos lançam a Voz da América. Os programas difundem a visão oficial de Washington acerca dos grandes temas internacionais. As condições tecnológicas para a exploração política do rádio eram bastante favoráveis, com a expansão de rede de emissoras por todo o continente americano. Em 1942 a rede *CBS of the Americas* (*Cadena de las Américas*) possuía 76 emissoras afiliadas e, dois anos depois, em maio de 1944, reunia 102 estações de ondas médias em 20 países do continente americano. O canal de ondas curtas da CBS transmitia diariamente de 17h às 23h em português, e de 17h30min às 2h da madrugada em espanhol, nas frequências de 19 metros, 25 metros e 31 metros.

A Guerra Fria também foi palco de batalhas hertzianas. Em 1956, a rádio clandestina *Liberación*, na Guatemala, desempenhou papel fundamental na estratégia dos órgãos de espionagem de Washington para a derrubada do governo socialista de Jacobo Arbenz, que contrariava os interesses de grandes corporações norte-americanas instaladas no país, como a *General Foods*, do setor de alimentos, e a *American Foreign Powers*, do setor elétrico. Mais tarde, soube-se que as irradiações partiam do vizinho território hondurenho. A história narrada no programa radiofônico “*Los días rojos*”, do radialista guatemalteco Marco Antonio Puga Castellan, mereceu o prêmio Moinhos de Ouro de 1982 como melhor documentário da *Rádio Nederland*, emissora pública da Holanda.

Em apenas seis semanas, operando a partir da fronteira com Honduras e com pessoal treinado na Flórida, a rádio divulga uma série de boatos e contrainformações que supervalorizam o poder dos grupos rebeldes, comandados pelo coronel Castillo Armas, gerando insegurança na população. O dia escolhido para a estreia da *Rádio Liberación* foi 1º de maio, Dia do Trabalho, quando a emissora oficial ficava fora do ar. Para atrair a atenção, os diários de grande circulação publicam anúncio de meia página informando que a emissora apresentará um programa especial com a cantora Maria Felix e com o ator Cantinflas². Na hora marcada, os locutores Mario López Villa Torres e José Torón Barrios iniciam uma série de pregações antigovernistas. María Félix e Cantinflas de fato aparecem. Em disco.

No melhor estilo da Guerra Fria, a emissora noticia diariamente a fuga de pilotos soviéticos rumo ao Ocidente. Até que um avião guatemalteco deserta e pousa em território rebelde, onde faz um discurso antigovernista, transmitido pela rádio. Temendo novas deserções, o governo proíbe o tráfego aéreo militar e promove um blecaute noturno, para dificultar o lançamento de suprimentos pelos bombardeiros cedidos pelos EUA aos rebeldes. A *Liberación* pede à população que acenda fogueiras para ajudar os pilotos.

A polícia secreta do governo contra-ataca, anunciando por alto-falantes instalados em automóveis que os cidadãos apanhados acendendo fogueiras serão sumariamente fuzilados. A população acata a advertência, mas a rádio continua a anunciar nos dias seguintes que a capital arde em fogueiras noturnas, e que apenas as unidades militares e as casas de simpatizantes de Arbenz permanecem às escuras. E faz uma ameaça que instaura o pânico entre a população civil: os locais escuros serão atacados pelos caças-bombardeiros. Na noite seguinte, a cidade fica toda iluminada, inclusive alguns quartéis.

O governo reage mandando milícias para as montanhas a fim de localizar o transmissor. Os rebeldes se antecipam e simulam uma operação de destruição da estação. Um porta-voz do governo guatemalteco cai na armadilha e confirma o ataque à estação, mas dias depois as emissões ressurgem, como se os rebeldes tivessem obtido outro transmissor. A trapaça reforça a credibilidade da emissora, que passa a servir como fonte de informação aos correspondentes da imprensa estrangeira. Do ponto de vista da apuração, era cômodo. Bastava sintonizar a emissora clandestina e mandar os telegramas para as agências internacionais sem ter que sair do hotel.

A última cilada da *Liberación* foi o anúncio de que duas colunas rebeldes, comandadas pelo coronel Castillo Armas, se aproximavam da capital – na verdade estavam perto da fronteira com Honduras – e pediam à população para liberar as estradas à passagem dos comboios militares. A notícia desencadeia um êxodo em massa.

As ações rebeldes, apoiadas pela CIA, e as contrainformações divulgadas pela rádio clandestina levam à renúncia do presidente Jacobo Arbenz, a 27 de junho de 1954, e à tomada do poder dias depois pelo coronel Castillo Armas, praticamente sem reação militar, e faz um pronunciamento pela *Liberación*.

A emissora sai do ar com o seguinte recado: “Guatemaltecos, simpatizantes que nos haveis escutado. Esta é a última transmissão da *Rádio Liberación*, a emissora clandestina. Nos retiramos do ar hoje, e desta vez definitivamente. Mas o fazemos mantendo em segredo a localização de nossa estação, que permanecerá como símbolo de luta nas entranhas da pátria emudecida ante o bem-estar da Guatemala, mas sempre pronta a fazer ouvir sua voz quando o povo assim o pedir”.

Não se deve classificar, no entanto, a emissora clandestina guatemalteca como contra-hegemônica, uma vez que ela contribuiu para desestabilizar um governo eleito que ia de encontro aos interesses das grandes corporações dos Estados Unidos, estas sim hegemônicas no continente.

No Brasil, um dos melhores exemplos de exploração do rádio como instrumento de resistência (junto com a Revolução Constitucionalista de 1932, da Rádio Record, em São Paulo) ocorre em agosto 1961, após a renúncia do presidente Jânio Quadros, eleito no ano anterior por uma coligação conservadora liderada pela UDN. Na época, as eleições permitiam votações em separado para candidatos a presidente e vice. O vice-presidente eleito foi o líder trabalhista gaúcho João Goulart, do PTB. Diante da resistência de líderes políticos da corrente udenista à posse de Jango, o então governador do Rio Grande do

Sul, Leonel Brizola, solicita ao dono da Rádio Guaíba, Breno Caldas, uma linha direta com a principal emissora de Porto Alegre, transfere o estúdio para o porão do Palácio Piratini, sede do governo, e dá início a uma longa jornada de pregação constitucionalista a favor da posse do vice-presidente eleito, que ganhou o nome de Cadeia da Legalidade. Em pouco tempo, cerca de 100 emissoras de diversos estados entram em rede com a Guaíba, em ondas médias e curtas, com destaque para Rádio Mayrink Veiga (Rio de Janeiro), Rádio Clube de Blumenau (Santa Catarina) e Rádio Brasil Central, instalada no Palácio das Esmeraldas, sede do governo em Goiânia, por ordem do governador Mauro Borges, que aderiu ao movimento no dia 29 de agosto.

Ao longo da crise, Farroupilha e Gaúcha voltam a operar e passam a integrar a Rede da Legalidade, fortalecida ainda pelos radioamadores. Para facilitar a organização de movimentos de solidariedade à manutenção do processo democrático, são feitas transmissões em espanhol. No Uruguai e na Argentina milícias são organizadas para se unir às forças de oposição ao golpe no Rio Grande do Sul. A cadeia de rádios emite boletins informativos em diversas outras línguas, aproveitando os transmissores em ondas curtas das emissoras. Os profissionais que se integram à Rede da Legalidade lançam um manifesto à Nação. (FERRARETTO, 2007, p. 146)

As convocações à reação popular não cessam e chegam de várias partes do país. Juremir Machado transcreve trechos das falas de Brizola no ar, no livro *Vozes da legalidade – política e imaginário na era do rádio*. Num deles, o governador manda conselhos à população:

“Em primeiro lugar, nenhuma escola deve funcionar em Porto Alegre. Fechem todas as escolas. Se alguma estiver aberta, fechem e mandem as crianças para junto de seus pais. Tudo em ordem. Tudo com serenidade e frieza. Mas mandem as crianças para a casa. [...] Quanto ao trabalho, é uma iniciativa que cada um deve tomar, de acordo com o que julgar conveniente. Quanto às repartições públicas estaduais, nada há de anormal. Serviços públicos terão o seu início normal e os funcionários devem comparecer como habitualmente, muito embora o estado tolerará qualquer falta que, por ventura, se verificar no dia de hoje.” (MACHADO, 2011, p. 70)

Leonel Brizola lança mão de um velho recurso da linguagem radiofônica, conhecido como conversa triangular, própria das dramatizações. Sob o pretexto de aconselhar um suposto interlocutor (no caso João Goulart), ele conversa com o ouvinte, seu público-alvo.

“Hoje eu disse ao Sr. João Goulart: decide de acordo com o que julgares conveniente, ou deves voar, como eu aconselho, para Brasília, ou para um ponto qualquer da América Latina. A decisão é tua. Deves vir diretamente a Brasília, correr o risco de pagar para ver. Vem. [...] Toma um dos teus filhos nos braços. Desce sem revólver na cintura, como um homem civilizado. Vem como para um país culto e politizado como é o Brasil e não como se viesse para uma republiqueta, onde dominem os caudilhos, as oligarquias que se consideram todo-poderosas. Voa para o Uruguai, essa cidadela da liberdade, aqui pertinho de nós, e aqui traça teus planos, como julgares conveniente.” (idem, p. 73)

A pressão popular da Cadeia da Legalidade ajudou uma negociação que viabilizasse politicamente a posse de João Goulart na Presidência da República.

A moeda de troca foi a implantação do parlamentarismo. As transmissões em rede foram ao ar de 25 agosto a 7 de setembro de 1961.

Nos anos 70, emissoras clandestinas como a Rádio Sandino, da Frente Sandinista de Libertação Nacional, na Nicarágua, e a Rádio Venceremos, da Frente Nacional Farabundo Martí, de El Salvador, foram criadas por guerrilheiros marxistas no combate a governos conservadores. Ambas detinham a dupla função de se comunicar com a população revoltosa e oferecer-se como fontes alternativas de informação para as agências internacionais de notícias, para contornar a censura oficial. Na década de 90, vale lembrar também a experiência da Frente Zapatista, no estado de Chiapas, no sul do México. Os zapatistas chegaram a montar um *site* na Internet, atualizado regularmente por meio de *laptops*.

No início dos anos 1990, a luta pela democracia em terras haitianas foi apoiada pela *Rádio Enriquillo*, emissora comunitária católica de Tamayo, um município da região sudoeste da República Dominicana a 50 quilômetros da fronteira com o Haiti. Fundada em 1977, a *Rádio Enriquillo* tem sua história fortemente vinculada com os movimentos sociais.

Pela proximidade física com o país vizinho, a Enriquillo é, desde sua fundação, fonte de notícias não apenas para os dominicanos da cidade e dos engenhos de cana de açúcar nas áreas rurais, mas também para os haitianos. Por isso, a equipe da emissora já tinha, nos anos 1980, o costume de veicular notícias em *créole*, idioma da maioria dos haitianos. O sinal da Enriquillo chega nas regiões sul e sudeste do Haiti. É possível sintonizá-la também na capital haitiana, Porto Príncipe.

Após o golpe de estado contra o presidente Jean-Bertrand Aristide, em 1991, o diretor da *Rádio Enriquillo*, padre Pedro Ruquoy, e sua equipe decidiram participar ativamente da luta pela redemocratização do país vizinho. A emissora dominicana começou a veicular informações sobre o que ocorria no período ditatorial haitiano. Primeiramente, com textos noticiosos curtos, espalhados na programação. Em seguida, ainda em 1991, passou a ser veiculado um noticiário que tinha uma hora diária de duração, de segunda a sexta. Reportagem da revista *Alerta*, da Associação Latino-Americana de Educação Radiofônica (Aler), publicada em 1992, observava que, com as emissoras haitianas censuradas, a rádio católica dominicana tornara-se a única fonte de radiodifusão a transmitir notícias sem a interferência dos ditadores³.

Para o governo do Haiti, “escutar a *Rádio Enriquillo* era considerado um ato subversivo”, destaca a professora Ana María Pepino Barale (1999, p. 162). A experiência de transmitir para os haitianos repercutiu o suficiente para incomodar os governantes e não durar mais que um mês. Por considerar que “a emissora estava se intrometendo na política do país vizinho”⁴, o governo dominicano decidiu proibir as transmissões em *créole*.

O dilema de Pedro Ruquoy e sua equipe era buscar de que forma conseguiriam avisar aos haitianos o motivo real da interrupção das transmissões em *créole*. Não queriam passar a impressão de que a *Rádio Enriquillo* havia decidido abandonar os militantes pela democracia do país vizinho. Era necessário denunciar a censura.

A solução encontrada foi manter o noticiário de uma hora de duração. Desta vez, sem palavras. Os locutores passaram a “ler” o jornal radiofônico com todas as sílabas substituídas por “lá-lá-lá-lá-lá”, com entonações que imitavam as locuções de palavras e que davam a entender uma situação preocupante para cada notícia.

Não era espanhol, nem *créole*. Não havia palavras. Mas foi o suficiente para que os ouvintes do Haiti percebessem o que havia ocorrido. O rádio denunciou de forma eficiente a censura do governo haitiano e a postura do presidente dominicano, que estava preocupado com as relações diplomáticas com o vizinho.

A história da *Rádio Enriquillo* ilustra o que vamos tratar em seguida. Por mais presente que a comunicação verbal esteja na linguagem radiofônica, os elementos não-verbais são responsáveis pela construção do que chamamos de “os seis sentidos da linguagem radiofônica”.

Idiomas e sentidos

De nada adianta o esforço de colocar no ar uma emissora contra-hegemônica se não houver ninguém para ouvi-la. É preciso buscar elementos sonoros que atraiam a atenção do ouvinte. Uma rádio é, antes de tudo, um instrumento de interação. Daí a importância de conhecer os recursos e as limitações próprios da linguagem radiofônica.

Novelas, programas de auditório, boletins de notícias, quadros humorísticos, narrações de futebol, relatos de crimes em noticiários policiais, entrevistas com convidados nos estúdios e transmissões de fatos políticos relevantes ao vivo eram os formatos de maior audiência no rádio dos anos 1940 e 1950, etapa que se convencionou chamar de a “era de ouro do rádio”.

O fascínio do público resulta de duas potencialidades marcantes da linguagem radiofônica: a viabilidade de ativar todos os sentidos por meio da audição e o potencial de promover um “transporte virtual”⁵ do ouvinte para o local onde ocorre o fato noticiado.

Imagine um comunicador que, com interpretação de texto (intensidade nas entonações) e eficiente sonoplastia, explica as etapas de preparação de uma macarronada. O ouvinte pode ser “transportado” para o aroma do macarrão, imaginar a textura da massa, enxergar os ingredientes na panela, “saborear” o molho, ouvir mais sons da cozinha dos que os veiculados pelo operador de áudio e até deduzir (ou “intuir”) como será a satisfação de desfrutar esse almoço. Olfato, tato, visão, paladar, e audição são mobilizados.

Com base em frase atribuída a Orson Welles – “a tela do rádio é a maior do que a TV” –, Walter Alves classifica o veículo como detentor da “maior tela do mundo” (ALVES, 1982) pela capacidade de mexer com a imaginação livre do ouvinte. A partir da subjetividade de cada um, associada aos recursos da sonoplastia, o rádio permite ao ouvinte construir paisagens sonoras vinculadas ao modo particular de enxergar a vida.

Até meados dos anos 1950, as famílias se reuniam em torno do aparelho de rádio. A presença da televisão, a partir da metade do século XX, obriga o rádio a buscar um caminho diferente. O centro da sala passou a ser ocupado pela TV.

Os semicondutores permitiram a fabricação dos aparelhos de rádio transistorizados, portáteis. O aparelho pode sair da sala e acompanhar o ouvinte a qualquer lugar. Deixa de falar com todos ao mesmo tempo e passa a falar com cada um. Sobrevive graças ao encontro de um espaço midiático próprio, mais intimista, diferente do ocupado pela televisão. Está em toda parte e, para a recepção do conteúdo, mobiliza apenas os ouvidos. Logo, pode ser acompanhado por quem, simultaneamente à audição, realiza outras atividades.

O radialista e professor José Ignacio López Vigil afirma que o rádio passou a ser o meio da “sensibilidade à flor do ouvido” (VIGIL, 1997, p. 36). Funciona como um amigo tão íntimo que faz companhia enquanto o ouvinte está no trabalho, em uma atividade doméstica, em uma praça, em qualquer lugar. Não por acaso, nos anos 1960, a maioria dos locutores brasileiros passou, gradativamente, a trocar a saudação “senhoras e senhores” por “você, amigo” e “você, amiga”.

A comunicação radiofônica não-verbal se modificou na era do rádio portátil. As músicas ao vivo, com orquestras nos auditórios, passam a ter um papel pouco significativo nas grades de programação. Veicular discos dos cantores de maior sucesso passou a predominar no meio rádio.

Os efeitos sonoros se transformam. Sinais eletrônicos para chamar a atenção do ouvinte, destacando uma notícia ou anunciando o tempo de jogo na narração de futebol, passam a exercer papel relevante a partir da constatação de que a atenção do ouvinte está dividida entre o escutar o rádio portátil e executar outra atividade. Não eram mais ouvintes parados na sala, com luz baixa na casa e atenção direcionada quase que inteiramente para o conteúdo que vinha da caixa de som.

O potencial do rádio para combinar expressão oral e recursos técnicos e gerar relações afetivas de cada ouvinte com seus programas e comunicadores favoritos promoveu uma vitoriosa reação dos veículos radiofônicos à concorrência com a TV, como destaca Jesús Martín-Barbero.

No campo do rádio, inicia-se um processo de transformação que corresponde à tendência geral imposta pelo desenvolvimentismo e crise que o auge da televisão desencadeia nesse meio em particular. O rádio reage à concorrência da televisão explorando sua popularidade, ou seja, seus modos especiais de “captar” o popular... [...] Esses traços tecnodiscursivos que permitem ao rádio mediar o popular como nenhum outro meio vão possibilitar sua renovação, a partir de um entrelaçamento privilegiado da modernizadora racionalidade informativo-instrumental com a mentalidade expressivo-simbólica do mundo popular. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 254)

Se entendemos linguagem radiofônica como um conjunto articulado de sons, podemos afirmar que essa combinação capaz de nos transportar para diferentes paisagens sonoras⁶ se mostra eficiente para animar os sentidos e “transportar” os ouvintes quando utiliza eficientemente dois ou mais dos chamados “quatro idiomas” do rádio.

López Vigil (1997) aborda os quatro idiomas que compõem a linguagem radiofônica: palavras, efeitos sonoros, música e silêncio. Admite ter dúvidas sobre as pausas: “constituem uma quarta voz do rádio ou pertencem ao ritmo próprio de outras três (palavras, efeitos e música)?”. Essa é uma questão polêmica entre pesquisadores da linguagem radiofônica na América Latina.

Nessa análise, trataremos o silêncio como o quarto e a trilha sonora – músicas de fundo e instrumentais – como item adicional, visto que ela cumpre um papel diferente do destinado à execução de músicas inteiras ou de breves cortinas musicais temáticas usadas para abrir ou encerrar reportagens e/ou documentários. Refletiremos sobre a atuação da comunicação não-verbal em cada um desses idiomas, inclusive no uso da entonação (não-verbal) nas locuções e interpretações de texto.

Contar histórias de forma envolvente no rádio para conquistar a atenção dos ouvintes, depende, em grande medida, de combinar a qualidade do texto narrativo e descritivo (comunicação verbal) com as tonalidades – interpretação – dos locutores.

A entonação seria uma das provas de que a comunicação não-verbal não é, necessariamente, oposta à verbal. Mônica Rector e Aluizio R. Trinta (1985, p. 33) destacam o caráter de complementaridade da comunicação verbal com a não-verbal nas seguintes combinações: “vocal verbal”, que são as palavras ditas, a oralidade; “vocal não-verbal”, as entonações sem palavras; “não-vocal verbal”, as palavras escritas; “não-vocal não-verbal”, as expressões faciais, gestos e posturas.

Como exemplos do “vocal não-verbal” – entonações sem palavras –, podemos destacar o caso do efeito obtido pelo “lá-lá-lá-lá-lá” transmitido pela *Rádio Enriquillo*; e os gemidos de dor ou de prazer, em personagens em dramatizações radiofônicas. A escuridão da cidade da Guatemala, com as luzes acesas das casas que atenderam ao pedido da rádio *Liberación*, pode ser definida como experiência de construção da imagem pelo “vocal/verbal”. Neste último caso, escuridão, silêncio e as poucas luzes acesas compõem um mosaico de sentidos conflitantes.

As palavras e entonações, porém, representam apenas o primeiro “naípe de instrumentos” dessa “orquestração” chamada linguagem radiofônica. Por melhor que seja, um apresentador que fala sozinho e de forma linear gera desatenção e cansaço na audiência. A sonoplastia é determinante nos outros idiomas

A música como elemento de identidade

É pelo “segundo idioma”, a partir dos tipos de músicas veiculadas em cada emissora, que a maioria dos ouvintes faz a escolha de suas rádios preferidas. A linha musical é, portanto, fator decisivo nas relações de identidade, afeto e pertencimento entre público e veículo de comunicação. Mesmo nas rádios de programação predominantemente falada (as jornalísticas, por exemplo), a escolha de quais cantores e bandas serão chamados para entrevistas obedece a uma lógica de segmento musical voltado para o público-alvo de cada emissora.

Rádios especializadas em música instrumental, especialmente as que tocam músicas de concerto, conseguem provocar em seus ouvintes diferentes sensações com blocos de até mais de dez minutos de duração sem veicular palavras. São as potencialidades dos andamentos como lento, adágio, andante, alegre, que mexem com a afetividade a sensibilidade do ouvinte.

Escolher músicas que ilustrem os temas abordados nos programas radiofônicos – estejam elas nas chamadas cortinas musicais (trechos curtos) ou na veiculação inteira da canção – mexe com a subjetividade e o afeto do ouvinte, visto que a música ativa as sensações recentes e a memória afetiva.

O efeito sonoro, terceiro idioma da linguagem radiofônica, é decisivo na construção da “tela invisível” de Walter Alves. Existem dois grupos de efeitos sonoros: os que imitam os sons de natureza e os sinais eletrônicos que alertam para uma notícia considerada relevante ou um novo segmento de um programa.

Uma novela radiofônica sem ambientação pode gerar o mesmo incômodo de uma narração de futebol sem o ruído da torcida. Não por acaso, quando emissoras de rádio transmitem jogos diretamente dos estúdios, seus gestores e técnicos buscam métodos para garantir a captação do som ambiente original do estádio. Como última alternativa, veiculam sons gravados de torcidas de futebol.

As experiências de radioarte e de dramatizações radiofônicas apenas com uso de efeitos sonoros nos mostram que é possível produzir programas atrativos sem o uso de palavras. Segundo López Vigil, não por acaso criar um programa somente com a comunicação não-verbal é a primeira tarefa proposta em cursos do CIESPAL (Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina), em Quito, Equador.

O primeiro exercício dos bolsistas é fazer um programa radiofônico com uma história sem palavras. Somente com efeitos de som bem concatenados, devem desenvolver um roteiro breve com conflito e desenlace. Conseguem. Uma vez autorizada a criatividade, os aprendizes da “bruxaria” radiofônica arranjam uma forma de comunicar suas ideias com ruídos simples da natureza e das coisas. Alguns efeitos transmitem emoções intensas. Pensemos no balanço do berço onde o bebê acaba de morrer ou os passos que perseguem uma moça na escuridão [...] Fazem ver com o terceiro olho, o do espírito. Os efeitos vão diretamente à imaginação do ouvinte. (LÓPEZ VIGIL, 1997, p. 60)

Quando o silêncio “diz”

A pausa forma o que chamamos de quarto idioma. Pode intercalar o verbal e entremear músicas instrumentais ou efeitos sonoros. Nos cursos de locução e produção de rádio, atores, sonoplastas, locutores de notícias, narradores de futebol e apresentadores de programas de auditório são treinados para o uso adequado das pausas. Silêncios dizem muito também no rádio. Geram fenômenos como os destacados por Guilherme Nery Atem, Ana Paula Goulart de Andrade e Sandro Torres de Azevedo.

O silêncio é uma ausência, mas não é um vazio. É uma ausência de som, mas não é carente de conteúdo; muito pelo contrário: o silêncio, em geral, é repleto de sentido. A Semiótica, a Análise do Discurso e a Psicanálise o sabem muito bem. A comunicação verbal é uma parte do sistema complexo da comunicação humana [...] O silêncio é privação de som, mas não de sentido. Aqui, percebemos o caráter semiótico do silêncio: se não se pode atribuir sentido ao silêncio em si, pode-se atribuir sentidos àquilo para o que o silêncio aponta, para o seu objeto/referente. (ATEM, GOULART DE ANDRADE e AZEVEDO)

Nas crônicas, a pausa antes da conclusão final do comentarista serve de destaque à última oração. A ideia de tensão na frase fica latente. Nas dramatizações do noticiário policial e na narração esportiva, a pausa constitui recurso eficiente de suspense, expectativa. Nos programas religiosos, a pausa é utilizada como recurso de “passagem” para o interior, uma espécie de ferramenta para meditar. López Vigil acentua a relevância do silêncio em diferentes formatos radiofônicos.

O que seria das tramas policiais ou de terror sem os angustiantes instantes que antecedem o crime? Até mesmo o nome do gênero – suspense – foi tomado daí. Suspende-se o argumento para desencadeá-lo a seguir com mais força. O que aconteceria com os romances sem os momentos que transcorrem após o beijo dos amantes incompreendidos? Todas as emoções se intensificam com pausas oportunas que as seguem ou precedem. Isso vale para todos os gêneros e todos os comunicadores. Um comentarista que não usa as pausas arrisca a convicção de suas palavras. Uma cantora, um entrevistador, uma apresentadora de revistas radiofônicas e até um locutor de vinhetas, que trabalha um dos formatos mais rápidos, sabe reservar esse segundo crucial, esse momento de expectativa, antes de pronunciar o slogan do fechamento do texto. (LÓPEZ VIGIL, 1997, p. 62).

Para o filósofo Francis Wolff (2014), o silêncio pode ser interpretado como uma “privação” de falas, ruídos e músicas. Essa privação também significa, informa, mexe com os sentidos. Ou seja, se faz presente.

Para que o silêncio seja significativo, para que ele seja signo positivo e não mais apenas negação ou ausência, para que se torne presença, é preciso que, por uma transmutação, a ausência que ele é se transforme em presença, não dele mesmo, mas de alguma outra coisa. (WOLFF, 2014, p. 47)

O silêncio no rádio é diferente de outro fenômeno que os radialistas costumam chamar de “buraco”. Quando uma gravação trava, quando um repórter é chamado no ar e, por problemas na linha telefônica, não consegue transmitir a informação ou quando uma música termina e o sonoplasta, ao “cochilar”, não aciona a atração seguinte, temos casos de “buraco”. O silêncio como um dos idiomas do rádio é a ação proposital, não-acidental, de produzir pausas. Silêncio e buraco, portanto, têm significados distintos no rádio.

O tempero das trilhas

As trilhas – ou músicas anímicas⁷ – funcionam como um tempero no conteúdo. Fortalecem a percepção de que o programa é dramático, jornalístico, esportivo, musical ou religioso. Nos diferentes formatos do gênero dramático, elas apoiam a ambientação para acentuar a emoção associada a cada cena. Nas vinhetas de programas e nos prefixos das emissoras, ajudam o ouvinte a encontrar os conteúdos desejados através da associação entre o estilo – registro sonoro – de música instrumental anímica e a proposta de cada programa. As trilhas, como a voz e o tom de leitura do locutor/apresentador, servem ainda como elemento de identificação da emissora.

Durante a ditadura civil-militar no Brasil, a maioria das trilhas que abriam as transmissões de futebol adotava marchas militares. Associar feitos esportivos a conquistas militares fazia parte dessa lógica discursiva. Ficavam

subjacentes duas ideias: 1) o jogo de futebol funciona como campo de batalha, onde matar (o adversário) é questão de sobrevivência; 2) as marchas reforçavam a ideia segundo a qual, nas partidas da seleção brasileira, entrava em campo um sentimento de patriotismo, a “pátria de chuteiras”, nas palavras do cronista e teatrólogo Nelson Rodrigues.

Como nas entonações das falas, nas músicas, nos efeitos sonoros e no silêncio (pausas), as trilhas podem gerar efeitos contrários aos desejados pelos roteiristas se não cumprirem o papel de “parte integrante de uma mesma orquestra”. Não se trata, portanto, de veicular aleatoriamente um efeito sonoro, uma pausa ou trilhas instrumentais para animar o ouvinte.

No fim dos anos 1970, o radialista e professor Mario Kaplún alertava soneoplastas latino-americanos para uma espécie de modismo no uso desnecessário de trilhas. Esses modismos seguem presentes na maioria das emissoras brasileiras.

A cada parágrafo, interrompe-se a crônica para dar lugar a uma música qualquer; uma cortina escolhida geralmente ao acaso, sem nenhuma relação com o tema e, pior, repetida mecanicamente. Sempre a mesma. Desta forma, acredita-se que se está dissimulando a monotonia do monólogo. Utilizada de maneira mecânica e rotineira, a música não expressa nada; não agrega valor à emissão, nem a acompanha ou a enriquece; mas se converte em enxerto estranho. Em vez de amenizar, aborrece e distrai a atenção (KAPLÚN, 1978, p. 209).

Considerações finais

As emissoras que priorizam a missão política não diferem das comerciais quando se trata de explorar os idiomas radiofônicos. Pode-se citar como aspecto acessório o efeito da transgressão, do sentimento de pertencimento a algo que o Estado autoritário entende como ameaça e, portanto, proíbe. A exortação do então governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, na cadeia da legalidade liderada pela Rádio Guaíba, as convocações aos camponeses descontentes com a ditadura de Somoza, pela rádio clandestina Sandino, da Frente Sandinista de Libertação Nacional, da Nicarágua, o “lá-lá-lá-lá-lá” sarcástico que alertou os haitianos para o início da censura na *Rádio Enriquillo* representam alternativas de contestação do *status quo*. Da mesma forma, as pregações da *Rádio Liberación* atuaram como elementos perturbadores contra o governo Arbenz. O vetor é distinto, mas táticas e objetivos coincidem.

Os exemplos citados buscam estimular a reflexão sobre quão amplas são as possibilidades dos idiomas radiofônicos que devem ser articulados como se estivéssemos diante dos naipes de uma orquestra. Os idiomas não-verbais funcionam no rádio com ou sem o apoio das palavras. O transporte do público para diferentes paisagens sonoras e a ativação dos sentidos a partir da audição costumam funcionar no rádio em articulação coerente do verbal com esses outros quatro “naipes”. Sozinhas, as palavras tornariam o programa cansativo e pouco eficiente na construção da paisagem sonora, do afeto e do pertencimento da audiência.

Cada naipe atua coerentemente e em função do conjunto da obra. Soltos, sem articulação com os objetivos do programa radiofônico e seu roteiro, esses recursos não produzem o efeito desejado pelas equipes das emissoras. Bem orquestrados, conseguem tornar acessíveis até mesmo os temas mais densos da política e da economia.

Existem diversos tipos de rádio político. Antes do advento da internet, o mais comum era o da programação de perfil panfletário, principalmente as de frequência não autorizada. Se o transmissor estivesse em território nacional, uma programação fixa facilitaria a localização por parte das autoridades. Modelos baseados na mobilização, com discursos convocatórios, predominaram no dial no século XX. Foi o caso da Rádio Record, em 1932, que transmitia textos inflamados contra o governo Getúlio Vargas, a maioria escritos por Alcântara Machado e lidos por Cesar Ladeira. Foi o caso também das irradiações da guerra civil espanhola e da Cadeia da Legalidade.

Mas o rádio pode assumir conotações políticas sem adotar o proselitismo político. Na década de 60, quando engatinhava a campanha pela abertura do *dial* a grupos privados na Europa Ocidental, um jovem irlandês de 21 anos, de nome Ronan O'Rahilly – filho do dono de um estaleiro – comprou um velho barco de passageiros holandês, fez adaptações e partiu rumo ao Mar do Norte. Ali iniciou transmissões de *rock* em águas internacionais. A Rádio Caroline – homenagem à filha do presidente John Kennedy – fez sucesso entre os ouvintes e abriu caminho para a campanha pelo sistema de concessão na radiodifusão. Mais político do que isso, impossível.

Bibliografia

ABREU, João Batista. *Rádio e formação de mentalidades – testemunha ocular da guerra psicológica*. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

ALVES, Walter Ouro. *Radio, la mayor pantalla del mundo*. Quito: Ciespal / Radio Nederland Training Centre, 1982.

ATEM, Guilherme Nery; GOULART DE ANDRADE, Ana Paula; AZEVEDO, Sandro Tôres de. Os Silêncios no Telejornal: Uma Análise das Coerções do Dito Sobre o Não-Dito no Telejornalismo Contemporâneo. *Anais do Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo*. Tema: Os silêncios do Jornalismo, 2015.

BARALE, Ana María Pepino. *Radio Educativa, Popular y Comunitaria en América Latina: Origen, evolución y perspectivas*. Cidade do México: Plaza y Valdes Editores, 1999.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 3ª edição, 2007.

GOLIN, Cida; ABREU, João Batista de (org.). *Batalha Sonora: o rádio e a Segunda Guerra Mundial*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*, v. 4. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

KAPLÚN, Mário. *Producción de programas de radio*. Quito: Intyian / Ciespal, 1978.

MACHADO, Juremir. *Vozes da legalidade – política e imaginário na era do rádio*. 4ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

RECTOR, Mônica; TRINTA, Aluizio R. *Comunicação não-verbal: a gestualidade brasileira*. Petrópolis: Vozes, 1985.

SCHAFER, Murray. *A afinação do mundo*. São Paulo: UNESP, 2001.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito: Amarc, 1997.

WOLFF, F. O silêncio é a ausência de quê? In: NOVAES, A. (org.). *Mutações*. São Paulo: Sesc, 2014.

Notas

1. Os autores do artigo são docentes pesquisadores de universidades públicas e do Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) da Argentina, integrantes do projeto “Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522. Condiciones, estrategias y desafíos” (financiado pelo Conicet e pelo DPSCA, desde 2015).
2. O anúncio de lançamento de uma emissora clandestina indica a disposição política dos donos de jornais na Guatemala em relação ao governo Arbenz. O fato mostra que a rádio faz parte de uma rede mais complexa, que envolve setores nacionais do empresariado que se aliam a grupos estrangeiros.
3. “Radio Enriquillo: la voz de la democracia al otro lado de la frontera”. Reportagem da revista Alerta, da Associação Latino-Americana de Educação Radiofônica, n. 1, p. 7. Quito, Ecuador: ALER: 1992.
4. Idem.
5. Esse conceito de rádio como “meio de transporte” do ouvinte para diferentes lugares também está presente em outro artigo do segundo autor, “O Rádio que Transporta: experiências de construção dos seis sentidos”, a ser publicado.
6. O conceito de paisagem sonora (*soundscape*) foi desenvolvido por um grupo de pesquisadores liderados pelo canadense Murray Schafer, da Universidade Simon Fraser, que em 1969 começou a investigar o ambiente acústico e seus efeitos no homem (SCHAFER, 2001).
7. Em espanhol, a palavra mais usada para se referir às trilhas instrumentais é *amnimicas*. Ou seja, músicas de animação.

Rádios comunitárias nas revistas latino-americanas de Comunicação (2010-2015)

Community radios in Communication Latin American journals (2010-2015)

Doris Fagundes Haussen | Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)
Jornalista, professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e pesquisadora do CNPq
Email: dorisfah@pucrs.br

Resumo

O artigo analisa a presença das rádios comunitárias nas revistas latino-americanas de Comunicação, com o objetivo de verificar de que forma o tema é abordado, quais os enfoques priorizados, os principais autores e as referências mais utilizadas. Foram selecionadas, no período de 2010 a 2015, oito das principais revistas do continente que se dedicam à área. Constatou-se a presença de dez artigos sobre o tema.

Palabras Claves: rádios comunitárias; revistas de Comunicação; América Latina.

Abstract

The paper analysis the presence of community radio stations in the Latin American communication journals with the objective of verifying how the topic is approached, the prioritizes approaches, the main authors and the most used references. Eight of the main journals on the continent were selected in the period from 2010 to 2015. Ten articles on the topic were present.

Keywords: community radio; communication journals; Latin America.

Introdução

Na América Latina, atualmente, há um número expressivo de revistas científicas que se dedicam à Comunicação¹. Um dos motivos para o crescimento quantitativo deve-se ao aumento de números de cursos e de Programas de Pós-Graduação na área que se multiplicaram nos últimos anos (o caso do Brasil é um exemplo neste sentido) e criaram os seus periódicos. Assim, há revistas com uma tradição solidificada e outras em fase inicial, e o destaque de algumas deve-se ao seu alcance e reconhecimento nacional e internacional, à categoria dos artigos e autores, ao tratamento e profundidade dos temas abordados, ou à continuidade e cuidado da edição (JONES, 1996).

Desta forma, os periódicos científicos de Comunicação representam uma fonte importante de pesquisa para a área. Assim, neste artigo busca-se analisar a relevância atribuída à temática das rádios comunitárias no continente, através da consulta a essas revistas. Para tal, foram selecionados oito periódicos de interesse para a comunidade científica, pela sua origem em instituições reconhecidas da área (como Ciespal, Intercom, Felafacs, Alaic, Compós), pela excelência atribuída por comitês científicos ou pela avaliação Qualis da Capes (revistas A2).

As revistas pesquisadas foram *Chasqui* (Ciespal, Equador), *Dialogos de la Comunicación* (Felafacs, Perú), *Intercom* e *E-Compós* (Brasil), *Signo y Pensamiento* (Universidad Javeriana, Colombia), *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* (Alaic), *Razón y Palabra* (México/Equador) e *Questión* (Universidad Nacional de La Plata, Argentina)². O período de análise situou-se entre 2010-2015. A pesquisa selecionou dois números por ano de cada uma, sendo a primeira de cada semestre, totalizando, assim, 96 volumes analisados. Verificou-se que, dos oito periódicos, quatro apresentam textos sobre o tema: *Chasqui*, *Diálogos de la Comunicación*, *Signo y Pensamiento* e *Razón y Palabra*.

Constatou-se que, dos 96 volumes analisados, 59 possuem artigos sobre rádio e, deles, 10 tratam das rádios comunitárias, vindo na sequência temas sobre legislação da comunicação e tecnologias, sendo os demais conteúdos mais diversificados. Outros 257 artigos citam o rádio tangencialmente. A revista que mais publicou textos sobre essas emissoras foi a *Razón y Palabra*, com quatro artigos, seguida por *Signo y Pensamiento*, com três, *Diálogos de la Comunicación*, com dois, e *Chasqui*, com um.

A seguir reproduz-se, conforme constam (inclusive no idioma de origem), os títulos, autores (breve currículo indicado pelo autor), resumo, palavras-chave, revista e ano de publicação. Após a apresentação dos artigos organizada pelo ano de publicação, entre 2010 e 2015, efetua-se a análise e apresentam-se as considerações finais.

Os artigos³

Rádio comunitária e liberdade de expressão no Brasil

Autores: Cicília M. Krohling Peruzzo, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social Universidade Metodista de São Paulo, doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, e Marcelo de Oliveira Volpato, jornalista pela Universidade de Marília e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

Periódico: *Chasqui*, edição 109, 2010, p. 38-42

Resumo: Apesar das dificuldades e apropriação indevida por partes de terceiros, as rádios comunitárias brasileiras têm se configurado como espaços de lutas pelo direito humano à comunicação. [...] As rádios comunitárias que estão sob o controle coletivo-popular e que adotam estratégias de viabilização da participação comunitária contribuem para o desenvolvimento local e representam uma resposta à dominação e ao oligopólio dos meios de comunicação [...]. O movimento das rádios comunitárias mostrou-se articulado e, junto a outros movimentos e organizações sociais, aprova propostas para melhorar a Comunicação no País, uma vez transformadas em lei.

Palavras-chave: rádios comunitárias, história, legislação, Brasil.

Procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos de Colombia (1947-1989)

Autor: Hernando Vaca Gutiérrez, colombiano, periodista, licenciado en Comunicación Social, con especialidad en Desarrollo, de La Universidad Politécnica Salesiana de Quito. Diplomado en Teología de La Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Licenciado en Filosofía y Ciencias Religiosas de La Universidad Santo Tomás. Maestría en Comunicación y Mercado de la Facultad Cásper Líbero de São Paulo y doctor en Ciencias de La Comunicación de la Unisinos, de São Leopoldo, Brasil.

Periódico: *Signo y Pensamiento*, vol. 30, edição 58, 2011, p. 226-241.

Resumo: A partir de los procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos, La investigación muestra cómo esta experiencia contribuyó al cambio social, al desarrollo, desde el conocimiento de su realidad sociocultural, política y religiosa, de sus necesidades de aprendizaje, del dominio de la especificidad y convergencia mediática, y de la interface comunicación y educación. También, señala los límites de esta práctica educativo-mediática. El estudio reconoce la importancia y la intensidad de la interacción “estricta”, y muestra cómo la interacción “social amplia”, diferida y difusa, fue dinamizada por la programación educativa, informativa y recreativa. El imaginario religioso, la música y el deporte densificaron la socialización, la interactividad, que fue observada en el subsistema *productor/producto* y en el subsistema *receptor/producto*.

Palavras-chave: Radio Sutatenza, procesos interactivos, campesinos, interface comunicación y educación, desarrollo.

Rádio Comunitária como estratégia de comunicação da Extensão Pesqueira para o Desenvolvimento Local

Autor: Washington Gurgel, jornalista, professor universitário, especialista em jornalismo cultural e mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Periódico: *Signo y Pensamiento*, n. 30, edição 58, 2011, p. 64-77.

Resumo: O objetivo deste estudo é analisar o rádio comunitário como estratégia de comunicação da Extensão Pesqueira para o Desenvolvimento Local em comunidades cuja pesca é a principal atividade econômica, a exemplo da Ilha de Deus, no Recife, Pernambuco. A análise parte da recepção da Rádio Comunitária Boca da Ilha pelos moradores da Ilha de Deus no intuito de compreender as apropriações que pescadores e pescadoras fazem da emissora local e o sentido que essa população dá às mensagens no seu cotidiano observando as possibilidades do uso do rádio comunitário como parceiro em projetos de Extensão Pesqueira.

Palavras-chave: extensão pesqueira; rádio comunitária; desenvolvimento local.

Radiocomunitária el futuro habla “glocal”. Una experiencia africana: el caso de Guinea-Bissau y Mozambique

Autor: Patrícia Mota Paula, portuguesa, journalist, university teacher and PhD researcher. Degree in Communication Sciences (Journalism), post-graduation in International Journalism, MA and PhD finishing in African Studies at ISCTE – University Institute of Lisbon, CIES-IUL, Lisbon, Portugal.

Periódico: *Signo y Pensamiento*, vol. 31, edição 59, 2011, p. 282-297.

Resumo do autor: Este artículo es un análisis comparativo de realidades de radio comunitaria en dos países africanos lusófonos: Guinea-Bissau y Mozambique, cuyas investigaciones se refieren a 2003, 2004, 2007 y 2009, respectivamente. Se centra en la tensa relación entre poder político y radios comunitarias a través de una revisión teórica de dos conceptos nuevos: “Comunicación para Desarrollo” y “Glocalización”. Un estudio amplio e innovador con el objetivo de determinar el papel que estos medios tienen para construir una ciudadanía exigente y participativa. Expone peligros que amenazan la sostenibilidad de estas herramientas de empoderamiento, estando privadas de los marcos institucionales. El objetivo principal es identificar similitudes y diferencias, discutir problemas y proponer soluciones viables a la normalización de los criterios y definiciones.

Palabras-clave: África lusófona; rádio comunitária; desarrollo sostenible; derechos humanos; empoderamiento.

Comunicación y conflictos socioambientales en el Perú. Radios educativas y comunitarias en la encrucijada

Autor: Jorge Acevedo Rojas, comunicador social y educador. Director ejecutivo de la Coordinadora Nacional de Radio. Profesor e investigador de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú y de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima.

Periódico: *Diálogos de la Comunicación*, edição 81, 2011, p. 1-15.

Resumo: El artículo presenta un conjunto de reflexiones sobre la actuación de radios educativas y comunitarias en contextos de conflicto social principalmente entre empresas mineras y comunidades en el Perú. Parte de una aproximación a la problemática de los conflictos socioambientales, cuyo número e intensidad se ha incrementado significativamente en los últimos años. Propone una descripción de los principales escenarios y actores, incluidos medios de comunicación, así como los problemas de carácter estructural que se ubican a la base de las relaciones de conflictividad social. Presenta una definición general de las radios comunitarias y educativas y sus proyectos de comunicación; propone y analiza los principales ejes de tensión y los desafíos que afrontan estas emisoras en situaciones de conflictividad, tensiones que tienen que ver con las nociones de objetividad y pluralismo informativo en el marco de relaciones asimétricas de poder y comunicación entre empresas, Estado y comunidades; así como la ubicación y el rol de las emisoras frente al tejido social en situaciones de conflictividad, entre otros campos del quehacer comunicativo.

Palabras-clave: rádios comunitárias; rádios educativas; conflitos; Perú.

La radio comunitaria y la transformación neoliberal de América Latina

Autor: Joy Elizabeth Hayes, doctora en Comunicación de la Universidad de California, San Diego, EE.UU., profesora asociada de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Iowa, EE.UU.

Periódico: *Diálogos de la Comunicación*, edição 84, 2012, p. 1-15.

Resumo: Este ensayo sostiene que los intereses nacionales de radiodifusión temen al surgimiento de la radio comunitaria, porque se interrumpen las asociaciones entre los medios y el Estado, que han sido, durante mucho tiempo, la norma en la región. La explosión de la radiodifusión comunitaria debe ser entendida como parte de la transformación de la región provocada por la crisis económica y la reforma neoliberal en las últimas dos décadas del siglo 20. En este sentido, la “sociedad civil transnacional” asociada con la radiodifusión comunitaria debe ser críticamente re-evaluada. Yo sostengo que los términos “transnacional” y “sociedad civil” describen campos desiguales de relaciones de poder. Es decir que la sociedad civil transnacional puede contribuir a la democratización, pero también puede

implicar nuevas formas de dominación. Evidencia desde una radiodifusora comunitaria en México, Ecos de Manantlán, indica el papel central que las fuerzas transnacionales pueden desempeñar en la configuración del contenido cultural de las radios comunitarias.

Palabras-clave: Rádio comunitária; Rádio Ecos de Manantlán; radiodifusión; sociedad civil transnacional; música ranchera.

Radio comunitaria en México. Lucha y clasificación en el espacio mediático

Autor: Carlos F. Baca Feldman, maestría en Sociología del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vélaz Pliego” de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Periódico: *Razón y Palabra*, edição 80, 2012, p. 1-15.

Resumo: Este artículo presenta, apoyados en la teoría crítica y de la comunicación, la lucha contra la clasificación histórica en algunas experiencias de comunicación comunitaria en México. Clasificación que se hace más visible en el capitalismo al establecer parámetros de jerarquización racial, étnica, de género etc. y que toma como uno de sus elementos de dominación en la forma mercancía. Al mismo tiempo que estos medios reflejan la lucha contra la exclusión en el modo de producción capitalista, y a pesar de las contradicciones en las que puedan caer, en ellos podemos ver una esperanza de generar un mundo con mejores oportunidades para todos los que vivimos en él, en donde todos podamos contar con la posibilidad de alzar nuestra voz y exponer nuestra propia visión del mundo. El uso alternativo de las nuevas tecnologías de la comunicación nos permite visualizar las contradicciones y antagonismos de los problemas sociales causados por las relaciones capitalistas.

Palabras-clave: Radio comunitária; lucha de clases; teoría crítica; comunicación; clasificación social.

Acciones de sostenibilidad de las radios comunitarias en el estado Zulia

Autores: Maria C. Useche, Beatriz Queipo, Landys Guerrero.

Periódico: *Razón y Palabra*, edição 82, 2013, p. 1-19.

Resumo: El objeto del presente trabajo consiste en determinar las acciones de sostenibilidad social implementadas por las radios comunitarias en el municipio Maracaibo, desde el enfoque emancipatorio latinoamericano de Rebellato (2003) y Villasante (2001), entre otros. El método de investigación fue la investigación acción participativa, la población estuvo conformada por todas las radios populares, alternativas y comunitarias habilitadas en el municipio Maracaibo por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (2011), por lo que se empleó un censo poblacional. Con respecto, a la recolección de datos se aplicó una entrevista a los

coordinadores de las emisoras de radios y mediante las técnicas de Strauss y Corbin (2002) se establecieron categorías sociales comunicacionales en el ámbito comunitario. Se concluye que en la praxis de la sostenibilidad social se ha direccionado hacia las relaciones sociales, evolución social y legitimidad, desarrollando acciones constantes y temporales.

Palabras-clave: Relaciones sociales; evolución social; legitimidad; radios comunitarias.

A comunicação comunitária e alternativa em Pontos de Cultura na capital de São Paulo

Autor: Cicilia M. Krohling Peruzzo, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo.

Periódico: *Razón y Palabra*, edição 86, 2014, p. 1-25.

Resumo: Estudo sobre a presença da comunicação comunitária e alternativa em Pontos de Cultura da capital de São Paulo. Objetiva-se averiguar se a comunicação comunitária e alternativa aparece nos projetos de Pontos de Cultura e se há interconexão entre a mesma e as atividades culturais desenvolvidas. Os procedimentos metodológicos vão da pesquisa bibliográfica à documental. Conclui-se que é baixo o número de Pontos de Cultura que trabalham com rádios comunitárias e outras mídias, pois a maioria prioriza atividades específicas do campo das artes, especialmente o teatro e a música.

Palavras-chave: Comunicação; Pontos de Cultura; Rádio comunitária; Cidadania cultural.

A web rádio como extensão das ondas hertzianas da rádio comunitária

Autores: Amanda Cínthia Medeiros e Silva, Mestre em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN), e Juliana Bulhões Alberto Dantas, professora substituta do Departamento de Comunicação Social da UFRN e mestre em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN).

Periódico: *Razón y Palabra*, vol. 86, 2014, p. 1-16.

Resumo: Propomos uma discussão da web rádio como extensão da rádio comunitária a partir de uma revisão bibliográfica feita com base em produções de teóricos da comunicação. Tal revisão, somada a considerações empíricas, nos permitiu afirmar que mesmo não sendo o objetivo central de uma rádio comunitária disseminar sua produção para além dos limites geográficos de seu alcance convencional, uma realidade cada vez mais midiaticizada leva tal veículo a seguir a tendência do rádio hipermidiático.

Palavras-chave: Rádio; comunicação comunitária; web rádio; midiaticização..

Analizando dos artigos

Inicialmente, é preciso lembrar que se tomou como referência para a análise, o conceito de rádios comunitárias empregado por Peruzzo (2007), quando diz:

É aquela que transmite uma programação de interesse social vinculada à realidade local, não tem fins lucrativos, contribui para ampliar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas (PERUZZO, 2007, p.1).

Para a autora, a emissora radiofônica comunitária “permite ainda a participação ativa e autônoma das pessoas residentes na localidade e de representantes de movimentos sociais e de outras formas de organização coletiva na programação, nos processos de criação, no planejamento e na gestão da emissora” (PERUZZO, 2007, p. 1). Sobre os projetos/perfis de cada emissora comunitária, observa-se a reflexão de Kaplún (2015) quando diz que os mesmos não são simples e cada rádio comunitária os define de acordo com as suas realidades sociais.

A maior ou menor objetividade social, as tradições organizativas, a memória de lutas ou de festas compartilhadas são terrenos diversos para o desenvolvimento de cada projeto. E cada projeto, por sua vez, define seus próprios objetivos, que com frequência transcendem – ou pretendem transcender – o território limitado em que se originaram. Do bairro ou o pequeno povoado à zona urbana ou rural ampla, da vizinhança aos interesses culturais compartilhados e os vínculos que se tecem pela internet. (KAPLÚN, 2015, p. 174)⁴

Sob esta perspectiva, analisando-se os textos, verifica-se uma diversidade de conteúdos relativos às rádios comunitárias, sendo que dois artigos tratam mais especificamente da questão da cultura, e, os demais, da legislação, da cidadania, de conflitos, luta de classes, sustentabilidade social, da extensão, e da tecnologia nas rádios comunitárias. Percebe-se, com clareza, o enfoque social dos autores, preocupados com a atuação dessas emissoras no que se refere à liberdade de expressão, à formação da cidadania, ao local inserido num contexto global, como o artigo sobre as emissoras africanas, ou com as transformações neoliberais no continente. Ou seja, textos inseridos na proposta de Peruzzo sobre as mesmas e lembrando a reflexão de Gonzalez (2016), quando diz que “o estudo científico da cultura, desta dimensão simbólica de toda a existência humana, surge, precisamente, quando se começa a questionar e a pensar a sociedade como algo diferenciado – e diferenciável, justo no pensamento (GONZALEZ, 2016, p. 15).

Neste sentido, pode-se dizer que a reflexão inserida nos artigos publicados nas revistas de Comunicação latino-americanas corrobora a proposta desses autores, pois são textos que se dedicam a refletir sobre a atuação e o papel das emissoras comunitárias num contexto que exige um olhar ao mesmo tempo sensível, crítico e científico.

Do total analisado, quatro artigos são de autores brasileiros, um do México, um do Peru, um da Venezuela, um da Colômbia, um de Portugal e um dos Estados Unidos. Destes, apenas um autor se faz presente com dois trabalhos

(sendo um deles em parceria). Sobre os anos de publicação, em 2011 constam quatro textos; em 2012 e 2014, dois textos respectivamente; e em 2010 e 2013 um em cada ano. A construção dos artigos, por sua vez, indica cinco estudos de caso e um estudo comparado, uma pesquisa-ação, além de pesquisas bibliográfica e documental que são apontadas por vários autores. O referencial teórico aborda estudos latino-americanos de recepção, cidadania, história e outros.

Quanto às referências, o autor mais citado nesses textos é Jesús Martín-Barbero, com seis citações sendo que os demais autores contam com três ou menos citações nos dez artigos analisados, entre eles, Peruzzo, Beltrán, Verón, e Paulo Freire. Verifica-se, assim, uma pluralidade de autores que têm em comum, principalmente as temáticas de cidadania e cultura, além do próprio rádio como foco. No que se refere a esta questão é interessante lembrar as observações de Martino (2014) quando diz que “a aferição dos lugares de fala a partir das citações de outros autores permite formar um índice a partir da materialidade desse discurso na escrita dos textos”. Mas ele salienta, ainda, os cuidados necessários sobre a quantidade de vezes em que um autor aparece que “não pode ser tomada como um retrato de sua apropriação, posto que a divisão não é horizontal, isto é, pelo número de artigos em que é citado, e um autor pode ter diversas obras citadas em apenas um artigo” (MARTINO, 2014, p. 163)⁵.

Na questão específica das referências utilizadas nos artigos sobre rádios comunitárias, publicados nas revistas de Comunicação latino-americanas, percebe-se, ainda, uma significativa aproximação à área, tanto no que se refere às características das próprias emissoras (Peruzzo, por exemplo) quanto sobre o contexto explicativo da cultura latino-americana, como Martín-Barbero e Díaz Bordenave. No entanto, é sempre bom estar atento ao contexto em movimento, como salienta Martino:

As questões específicas de discussão de conceitos e teorias, bem como de objetos e estudos de caso, lembram que os problemas epistemológicos não acontecem fora de uma história, de um contexto de transformações sociais em um sistema econômico e político específico, que ao colocar situações novas, abre novos horizontes para as práticas sociais humanas, dentre as quais a Comunicação. À medida que novos objetos de reflexão aparecem, demandando teorias e conceitos que permitam sua compreensão, aparece igualmente uma busca pelas fundamentações, limites e possibilidades desses referenciais (MARTINO, 2014, p. 173, apud HAUSSEN, 2016, p. 160).

Algumas considerações

Pode-se dizer, de maneira geral, que na América Latina as revistas científicas de Comunicação “têm favorecido a difusão da produção intelectual dedicada à análise dos fenômenos comunicativos, além de introduzir e generalizar diferentes correntes teóricas e metodológicas, assim como debates cruciais para o futuro da região” (JONES, 1996, p. 65). E é o que se observa especificamente nos textos analisados neste artigo sobre as rádios comunitárias. Em primeiro lugar, o destaque dado ao tema, entre outros publicados nesses periódicos, além dos diferentes enfoques desenvolvidos por seus autores. No entanto, embora

haja variações, algo é comum a todos: a percepção de que este tipo de emissora realmente oportuniza dar voz a quem não tem essa condição, apontando para a tese defendida por Peruzzo e outros autores sobre o verdadeiro papel desses veículos de comunicação. Ou seja:

As rádios comunitárias na prática atuam como instrumentos de ampliação do direito à comunicação ao incluírem a noção de participação, entendida por Pasquali (2005, p. 38) como o “exercício da capacidade de produzir e transmitir (gerar, codificar, fornecer um veículo para disseminar, publicar ou transmitir) mensagens de qualquer natureza” (PERUZZO; VOLPATO, 2010, p. 42).

Com relação às revistas e à sua importância na divulgação científica sobre esses conteúdos (e outros), é preciso levar em consideração a reflexão de Orozco (2000):

Este esforço (de publicar) é totalmente insuficiente para motivar o interesse dos leitores do novo milênio, acostumados já a ter acesso a múltiplas informações e conhecimentos especialmente via internet. O que está em jogo nas revistas latino-americanas de pesquisa em Comunicação é a transcendência do que publicam, tanto para captar a atenção dos leitores como para estimular um certo tipo de difusão e, sobretudo, de geração de conhecimentos sobre o comunicativo. Não se trataria apenas de expor ou recriar conhecimentos, senão de propor, analisar, criticar e discutir a partir de reflexões bem informadas ou de dados empíricos. (OROZCO, 2000, p. 65)⁶

Sobre esta questão, considerando-se a análise dos dez artigos efetuada neste trabalho, pode-se dizer que, referente à temática das rádios comunitárias, há uma sensibilidade na abordagem dos autores, justamente no sentido de refletir criticamente e propor caminhos para uma comunicação mais democrática e próxima da comunidade local. E a justificativa para a abordagem deste conteúdo nas revistas de Comunicação encontra eco nas palavras de Gonzalez (2016), ao constatar que

No decorrer da primeira década do século XXI muitas das condições concretas que conformam nosso continente se mantiveram e muitas outras se tornaram prementes, vale a pena insistir na pesquisa profissional e rigorosa, porém ao mesmo tempo aberta e sensível, da cultura e a suas dinâmicas nas sociedades da América Latina (GONZALEZ, 2016, p. 19).

Neste sentido, os periódicos científicos têm tido um importante papel ao dar vazão aos resultados dessas pesquisas apresentados sob a forma de artigos. Além disso, conforme Menezes e Couzinet (1999), essas publicações mostram o interesse que representa a revista científica para a pesquisa. “Ela é uma fonte essencial de informação para a ciência em curso de formação, um indicador da atividade científica de grupos de pesquisadores e um indicador da evolução de uma ciência” (MENEZES e COUZINET, 1999, p. 280). Observando-se a produção sobre as rádios comunitárias nesses periódicos conclui-se que o tema conseguiu o seu espaço nas revistas latino-americanas de Comunicação, tem recebido um tratamento adequado por parte dos pesquisadores e constitui-se num referencial importante para os estudiosos da área.

Referências

- GONZALEZ, Jorge A. *Sociologia das culturas subalternas*. Curitiba: Appris Editora, 2016.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. *Revistas de Comunicação brasileiras registram a pesquisa sobre rádio (2002-2012)*. Revista Intercom Online. Vol. 39, série 3. São Paulo, 2016, p. 155-165.
- JONES, Daniel. Las revistas teóricas sobre comunicación en los países latinos. *Revista Comunicação & Sociedade*, n. 25. O pensamento latino-americano em Comunicação. São Bernardo do Campo, Editora IMS, 1996, p. 49-67.
- KAPLÚN, Gabriel (or.). *Que radio para que comunidades?* Las radios comunitarias uruguayas después de la legalización. Montevideo: Universidad de la República, Ediciones Universitarias, 2015.
- MARTINO, Luís M.de Sá (Org.). Trilhas de um espaço de pesquisa: o GT Epistemologia da Comunicação da Compós. *Revista ESPM – Comunicação, Mídia e Consumo*, a. II, vol. II, n. 31. São Paulo, maio/ago de 2014, p. 159-177.
- MENEZES, Estera M.; COUZINET, Viviane. O interesse das revistas brasileiras e francesas de biblioteconomia e ciências da informação pela revista eletrônica no período de 1990-1999. *Revista Ciência da Informação*, v. 28, n. 3. Brasília, IBIBT, 1999, p. 278-285.
- OROZCO GOMES, Guillermo. Desafíos de la investigación en comunicación para el nuevo milenio: un análisis a partir de diez revistas latinoamericanas. *Revista Comunicação & Sociedade*, n. 33. São Bernardo do Campo, Editora Metodista, 2000, p. 53-66.
- PERUZZO, Cicília M. K. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento local. In PAIVA, Raquel (org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, p. 69-94.
- PERUZZO, Cicília M. K.; VOLPATO, Marcelo de O. Rádio comunitária e liberdade de expressão no Brasil. *Revista Chasqui*, n. 109. Quito, Ciespal, 2010, p. 38-42.

Sites das revistas

- Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. <http://www.revistachasqui.org>
- Diálogos de la Comunicación. <http://dialogosfelafacs.net>
- E-Compós: <http://www.e-compos.org.br>
- Questión: <http://perio.unlp.edu.ar>
- Intercom: <http://portcom.intercom.org.br/revistas>
- Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación: <http://www.alaic.net/revistaalaic>

Razón y Palabra: <http://razonypalabra.org>

Signo y Pensamiento: <http://javeriana.edu.co> .

Notas

1. Este artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla em desenvolvimento pela autora sobre o rádio nas revistas de Comunicação da América Latina, entre 2010 e 2015, e conta com a participação da bolsista de Iniciação Científica CNPq/PUCRS, Jéssica Jorge Colvara. Pesquisa anterior da autora tratou da produção brasileira sobre rádio publicada nos periódicos científicos nacionais de Comunicação, no período de 2002 a 2012.
2. No caso da revista argentina, a selecionada inicialmente era a revista da Fadeccos – Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social, por pertencer à entidade oficial daquele país, no entanto, atualmente a mesma não se encontra disponível na internet, impossibilitando a consulta. Com isto, selecionou-se a *Questión*, por ser prestigiada e uma das que mais publicam sobre comunicação.
3. No único artigo que não apresentava resumo, “Rádio comunitária e liberdade de expressão no Brasil”, selecionou-se parte do texto que dava conta dos objetivos do mesmo.
4. Tradução do espanhol pela autora.
5. Sobre esta questão, observou-se nas referências que alguns autores citam no texto três ou quatro obras de sua autoria, mas que nos demais artigos não foram citados ou tiveram apenas duas citações, por exemplo. Nesses casos não foram computados entre os mais citados.
6. Tradução do espanhol pela autora.

Mapeamento de Rádios Comunitárias na Amazônia como ferramenta ao Desenvolvimento Sustentável¹

Mapping of Community Radios in the Amazon as a Tool for Sustainable Development

Rosane Albino Steinbrenner | Universidade Federal do Pará (UFPA)

Professora Adjunta da Universidade Federal do Pará (UFPA). Possui especialização em Gestão Pública, Planejamento e Meio Ambiente (2004), mestrado em Planejamento do Desenvolvimento (2006) e doutorado em Desenvolvimento Socioambiental (2011) pelo Programa de Pós-Graduação do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará (NAEA/UFPA). Pesquisa fenômenos de Comunicação Comunitária em regiões periféricas. É professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Cultura e Amazônia (PPGCOM-UFPA).
Email: nani.steinbrenner@gmail.com

Resumo

O presente artigo apresenta os principais resultados do projeto de pesquisa “Mídia Cidadã e Desenvolvimento Sustentável: mapeamento e análise de rádios comunitárias em áreas de pressão socioambiental na Amazônia”, que busca entender a dimensão e o papel potencial das rádios comunitárias nos embates discursivos pelo desenvolvimento da região amazônica. O objeto da investigação são rádios comunitárias situadas em áreas de potencial conflito socioambiental na Amazônia Legal, o que inclui disputas por território ou pelo uso de recursos naturais, considerando-se grandes obras de impacto, mas também Unidades de Conservação e Terras Indígenas nos nove estados da região. Como produto central do projeto foi gerada uma cartografia digital sobre comunicação cidadã e desenvolvimento sustentável na região, na perspectiva de gerar insumos para o fortalecimento da comunicação comunitária como espaço de contra-hegemonia midiática e consequente empoderamento de grupos locais nas decisões que afetem seu bem-estar.

Palabras Claves: Desenvolvimento sustentável, rádios comunitárias, mapa digital.

Abstract

This article presents the main results of the research project entitled “Citizen Media and Sustainable Development: Mapping and analysis of community radios in areas of social and environmental pressure in the Amazon Region”. The project seeks to understand the significance and the potential role of community radios in the discursive arena about the development of the Amazon region. The research objects are community radio stations located in potential environmental and social conflict areas in the Amazon, including disputes over territory or the use of natural resources, considering the significant (state) projects of impact, but also Conservation Units and Indigenous Lands in nine states in the region. The main product of the project was a digital cartography about citizen communication and sustainable development in the region, able to generate inputs for the strengthening of community communication as a space for alternative media and empowerment of local groups in decisions that affect their well-being.

Keywords: Sustainable development, community radios, digital map.

Introdução

O presente artigo apresenta os principais resultados quantitativos do projeto de pesquisa intitulado “Mídia Cidadã e Desenvolvimento Sustentável: mapeamento e análise de rádios comunitárias em áreas de pressão socioambiental na Amazônia”². O projeto buscou entender, por meio do mapeamento de emissoras comunitárias licenciadas, a dimensão e o papel potencial das rádios comunitárias nos embates discursivos pelo desenvolvimento da região amazônica. O objeto da investigação são rádios comunitárias situadas em áreas de potencial conflito socioambiental na Amazônia Legal, o que inclui disputas por território ou pelo uso de recursos naturais, considerando-se grandes obras de impacto (em especial hidrelétricas pelo contexto e circunstâncias atuais) mas também Áreas de Proteção (com foco especial sobre Terras Indígenas, grupos de histórica invisibilidade) nos nove estados da região – Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins, mais o estado do Mato Grosso e parte do Maranhão (a Oeste do Meridiano 44). Foram mapeadas ao todo 504 rádios comunitárias licenciadas pelo Ministério das Comunicações (MINICOM, 2015) em 436 municípios amazônicos. Optou-se pela seleção das rádios comunitárias licenciadas – Licença Definitiva (LDE) e Licença Provisória (LPE) –, na medida em que estas emissoras, já tendo vencido todas as etapas do processo de legalização, por vezes longo e frustrante, já deteriam, pressupõe-se, as condições jurídicas, técnicas e administrativas para estarem em funcionamento e, portanto, seriam potencialmente capazes de atuarem no campo midiático e se inserirem no campo do desenvolvimento de suas localidades.

A meta principal do projeto foi gerar uma cartografia digital que apresentasse uma interface possível entre comunicação cidadã e desenvolvimento sustentável na região, na perspectiva de gerar insumos para o fortalecimento da comunicação comunitária como espaço de resistência midiática e consequente empoderamento de grupos locais nas decisões que afetem seu bem-estar. Também por meio das informações geradas e cenários revelados, busca favorecer políticas públicas ou ações que fortaleçam os meios comunitários e o protagonismo local nos embates discursivos que decorrem do modelo de desenvolvimento para a região amazônica. Uma região megadiversa, biológica e etnicamente falando, território singular duplamente periférico por seus baixos indicadores sociais e pelo histórico isolamento, explorada historicamente a partir de uma visão exógena, movida por interesses externos, nacionais e internacionais.

O mapa digital

O mapa digital das rádios comunitárias gerado pela pesquisa e disponível na internet, apresenta, numa perspectiva socioambiental, o dimensionamento das potencialidades das rádios comunitárias em relação ao desenvolvimento sustentável da região. Esse dimensionamento é construído por meio do cruzamento de dados, por município: cruza-se

a localização das rádios comunitárias licenciadas pelo então Ministério das Comunicações (MINICOM, 2015) com duas variáveis reconhecidamente essenciais à conformação e preservação da megadiversidade étnica e ambiental da região – as Unidades de Conservação (UCs) (SNUC/MME, 2015), incluindo seus dois tipos de uso, sustentável e de proteção integral, e as Terras Indígenas (TIs) (FUNAI, 2015), decretadas, homologadas e em estudo. Como terceira variável, o mapa inclui também as Usinas Hidrelétricas (UHEs) que fazem parte do Projeto de Aceleração do Crescimento (PAC, 2015) – em funcionamento, em construção ou já previstas nos rios da Bacia Amazônica –, todas elas obras consideradas de alto impacto socioambiental na região.



Figura 1: Mapa Digital de Rádios Comunitárias na Amazônia e Desenvolvimento Sustentável

Um mapa digital ou cartografia digital permite uma visualização dinâmica dos dados da pesquisa e consiste em uma imagem virtual que apresenta um grande conjunto de informações com base georreferenciada (longitude/latitude). Optou-se pelo chamado mapa inteligente, que se diferencia por abrigar informações atualizadas e detalhadas, que contribuem para facilitar e melhorar planejamentos e ações. O mapeamento digital foi realizado utilizando softwares livres de georreferenciamento com gerenciador de conteúdo web *WordPress* juntamente com o tema “Mapas de vista”, permitindo a visualização dinâmica dos dados da pesquisa³.

Conceitos centrais

A noção de sustentabilidade considerada vincula-se à ideia mais ampla e complexa do equilíbrio duradouro entre a humanidade e o seu ambiente, que se integra à noção de um desenvolvimento sustentável em sua perspectiva multidimensional, ou seja, o qual em sua formulação busca integrar várias dimensões – a ambiental e econômica, mas também a social e a cultural. Tal noção, mais integral de sustentabilidade se acha pautada desde a I Conferência do Meio Ambiente, em Estocolmo, em 1972, quando foi criado o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). Naquele momento a

noção de sustentabilidade já trazia a ideia de complexidade e transversalidade, apresentadas especialmente no conceito de “ecodesenvolvimento” de Ignacy Sachs (2004), que apresentava a noção de sustentabilidade a partir do tripé da eficiência econômica, prudência ecológica e equidade social.

Foi a partir dessa noção mais integral que se originaram as bases e os esforços para a construção do conhecido Relatório Brundtland (1987), com a definição mais citada até hoje de desenvolvimento sustentável, concebido como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”. Tal perspectiva diz respeito também ao local como palco central da territorialidade e à endogenia como vetor do desenvolvimento, isto é, pressupõe o protagonismo dos atores locais como fator central na construção de um desenvolvimento humano local sustentável.

Já a noção de mídia cidadã é entendida como o meio comunicativo que se origina e/ou desenvolve-se como um projeto político-cultural capaz de promover cidadania na comunidade onde atua, sendo assim capaz de gerar consciência política e mudanças sociais na sua comunidade, seja ela geográfica ou movida por afinidades. As rádios comunitárias, entendidas como emissoras que “têm gestão pública, operam sem fins lucrativos e têm programação plural” (PERUZZO, 1999, p. 252-253), se inserem nesta perspectiva de mídias cidadãs, na medida em que são reconhecidas idealmente como meios de contra-poder, de expressão democrática e de pertencimento local (LEAL, 2007). Buscam, como afirma Peruzzo (2009) provocar a reinvenção de um modelo de comunicação de interesse público. Elas surgem da articulação dos movimentos sociais pela democratização da comunicação no anos de 1990, sendo regularizadas no final da década (Lei 9.612/98), com potencial estratégico na articulação de novos arranjos institucionais e (re)posicionamentos de grupos sociais no campo da comunicação e assim, por conseguinte, no campo do desenvolvimento da região.

A relação entre comunicação cidadã ou comunitária e desenvolvimento sustentável se dá num campo de permanente tensão, e que é, pode-se dizer, o prolongamento da tensão natural entre as noções de desenvolvimento e sustentabilidade, de naturezas regidas por lógicas opostas e, na prática, inconciliáveis. O cerne do problema é que o paradigma do desenvolvimento sustentável está baseado numa racionalidade econômica, não ecológica e não inclusiva, ou seja, as principais suposições do paradigma econômico neoclássico permanecem intocadas e a ideia de desenvolvimento como progresso e crescimento econômico permanece inquestionável (FERNANDES, 2003). Nessa perspectiva, os processos de tomada de decisão sobre o uso de recursos naturais tendem a considerar de forma exclusiva ou fortemente desigual os atores sociais (STEINBRENNER, 2011, p. 97).

Por sua complexidade de fatores, a relação comunicação e desenvolvimento deve ser pensada a partir de uma perspectiva interdisciplinar, que neste estudo tem como base a Teoria dos Campos Sociais, de Bourdieu (1986). Esta teoria se constitui, de forma ampla, numa sociologia do poder com alto teor

explicativo do princípio da organização social em qualquer sociedade. O autor parte de uma visão topológica da sociedade, que seria formada por uma pluralidade de espaços relativamente autônomos, denominados “campos”, entendidos como microcosmos dotados de sentido e regras próprias e capazes de definir modos específicos de dominação e, conseqüentemente, de resistência e reação. O campo em disputa sob foco central da pesquisa é de forma imediata o campo da comunicação, mais especificamente o sub-campo ou campo midiático, no qual as rádios comunitárias como meios alternativos se inserem, porém relacionado direta ou indiretamente ao campo do desenvolvimento – na medida em que se inserem como instrumento potencial de ampliação da esfera pública em territórios onde ocorrem processos de intervenção de alto impacto e, por conseguinte, constituindo um cenário de conflitos de interesse

Território e variáveis da pesquisa – a Amazônia

A Amazônia Legal, definida por critérios administrativos para fins de planejamento nos anos 1950 (Lei 1.806/53), e adotada como referência neste estudo, inclui os sete estados da região Norte e mais o estado de Mato Grosso e parte do Maranhão (a oeste do Meridiano 44), com uma área total de 5,2 milhões de quilômetros quadrados, o que representa cerca de 60% do território nacional, onde vive uma população aproximada de 22 milhões de habitantes num total de 772 municípios (13,83% do total dos municípios brasileiros) – 68,9% residentes na área urbana, a maior parte residente em metrópoles e cidades médias, e 31,1% na área rural. Uma população altamente heterogênea étnica e culturalmente, que abrange ribeirinhos e centenas de grupos indígenas e de povoados quilombolas.

É considerada uma região heterogênea e megadiversa, o que significa dizer que abriga um volume de biodiversidade que é fundamental para todo o planeta. A floresta amazônica representa mais da metade das florestas tropicais úmidas do planeta, onde se concentram 54% das espécies de plantas, 73% das de mamíferos e 80% das de aves existentes no território nacional. Possui ainda o rio mais extenso do mundo, o Amazonas, e a maior bacia hidrográfica do planeta, que contribui com 20% de toda a água doce que flui dos continentes para os oceanos (GEOAMAZÔNIA, 2012).

Unidades de Conservação e Terras Indígenas

A existência de Áreas Protegidas na Amazônia, que incluem Unidades de Conservação, Terras Indígenas e Territórios Quilombolas, são consideradas a principal ferramenta de preservação de tamanha diversidade biológica, étnica e cultural da região. O Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), que estabelece as normas para criação e gestão das Unidades de Conservação (UC) existentes no país, foi instituído no ano 2000, pela Lei 9.985. Em 2002, o governo federal criou o Programa de Áreas Protegidas da Amazônia (ARPA), que se insere no contexto da delimitação de determinados espaços territoriais com seus respectivos recursos ambientais, aos quais devem ser destinados cuidados específicos de proteção da sua população tradicional

e de seu patrimônio biológico, como a principal alternativa de conservação da natureza do país (VERÍSSIMO et al., 2011).

Originalmente, somente as UCs eram consideradas Áreas Protegidas, porém, a partir de 2006, o Plano Nacional de Áreas Protegidas (PNAP) incluiu neste conceito os Territórios Quilombolas e as Terras Indígenas (TI) (Decreto n.º 5.758/2006). As TIs consistem em porções do território nacional, de propriedade da União, habitadas e de uso exclusivo de um ou mais povos indígenas, que as utilizam em suas atividades produtivas.

Estudos mostram que elas têm sido eficazes contra o desmatamento na Amazônia Legal (IMAZON), porém sofrem ameaças e pressões diversas – a instalação de projetos de infraestrutura, em especial hidrelétricas e as invasões e conflitos fundiários, que têm provocado iniciativas para reduzir ou retirar a proteção legal (desafetação) de Áreas de Proteção na região⁴. Evidencia-se, portanto, uma clara disputa e contradição entre duas grandes políticas, de um mesmo governo, ambas com foco sobre a região amazônica: a de proteção da biodiversidade e a de produção de energia. Setores estratégicos, nos quais as decisões em geral carecem de transparência e debate público.

Projeto hidrelétrico para a Amazônia

Atualmente, são 23 grandes hidrelétricas que integram a lista dos Planos Decenais de Energia de 2020 a 2023 (13 delas constam da previsão atualizada do PAC, obras selecionadas neste estudo), projetos que em conjunto acenam com uma nova configuração ambiental, social e territorial para a região amazônica. Segundo diversos estudos, os impactos da construção de grandes hidrelétricas são muitos e já conhecidos, entre os quais, os ocasionados pelos impactos migratórios gerados pela atração direta de trabalhadores e indireta de pessoas em busca de oportunidades – que irão se sobrepôr a “um quadro de alta precariedade no acesso a bens e serviços públicos (saúde, educação, saneamento, moradia, alimentação, entre outros) e de pressões de diversas ordens sobre os recursos naturais” – e os impactos socioambientais causados pela interferência direta e indireta das obras em Unidades de Conservação, Terras Indígenas, Territórios Quilombolas.

Não existem cálculos do aumento populacional esperado diante do conjunto das hidrelétricas previstas até agora na Amazônia, assim como não existe qualquer estimativa dos impactos sociais e ambientais decorrentes do fluxo migratório (INESC, 2015). Belo Monte é o exemplo mais dramático dessa falta de planejamento. O município de Altamira, no Oeste do Pará, região da Transamazônica – outra obra emblemática de alto impacto na região – e sede administrativa da obra, que em 2010 tinha cerca de 100 mil habitantes, viu sua população subir para mais de 150 mil.

Um dossiê publicado pelo Instituto Socioambiental (ISA, jun. 2015), mostra um cenário caótico em vários setores do município após o licenciamento da obra em 2011 e o início do processo de migração populacional. Tais denúncias, que vêm sendo apontadas por ONGs ambientalistas, encabeçadas pelo Movimento Xingu Vivo Para Sempre (MXVPS), agora também repercutem na mídia⁵. O governo, entretanto, ignora as denúncias, as críticas e os impactos já

visíveis. Em contraponto, os investimentos no projeto hidrelétrico continuam sendo defendidos como estratégicos para a ampliação da geração de energia no país, com sua consequente importância para as dinâmicas econômicas.

É justamente esse debate público inclusivo, de todos os envolvidos e afetados pelas decisões de planejamento – que não aconteceu em Belo Monte, onde não foram realizadas audiências públicas junto às populações indígenas atingidas –, que as rádios comunitárias, como meios comunitários, alternativos à grande mídia e tradicionalmente vinculados aos segmentos populares e originados dos movimentos sociais, podem vir a favorecer.

As rádios comunitárias

Muitos grupos e indivíduos em todo o mundo têm descoberto que o rádio lhes permite controlar uma ferramenta de comunicação genuína que fomenta a criatividade e facilita o acesso popular. Assim o rádio tem sido ao longo do tempo instrumento fortemente atrativo para a comunicação participativa e considerado o meio ideal por sua simplicidade – fácil acesso e baixo custo – para provocar mudanças sociais. Em cada região elas recebem uma denominação diferente, segundo o contexto sociocultural e jurídico do país onde se localiza: rádio popular ou educativa na América Latina, rádio rural ou local na África, rádio pública na Austrália, rádio livre ou associativa na Europa e rádio comunitária no Brasil (STEINBRENNER, 2011).

Todos estes nomes descrevem o mesmo fenômeno: conseguir fazer-se ouvir e democratizar a comunicação na escala comunitária. Elas são reconhecidas, de forma geral e idealmente, como meios de contra-poder, de expressão democrática e de pertencimento local, com vistas a provocar a reinvenção de um modelo de comunicação de interesse público (PERUZZO, 2009).

Em termos quantitativos não há dúvidas de seu vigor. Em quase duas décadas, desde a aprovação da Lei da Radiodifusão Comunitária (Lei 9.612/98), o número de emissoras comunitárias FM, de baixa potência (até 25 wats) e reduzido alcance (1 km de raio), licenciadas pelo Ministério das Comunicações, atual Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), ultrapassa o de emissoras FM comerciais (MINICOM, 2014).

Tabela 1: Sistema de Radiodifusão Sonora no Brasil (2014)⁶

	FM	OM	OC	OT	RADCOM
Comercial	2684	1766	65	72	
Educativa*	525	15	1	2	
Radcom					4641
Total	3209	1781	66	74	4641
Total Geral	9771				

Elaborado pelo autor. Fonte: Dados gerais - (05.2014);

*Rádios Educativas (09.2014) – Ministério das Comunicações (MiniCom), SRD
<http://www.mc.gov.br/espaco-do-radiodifusor>

Na Amazônia (Tabela 2), segundo dados do Ministério das Comunicações (2015), já foram outorgadas cerca de 570 emissoras comunitárias, sendo que 504 destas encontram-se licenciadas – de forma definitiva ou provisória – em mais da metade (56,4%) dos 772 municípios dos nove estados que formam a Amazônia Legal. O número de rádios comunitárias representa pouco mais de 75% do total de emissoras comerciais na região⁷. Se considerarmos que mais da metade destas emissoras comunitárias licenciadas, ou seja, 265 delas, não disputam audiência com rádios comerciais, pois são, segundo dados da Anatel (2015), a única emissora de rádio ou o único meio de comunicação massivo eletrônico em seus municípios – capazes, portanto, de produzir informação sobre a realidade local no meio mais popular que existe até hoje –, temos aí um cenário extremamente revelador do potencial estratégico da radiodifusão comunitária.

Tabela 2: Municípios da Amazônia Legal com Rádios Comunitárias licenciadas por Unidade da Federação (ANATEL/SRD - Jun. 2015)

Unidade da Federação	Total de Municípios	Total de municípios c/ Radcom	%	Radcom como única emissora de rádio local	Radcom como único meio massivo eletrônico
AMAZONIA	772	436	56,5	200	65
Acre	22	5	22,7	0	0
Amapá	16	14	87,5	5	0
Amazonas	62	35	57,3	21	0
Pará	144	95	65,9	25	15
Rondônia	52	36	69,2	9	4
Roraima	15	5	33,3	2	0
Tocantins	139	68	48,9	45	25
Mato Grosso	141	77	54,6	22	5
Maranhão*	181	101	55,8	71	16

Elaborado pelo autor. Fontes: IBGE – Cadastro de Municípios localizados na Amazônia Legal (2014); Ministério das Comunicações (jun./2015); e Anatel – Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD) – jun. 2015.

* Foram considerados os 181 municípios do Maranhão que integram a Amazônia Legal, localizados a Oeste do Meridiano 44 (83,4% do total do Estado).

Os números, entretanto, apesar de expressivos e crescentes, em termos quantitativos estão longe de revelar a realidade do fenômeno das rádios comunitárias no Brasil. O número de rádios comunitárias de fato em atividade é impreciso e difuso em função da clandestinidade imposta a inúmeras emissoras que praticam o exercício temporário e arriscado da rádio livre, expostas à fiscalização e apreensão de seus equipamentos e, ainda hoje, à abertura de processos judiciais por parte da Anatel e da Polícia.

São muitas as pressões enfrentadas pelas emissoras, tanto para se legalizarem quanto para se manterem no ar. As limitações impostas pela Lei 9.612 – de alcance, potência e frequência, de associação e expansão por meio de rede, além

do modelo limitado de gestão financeira, que permite apenas o “apoio cultural” restrito a apoiadores com sede na localidade – somados à extrema burocracia do processo de legalização das rádios comunitárias e à falta de políticas públicas, acabam por beneficiar as emissoras “apadrinhadas”, seja por religiosos ou políticos, ou ainda aquelas que simplesmente reproduzem os modelos comerciais. Isso cria uma onda de emissoras “pseudo-comunitárias”, que se constituem por interesse privado, reproduzem os formatos comerciais e não são abertas à participação da comunidade (STEINBRENNER, 2011).

A existência e funcionamento de emissoras comunitárias na Amazônia como espaços públicos de reação ou resistência no campo midiático de regiões periféricas⁸ como a Amazônia, se tende a ser ainda mais desafiador, somente se considerarmos a dimensão do território e a precariedade de infraestrutura na região, poderia significar a possibilidade de atender à formulação de informações e visões de mundo no interesse de grupos historicamente desconsiderados pelos atores politicamente influentes da esfera pública⁹, onde se reproduz, de forma ainda mais aguda, o padrão global de concentração dos meios de comunicação.

Etapas da pesquisa e resultados

O projeto de pesquisa “Mídia Cidadã e Desenvolvimento Sustentável: mapeamento e análise de rádios comunitárias em áreas de pressão socioambiental na Amazônia”, contou com duas etapas de coleta e análise de dados com metodologias distintas. A primeira etapa da investigação, de caráter mais quantitativo, consistiu na fase de mapeamento e identificação do cenário de pesquisa, na qual foram levantados e cruzados dados secundários de:

- 1) Emissoras comunitárias licenciadas pelo governo em municípios dos nove estados que formam a Amazônia Legal – Acre, Amapá, Amazonas, Mato Grosso, Pará, Tocantins, Rondônia, Roraima e parte do Maranhão (a Oeste do Meridiano, 44°O), de acordo com dados secundários obtidos junto aos sites do Ministério das Comunicações (2015) e da Anatel (2015), conferidos por município na página do Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD);
- 2) Demais meios massivos eletrônicos (rádios comerciais em Ondas Médias, Frequência Modulada, Ondas Curtas e Ondas Tropicais e Retransmissoras (RTV) e Repetidoras de TV (RPTV), existentes nos municípios amazônicos, também junto ao SRD (2015);
- 3) Unidades de Conservação (UCs) existentes, de acordo com o Ministério do Meio Ambiente (2015);
- 4) Terras Indígenas (TIs) criadas ou previstas, de acordo com dados do site da Funai (2015);
- 5) Usinas Hidrelétricas (UHEs) em obras, previstas e em funcionamento, conforme dados disponibilizados pelo site do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC, 2014).

Inicialmente o projeto previa a inclusão também de Territórios Quilombolas, incluídos recentemente (2006) na condição de Áreas Protegidas e que já chegam ao número impressionante de 856 áreas certificadas na Amazônia. Da mesma maneira, previa a inclusão de outras obras de alto impacto na região, além das usinas hidrelétricas, como rodovias ou projetos de mineração, porém tais dados não foram incluídos na análise da pesquisa e no mapa digital em função do volume total de dados em relação ao fator tempo do projeto, e principalmente pela situação de acirramento em torno do projeto hidrelétrico do governo para a região, especialmente sinalizadas pelas obras de Belo Monte e do complexo do Tapajós, que afetam de forma especialmente brutal as populações indígenas. Todavia, em função da característica dinâmica do mapeamento digital, também chamado de cartografia digital, é possível a inclusão permanente de novos dados e variáveis.

Dados levantados e cenários revelados

Segundo dados do Ministério das Comunicações (2015), 504 rádios comunitárias estão licenciadas em mais da metade (57,5%) dos 772 municípios dos nove estados que formam a Amazônia Legal, o que representa perto de 75% do total de emissoras comerciais na região. Se considerarmos que mais da metade destas emissoras comunitárias (52,5%) na região, ou seja, 265 delas, não disputam audiência com rádios comerciais, pois são, segundo dados da Anatel (2015), a única emissora de rádio ou o único meio de comunicação eletrônica em seus municípios, capazes, portanto, de produzir informação sobre a realidade local no meio mais popular que existe até hoje, temos aí um cenário extremamente revelador do potencial estratégico da radiodifusão comunitária.

Cruzando os dados: dimensões e potencialidades reveladas

Das 504 rádios comunitárias licenciadas na Amazônia, cerca de 45% delas estão localizadas em municípios que possuem em seus territórios Unidades de Conservação, num total de 296, distribuídas em maior número nos municípios do Pará (54), seguido do Maranhão (48) e do Amazonas (30). Em relação às Terras Indígenas, a partir do cruzamento de dados realizado pela pesquisa, verificou-se que um terço das rádios comunitárias (152) está licenciado em municípios que abrigam TIs, num total de 297 Terras Indígenas distribuídas em 135 municípios, praticamente a metade em municípios do Amazonas (149 TIs), seguido do Mato Grosso (87 TIs) e do Pará (69 TIs)¹⁰ (Tabela 3).

No que diz respeito às hidrelétricas na região, tomou-se como referência o balanço do PAC, de outubro de 2014, que aponta o número de 13 projetos de hidrelétricas para a Amazônia, todos eles situados ao menos em um município que abriga rádio comunitária. As UHEs encontravam-se em diferentes estágios: quatro em operação¹¹, duas já concluídas¹², cinco em obras¹³ e duas em fase de ação preparatória¹⁴. As UHEs previstas pelo PAC e consideradas no estudo abrangem 23 municípios e, destes, 17 possuem rádios comunitárias licenciadas. Destes municípios, pouco menos da metade, sete deles (42%), abrigam também Terras Indígenas e Unidades de Conservação

Tabela 3: Rádios Comunitárias licenciadas na Amazônia Legal por Unidade da Federação localizadas em municípios com Usinas Hidrelétricas, Unidades de Conservação, Terras Indígenas (2015)

Unidade da Federação	Total Radcom	Total municípios com Radcom	Radcom + UHEs	Radcom + UCs	Radcom + TIs.	Radcom + UHEs + UCs + TIs
AMAZONIA	498	436	29	219	152	14
Acre	5	5	0	4	4	0
Amapá	17	14	2	15	4	1
Amazonas	39	35	0	30	32	0
Pará	118	95	7	54	34	5
Rondônia	43	36	6	18	17	5
Roraima	5	5	0	3	3	0
Tocantins	69	68	3	25	4	0
Mato Grosso	87	77	10	22	42	3
Maranhão	115	101	1	48	12	0

FONTES: Ministério das Comunicações (jun/2015); Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) – out. 2014; Unidades de Conservação (UCs); Ministério do Meio Ambiente (MMA); Fundação Nacional do Índio (FUNAI) – jun. 2015; Anatel – jun. 2015.

Ao cruzar todas as variáveis – Rádios Comunitárias, Usinas Hidrelétricas, Terras Indígenas e Unidades de Conservação (Tabela 1) –, sinalizam-se as localidades com maior potencial atual ou futuro de eclosão de conflitos socioambientais pelo uso (ou não uso) dos recursos naturais. É justamente nesses territórios e sobre esses embates que a comunicação comunitária, voltada à cidadania e educação ambiental, pode fazer diferença.

Dentre os sete municípios com maior potência em termos de quantidade de unidades de variáveis entrecruzadas, o campeão é Altamira, com duas rádios comunitárias, 12 Terras Indígenas, 11 Unidades de Conservação e uma Usina Hidrelétrica em obras, Belo Monte, um dínamo de conflitos, impasses e contradições há quase 40 anos. Na sequência, vêm os municípios de Itaituba (PA), Porto Velho (RO), Aripuanã (MT), Almeirim (PA), Laranjal do Jari (AP) e Nova Canaã do Norte (MT).

Chega-se, portanto, a 14 rádios comunitárias localizadas em municípios que abrigam todas as variáveis e, portanto, com maior potencial de eclosão de conflitos socioambientais. Apoiar estas emissoras com políticas públicas que lhes garantam condições de autonomia e independência em seu funcionamento seria um importante passo para promover mais informação e reflexão crítica sobre a realidade local, ampliando assim as possibilidades de maior participação dos grupos locais nas decisões que coloquem em risco a sustentabilidade de seu meio ambiente, seu bem-estar e sua qualidade de vida.

Conclusão

As rádios comunitárias são um fenômeno de comunicação especialmente fértil e crescente em regiões periféricas do planeta. Entretanto, pelo mesmo motivo de atuarem em territórios periféricos a partir de iniciativas de grupos subalternos, as rádios comunitárias muitas vezes não conseguem impactar a agenda política ou mesmo brigar pela audiência onde propagam seus sinais, gerando em si um paradoxo: constituem-se como fenômeno crescente, relevante social e politicamente, mas desconhecido do grande público, invisível para além de suas bases ou segmentos diretamente antagônicos e não reconhecido de fato pelos tomadores de decisão. Os dados aqui apresentados, abrigados de forma dinâmica em um mapa digital, numa perspectiva socioambiental das rádios comunitárias na região amazônica, faz saltar aos olhos antes de mais nada o reconhecimento de sua existência e o papel estratégico que poderiam exercer em localidades onde os embates pelo desenvolvimento da região tendem a afetar irreparavelmente o meio ambiente e o modo de vida das populações locais.

Se considerarmos que existem emissoras comunitárias licenciadas em mais da metade dos municípios amazônicos (498 emissoras em 438 municípios dos 772 existentes na região) e que mais da metade delas é a única emissora de rádio ou o único meio de comunicação massivo eletrônico em suas localidades – capazes, portanto, de produzir informação sobre a realidade local no meio mais popular que existe até hoje –, temos aí um cenário extremamente revelador do potencial estratégico da radiodifusão comunitária como instrumento de comunicação e educação cidadã na construção mais democrática e sustentável do desenvolvimento da Amazônia. Potencialmente.

O verbo no futuro do pretérito quando se fala do papel que as rádios comunitárias “poderiam exercer” indica justamente a situação condicionada e plena de incertezas da radiodifusão comunitária no país, um paradoxo de (im)possibilidades, diante da ausência de políticas de democratização da comunicação no Brasil.

Referências

- ANATEL. AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD) – Disponível em <http://sistemas.anatel.gov.br/srd/> Acessado em: 15 jun. 2015.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 1989. (Coleção Memória e Sociedade).
- BRUNDTLAND. Relatório. *Nosso Futuro Comum* (1987). Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/12906958/Relatorio-Brundtland-Nosso-Futuro-Comum-Em-Portugues#scribd> Acessado em: 12/5/2015
- COSTA, Sergio. *As cores de Ercília. Esfera pública, democracia, configurações pós-nacionais*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2002.
- FERNANDES, Marcionila; GUERRA, Lemuel (Orgs.) *Contra-discurso do desenvolvimento sustentável*. Belém: UNAMAZ, 2003.

FUNAI. FUNDAÇÃO NACIONAL DO INDIO. **Terras Indígenas (TI)**. Disponível em: <http://www.funai.gov.br/index.php/indios-no-brasil/terras-indigenas> Acessado em: 12.jun.2015.

GEOAMAZÔNIA. *Perspectivas do meio ambiente na Amazônia (2012)*. PNUMA, OTCA, Universidade Del Pacífico (Peru). Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/PZEE/_arquivos/geoamaznia_28.pdf Acessado em 14/9/2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Cadastro de Municípios localizados na Amazônia Legal*. 2014. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/geografia/amazonialegal.shtm?c=2>.

IMAZON. *Desmatamento em Áreas Protegidas Reduzidas na Amazônia (1995-2013)*. Disponível em: <http://imazon.org.br/desmatamento-em-areas-protegidas-reduzidas-na-amazonia/#ancora2>. Acessado em 18/6/2015.

INESC. Instituto Nacional de Estudos Socioeconômicos. *Hidrelétricas na Amazônia: impactos em escala, planejamento em crise*. Junho de 2015. Disponível em: <http://amazonia.inesc.org.br/artigos/hidreletricas-na-amazonia-impactos-em-escala-planejamento-em-crise-2/> Acessado em 6/6/2015.

ISA. Instituto Socioambiental. *Dossiê Belo Monte: Não há condições para a Licença de Operação*. Programa Xingu. ISA, Junho de 2015. Disponível em: <http://www.socioambiental.org/pt-br/dossie-belo-monte> Acessado em: 30/6/2015.

LEAL, Sayonara. Radiodifusão Comunitária no Brasil: desafios e perspectivas para as políticas públicas. In: RAMOS, Murilo Cesar; SANTOS, Suzy (org.). *Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus; 2007. p. 377-404.

LIMA, Venício A.; LOPES, Cristiano Aguiar. *Rádios Comunitárias: coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004). As autorizações de emissoras como moeda de barganha política*. Disponível em: <http://www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/Coronelismo>. Acesso em: 4/12/2007

MC. MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. *Rádios Comunitárias. Relação de Entidades Autorizadas*. Espaço do radiodifusor. Disponível em: www.mc.gov.br. Acessado em 01 jul.2015.

PERUZZO, Cicilia M. K. *Comunicação nos Movimentos Populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. *Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor*. ECO-Pós, v.12, n.2, maio-agosto 2009, p.46-61.

PINTO, Lúcio Flávio. *De Tucuruí a Belo Monte: a história avança mesmo?.* Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Ciênc. hum. [online]. 2012, vol.7, n.3, pp. 777-782. ISSN 1981-8122.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Prefácio: Néstor García Canclini. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004

SNUC/MME. SISTEMA NACIONAL DE UNIDADES DE CONSERVAÇÃO/MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE.

STEINBRENNER, Rosane Maria Albino. *Rádios Comunitárias na Transamazônica: Desafios da comunicação comunitária em regiões periféricas*. 386 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido). Belém: 2011, UFPA.

VEIGA, José Eli da. *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

_____. *A Emergência Socioambiental*. São Paulo: Editora Senac, 2007.

VERÍSSIMO, Adalberto et al (Orgs.). *Áreas Protegidas na Amazônia Brasileira: avanços e desafios*. Belém: IMAZON; São Paulo: Instituto Socioambiental, 2011.

Notas

1. Trabalho apresentado no GT Redes Sociais e Políticas Públicas durante o Simpósio Brasileiro de Desenvolvimento Territorial Sustentável, UFPR Litoral, 29 e 30 de outubro de 2015.
2. Projeto financiado pelo Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento Científico (CNPq), por meio do Edital MCTI/CNPq/MEC/CAPES N.18/2012 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas.
3. O mapa digital foi desenvolvido em parceria com a Produtora Colaborativa – Produtora Cultural de Projetos e Eventos de Comunicação Comunitária, Cultura Digital, Economia Solidária, Software Livre e Desenvolvimento Local, que atua na Amazônia. Endereço: www.produtoracolaborativa.com.br.
4. Dados apontam que, entre 2003 e 2006, a criação de 485 mil quilômetros quadrados de Áreas Protegidas na Amazônia, que incluem UC e TI, teria contribuído para reduzir em 37% a taxa de desmatamento no período (SOARES-FILHO et al., 2010, apud IMAZON, s/d). Por outro lado, entre agosto de 2012 e julho de 2014, 10% dos 1.531.000 hectares desmatados na Amazônia pertenciam a 160 unidades de conservação.
5. Ver “Obra do lago de Belo Monte espalha caos”. *O Estado de S. Paulo*, 27/6/2015 (19h48). Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,novanoticia,1714861>. Ver também: “Belo Monte, empreiteiras e espelinhos”, Eliane Brum, Opinião, *El País Brasil*, 6/7/2015, 12h49. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/07/06/opinion/1436195768_857181.html.
6. A tabela traz os últimos dados gerais sobre a radiodifusão no país divulgados pelo governo, em maio de 2014 (Planilha com dados numéricos de emissoras em todo o país – <http://www2.mcti.gov.br/index.php/dados-do-setor>). O atual Ministério, da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) não divulgou nenhum

painel com dados gerais da radiodifusão sonora no país e, ao buscar atualizar os dados para este artigo, constatou-se que o atual governo, ao contrário, tornou ainda mais difícil e burocrático o acesso aos dados também por setor.

7. Segundo dados do Ministério das Comunicações de setembro de 2014, a radiodifusão sonora comercial na Região Norte, mais os estados do Mato Grosso e Maranhão, totalizavam 668 emissoras de rádio (386 FM, 241 AM, 03 OC e 38 OT). Disponível em: <http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor/radiodifusao-comercial>. Acessado em: 20/5/2015.

8. A periferia, segundo Santos (2007), vem a ser, o lugar onde se é duplamente penalizado: pelos processos de segmentação (de trabalho e classe social) característicos do capitalismo e pelo modo territorial de distinção e desigualdades. Como vivemos num mundo onde o valor do indivíduo depende, em larga escala, não apenas do que se tem, mas também do lugar onde se está, morar na periferia é condenar-se duas vezes à pobreza (SANTOS, 2001, p. 139).

9. De acordo com Habermas (1996), é na esfera pública, como espaço público politicamente influente, que os diferentes grupos constitutivos de uma sociedade múltipla e diversa partilham argumentos, formulam consensos e constroem problemas e soluções comuns. A esfera pública conforma assim o “contexto público comunicativo, no qual os membros de uma comunidade política plural constituem as condições de possibilidade da convivência e da tolerância mútua, além dos acordos em torno das regras que devem reger a vida comum” (HABERMAS, 1996, p. 156 apud COSTA, 2002, p. 27).

10. Para entender a diferença entre os números, é importante destacar que um mesmo município abriga muitas vezes mais de uma Terra Indígena ou Unidade de Conservação em seu território e que cerca de 10% dos municípios possuem mais de uma rádio licenciada.

11. Ferreira Gomes (AP); Jirau (RO); Santo Antônio (RO); Santo Antônio Jari (AP e PA).

12. Dardanelos (MT); Estreito (MA e TO).

13. Belo Monte (PA); Colíder (MT); São Manoel (MT e PA); Sinop (MT); Teles Pires (MT e PA).

14. Jatobá (PA); São Luiz do Tapajós (PA).

Radios comunitarias desde una perspectiva indígena – La experiencia de la Organización de Comunidades Aborígenes de Nazareno, Salta-Argentina

Community radios from an indigenous perspective – The experience of the Organization of Aboriginal Communities of Nazarene, Salta-Argentina

Emilia Villagra | Universidad Nacional de Salta (UNSa)

Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta (FH-UNSa) y becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet), Argentina.
Email: emi_villagra_02@hotmail.com

Ramón Burgos | Universidad Nacional de Salta (UNSa)

Doctor en Comunicación (UNLP). Docente e investigador en la Universidad Nacional de Salta (UNSa) y en la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu), Argentina. Codirector de la Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad (UNJu).
Email: monchoburgos@hotmail.com

Resumen

En este artículo pretendemos mostrar el trabajo realizado durante la elaboración de la tesis de grado “Queremos que la gente no pueda vivir sin la radio. Procesos de gestión y de construcción de contenidos en una radio comunitaria. El caso de la Organización de Comunidades Aborígenes de Nazareno (OCAN) Salta, 2014-2016”; reflexionando sobre el recorrido por las distintas facetas que tuvo que pasar la organización para la creación de la primera radio comunitaria en el territorio Qullamarka, algunas veces a pulmón y otras con el apoyo y la colaboración por parte de distintos organismos pertenecientes al Estado Nacional.

Palabras Claves: radio comunitaria; gestión; organización.

Abstract

In this article we intend to show the work done during the development of the degree dissertation “We want that people could not live without the radio. Processes of management and construction of contents in a community radio. The case of the Organization of Aboriginal Communities of Nazarene (OCAN) Salta, 2014-2016”, reflecting on the path the organization had to go through in order to accomplish the creation of the first community radio of the Qullamarka territory, sometimes working our lungs out, sometimes with the support and collaboration of different agencies belonging to the National State.

Keywords: community radio; management; organization.

Introducción

Durante los años 2014-2016, desde las cátedras Práctica en Comunicación Comunitaria e Institucional y Comunicación Popular y Alternativa de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta, se impulsaron dos proyectos de extensión¹ y un proyecto de investigación² que tuvieron como fin acompañar y reflexionar sobre una serie de procesos comunicacionales de radios indígenas en la provincia de Salta. Por su parte, en el marco de la aplicación de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), se les permitió el acceso a Pueblos Originarios respaldados a través del artículo 37 que les asigna “el otorgamiento de autorizaciones a personas de existencia ideal de derecho público estatal, Universidades Nacionales, Pueblos Originarios e Iglesia Católica que se realiza a demanda y de manera directa, de acuerdo con la disponibilidad del espectro, cuando fuera pertinente”. Esto impulsó la puesta en marcha de diversas emisoras indígenas con el fin de ampliar el espectro radiofónico a los sectores que históricamente han sido silenciados, siendo el Estado hasta entonces, cómplice de la mala distribución del acceso a la comunicación, considerada a partir de la Ley 26.522 un derecho humano fundamental.

En ese sentido, nuestra participación en proyectos de investigación y extensión financiados por la Universidad Pública nos ha permitido comenzar a indagar en el contexto, las demandas, las disputas y los conflictos que tiene la organización, conformando un mapeo de actores y experiencias en el territorio, que dan cuenta del difícil y complejo proceso que significa la construcción de un espacio comunicacional comunitario, alternativo y popular.

Territorio y organización

Nazareno, “un pueblo cerquita del cielo”, se encuentra situado en el departamento de Santa Victoria Oeste y se ubica al noroeste de la provincia de Salta. Al norte limita con Bolivia, al sur y al oeste con la provincia de Jujuy, y al este con el departamento de Orán (Salta). Para acceder a este lugar desde la ciudad de Salta es necesario tomar la Ruta Nacional n° 9 hasta llegar a la localidad de La Quiaca en Jujuy, en la frontera con Bolivia, luego se debe ascender hasta el Abra de Fundición a 5.050 metros de altitud y al final, descendiendo hasta los 3.050 metros, se encuentra el municipio de Nazareno.

El trabajo cotidiano que realizan sus habitantes está relacionado con el cuidado sanitario de los animales, la matanza y el carneo, la preparación del terreno para la siembra (dependiendo del clima), la limpieza de los canales de riego, la construcción de viviendas, la cosecha y almacenamiento de alimentos como el maíz, el choclo, la papa y la quinoa. Es por ello que la dependencia que estos tienen con respecto a los alimentos que cultivan en su tierra es lo que les permite sobrevivir a las condiciones de vida que esta región presenta, una región atravesada por la pobreza extrema que históricamente se ha conformado así, de manera estructural, por la mala distribución de las riquezas. Muchas de las comunidades no poseen luz eléctrica ni agua corriente, por lo tanto tampoco tienen

calefacción en sus hogares, obligándolos a poseer gran cantidad de prendas de vestir para subsistir a los intensos fríos que provoca el invierno.

La Organización de Comunidades Aborígenes de Nazareno (OCAN) se conformó en el año 1994. Nuclea a 23 comunidades dentro del municipio de Nazareno³. Obtuvo la personería jurídica en el año 1998 a través del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas. Forma parte de la región de Qullamarka⁴ participando de las asambleas que se realizan en dicho espacio cada tres meses. La organización emprende su trabajo a través de un coordinador, quien es el encargado de convocar a los delegados de cada comunidad para participar de las asambleas que realiza la OCAN cada dos meses. Dichos delegados representan los intereses y necesidades del pueblo y son quienes deben plantear las distintas problemáticas e inquietudes que las comunidades tienen para trabajar junto con la organización.

La organización busca ser un espacio de discusión política que apunte a la “integridad” de las personas del municipio, gestionando proyectos que posibiliten mejorar las condiciones de vida para satisfacer las necesidades básicas que cada comunidad tiene, fomentando la organización y la participación comunitaria, mejorando la producción y comercialización de alimentos que las comunidades cultivan, planteando un espacio que les permita recuperar los saberes ancestrales y la lengua materna.

Camino hacia una radio propia

La historia del “deseo” de contar con un medio de comunicación propio surge en el año 2004, cuando estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba llevaban a cabo un proyecto de extensión⁵ que tenía como objetivo poner en marcha los espacios comunicacionales del municipio de Nazareno. Allí es donde se produce el primer acercamiento que la organización tiene con la radio. En ese contexto, la comunidad reflexiona acerca del lugar y sus modos de comunicarse, la relación cultural y política existente entre los actores y espacios delimitados dentro de la comunicación comunitaria, popular y alternativa. Diez años más tarde, se inaugura la primera radio comunitaria de la zona – la FM OCAN 88.3 –, en el marco de la Ley 26.522 de Servicio de Comunicación Audiovisual. Se empieza a gestionar el trámite para obtener no solo la licencia, sino también el financiamiento necesario para el equipamiento a través de los Fondos de Fomento Concursables para Medios de Comunicación Audiovisual, proyectos impulsados desde la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual⁶.

Durante este proceso es cuando se empieza a pensar en la necesidad de contar con una radio propia, una radio que pertenezca a la OCAN y defienda los intereses de las comunidades, que sea capaz no solo de informar a las personas, sino también de brindarles un espacio que comunique sobre su realidad, que ponga en discusión cuales son los derechos que les corresponden a las comunidades indígenas y funcione como una herramienta de cambio social (GUMUCIO DAGRÓN, 2001).

Creemos necesario poder entender el sentido profundo que la organización y las personas que la integran le atribuyen a la radio, reflexionando sobre un proceso que durante años se trabajó con distintos actores y organizaciones del campo popular. Es por eso que resulta muy interesante pensar en el rol de los medios de comunicación comunitarios, y cómo estos alentaron otras formas de poder pensar la comunicación; con relación a esto Claudia Villamayor señala que:

La radio comunitaria es un hecho cultural y parte de un enfoque de comunicación sociocultural, constructora de sentido sociopolítico, capaz de generar comunidades culturales y no sólo las marcadas por una geografía particular. Están las identidades juveniles, de movimientos sociales como el de las mujeres, los pueblos originarios, los artísticos, los grupos de hospitales psiquiátricos, cárceles, grupos de creación sonora y radio-arte político, grupos universitarios, grupos sociales promotores de la diversidad de género y opciones sexuales, religiosas, laicas, radios escolares comunitarias, entre otras. Se trata, en fin, de una perspectiva político-comunicativa y cultural de hacer radio que se define como política y con objetivos políticos humanistas y laicos. (VILLAMAYOR, 2014, p. 92)

Por otro lado, entendemos que los procesos políticos de participación ciudadana que llevan adelante las radios comunitarias consolidan a estas como “el instrumento más atractivo para la comunicación y el desarrollo participativo. Sin duda, es la herramienta comunicacional más extendida en el mundo y el medio ideal para provocar cambios sociales” (DAGRÓN, 2001, p. 15). Provocar esos cambios sociales requiere “tomar la palabra” y cuestionarse acerca de ello. En ese sentido,

uno se pregunta si el acto de tomar la palabra no es o no debe volverse el principio constitutivo de una sociedad: en suma, cuando la excepción asume el peso de una regla; cuando accidente significa lo universal. Se trata entonces de una cuestión subversiva: se cuestiona el sistema. (DE CERTEAU, 1995, p. 10)

Las radios comunitarias nacieron en Argentina como espacios de fortalecimiento en los barrios, en las comunidades y en las organizaciones sociales, como espacios sin fines de lucro que buscaban transformar su realidad a través de la participación de la audiencia y la toma de la palabra como un ejercicio para fortalecer el derecho a la comunicación y con esto la visibilización de sectores hasta el momento invisibilizados (KEJVAL, 2009). El hecho de que existan medios, que no son ni de propiedad del Estado ni de una empresa, los coloca en un lugar distinto, en un lugar donde no hay interés por el lucro, sino una necesidad por construir un canal alternativo de información con características muy distintas a los medios privados/comerciales:

Se trata de prácticas que permiten a la asociatividad, abrir espacios de libertad de expresión y ejercicio del derecho a la comunicación. Esto es así, en la medida que existe una hegemonía centralizada y centralizante que sumerge e invisibiliza voces. Por este motivo, surgen otras formas de comunicación que históricamente se han hecho eco, estrategia y recurso para viabilizar otras expresiones mayoritarias que surgen no del consumo de la cultura, sino de la apropiación de un derecho para reivindicar otros derechos. (VILLAMAYOR, 2014, p. 98)

En el caso de la FM OCAN, la radio se constituyó como un espacio de organización y participación indígena, representada por sus propios comunicadores, quienes la integran y promueven a través de los programas que la radio transmite, tratando problemáticas que atraviesan no solo a la organización sino todas las instituciones que forman parte de él, buscando construir un medio alternativo que contemple las características que el pueblo tiene, que responda a su cultura y les permita apropiarse del espacio para transmitir sus necesidades, sus demandas y sus propios mensajes

Gestión en medios comunitarios indígenas

Nuestros primeros acercamientos a la Organización de Comunidades Aborígenes de Nazareno comienzan a mitad del año 2014 desde la Universidad Pública, con el objetivo de cumplir con su rol extensionista para contribuir al desarrollo de una sociedad más justa y democrática. Allí nos sumamos a participar de la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy, un espacio colectivo que se creó por iniciativa del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria en el año 2012, nucleado en ese entonces, por distintos organismos estatales y organizaciones sociales, buscando generar una articulación entre las distintas experiencias de comunicación popular del norte argentino, vinculadas principalmente a la agricultura familiar.

Es por ello que la experiencia de trabajo que llevamos adelante en conjunto con la OCAN estuvo atravesada por la participación de diversos organismos públicos que aportaron a la construcción de la radio desde distintas perspectivas. La gestión previa a la inauguración fue un proceso que se inició desde el momento en que la organización se propuso trabajar por el funcionamiento de una radio propia. La autogestión fue el camino que tuvimos que abrirnos con el paso de los días para encontrar soluciones a los problemas que iban surgiendo, la voluntad y el esfuerzo para concretar este espacio fueron dos cuestiones fundamentales a la hora de poner las ideas en juego. Muchas veces costaba encontrar alternativas rápidas que ayudaran a conseguir financiamiento para comprar todo el equipamiento necesario para poder transmitir, es por eso que concretarla llevó un poco más de tres años, justamente porque la elaboración de proyectos para conseguir dinero llevaba su tiempo y su forma, lo que también marcaba los tiempos para trabajar y organizarse.

La constancia para aportar al debate, al aprendizaje y a las prácticas de producción radiofónicas fueron fundamentales para poder concretar este proyecto, en una primera instancia viajábamos mes de por medio para acompañar los talleres que otros organismos/personas daban o para llevar desde la Universidad alguna capacitación en el marco del proyecto de extensión, apuntando a reforzar lo que se venía trabajando en otras capacitaciones. Con el paso del tiempo empezamos a profundizar nuestra práctica y a viajar todos los meses, con la intención de acelerar la inauguración de la radio, entendiendo que los lazos con los delegados de la OCAN y las personas de las comunidades se habían afianzado, lo que nos permitía

participar de las asambleas que realizaba la organización cada dos meses. Todas estas instancias de trabajo generaron una enorme diversidad de material teórico para pensar y entender la comunicación, para aprender a hacer radio y también para reflexionar desde distintas teorías sobre “cómo lo hacemos” y “qué sentido” le ponemos a eso que hacemos. Desde esta perspectiva encontramos similitudes en el proceso que se llevó adelante cuando Villamayor y Lamas señalan que

la radio, como toda organización, se constituye por el conjunto de sus partes (departamentos, áreas, equipos etc.) y a través de las personas (cada una con sus aportes personales y su diversidad) necesita ordenar adecuadamente sus recursos, sus esfuerzos e iniciativas. Alcanzar esta meta es el resultado de la combinación adecuada entre sueños, utopías, objetivos, recursos y posibilidades. (VILLAMAYOR y LAMAS, 1998, p. 12)

La gestión y el armado de contenidos fueron dos cuestiones que se complementaron todo el tiempo, si bien es cierto que parte de la gestión tuvo que ver con resolver tareas más burocráticas, también es cierto que esto implicaba pensar en las formas de trabajo que se iban a llevar adelante, el cómo dar esas capacitaciones y que realmente le sirvan a la comunidad, pensar en qué temas eran necesarios tratar y cuáles no, y generar, por sobre todo un espacio que permitiera discutir y repensar la gestión como una forma organizativa que contemplara a todas las comunidades y nos permitiera trabajar de manera colectiva, porque “gestionar una radio es gestionar un territorio, es ensayar y poner en situación las posibilidades populares de hacer y decidir” (TORRES y LANCE, 2014, p. 9) lo que nos obligaba a replantearnos constantemente las decisiones que tomábamos para organizarnos en función de las demandas y necesidades existentes.

El hecho de pensar en esa radio como una radio propia, autogestionada, alternativa e indígena, generaba grandes expectativas por parte de los miembros de la organización, lo que derivaba en largas jornadas de charlas y debates sobre la importancia de capacitarse para poder producir mensajes, aprender a transmitirlos y perder la vergüenza frente al micrófono, teniendo en cuenta que era la primera vez que atravesaban por una experiencia así, ya que la mayoría de los integrantes del municipio nunca habían tenido contacto con la radio de manera directa, pero sentían curiosidad por aprender y poder usarla como un servicio para las 23 comunidades, pensada para que todos pudieran participar y tener un espacio que les permitiera enviar mensajes a sus familiares, comunicar cuando un animal estaba perdido tras los cerros, informar sobre las novedades que la organización tenía, comentar acerca de la gestión del municipio, transmitir información relevante acerca del clima y su influencia en la producción de alimentos, pero por sobre todo como una herramienta para fortalecer los derechos indígenas, recuperar su identidad y, por ende, su cultura originaria.

La gestión del medio implicó definir el proyecto comunicacional y los distintos roles necesarios para poder sostener el espacio, entendiendo que la cuestión de la sostenibilidad no tiene recetas que se puedan aplicar

(DAGRÓN ALFARO, 2011), sino que depende de las condiciones sociales, políticas y culturales en las que se inserta el medio. Es por ello que uno de los primeros puntos que se discutió fue la definición del comunicador indígena, al que definen como un actor social que se construye a partir de su etnia, atravesada por aspectos fundamentales que definen a los pueblos originarios, como la espiritualidad y la relación que el indígena mantiene con la pacha-mama (EQUIPO DE COMUNICADORES PUEBLOS ORIGINARIOS, 2012), apoyándose en la idea de comunicación con identidad, un concepto que empezó a divulgarse por distintas organizaciones indígenas previo a la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

[...] la expresión comunicación con identidad fue la categoría que los pueblos originarios adoptaron para definir el tipo de comunicación producida por ellos, en el proceso de consulta de la Ley 26.522. Si bien la Ley asumió la demanda que hicieron los comunicadores indígenas, no la expresó exactamente bajo esta formulación terminológica. En fechas posteriores, se puede encontrar la institucionalización del término en las convocatorias que se hacen desde la Autoridad Federal del Servicio de Comunicación Audiovisual, con el Fondo de Fomentos Concursables para Medios de Comunicación Audiovisual, o en las publicaciones que se generan desde espacios como Encuentro Nacional de Organizaciones Territoriales de Pueblos Originarios (ENOTPO), Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena (CCAIA), y en los foros, seminarios o exposiciones que se llevan adelante con el propósito de promover la gestión de medios indígenas. (LIZONDO, 2015, p. 114)

A partir de estos debates tan profundos y necesarios, la organización consolidó un grupo de comunicadores, en su mayoría voluntarios que tenían interés por aprender y trabajar en medios, para capacitarlos y ofrecerles la oportunidad de viajar a las distintas actividades, talleres, foros y encuentros de comunicación que se estaban realizando en todo el país en el marco de la aplicación de la Ley, impulsados por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria y la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

A su vez, la organización formuló cuatro proyectos para el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, para gestionar e impulsar la sostenibilidad económica, social e institucional del proyecto. Los cuatro proyectos que se presentaron fueron aprobados y permitieron la compra de equipamiento y el pago de honorarios a capacitadores y talleristas que colaboraron en el proceso de gestión para implementar la radio. En estos casos, el primer proyecto fue el de Equipamiento. Allí se compró la consola, el excitador, el transmisor, micrófonos y una computadora de escritorio. El segundo proyecto ganado fue el de Gestión de Medios, en el año 2014, en el cual se contempló un plan de mejoras para la gestión contable, la coordinación y las relaciones institucionales con los distintos actores del municipio, y finalmente en el año 2015, se presentaron dos proyectos en forma simultánea, uno nuevamente por la línea de Equipamiento para poder construir la torre y la antena, y el segundo por la línea de Producción de Contenidos para producir un programa informativo

semanal. Ambos proyectos fueron aprobados en noviembre del año 2015, y se ejecutó el primer desembolso el 22 de diciembre del mismo año, dos días antes de que el gobierno de Mauricio Macri interviniera la Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual, organismo encargado de pagar dichos proyectos.

Todo este proceso de organización, gestión y ejecución de proyectos logró estabilidad tanto en la organización como en los vínculos con instituciones y organizaciones de todo el municipio, apelando a estrategias participativas que permitieron consolidar un proyecto comunicacional colectivo atravesado por la alternatividad, la cooperación de organismos provinciales y nacionales, y la organización comunitaria como motor fundamental para construir desde la puesta en común y el diálogo, asumiendo que

la gestión no puede entenderse apenas como la adopción de una medida coyuntural sobre este o aquel aspecto, sino como la suma de los elementos y factores que van conformando paso a paso la decisión. La gestión, por lo tanto, radica en todo el proceso y en todos los elementos que se coordinan hasta llegar a establecer los objetivos de una acción, los pasos para ponerla en práctica y los recursos que se necesitan. Y, por supuesto, la forma coordinada de evaluar el cumplimiento de lo que se ha decidido. (LAMAS y VILLAMAYOR, 1998, p. 15)

Producción de contenidos desde una perspectiva indígena

Producir contenidos fue lo que consolidó el proyecto comunicacional, allí se encontró un lugar de entusiasmo que empezó a cosechar todo el trabajo que la gestión había realizado para tener los equipos necesarios. Cuando se pusieron en juego las herramientas radiofónicas, la voz, la música, los efectos y el silencio, el murmullo se transformó en palabras (MATA, 2009).

El concurso de los Fondos de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, por la línea de producción radiofónica, exigía grabar un demo que simulara un ejemplo de lo que sería el programa radial por el que se estaba solicitando financiamiento, esto obligó a la comunidad a pensar en un primer programa al aire, con sus respectivos bloques y edición de los mismos. Es por ello que para empezar a trabajar sobre esto se planteó la necesidad de pensar en primer lugar el objetivo general: ¿qué quiero comunicar? y ¿a quién estará dirigido lo que quiero comunicar? Con estas dos preguntas disparadoras se reflexionó sobre la temática a abordar y la importancia que esta tuviese para la comunidad en general.

A partir de allí pudimos armar una estructura a modo de “esqueleto” que nos permitiera desglosar el programa con sus tiempos marcados, música, efectos, voces y silencios necesarios. Para ello definimos los roles: conductor, operador técnico, corresponsales, productor etc., y discutimos qué cosas haría cada uno y cómo las haría.

En este sentido, se planteó un programa semanal que pudiese discutir las distintas problemáticas que la comunidad atraviesa, entre ellas, la propiedad de la tierra, el agua, la luz, la siembra y la cosecha. Por lo tanto, durante nuestra

participación trabajamos para consolidar un espacio que nos permitiera utilizar a la radio como una herramienta de participación política, y así resolver de manera colectiva los conflictos y hechos que ocurren en el pueblo, fundamentalmente pensando en que, como contemplaba la convocatoria, poder fortalecer vínculos y tratar las cuestiones más relevantes que ocurren en las comunidades.

El programa se llamó “La Pitajla”, nombre que se refiere a un pájaro típico de la zona, que según los ancianos del pueblo “llega para anunciar algo”. Este proyecto contemplaba la posibilidad de pagar honorarios a tres personas, conductor, operador y corresponsales comunitarios, y a su vez, contemplaba tres talleres de edición y producción radiofónica, lo que le permitía a la comunidad seguir capacitándose, por lo que se decidió seguir trabajando sobre el uso de las herramientas, es decir, por un lado aprender a escribir guiones, pensando en la estructura del programa; y por otro lado, aprendiendo a manipular los equipos (computadoras, consolas, micrófonos, parlantes, proyector etc.) para poder entender su funcionamiento.

A partir de este proceso de aprendizaje, la radio empezó a ser manipulada por referentes de la organización y miembros de la comunidad que encontraban allí una herramienta pedagógica para mejorar la lecto-escritura, demostrando como un medio de comunicación alternativo contribuye doblemente al empoderamiento social, por un lado como “un potencial educativo por el proceso de organización popular y los mecanismos de planeación, producción y gestión. Y por el contenido de los mensajes que transmiten” (KROHLING PERUZZO, 2001, p. 89).

Por lo tanto, producir contenidos desde estas experiencias demuestra “claramente que no hay comunicación alternativa y popular sin propuesta de proyecto alternativo de sociedad; que son los espacios políticos y democráticos los que definen la viabilidad de ese tipo de comunicación” (FESTA, 1986, p. 29).

Conclusiones

Durante los años de trabajo que compartimos con la comunidad pudimos reconocer cómo la organización se reconoce como un espacio comunitario, esto implica una forma de verse en el mundo, de construir sentido y de mostrarse a partir de sus propios modos y formas de pensar, asumiendo y ejerciendo la comunicación desde la cosmovisión andina. Es por ello que nuestro acercamiento fue un proceso de descubrimiento, adentrarnos en la organización implicó generar la participación de todos los sectores del municipio, buscar formas y estrategias que apuntaran a consolidar un grupo de trabajo dispuesto no solo a hacer comunicación comunitaria, popular y alternativa, sino a discutirlas desde sus propias prácticas y saberes con el objetivo de implementar un medio de comunicación desde la ruralidad.

Otro punto interesante que aparece en la organización y está muy relacionado con los principios básicos de la comunicación comunitaria, popular y alternativa es la política como una forma de organización trascendental para apuntar a la transformación social (MATA, 2009). De esta manera,

entendemos que los procesos de construcción de una radio comunitaria no escapan a la relación de lo comunicacional, lo político y a los procesos de gestión que allí se consolidan, permiten pensar que “cuando encaramos el tema de la gestión sabemos que estamos a punto de tomar una decisión político institucional que seguro nos llevará a una revisión de casi todo lo que hacemos” (LAMAS y VILLAMAYOR, 1998, p. 5).

¿Qué significa crear un medio de comunicación autogestionado por la organización más importante del municipio? Significa la posibilidad de poder acercarse a pesar de las distancias terrenales que los atraviesan, de generar un espacio capaz de discutir las problemáticas que las comunidades atraviesan y necesitan resolver. La dimensión de los problemas que existen en esos espacios son muy distintos a lo que uno puede tener en la ciudad, poder acceder al agua corriente, a la luz eléctrica y al gas, es un enorme logro para quienes durante años viven sin esos servicios. La radio vino a conquistar eso, a poner en discusión esas necesidades, a juzgar a quien tenga que hacerlo y a reconocer a quien se lo merezca, públicamente.

Cientos de personas participan de ese espacio, trabajadores rurales, pequeños y medianos productores, asociaciones, organizaciones, instituciones, docentes de las escuelas, que vienen desde muy lejos para dar clases en los alrededores del municipio, sin importarles la distancia, solo por la posibilidad de colaborar y formar parte de un espacio que está en constante crecimiento, que necesita de la fuerza de los de afuera para no quedar excluido del pleno ejercicio del derecho a la comunicación

Todo eso es lo que la radio se propone, ser un espacio político que informe sobre la realidad del pueblo, que anuncie sobre cuestiones relevantes para la comunidad, que permita que los servicios como la ambulancia, el cobro de jubilaciones y pensiones, las subas de impuestos, la falta de luz y agua, el mantenimiento en las escuelas, se discutan y se conquisten por medio de la palabra tomada, de la exigencia del pueblo.

La presencia de medios comunitarios, tanto en zonas urbanas como rurales, funciona como herramienta para compartir conocimientos, construir y debatir política, poner en discusión la desventaja que ciertos grupos sociales tienen en relación a otros por las condiciones sociohistóricas y la falta de oportunidades existentes (VILLAMAYOR, 2014), funcionando no solo como medios para transmitir mensajes, sino como instrumentos para contribuir al proceso de la toma de conciencia de los derechos y mejorar las condiciones de vida de la población (GUMUCIO DAGRÓN, 2004).

Los medios sin fines de lucro rompen con la lógica de los medios hegemónicos, gestionan sus propias formas de organización apelando a la comunicación como una estrategia de transformación, buscando generar visibilidad social, acceso y participación de la comunidad como

motor fundamental para llevar adelante su proyecto (LÓPEZ VIGIL, 1995), legitimando la voz propia en un contexto de múltiples voces que les permita incidir en el desarrollo de la zona a partir del ejercicio pleno del derecho a la comunicación como un derecho legítimo que les corresponde a todas las personas, porque en definitiva, creemos, como sostiene Washington Uranga, que:

Hay, en numerosos actores, la convicción creciente de que gran parte de la suerte de la democracia se juega hoy en el ámbito de la comunicación. Y que defender la pluralidad de voces y la diversidad de miradas es inseparable de la lucha política. Comunicación y política son dos caras de una misma moneda denominada democracia (URANGA, 2016, p. 1).

Bibliografía

ASOCIACIÓN DE COMUNIDADES ABORÍGENES DE NAZARENO. *La hostería que convertimos en albergue estudiantil*. OCAN, 2012.

DAGRÓN ALFARO, Gumucio. *Arte de equilibristas: La sostenibilidad de los medios comunitarios*. 2011.

_____. *Haciendo Olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social*. La Paz: Plural Editores, 2001.

DE CERTEAU, Michel: *La toma de la palabra y otros escritos políticos*. México: ITESO, 1995.

DOYLE, María Magdalena. *Los medios de comunicación en las luchas de los pueblos indígenas. Abordaje desde los estudios sobre comunicación en América Latina*. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, 2013.

EQUIPO DE COMUNICADORES DE PUEBLOS ORIGINARIOS. *Aportes para la construcción del modelo de comunicación indígena en Argentina. Comunicación con identidad*. INAI, 2012.

FESTA, Regina. Movimientos sociales, comunicación popular y alternativa. In: *Comunicación popular y alternativa*. Colección Comunicación n. 4, p. 9-29. Buenos Aires: Ediciones Paulinas, 1986.

GRIMSON, Alejandro. *Comunicación y configuraciones culturales*. Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martín, 2014.

KAPLÚN, Gabriel. *La comunicación comunitaria*, en AAVV: *Medios de comunicación. El escenario iberoamericano*. Madrid: Fundación Telefónica y Ariel, 2007.

KEJVAL, Larisa. *Truchas: Los proyectos políticos-culturales de la radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2009.

KROHLING PERUZZO, Cicilia. Comunicación comunitaria y educación para la ciudadanía. *Revista Signo y Pensamiento*, n. 38, p. 82-93. Santafe de Bogotá, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, 2001.

LAMAS, Ernesto y VILLAMAYOR, Claudia. *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. AMARC, 1998.

LIZONDO, Liliana. *Comunicación con identidad o comunicación comunitaria. El caso de la FM La Voz Indígena*. Tesis de Maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación. Universidad Nacional de La Plata, 2015.

LÓPEZ VIGIL, José. ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? *Revista Chasqui*, n. 52, CIESPAL. Ecuador, Quito. 1995.

MARTÍNEZ, Analía; MÜLLER, Ana y RUBINO, Andrés. *Nazareno en el aire. Sistematización de una experiencia de Comunicación Popular*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba, 2007.

MATA, María Cristina. Comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social, In: ÁREA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA (compiladores): *Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*. Buenos Aires: La Crujía y Universidad Nacional de Entre Ríos, 2009.

TORRES, Federico y LANCE, Florencia. *Sembramos palabras, cosechamos derechos*. Encuentro de Comunicación en los Territorios de Latinoamérica y el Caribe. Buenos Aires: INTA ediciones. Colección Institucional, 2013.

URANGA, Washington. *Política y comunicación, caras de la misma moneda*. Página 12, 2016.

VILLAMAYOR, Claudia. Las radios comunitarias, gestoras de procesos comunicacionales. Buenos Aires, 2011-2014. *Mediaciones*, #12. Bogotá, julio del 2014.

VILLAGRA, Emilia. *Queremos que la gente no pueda vivir sin la radio. Procesos de gestión y de construcción de contenidos. El caso de Organización de Comunidades Aborígenes de Nazareno (OCAN). Salta, 2014-2016*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Salta, 2016.

Notas

1. Los Proyectos, dirigidos por Ana Müller y codirigidos por Ramón Burgos, son “Hilvanando redes en comunicación comunitaria. Talleres de apoyo a organizaciones sociales en el marco de la Mesa de Gestión de Comunicación Popular de Salta y Jujuy” (2014) e “Hilvanando redes en comunicación comunitaria. Parte II. Talleres de apoyo a organizaciones sociales en el marco de la Comunicación Popular de Salta” (2015).
2. Proyecto de Investigación Tipo B n° 2.228: “Comunicación popular y alternativa en contextos de frontera. Parte 2. Mapeo de actores y experiencias en sectores populares de Salta”, dirigido por Ramón Burgos. Consejo de Investigaciones/Universidad Nacional de Salta (2014-2016).

3. Las 23 comunidades son: Nazareno, Campo de la Cruz, Poscaya, Monoabra, San Marco de Trigo Uayko, Paltorco, Santa Rosa, Campo la Paz, San José del Aguilar, Santa Cruz del Aguilar, San Francisco de Tuc Tuca, Pabellón, Campo Grande de Bacoya, San Isidro de Bacoya, Bacoya, El Molino, Río Blanco, Campo Grande de Río Blanco, Quellotikar, Cuesta Azul, San Marcos de Nazareno, Laguna y El Milagro.
4. Es la máxima organización como sistema de gobierno a nivel del Pueblo Kolla que coordina a las Organizaciones y Comunidades Kollas autónomas de Salta, nucleada por las siguientes organizaciones la Unión de Comunidades Aborígenes Victoreñas, la Asociación de Comunidades Aborígenes de Nazareno, el Consejo Indígena Kolla de Iruya, la Comunidad Indígena Alta Cuenca del Río Lipeo Toldos y la Comunidad Indígena del Pueblo Kolla Tinkunaku.
5. Proyecto de extensión universitaria “Capacitación y puesta en marcha de los espacios comunicacionales del Municipio de Nazareno” en el Programa de Becas de la Secretaría de Extensión de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC).
6. Ex organismo encargado de la regulación y aplicación de la LSCA, intervenido por el gobierno de Mauricio Macri en diciembre del 2015 a través de los decretos 13 y 267.

Tecnicidades das rádios livres e comunitárias: o caso Radio Rebelde zapatista

*Free and community radio technicalities:
the zapatista Radio Rebelde case*

Ismar Capistrano Filho | Universidade Federal do Ceará (UFC)

Jornalista, assessor de comunicação, é professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e doutor em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Email: ismarcapistranofilho@gmail.com

Resumo

A Radio Rebelde é uma emissora das comunidades zapatistas, movimento insurgente do sudoeste mexicano. A estação é analisada, neste artigo, a partir da proposta teórico-metodológica das tecnicidades dos usos sociais dos meios de Jesús Martín-Barbero. Nesta perspectiva, é possível observar as apropriações dos formatos radiofônicos pelas comunidades zapatistas, que a distingue do modelo dominante de emissoras comerciais. A oralidade, a imagem acústica e a abrangência são os modos de percepção da tecnologia radiofônica utilizados para irradiar o projeto de autonomia dos povos originários zapatistas.

Palabras Claves: rádio, zapatista, tecnicidades, usos sociais, autonomia.

Abstract

Radio Rebelde is a broadcaster of Zapatista communities, an insurgent movement in southwest Mexico. The station is analyzed in this article from the theoretical-methodological proposal of the technicalities of the social uses of the media of Jesús Martín-Barbero. In this perspective, it is possible to observe the appropriations of the radio formats by the zapatistas communitys, which distinguishes the station from the dominant model of commercial radios. The orality, the acoustic image and scope are the modes of perception of the radio technology used to radiate the autonomous life project of the zapatista population.

Keywords: radio, zapatista, technicalities, social uses, autonomy.

Introdução

Este artigo é um recorte do eixo de análise das tecnicidades da *Radio Rebelde zapatista*¹, elaborada na tese de doutorado “Usos sociais das rádios zapatistas: o mapa nortuno das mediações comunicativas da cultura na construção da autonomia”, produzida junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFGM), entre 2012 e 2016, através de cinco imersões no campo de pesquisa, na região de Los Altos no Estado mexicano de Chiapas, que totalizaram oito meses de vivências. Além de investigações documentais e bibliográficas sobre as emissoras e sobre a temática, foram realizadas entrevistas com produtores² e ouvintes das rádios pesquisadas, observações de inspiração etnográfica na comunidade indígena de San Isidro de La Libertad e escuta, gravação e transcrição da programação das emissoras durante três semanas de julho de 2013. Neste recorte, serão excluídos os demais eixos de análise da tese e a outra emissora investigada, *Frecuencia Libre*.

Esta pesquisa tem como pressuposto a perspectiva teórico-metodológica dos usos sociais dos meios. De acordo com o filósofo hispano-colombiano, Jesús Martín-Barbero, para refletir sobre os fenômenos comunicacionais, é necessário fazer dois deslocamentos. O primeiro, representado pela metáfora de perder o objeto para encontrar o caminho, significa compreender o processo da comunicação a partir das mediações, isto é, do trânsito dos significados e sentidos nos diferentes grupos, instituições, lugares e tempos onde circula. O segundo é o caminho de volta aos meios, refletindo a centralidade que os mesmos ganham nas sociedades contemporâneas condicionando agências, fluxos e ritmos. A metodologia para o estudo dos usos sociais está baseada em quatro operadores conceituais: matrizes culturais, lógicas de produção, formatos industriais e competências de recepção, que, relacionados, formam as institucionalidades (matrizes e lógicas), tecnicidades (lógicas e formatos), ritualidades (formatos e competências) e socialidades (competências e matrizes).

As tecnicidades, de acordo com Martín-Barbero (1998), articulam as lógicas de mercado e os formatos industriais a partir do conceito de *sensorium* de Walter Benjamin, compreendido como a conexão entre “as inovações (tecnológicas) com os modos de percepção e experiência social” (JACKS, 2008, p. 38). Benjamin (1994, p. 5) explica que “o modo em que a percepção sensorial do homem organiza – o *medium* em que ocorre – é condicionado não só naturalmente, como também historicamente”. Assim, há qualidades sensoriais de ordem fisiológicas (visão, audição, tato...) que são apropriadas, potencializadas ou atenuadas a partir dos usos, consolidados por processos culturais, econômicos e políticos.

Para o filósofo alemão, “em grandes épocas históricas altera-se, com a forma de existência coletiva da humanidade, o modo da sua percepção sensorial” (BENJAMIN, 1994, p. 8). Na perspectiva desta investigação, que tem como princípio a relação entre comunicação e culturas, considero que estas mudanças acontecem não só em largos períodos históricos, mas em cada grupo social que possui suas próprias relações com o contexto mundial e com o uso das tecnologias.

O pesquisador mexicano Guillermo Orozco (2002, p. 93) defende, neste sentido, que cada meio tem sua tecnicidade específica, que “media a percepção do sujeito ao organizar a negociação de significados com os conteúdos”. Para ele, a tecnicidade se manifesta na potencialidade do veículo que se entende “[...] em sua dupla dimensão de instrumento e racionalidade substantiva de conformação e transformação formal dos referentes que veicula cada meio” (OROZCO, 2000, p. 115). As tecnicidades, entretanto, não se restringem apenas ao instrumental dos meios. Por isso, Veneza Ronsini (2012) define as tecnicidades como as práticas comunicativas mediadas pelas diferentes linguagens, técnicas de produção e práticas dos receptores. Jacks (2008, p. 38) explica que, “para Martín-Barbero, a técnica extrapola a ordem instrumental e sedimenta os saberes e a constituição das práticas”.

Neste caminho, este artigo busca responder às seguintes questões: qual o papel do rádio na comunicação zapatista? Como as comunidades zapatistas se apropriam do meio, da linguagem e dos formatos? Quais as contribuições e limitações do uso da tecnologia radiofônica para partilhar as mensagens zapatistas? Para responder às questões, esta comunicação está dividida em três partes. Primeiro, apresenta o objeto de estudo. Nesta parte, serão abordados a história da rádio e aspectos da programação da mesma. Em seguida, avança na definição de tecnicidades a partir dos conceitos de apropriações tecnológicas e de *sensorium* da tecnologia radiofônica. No fim, serão analisadas as tecnicidades, por meio da oralidade e escritura na *Radio Rebelde* e dos modos de percepção possíveis.

A voz da mãe terra

A *Radio Rebelde* zapatista é uma emissora situada na região de Los Altos no sudoeste mexicano, Estado de Chiapas. A estação surge a partir das Radios Insurgentes organizadas pelo EZLN desde fevereiro de 2005, em Los Altos (próximo a San Cristobal de Las Casas), Selva Tseltal e Selva da Fronteira (vizinho a Guatemala). Apresentadas como “a voz dos sem voz”, estas estações visavam mostrar “os avanços do processo de construção da autonomia nas zonas zapatistas e promover a difusão da palavra e a música das comunidades indígenas”³. Como parte do projeto de autonomia zapatista, desde 2008, teve início a transferência das rádios para os governos civis, processo que se consolidou em 2012, quando as emissoras mudaram de nome e formataram novas programações. A autonomia zapatista compreende a autodefinição, o autogoverno, a autodelimitação e a autodisposição (BARCENAS, 2011). A primeira é a possibilidade de determinar por si mesmos quem são as pessoas que a constituem. A segunda é a construção da própria gestão. A terceira característica é a definição, por si mesmos, dos limites de seu território. Já a última é promover a organização social da maneira que mais lhes convenha, desenhando seu próprio desenvolvimento. A gestão das rádios pelos Caracóis⁴ contribui para organização dos mesmos, que gerenciam os espaços a partir das demandas locais e tomam as decisões priorizando as comunidades autônomas articuladas e não submetidas à estrutura político-militar do EZLN.

A Radio *Rebelde*, com o slogan “A voz da mãe terra”, transmite diariamente, em 107,1 FM. Durante a escuta e transcrição das emissões da Radio *Rebelde*, notei que sua programação se estrutura sem a divisão em programas nem a alternância de blocos e intervalos. A estação transmite com locução bilíngue em espanhol, seguida de tradução, para as línguas mayas *tsetal* ou *tsotil*. Também toca predominantemente músicas revolucionárias e dos povos tradicionais, intercaladas pelos formatos, identificados pelos próprios locutores, como mensagens, comunicados, contos e poesias. As primeiras são gravações que se assemelham a *spots*⁶ publicitários com mensagens de cunho educativo ou político, por exemplo, sobre os cuidados da saúde, o trabalho coletivo, o engajamento comunitário dos jovens, o meio ambiente e a dignidade das mulheres. Já os comunicados são textos escritos pelas comunidades e coletivos zapatistas e aderentes, pelas Juntas de Bom Governo (JBC) dos Caracóis, pelo Comitê Clandestino Rebelde Revolucionário (CCRR) do EZLN e pelo Congresso Nacional Indígena (CNI). A leitura feita ao vivo pelos locutores destes textos reproduz integralmente o conteúdo original que, geralmente, circula primeiro no site do movimento⁷.

Os contos, por sua vez, são narrativas ficcionais gravadas, por vezes com inserções de fundos musicais e efeitos sonoros (como sons de grilos e de água corrente), que apresentam alguma lição sobre os comportamentos sociais e as posições políticas. No período pesquisado, foram registrados sete, sendo um inaudível por problemas de captação do sinal, três somente em idiomas mayas e outros três em espanhol: “O noivo namorada a noiva”, sobre respeito nas relações entre namorados, “Rei do Mal” e “Coioite”, os últimos dois sobre as consequências nocivas do avanço do capitalismo. As poesias também tratam destas temáticas em textos curtos gravados (provavelmente, interpretados pelos autores), alguns apresentando um tom irônico e humorístico, como o texto Bomba Bomba, que critica os últimos presidentes mexicanos e outros com ácidas exortações, como Desperta Juventude.

A programação da Radio *Rebelde* se estrutura de maneira fragmentada, transmitindo das 7 às 11h e das 17 às 21h do Fuso Horário Frente de Combate Sul Oriental, criado pelo próprio movimento e sendo duas horas mais cedo do que o Fuso Oficial da Cidade do México, adotado pelo Estado de Chiapas. No restante dos horários, o transmissor é desligado, não havendo qualquer tipo de emissão. Segundo três ouvintes da comunidade indígena de San Isidro de La Libertad de cinco entrevistados pela pesquisa naquela localidade, a fratura do horário representa os ciclos do dia que os campesinos têm para escutar a programação: o início da jornada quando começam as atividades e o final quando voltam para descansar em casa. A emissora também pouco veicula vinhetas. No período de escuta, encontrei apenas uma feita em diferentes versões de fundos e trechos musicais (pop rock, rap, pop romântico, reggae, cumbia, música nortenha...) com o seguinte texto: “Continue escutando a Rádio *Rebelde*, voz da madre terra, / transmitindo desde algum lugar dos povos zapatistas em Caracol Dois em Resistência e Rebeldia pela humanidade, zona Altos de Chiapas, / na frequência 107.1 em FM”.

A tecnologia nos deslocamentos das mediações comunicativas da cultura

Para pensar este uso da tecnologia radiofônica pela Radio *Rebelde* é necessário, fazer uma adequação do conceito de tecnicidades de Martín-Barbero (1998), que define como a relação das lógicas de produção e formatos industriais, sendo necessário enfocar as condições de produções não comerciais dos meios livres e comunitários, que não possuem as características industriais. Ao invés de discutir identidades fluidas, ideologia dominante, cultura universal e vivência fragmentada e heterogênea, como propõe Veneza Ronsini (2012), serão pensadas as apropriações das tecnologias pelos excluídos, a oralidade como modo perceptivo e a construção da autonomia através da tecnologia radiofônica. Assim, parto da definição de tecnologia como um processo de apropriação social e individual, para, em seguida, discutir os formatos da emissora e, por fim, os modos de percepção do rádio baseados na oralidade, alcance imediato e imagem acústica para o uso do meio na promoção da autonomia

Apropriações tecnológicas

Tecnologia, segundo Peter Burke e Asa Briggs (2004), é um produto do desenvolvimento da ciência utilitarista desde a Revolução Industrial no século XIX. As invenções e descobertas do conhecimento aplicadas à indústria passam a servir não somente para o acúmulo de saber e a melhoria da qualidade de vida dos privilegiados usuários, mas também para a lucratividade empresarial. A história do rádio demonstra como é um percurso de apropriações, reconfigurações e redesenhos das tecnologias por diversos atores sociais que disputam não só significados, mas usos.

O processo de desenvolvimento tecnológico possui, como seu motor, a apropriação, compreendida, a partir de Certeau (1994), como tomar para si algo de outrem. De acordo com a pesquisadora mexicana Delia Druetta (2013, p. 12), os educadores Vygotski e Leóntiev definem esse processo não como simplesmente transferir algo externo a um plano interno preexistente, mas “processos mediante os quais o plano interior se transforma”. Diferente da adaptação biológica, a apropriação é uma dinâmica que reflete as condições históricas dos sujeitos e seu grupo social e não se limita à posse, uso e redesenho de objetos ou recursos, mas também na resignificação e reconfiguração de seus sentidos socialmente partilhados. Assim, este processo modifica tanto o sujeito que exerce a ação de tornar-se dono, como as práticas culturais do entorno.

A apropriação tecnológica do rádio pelas comunidades zapatistas se reflete, principalmente, na organização da programação e formatos. Martín-Barbero (2002, p. 16) compreende formatos como padrões que as emissoras criam para organizar seu conteúdo. “Os formatos, em troca, funcionam como operadores de uma combinação sem conteúdo, estratégia puramente sintática”. Na Radio *Rebelde*, como anteriormente apresentado, estão agrupados em mensagens, comunicados, músicas (de marimba, tradicionais, revolucionárias chiapanecas, revolucionárias nacionais e revolucionárias internacionais), poesias e contos. Estes formatos revelam o processo de apropriação do modo de

fazer e organizar o conteúdo do rádio. O padrão de organização do conteúdo desta emissora diverge dos formatos industriais predominantes nas rádios comerciais, reunidos por Mário Kaplún (2006) em musicais, noticiários, conversa, diálogo, entrevista, rádio-jornal, rádio-revista, mesa redonda, rádio-reportagem, rádio-drama e radionovela e, por Luiz Artur Ferraretto (2001), em informativos (nota, reportagem, rádio-jornal, documentário, painel, debate, rádio-revista) e de entretenimento (musical, humor, drama e auditório).

Diferente dos meios massivos comerciais que, para Martín-Barbero (1998), espelham entre as variadas tensões das lógicas de produção, os interesses econômicos e as condições do mercado, a apropriação dos formatos na *Radio Rebelde* reflete os valores, principalmente, do pertencimento comunitário e da relação com a terra. Não há a fragmentação e a heterogeneidade da emissora em programas, que possuem uma identidade e um horário próprio. Os formatos na emissora configuram uma perspectiva de coesão, assim como a organização das comunidades. Há diferentes conteúdos, mas que não estão vinculados a fragmentos heterogêneos de horários e podem estar em qualquer hora de transmissão, ou seja, são rotativos. Não há programa igual ao outro, dia após dia, como no padrão industrial. São como membros de comunidades autônomas que podem participar e se manifestar quando quiserem em qualquer assembleia.

Estes formatos existem como formas culturais independentes da tecnologia radiofônica. A *Radio Rebelde*, nesta perspectiva, reflete a vivência dos povos originários, buscando adequar seu padrão aos saberes que circulam e não o contrário. O caráter naturalizado dos formatos possibilita criar uma maior familiaridade dos ouvintes com a emissora e, por conseguinte, pode reforçar os laços dos receptores com a memória social e com a vida comunitária. Por fim, a ruptura da *Radio Rebelde* com o padrão comercial demonstra não só que estas formas de organização do conteúdo do rádio não são universais, mas que o processo de uso pelas comunidades zapatistas, em suas lógicas de resistência, isto é, excluídos da predominante lógica de mercado, revela as características autônomas de autodefinição e autodisposição da emissora. Conforme define Barcenas (2001), o primeiro traço possibilita a determinação das identidades por si mesmos. Já o segundo possibilita uma organização coletiva a partir das decisões dos próprios participantes. Na programação da *Rádio Rebelde*, os nomes e os agrupamentos de seus conteúdos não são deliberados por um padrão exógeno técnico-comercial, mas definidos a partir das próprias condições culturais das comunidades que se apropriam do modo de fazer rádios

Oralidade como sensorium

Os formatos autodefinidos da emissora possuem a oralidade como modo de percepção predominante. Walter Ong (1993) define a oralidade como a comunicação que tem como base a fala, que, por sua vez, significa, segundo Fernand Saussure (1996), a dupla articulação dos sons que possibilita criar palavras, frases e discursos, dando condições de uma complexa comunicação. De acordo com Ong (1993, p. 8), “a fala é inseparável de nossa consciência”. Os falantes pensam assim a partir das possibilidades de seus idiomas, do

repertório de palavras e da relação sintática entre as mesmas. Os formatos da Radio *Rebelde* são organizados preponderantemente na perspectiva da oralidade primária, conceituada pelo autor, como a fala experimentada sem a vivência escrita, dado que são produzidos em comunidades que possuem o *tsotsil* e o *tsetal* como línguas maternas, não possuem codificação escrita própria.

Esta cultura oral se caracteriza, conforme Martín-Barbero (2004, p. 73), pelos relatos populares que promovem a “comunhão entre a memória e experiência e modo de conta-la”, articulando a cotidianidade com os arquétipos das matrizes culturais. A expressão oral constitui-se um processo criativo que produz e acrescenta novos sentidos, envolvendo emocionalmente os receptores. Na América Latina, a oralidade torna-se, para o autor, a principal fonte de conhecimento e circulação de sentido, desde os povos originários mais remotos até as matrizes populares da cultura massiva, como no rádio-teatro, dramas originados pelos *payadores* – poetas populares, denunciando as injustiças e o sofrimento vivido pelos camponeses. A tecnologia radiofônica passa a ocupar assim o espaço da narração de histórias coletivas de povos. Desta maneira, torna-se fundamental estabelecer uma relação entre a rádio-audiência e a “leitura auditiva” que durante tanto tempo constituiu a leitura popular.

Na América Latina, essa experiência moderna tardia se acha atravessada por um especial e profundo mal-estar. A desmistificação das tradições e dos costumes, desde quando, faz bem pouco tempo, nossas sociedades elaboravam seus “contextos de confiança”, leva ao desmoronamento da ética e à desarrumação do hábitat cultural (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p. 31).

Segundo o autor, o “mal-estar cultural” se expressa nos usos próprios das tecnologias sem a vivência e o hábito da escrita, da qual se originam e se produzem estes meios eletrônicos. Se, por um lado, esta situação nos dificulta o proveito de algumas potencialidades destas tecnologias, por outro, abre possibilidades para a inventividade criativa dos redesenhos e reconfigurações, presentes no que Michel De Certeau (1994) chama de bricolagens, gambiarras e táticas dos desfavorecidos. Assim, os formatos da Radio *Rebelde* não só demonstram a falta de domínio das técnicas industriais de produção radiofônica, mas a apropriação pela oralidade, sem o predomínio da escrita, desta tecnologia, organizando seus conteúdos em formas presentes nas mais remotas culturas orais, como as poesias, contos e canções. Estas possibilitam a circulação, nestes grupos do conhecimento, da identidade e da arte, através de táticas de memorização como as rimas, as fábulas, a melodia. Martín-Barbero (1998, p. 327), ainda completa que “a oralidade não é mera ressaca do analfabetismo”, mas “ponte entre a racionalidade expressivo-simbólica e a informativo-instrumental”, captando a densidade de condições de existência do popular. O rádio serve assim para, além de resgatar a leitura coletiva, traduzir informações técnicas e racionalizadas em sentidos emocionais e compreensíveis para as culturas populares de tradição oral.

Mesmo podendo ter sua codificação escrita, os contos e as poesias são os dois formatos que mais refletem a presença da oralidade primária na programação da Radio *Rebelde* que realizam o resgate da leitura coletiva. Os primeiros,

segundo Walter Ong (1993, p. 8), são formas artísticas de origem oral que se caracterizam pelo relato de histórias, mitos e lendas, antigas e recentes redeseñadas ou recém-inventadas. De acordo com o autor, há um pensamento e um universo de comunicação próprios da oralidade, baseados no som articulado, nas imagens mentais e na gesticulação. Já para o pesquisador mexicano Ezequiel Maldonado (2001, p. 17), que investigou a relação entre o conhecimento zapatista e as culturas orais, a oralidade manifesta a concepção de vida individual e social, mantendo a espontaneidade, a memória coletiva e o saber tradicional da comunidade. “Pode ser usada para transmitir sua história tanto lendária ou mítica, como recente, para ensinar normas de comportamento de grupo e suas formas de organização social e religiosa, para compreender a relação do homem com a natureza”. O autor defende o caráter coletivo dos contos que são relatos feitos para serem expostos em encontros presenciais de várias pessoas, podendo ser modificados de acordo com ou pelo público. Segundo ele, os contos zapatistas, como do “Velho Antônio”, que foram publicados em vários livros e em dezenas de idiomas, possivelmente são relatos primeiramente expostos a coletivos e, depois de “testados”, ganharam sua versão escrita. É possível que os contos veiculados na *Radio Rebelde* também possuam a mesma dinâmica. A oralidade dos contos, além de partilhar o conhecimento socialmente, interpelam à criação uma imagem acústica que, conforme o pesquisador uruguaio Mario Kaplún (2006, p. 70), é estimulada pela “capacidade de sugerir, de alimentar a imaginação do ouvinte com uma variada proposta de imagens auditivas”.

Já as poesias, segundo Maldonado (2001, p. 18), também possuem origem oral, que utilizam recursos como rima e métrica para facilitar a memorização e fazer circular conhecimentos e narrativas nas comunidades orais. “Esta oralidade foi produzida com o efeito de repetição de aspectos chaves que impõem determinado ritmo e musicalidade”. Os recursos da poesia, além de fortalecerem a memória social, também possibilitam um maior envolvimento do ouvinte através da cadência do ritmo de sua interpretação. As canções também criam semelhante modo perceptivo dado que, além de trazerem nas letras as articulações da fala, podem ter a rima e métrica da poesia, ajudando na memorização pela cadência. A melodia da musicalidade traz ainda um envolvimento emocional, muitas vezes, inconsciente, podendo ajudar a relaxar, animar, alegrar, entristecer... e provocar uma catarse, isto é, uma fuga da realidade. A oralidade da *Radio Rebelde* interpela principalmente para o papel do rádio como um meio de expressividade e fortalecimento do conhecimento expressivo-simbólico. Já as canções trazem ingredientes e elementos renovados para alimentar o imaginário radical. Reconstituem as cenas de enunciação e fazem com que os sujeitos pensem sobre sua própria linguagem e modo de ver o mundo, constituindo-se uma reflexividade fundamental à emancipação.

Já a oralidade secundária, reconstituída a partir da escrita, apresenta-se predominantemente na programação da *Radio Rebelde* nos comunicados e mensagens. São explícitas leituras de textos escritos, inclusive, algumas vezes, com discrepâncias de interpretação. Os primeiros são produzidos para publicação no site Enlace Zapatista⁸, que, por isso, perdem a potencialidade de criação

de imagem acústica e a cadência da oralidade, uma vez que o texto escrito para a internet não possui essa preocupação fundamental⁹. Já as mensagens são elaboradas para a Radio *Rebelde*, notadamente, como textos escritos devido à complexa sintaxe das frases formadas, por vezes, por mais de uma oração, e por algumas dificuldades de interpretação dos locutores. Há, no entanto, alguns endereçamentos para criar imagens acústicas como dramatizações e interpeleções aos ouvintes (questionamentos e interjeições). Tanto mensagens como comunicados podem apresentar um conhecimento racional mais aprofundado da realidade, a partir de argumentações baseadas em silogismos que fazem digressões históricas ou que relacionam os diversos elementos de uma realidade em configurações sincrônicas.

Modos de percepção radiofônicos para autonomia

Além da oralidade secundária dos contos, poesias, mensagens e comunicados, que representam uma autodisposição e autodefinição dos formatos, a Radio *Rebelde* pode colaborar com a construção da autonomia devido principalmente a três características dos modos de percepção da tecnologia radiofônica. O primeiro traço é o alcance da transmissão das ondas hertzianas que possibilita a escuta em lugares localizados a quilômetros de distância de maneira instantânea, isto é, no momento que a mensagem é emitida. O rádio “pode chegar a milhares de pessoas de uma só vez e penetra na intimidade de seus lugares” (KAPLÚN, 2006, p. 55). A Radio *Rebelde*, mesmo com um potente transmissor, estimado em 2.000 watts¹⁰, chegava, até julho de 2015, aos municípios de Bochil, Puerto Cate, Soyaló, San Andrés Larráinzar, Jitotol, El Bosque e Cacate, atingindo, no máximo, 30 mil ouvintes. Devido à interferência de uma rádio evangélica no canal da mesma, a estação não conseguiu, desde 2015, ser sintonizada na maior cidade da região, San Cristóbal de Las Casas, com mais de 200 mil potenciais ouvintes. A característica do alcance possibilita assim não só a comodidade de receber as mensagens onde quer que se possa sintonizar o sinal, mas cria a percepção de aproximação do atual e longe, onde as distâncias espaciais podem ser rompidas, sem a perda do tempo da locomoção.

A aproximação do distante cumpre duas tarefas imprescindíveis para construir a autonomia: a mobilização e a irradiação. A primeira configura-se pela informação necessária que motive a participação em ações que, no caso da autonomia zapatista, são cruciais para a prefiguração de eventos – protestos, bloqueios, marchas, atividades exemplares... Já a irradiação é, de acordo com Herman Ouviaña (2011), um processo de partilha de experiências e conhecimentos. Diferente da ideia vertical da conscientização, na qual o explícito convencimento e a persuasão diretos são indispensáveis, neste processo, as rádios autônomas apresentam as ideias como um outro mundo possível: mandar obedecendo, pluralidade, autogestão, sustentabilidade e justiça social como narrativas peculiares que podem gerar identificação com as vivências dos ouvintes, levando a interiorizá-las e criando o que Castoriadis (2006) denomina de imaginário radical.

Esta energia criadora de sentidos definidores dos coletivos, das instituições e dos significados partilhados potencializam-se através do modo de percepção da imagem no rádio, segunda característica que destaco do modo perceptivo desta tecnologia. Conforme o filósofo alemão Rudolf Arnheim (2005, p. 62; 71), o rádio possibilita “o ouvinte ‘contemplar’ com sua própria imaginação o que está ‘falando’ [...], sentindo-se fortemente induzido a imaginar visualmente o espaço real ausente”. A imagem sonora é criada, de acordo com o autor, pela onipotência da palavra, através da força de descrição de lugares, formas e sensações como olfativas, degustativas e táteis, ativando as memórias dos receptores que criam mentalmente, a partir de suas experiências, as imagens. Kaplún (2006) acrescenta os efeitos sonoros e a música como fatores que colaboram para a construção da imagem no rádio, pois favorecem a formação de cenários acústicos, dando à descrição e dramatizações radiofônicas ritmo e complementos com sons de objetos e de seres animados.

Na *Radio Rebelde*, a imagem acústica aparece principalmente nos contos e nas mensagens dramatizadas. Os primeiros formam este modo perceptivo por meio das ricas descrições e interpretações, algumas vezes acompanhadas por onomatopeias. Já as mensagens dramatizadas, além da interpretação, possuem um enredo com personagens, efeitos sonoros e trilhas musicais que criam um conjunto de sons capaz de reconstituir espaços multidimensionais. O que, de acordo com Balsebre (1994, p. 64), Abraham Moles chama de paisagens sonoras: “conjunto de elementos constituídos num espaço, o espaço sonoro [...] no contexto da comunicação radiofônica e a percepção imaginativo-visual do radiouvinte”.

Este envolvimento constrói a terceira característica que contribui para o imaginário de autonomia: a relação de identificação entre o rádio e os ouvintes. Segundo Kaplún (2006, p. 81), a companhia invisível, que o meio proporciona, é criada através da presença que a voz humana proporciona. O rádio simula uma comunicação interpessoal porque tem uma escuta predominantemente individual. O locutor pode ser percebido pelo ouvinte assim como um amigo distante que o descontraí, traz-lhe informações e “explica o mundo que o rodeia e dá chaves para entendê-lo e desenvolver-se nele”. Esta relação possibilita também, para o pesquisador uruguaio, criar uma empatia, projetando a personalidade do receptor no apresentador, principalmente, quando ele simula uma constante interação, prevendo possíveis reações e respostas da audiência e conversando constantemente com a mesma. Estes elementos se potencializam com o forte sentido emocional. “O rádio propicia mais à palavra-emoção do que a palavra-conceito” (KÁPLUN, 2006, p. 74). Reagimos psicologicamente ao som antes de analisá-lo. “O ouvido é ‘o sentido da interioridade’ [...]. A reação imediata é fruto de uma consciência ligada às lembranças e às projeções, abandonando-se em parte o presente” (COSTA FILHO, 1994, p. 78). Na *Radio Rebelde*, além de fortalecer, em seus endereçamentos, o pertencimento como povos originários, busca-se essa identidade em constantes interjeições e questionamentos feitos aos ouvintes, principalmente, nas locuções com as felicitações de “oxalá que esteja

gostando de nossa programação!” e “Que tenha um bom dia!” e saudações dirigidas especificamente para comunidades e pessoas que estão indo, voltando ou trabalhando. A mensagem da autonomia é apresentada de maneira cordial e o imaginário tem maior possibilidade de se irradiar.

Considerações finais

A Radio *Rebelde* é uma iniciativa do movimento insurgente zapatista. Sua programação reflete não só a apropriação deste meio pelo grupo, mas também traços das culturas dos povos originários da região. Além da apresentação bilíngue, os contos, as músicas e as poesias são formas culturais que circulam entre as comunidades indígenas de ascendência maya. A emissora cumpre assim não só o papel de expressividade destes povos e do movimento político, mas também direciona ao reconhecimento de suas culturas e lutas. Esta expressividade encarna, por isso, a autodisposição e a autodefinição do projeto de autonomia.

A tecnologia radiofônica, apropriada pela Radio *Rebelde*, contribui, neste sentido, através do *sensorium* e dos modos de percepção deste meio. A oralidade e a imagem acústica resgatam elementos dos saberes populares, não só dos povos originários por meio dos contos, poesias e canções, mas também da conversa dialogada que partilha notícias e comentários, traduzindo o informacional-técnico para o expressivo-simbólico, a partir de versões dos zapatistas. Já o potencial do alcance da tecnologia, que chega a diversos públicos, promove a irradiação das mensagens políticas e imaginários do movimento.

O projeto de autonomia na Radio *Rebelde* está tanto nos formatos do meio, que se organizam pela autodefinição e autodisposição, como nas lógicas de produção. A emissora, assim como o movimento, rompe com as estruturas baseadas no interesse comercial e mercadológico. A proposta da estação, ao invés de apelar para o consumo e para atração da audiência a todo custo, se consolida como a construção do imaginário de um novo mundo possível que caiba vários mundos

Bibliografía

- ARNHEIM, Rudolf. Os diferenciais da cegueira: estar além dos limites dos corpos. In: MEDITSCH, Eduardo. *Teorias do Rádio: textos e Contextos. Volume 1*. Florianópolis: Ed. Insular, 2005.
- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Editorial Cátedra, 1994.
- BÁRCENAS, Francisco L. Las autonomías indígenas en América Latina. In: CECENÁ, Ana et al. *Pensar las autonomías*. Cidade do México: Sísifo ediciones, 2011.
- BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica. In: *Magia e Técnica, Arte e Política. Ensaios Sobre Literatura e História da Cultura. Obras Escolhidas*. Vol. 1. São Paulo: Brasiliense, 1994.

- BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. *Uma História Social da Mídia. De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes do fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- COSTA FILHO, Ismar C. O profeta de volta à cena. In: MESQUITA, Vianney. *O termômetro de McLuhan*. Fortaleza: Ed. UFC, 1994.
- DRUETTA, Délia. Repensar la apropiación desde la cultura digital. In: MORALES, Susana; LOYOLA, María Inés. *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática*. Buenos Aires: Imago Mundi, 2013.
- FERRARETO, Luiz. Rádio: *O Veículo, a História e a Técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- KAPLÚN, Mario. *Producción de programas de radio*. Quito: Ciespal, 2006.
- MALDONADO, Ezequiel. Los relatos zapatistas y la oralidad. *Revista Convergencia Ciencias Sociales*, n. 24. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús; REYS, German. *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.
- ONG, Walter J. *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- OROZCO GOMÉZ, Guillermo. *Lo viejo y lo nuevo*. Madrid: Ediciones de La Torre, 2000.
- _____. *Recepción y mediaciones*. Buenos Aires: Ed. Norma, 2002.
- OUVIÑA, Hernán. Especificidades y desafíos de la autonomía urbana desde una perspectiva prefigurativa. In: CECEÑA, Ana et al. *Pensar las autonomías*. Cidade do México: Sísifo ediciones, 2011.
- RONSINI, Veneza V. M. *A crença no Mérito e a Desigualdade: a recepção da telenovela do horário nobre*. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Ed. Cultrix, 1996.
- VIRILLO, Luís. O poder e o valor. In: ARELLANO, A. B.; e OLIVEIRA, A. U. *Chiapas: construindo a esperança*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

Notas

1. O zapatismo é um movimento que ficou conhecido internacionalmente por ter inaugurado o ciberativismo. Em 1º de janeiro de 1994, o Exército Zapatista de Libertação Nacional, formado por indígenas de ascendência maya das etnias tsotsil, tsetal, tojobales, zoques e choles, ocupou prédios públicos de seis municípios do Estado de Chiapas no sudoeste mexicano e declarou guerra contra o Exército Federal, reivindicando, na Primeira Declaração da Selva de Lacandón, terra, trabalho, educação, saúde, moradia, alimentação, liberdade, independência, democracia, justiça e paz. Em defesa destas reivindicações e para evitar ampliar o conflito armado, ativistas de diversos grupos criaram uma corrente global, através da nascente internet, não só mobilizando personalidades públicas de vários países (como o escritor Eduardo Galeano e o cineasta Oliver Stone) e entidades (como a ONU e o Vaticano), mas também quebrando o boicote informativo sobre o assunto das emissoras de televisão mexicanas. As mensagens de apoio ao movimento transmitidas em e-mails, bate-papos e páginas da web, colaboraram para levar mais 150 mil pessoas às ruas da Cidade do México exigindo o fim do conflito, o que levou o governo mexicano a declarar cessar-fogo unilateral e iniciar os Diálogos de Paz de San Andrés. Mesmo não conseguindo o acordo desejado, as comunidades zapatistas contam atualmente com autonomia política, possuindo, além do próprio governo e autodefesa, sistema de saúde, judiciário, escolas e meios de comunicação. Ainda que autônomos, os zapatistas não são separatistas, defendendo a construção de um México socialmente justo e politicamente plural.
2. Devido às condições hostis da região de pesquisa, não foi possível entrevistar os produtores da Radio *Rebelde* nem visitar seus estúdios, apesar de duas tentativas em Oventic, localidade onde está situada a sede do Caracol Rebeldia e Resistência pela Humanidade. Em ambas, as visitas recebi a resposta na recepção do local de que não havia ninguém disponível para atender-me. Contatei outros pesquisadores locais que me confirmaram a impossibilidade de acesso de pesquisadores ao território zapatista. A região vive o que o filósofo mexicano A. Virillo (2002) denomina de guerra de baixa intensidade. Segundo ele, após o cessar-fogo em 1995, por limitações legais e estratégicas, o governo mexicano tem apostado em ações de contra-insurgência que vão desde tentativas de cooptação, intimidação e deslegitimação de lideranças rebeldes até treinamento e apoio a ataques de grupos paramilitares. O controle das informações e o silêncio são armas fundamentais nessa batalha. Por isso, mesmo quando conquistava acesso e confiança das fontes, as informações restringem-se aos conteúdos que podem ser divulgados publicamente, porque a segurança das mesmas e a minha podem ser comprometidas.
3. Disponível em <<http://www.radioinsurgente.org>>, acesso em 15 de junho de 2010. Tradução minha.
4. Caracol é a unidade administrativa na qual está dividida o território zapatista. É formado pelo conjunto de Municípios Autônomos em Rebeldia Zapatista (Marez) que, por sua vez, são formados pelas comunidades zapatistas. Na sede do Caracol, fica a Junta de Bom Governo, responsável pela administração deste território, que reúne representantes dos Marez.
5. Segundo o antropólogo chiapaneco Fábregas Piug (2006b), a maioria dos membros indígenas chiapanecos – tsotsiles, tseltales, choles e tojobales – é monolíngue: 52,8% dos tsotsiles e 57% dos tseltales falam apenas suas línguas originais. Apesar dos dialetos variantes, estes idiomas são inteligíveis por todos que os dominam.

Mesmo sem localizar dados específicos dos gêneros, notei que as mulheres são mais constantemente monolíngues porque poucas frequentam a escola, onde se aprende o espanhol. Observei também que em casa e entre os membros das comunidades indígenas, utiliza-se somente suas línguas originárias.

6. Propaganda gravada com locução e, geralmente, com inserção de fundos musicais e efeitos sonoros e veiculadas nos intervalos das rádios.

7. <http://www.enlacezapatista.org>, acessado em 20/4/2015.

8. Disponível em <http://www.enlacezapatista.org>, acesso em 1/9/2015.

9. O texto da Internet, conforme Pierre Lèvy (1994), volta-se principalmente para promover enlaces com outras páginas, formando assim um hipertexto e possibilitando uma leitura de pilhagem, quando o leitor acessa simultaneamente vários conteúdos fazendo seu próprio caminho de leitura.

10. Realizei o cálculo da potência do transmissor a partir da distância do ponto de transmissão para o ponto de escuta mais distante a partir da tabela disponível em <http://radialistas.net/article/que-distancia-cubro-com-minha-radio/>, acesso em 10/8/2015.

Arca FM: trajetória de uma rádio comunitária na luta pelo direito à voz em Açailândia-MA

Arca FM: trajectory of a community radio in the fight for the right to speak in Açailândia-MA

Leonan Alves de Sousa Moraes | Universidade Federal do Maranhão (UFMA)
Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)
Email: leonanas@gmail.com.

Roseane Arcanjo Pinheiro | Universidade Federal do Maranhão (UFMA)
Professora-adjunta do Curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Universidade
Federal do Maranhão (UFMA). Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do
Rio Grande do Sul (PUCRS) e mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo
Email: roseane.ufma@gmail.com.

Resumo

Rádios comunitárias podem ser um dos caminhos para o debate acerca de uma democratização da comunicação no Brasil. Elas discutem sobre os direitos e deveres da população e são ferramentas na luta para conquistá-los. Isso justifica a espera de nove anos de uma emissora de rádio comunitária maranhense, a Arca FM, de Açailândia, para conseguir ir ao ar legalizada, processo que se estendeu de abril de 1998 a junho de 2007. Abordam-se o longo processo de resistência e a espera pela outorga através das memórias e depoimentos de quem participou da trajetória da Rádio Arca, uma emissora que nasceu para denunciar e combater o aliciamento ao tráfico humano e o trabalho escravo no Maranhão. A entrevista em profundidade foi a principal estratégia metodológica seguida para buscar respostas na experiência subjetiva dos sujeitos envolvidos.

Palabras Claves: Rádio comunitária. Rádio Arca FM. Açailândia-MA.

Abstract

Community radio stations may be one of the paths to the debate on a democratization of communication in Brazil. They discuss the rights and duties of the population and are tools in the struggle to conquer them. This justifies a nine-year wait for a Maranhão community radio station, Arca FM, from Açailândia, to achieve a legalization, a process that lasted from April 1998 to June 2007. The long resistance and wait are investigated from fragments of memories and testimonies of those who participated in the trajectory of Radio Arca, a station that was born to denounce and combat the enticement of human trafficking and slave labor in Maranhão. In-depth interviews were taken as methodological approach to seek answers in the subjective experience of the subjects involved.

Keywords: Community radio. Rádio Arca FM. Açailândia-MA.

Introdução

Rádios comunitárias são canais para uma mudança da realidade comunicacional, em função de suas ligações estreitas com as comunidades onde estão inseridas. Elas podem ser o caminho para o debate acerca de uma democratização da comunicação no Brasil. Sobre as lutas que esses veículos travam durante processos em que buscam liberação de suas outorgas, “[...] a não regulamentação e os limites que vem sendo impostos são mais por uma questão de ordem política do que técnica” (PERUZZO, 1998, p. 12). Essas emissoras têm importante papel social porque fortalecem o exercício da cidadania, debatem temas de interesses coletivos e apoiam a diversidade de vozes. Por isso, quase uma década de luta da população de Açailândia-MA para a legalização de uma emissora de rádio comunitária, a Arca FM. Foram longos nove anos até conseguir ir ao ar regulamentada pelo Ministério das Comunicações, um processo que se estendeu de abril de 1998 a junho de 2007, com atos de resistência contra as tentativas de “cessar voz” através das intervenções, apreensões e lacres de equipamentos realizados pela Anatel.

O interesse pelo trabalho realizado pela Arca FM surgiu em meados de 2013, quando se realizava apuração de informações para uma atividade acadêmica a respeito do trabalho escravo na região de Açailândia-MA. Na ocasião veio à tona a existência do veículo e de como contribuía junto ao Centro de Defesa da Vida e dos Direitos Humanos Carmen Bascarán (CDVDH/CB), uma entidade regional de referência no combate ao tráfico humano e trabalho escravo no Maranhão. Buscou-se em seguida verificar o dia-a-dia da emissora de rádio comunitária e, a partir disso, tornou-se clara a necessidade de tornar mais conhecido o trabalho da Arca FM, o que motivou as pesquisas para documentar a sua precursora história de luta na região sul do estado.

A Rádio Comunitária Arca FM tem sua programação feita para e pela comunidade. Desde a sua fundação, a emissora se preocupou com o combate ao aliciamento de pessoas para o trabalho escravo na região e em outros estados, o que despertou a insatisfação de muitos, já que a cidade, e mais exatamente a Vila Ildemar, bairro em que atualmente está instalada a emissora, é um dos principais focos dos “gatos” (ou aliciadores) na busca pela mão-de-obra para essa atividade de exploração humana, que se aproveita da vulnerabilidade da população, da pobreza, do desemprego e da falta de informação para convencer ardilosamente pessoas a deslocarem-se de suas moradias até carvoarias e roças, na esperança de obter alguma renda e custear as despesas de suas famílias.

A emissora de rádio também desenvolve atividades de formação em comunicação comunitária para jovens. Atualmente, muitos desses ex-participantes dos cursos da Arca FM atuam em rádios comerciais da cidade e de outras regiões, além disso, ocupam cargos em emissoras de televisão, em equipes de assessoria de imprensa e estão diretamente engajados nos movimentos sociais na luta pela defesa dos direitos humanos. A Arca tem servido de referência para rádios regionais e projetos de associações que ainda buscam suas outorgas. Nestes 19 anos de funcionamento tem apoiado a instalação e as atividades de muitas outras emissoras comunitárias por todo o sul do estado.

Por toda essa trajetória e pelo cumprimento de sua função social enquanto veículo da comunidade, de garantia da voz dos moradores e promoção das identidades culturais da localidade, o que tem sido incomum em nossa região, a Arca FM precisa ser alvo de estudos, pesquisas e iniciativas de registro desses marcos da radiodifusão comunitária no Maranhão.

Buscou-se registrar com a pesquisa, o período de lutas enfrentado pela emissora na busca por sua outorga, abordando o longo processo de resistência e espera pela legalização através das memórias e depoimentos de quem participou e acompanhou de perto a Rádio Arca, desde as primeiras reuniões para alinhar os documentos necessários ao pedido da frequência até a concessão da autorização para funcionar. Objetivou-se contribuir não apenas para o âmbito acadêmico, mas primou-se também por abrir espaço para a discussão, na universidade e na comunidade, sobre o papel social que têm esses veículos de comunicação. O debate dessas questões também teria como consequência o questionamento das reais intenções e interesses de outras emissoras de rádio que têm concessão de comunitárias e não o são. Portanto, o estudo contribui ainda para a compreensão do discurso sobre a democratização da comunicação e a sua relação com a atividade de radiodifusão comunitária.

A pesquisa bibliográfica identificou obras de referência sobre a radiodifusão comunitária e desenvolvimento local. Durante esse período de levantamento identificou também materiais que tratassem ou citassem de alguma forma a Rádio Arca FM de Açailândia e sua atuação marcada pelo engajamento com a defesa dos direitos humanos na cidade e principalmente na luta contra o aliciamento de mão-de-obra para o trabalho escravo em fazendas e carvoarias da região.

A análise de documentos possibilitou a visualização dos registros sobre a atuação da emissora, além de permitir determinar que informações seriam necessárias obter com mais profundidade, numa próxima etapa metodológica, a das entrevistas. Documentos como algumas atas de reuniões dos membros da Associação Rádio Comunitária Açailândia (Arca FM), publicações, informativos e fotografias foram alguns dos materiais encontrados em seu prédio atual, no bairro Vila Ildemar. Também foram encontradas, na página online do Ministério das Comunicações, publicações referentes à outorga da emissora.

Outro recurso metodológico imprescindível para a elaboração desta pesquisa foi a entrevista em profundidade: a atividade de explorar temáticas através da busca de informações, noções de mundo e experiências de informantes. O objetivo desta técnica está relacionado à possibilidade de fornecer elementos para a percepção de condições, cenários, contextos e estruturas de problemas.

A entrevista em profundidade é uma técnica que busca respostas na experiência subjetiva de fontes escolhidas por serem possuidoras de informações que se deseja ter conhecimento (DUARTE, 2006, p. 64). Ela demonstra quão variadas são as maneiras de se perceber e entender acontecimentos.

Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas. Possibilita ainda identificar problemas, microinterações, padrões

e detalhes, obter juízos de valor e interpretações, caracterizar a riqueza de um tema e explicar fenômenos de abrangência limitada. (DUARTE, 2006, p. 63)

A técnica de entrevista, meio pelo qual a colheita da memória se fez possível, permitiu perceber as diferentes maneiras de notar e descrever os fenômenos. A entrevista é a aproximação do pesquisador com a realidade que se propôs a estudar. “O que sinto, e apenas sinto, é que, quando o jornalista realiza bem essa aproximação, a entrevista se torna uma experiência. Uma experiência de olhar o mundo e ouvir o outro” (CAPUTO, 2010, p. 28).

Em sua obra *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*, o pesquisador Jorge Pedro Sousa, dedica espaço à entrevista em profundidade (ou como sugere, entrevista intensiva), no qual ressalta a obtenção de dados para a pesquisa como finalidade da entrevista e reafirma a relevante experiência da relação entrevistador-entrevistado.

A sua principal vantagem, como o nome indica, reside na possibilidade de se obterem informações pormenorizadas e aprofundadas sobre valores, experiências, sentimentos, motivações, ideias, posições, comportamentos, etc. dos entrevistados (SOUSA, 2006, p.722).

A entrevista em profundidade pode ser classificada como aberta ou semi-aberta. A entrevista aberta tem caráter exploratório e flexível, quando não há ordem predeterminada de perguntas. Parte de temática ou assunto amplo, uma questão central, corre de maneira livre e é aprofundada em direção aos aspectos que o entrevistador identifica como significantes (DUARTE, 2006, p. 64).

A semi-aberta parte de um roteiro guia de questões. Apesar disso as perguntas podem ser alteradas no decorrer da entrevista. O modelo une a flexibilidade das perguntas, não totalmente estruturadas, com um roteiro de controle procedente do problema da pesquisa. Em grande parte, a entrevista é dirigida pelo informante, valorizando suas experiências e conhecimentos, mas ajustada ao roteiro de quem pesquisa. Para a condução e realização das entrevistas desta pesquisa escolheu-se usar esse segundo tipo de entrevista em profundidade: a semi-aberta, com questões semi-estruturadas e modelo de roteiro-guia de questões.

Rádios comunitárias no Brasil: obstáculos e lutas

Rádios comunitárias são emissoras de rádio de baixa potência (25 watts) em frequência modulada (FM) e de caráter local, sem autorização para formar rede com outras emissoras comunitárias vizinhas. São restritas ao raio de 1 km de cobertura, a partir da antena de transmissão, não podem ter publicidade, sendo permitido apenas patrocínio na forma de apoio cultural, sem fins lucrativos (NEUBERGER, 2012, p.98).

Essas emissoras têm como objetivo dar oportunidade às comunidades em que estão instaladas de discutir abertamente seus interesses locais, com pluralismo de opiniões, proporcionando o desenvolvimento sócio-político-cultural e econômico, devendo manter sua programação com informação, entretenimento, manifestações culturais e artísticas locais, sem discriminação

racial, religiosa ou de gênero, livre de aceção por diferenças de condições sociais e de direcionamentos político-partidários.

Emissoras de rádio comunitária estão por todo o Brasil. Segundo informações divulgadas no site do Ministério das Comunicações, no país, 3.954 municípios possuem uma rádio comunitária¹. No segundo semestre de 2014, o órgão federal também anunciou uma lista de 699 cidades que deveriam receber rádios comunitárias do novo Plano Nacional de Outorgas, o que corresponderia à radiodifusão comunitária chegando a 76,7% das localidades brasileiras². Dentre as outorgas dessa lista, 29 estavam direcionadas para municípios do Maranhão³. Assim, atualmente o estado possui 172 outorgas de rádios que se denominam comunitárias⁴.

Apesar da aparente ideia de que o governo federal está comprometido e empenhado com a viabilização das outorgas para legalização de emissoras de rádios comunitárias, a história não é bem assim (ou nem sempre foi assim). Só após anos de lutas o serviço de radiodifusão comunitária pode ser regulamentado através da Lei 9.612/98 e do Decreto 2615/98. Os procedimentos para receber concessão, no entanto, ainda são burocráticos e chegam a levar anos.

Cicília Peruzzo (2007, p. 194) relembra que “o embate não foi e continua não sendo fácil, pois o Ministério das Comunicações insiste em fechar emissoras sem autorização para funcionamento, que ele próprio retarda a concessão”. Assim, muitas comunitárias têm buscado, no Judiciário, liminares para continuarem funcionando. Mas essa medida não é eficiente para todos os casos. Mesmo após “quase dez anos de Lei de Radiodifusão Comunitária, a despeito dos mais de 17 mil pedidos de outorga, somente foram autorizados menos de 3 mil” (CABRAL; CABRAL, 2010 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 99).

As rádios comunitárias devem ser administradas unicamente por associações abertas à participação das comunidades e fundações comunitárias locais sem fins lucrativos, ou ter a programação controlada por conselhos eleitos pelos ouvintes de onde está instalada. Mas nem toda rádio comunitária legalizada age como uma emissora comunitária que visa o desenvolvimento local, como também há emissoras não regulamentadas que desempenham importante papel social nas comunidades em que estão inseridas.

Peruzzo (1998, p. 9) descreve alguns tipos de emissoras de baixa potência que se intitulam comunitárias. São elas: a) as emissoras eminentemente comunitárias, de responsabilidade e gestão de organizações da comunidade; b) as que prestam algum serviço comunitário, mas são de controle de uma ou poucas pessoas e que visam assim o lucro; c) as totalmente comerciais, com conteúdo similar às convencionais e sem vínculos com a comunidade local; d) as de caráter político-eleitoral, ligadas a candidatos, a cargos eletivos e partidos políticos; e) e ainda as emissoras religiosas, ligadas a setores de igrejas católicas e evangélicas, sustentadas por esses grupos religiosos e/ou pela venda de espaços para publicidade. Assim a pesquisadora conclui que muitas rádios comunitárias não agem como tal.

Outros grandes desafios enfrentados pelas rádios comunitárias dizem respeito às limitações impostas pela Lei. A exigência de potência máxima de 25 watts e raio de cobertura de 1 km, para Volpato (2010), não considera “as múltiplas e ilimitadas formas de organização popular que podem e geralmente excedem esta área, já que demarcações comunitárias englobam outros fatores, e não tão somente limites geográficos”. Comunidade e região estão inseridos numa complexidade social que não foge às delimitações físicas, contudo não se limita a elas (PERUZZO; VOLPATO, 2009, p. 151).

Por causa da enorme diversidade de situações, densidades demográficas, relevos e outras características existentes no imenso território brasileiro, seria mais razoável adotar uma legislação flexível, que definisse parâmetros menos rígidos em nível federal que pudessem sofrer complementações e adaptações em nível local (GHEDINI, 2009, p. 82).

A legislação também impede a formação de redes para a cobertura conjunta de eventos culturais e a troca de saberes entre comunidades. As comunitárias também são alijadas do uso de publicidade, o que dificulta a sustentabilidade dessas emissoras, e não têm proteção contra a interferência de outros serviços de radiodifusão, podendo ser punidas se, por outro lado, forem as causadoras de interrupções para as outras emissoras. Sobre isso Ghedini comenta:

Isso quer dizer que qualquer um que queira pode cobrir o sinal de uma comunitária, sem que esta tenha a quem recorrer. É o caso de se perguntar para que serve a lei e a autorização se ambas não garantem a proteção mais elementar à operação de uma emissora. Proteção que a legislação assegura a qualquer outro serviço de telecomunicações e radiodifusão, por exemplo, as emissoras comerciais (GHEDINI, 2009, p. 81).

Para Peruzzo (1998, p. 12) isso demonstra claramente que “a não regulamentação e os limites que vêm sendo impostos são mais por uma questão de ordem política do que técnica”. Por ser uma conquista no processo de democratização da comunicação, elas têm sido alvo de ataques desde as primeiras experiências. É bem por isso que também representam uma ameaça para interesses dos grupos empresariais das telecomunicações e para o Governo. A autora conclui que “elas são portadoras de um conteúdo político que amedronta os três poderes constituídos”:

Elas subvertem o poder exercido pela oligarquia local ou desmarcaram seu caráter antipopular. [...] O grande perigo das rádios comunitárias está na cidadania que ela faz despertar no ouvinte, ao promover a troca de papéis: de ouvinte o cidadão passa a falante e os mandões locais (...) de falantes a ouvintes. [...] É insuportável aos membros do Poder Judiciário, por exemplo, ouvir depoimentos de trinta ou cinquenta queixosos, de que as filas à porta dos tribunais de pequenas causas não avançam (MANZANO, 1997 apud PERUZZO, 1998, p. 7).

As palavras do jornalista Nivaldo Manzano descrevem bem a rádio comunitária sobre a qual a pesquisa busca registrar: a emissora Arca FM, que “despertou”, em certa medida, o exercício da cidadania em Açailândia, localizada em uma região marcada por projetos socioeconômicos de impacto ambientais e por desigualdade social.

Arca FM, do anseio popular à legalização

A Associação Rádio Comunitária de Açailândia (Arca FM) está atualmente instalada no Bairro Vila Ildemar, cidade de Açailândia, interior do estado do Maranhão. A Arca FM tem 19 anos de atividades como rádio efetivamente comunitária, mas só há 10 atua regulamentada pelo Ministério das Comunicações.

A rádio comunitária iniciou suas atividades em 24 de abril de 1998. Apoiada por entidades, associações e principalmente pelo Centro de Defesa da Vida e dos Direitos Humanos de Açailândia (CDVDH), órgão responsável pela iniciativa de fundação da rádio e pela busca da outorga, a emissora já nasceu comprometida com o combate ao aliciamento de pessoas para o trabalho análogo ao de escravo na região.

A cidade de Açailândia é conhecida como a “cidade de aço” pelos seus grandes empreendimentos do setor siderúrgico. Mas da rica fonte de minérios também brota uma fonte de mão-de-obra para o trabalho escravo em várias partes do país. Segundo a publicação da Organização Internacional do Trabalho (OIT), *Trabalho Escravo no Brasil do Século XXF*, entre 2002 e 2004, a cidade era a terceira colocada em números de casos de trabalho escravo de todo o território nacional. O bairro Vila Ildemar, local onde fica a emissora de rádio, é um dos mais populosos do município e é foco do aliciamento de mão-de-obra para o trabalho escravo na região (principalmente na produção de carvão para siderúrgicas e atividades de grande exploração em fazendas) e em outros estados.

Durante o processo de regulamentação, a Arca FM passou por diversos entraves burocráticos, uma vez que desenvolve a comunicação independente e trabalha a temática do trabalho escravo, o que incomodou na região e o que, de certa forma, justifica o processo de nove anos para a liberação da concessão da emissora (SILVA; MOURA, 2011, p. 7).

Ainda em seus primeiros anos de funcionamento, a emissora comprometeu-se com a formação de jovens através de cursos em Comunicação Comunitária. Como bem lembra a militante espanhola Carmen Bascáran (missionária comboniana que, por homenagem a seu engajamento, teve seu nome dado ao Centro de Defesa da Vida e dos Direitos Humanos de Açailândia), o povo precisava de voz: “não uma voz qualquer, mas uma voz com qualidade”⁶. O ideal de capacitar novos radialistas para assumirem o espaço de comunicadores dentro da emissora nascia ali.

Em parceria com o Padre Nonato, que integrava a Pastoral da Comunicação de Imperatriz-MA, cidade vizinha, deu-se início aos primeiros cursos de capacitação em comunicação radiofônica e comunitária para jovens do município de Açailândia. Ali mesmo, no centro da cidade, tomava corpo o sonho de um meio de comunicação que “pudesse ser voz dos que não têm voz”.

Desde sua fundação, já foram mais 600 jovens contemplados através das atividades desenvolvidas pela emissora. Ocorreram cursos de “Locução e Jornalismo Comunitário”, “Entendendo a Mídia” e “Comunicar Para o

Mundo”, oferecidos em parceria com a ONG nacional Repórter Brasil. Outros cursos de Rádio foram desenvolvidos, em parceria com o Centro de Defesa, nos municípios vizinhos São Francisco do Brejão, Bom Jesus das Selvas e no Assentamento Califórnia.

Uma das primeiras dificuldades enfrentadas pela rádio estava relacionada com a necessidade de se conseguir uma numerosa quantidade de documentos, até então desconhecidos pelos próprios cartórios da região. As exigências da legislação da época eram novas para os órgãos que estavam responsáveis para emitir os documentos solicitados pelo Ministério das Comunicações.

Como era uma situação muito nova até para o próprio governo, a gente teve nosso processo arquivado porque no ato de constituição da nossa documentação, não sei se por má fé ou falta de conhecimento, o cartório registrou nossos livros e atas de fundação em um livro cartorário errado. Como o governo não tinha essa sensibilidade política na época e as rádios comunitárias não eram bem-vindas, nosso processo foi arquivado em Brasília e foi suspensa a tramitação do processo.⁷

Mesmo sem a outorga do Ministério das Comunicações, a Arca FM iniciou suas atividades e já dispondo dos equipamentos para funcionar, ali mesmo, nas instalações do Centro de Defesa, a rádio decide ir ao ar sem a liberação dos órgãos regulamentadores. Antônio Filho⁸, militante na luta pela emissora e membro-fundador da Arca, explica que a decisão de estar no ar era também motivada por ser uma das formas de se demonstrar resistência ao que parecia mais um “cessar voz” por parte das autoridades:

Como forma de resistência, assim que a gente deu entrada na documentação da rádio em Brasília, até por orientação do movimento nacional das rádios comunitárias [...] logo que conseguimos formar a documentação e fundar a associação, em seguida nós decidimos colocar a rádio no ar com uma programação feita por jovens e adolescentes.

Durante o período em que funcionou sem outorga, foi por três vezes autuada. Nas primeira e segunda vez em que foi notificada pela Polícia Federal (PF), a emissora foi fechada e teve todos os seus equipamentos lacrados. Apesar disso, a associação realizou assembleias e reuniões com a comunidade e tomou decisão uníssona: rádio para ser rádio precisa estar no ar.

E na terceira vez que ela foi fechada a Anatel veio com cinco ou seis homens da Polícia Federal, todos armados. Ai entraram na rádio e desta vez eles apreenderam e levaram todos os equipamentos: transmissor, equalizador e mesa de som. Na época eu fui preso e respondi um processo na justiça por violação à lei de telecomunicações.⁹

As várias intervenções causaram revoltas na população que foi às ruas da cidade para protestar pelo funcionamento da rádio. Apesar da presença dos órgãos regulamentadores e até da Polícia Federal durante as autuações, a comunidade não se deixou intimidar, fator que motivou a continuidade do grupo que buscava outorga e que o munuiu de forças para pensar e manter formas de resistência. Fabrícia Carvalho, militante na luta pela Arca FM, ressalta esse apoio da população e credita a força do movimento ao engajamento da comunidade.

Quando foi encaminhada a documentação para a legalização, ela foi endossada por um número também significativo de assinaturas. Não eram só algumas entidades que estavam pedindo, mas uma população referendou o pedido da Arca. Isso fazia com que o grupo conseguisse manter-se unido e passar por cima, e inclusive desrespeitar, as intervenções da Anatel e da PF, que a gente sabe que é grave, mas não tínhamos outra forma [...] tínhamos muito apoio da população, se não tivéssemos, não teríamos conseguido reabrir a rádio tantas vezes.¹⁰

Após a terceira intervenção, a emissora passou um longo período fora do ar e, só em 2004, o Centro de Defesa conseguiu desarmar a parte da primeira documentação enviada primeira vez (SILVA, 2011, p. 54). Mas logo foi preciso uma nova documentação, pois no centro da cidade outra emissora de baixa potência já havia recebido autorização para funcionar e as questões legais exigiram a revisão do projeto técnico. Era preciso deixar de funcionar no prédio do Centro de Defesa e ser deslocada para outro local.

A Rádio Esperança conseguiu, em 2006, a autorização para ir ao ar no centro da cidade e não era possível, conforme as exigências do Ministério das Comunicações, duas emissoras de baixa potência atuarem no mesmo raio de abrangência. O empresário Vanderlei Trombela, militante na luta pela Arca, relembra a época:

Nós precisamos realocar ela daqui quatro quilômetros. Pois nessas alturas já tinha outra [...] e ela já estava em funcionamento legal. Veja bem como que é a situação: ela muito depois de nós colocou a documentação e já havia sido autorizada e a nossa não. Agora você deduz: por que a nossa não? A nossa não porque era uma rádio que falava a verdade e defendia o interesse dos menos favorecidos.

Mas a mudança de localidade no projeto técnico, sua saída do Centro de Defesa, centro da cidade, para o bairro Vila Ildemar, não foi encarada como uma perda. A liberação de outorga para funcionar num bairro em processo de formação nas áreas de periferia da cidade parecia coroar a luta da emissora, pois com aproximadamente 35 mil habitantes, a localidade não era assistida pelo governo municipal e, além disso, era ponto estratégico do aliciamento de pessoas para a exploração em trabalho escravo. A rádio parecia caminhar rumo ao encontro da sua verdadeira luta e motivo de ser.

Assim, em 13 de dezembro de 2006, a rádio comunitária é informada que consegue a autorização definitiva para funcionar, faltava agora esperar 90 dias para que se efetivasse o direito real de colocar sua programação no ar, e, pela primeira vez, a rádio vai ao ar legalizada em abril de 2007, com programação desenvolvida através do debate e participação da comunidade, livre de proselitismo político-partidário, religioso ou de qualquer outra natureza.

Inicialmente, na Vila Ildemar, a rádio não funcionou em um prédio próprio, mas em um espaço alugado pelo morador Pedro Araújo, que cedeu um espaço de sua própria residência por um baixo preço. Só após algum tempo e com o auxílio e doações de diversos membros do Centro de Defesa, outros colaboradores e prêmios que a emissora conseguiu ao divulgar seu trabalho, foi possível erguer um prédio próprio e definitivo para a Arca FM.

Toda a burocracia enfrentada pela rádio na busca pela regulamentação e autorização do Ministério das Comunicações é comum a muitas emissoras de fato comunitárias em todo o Brasil. O que aparentemente pode ser visto como um caso à parte, uma exceção, parece ter se tornado regra à maioria dos veículos que estão engajados na luta para dar voz às comunidades.

Atualmente a emissora Associação Rádio Comunitária Açailândia conta com uma equipe de 13 locutores, um secretário, 45 sócios e, além do Centro de Defesa, seis entidades do município – são elas: o Grupo de Casais da Igreja Católica (ECVC), a Paróquia São Sebastião, o Sindicato dos Metalúrgicos, o Sindicato dos Trabalhadores Rurais, o abrigo de idosos Lar Frei Daniel e os Motoqueiros Selvagens. A equipe de diretores é formada por Luana Ramalho, André Cardoso, Francelmir de Lima e Silva, Andreia Lima, Brígida Rocha e Maurício Santos.

Por falta de pessoas disponíveis ainda há alguns espaços não preenchidos na grade semanal da emissora e a programação jornalística da Arca FM ainda é pouca. Apesar do cenário atual, a rádio já esteve com sua grade mais completa e com muitos outros programas jornalísticos na programação semanal. Entre eles, destacavam-se o “Voz da Comunidade”, que ia ao ar de segunda a sexta-feira, das 12h às 13h, e o programa do Centro de Defesa, “Direitos Humanos: um desafio para a vida”, que era veiculado nas manhãs de sábado, das 8h às 10h.

Uma voz contra o trabalho escravo

A cidade de Açailândia-MA está localizada em um ponto estratégico para o desenvolvimento de projetos federais dos anos 60, para a exploração da Região Amazônica. Desde que foi incluída na zona agroindustrial do Programa Grande Carajás, a região tornou-se área prioritária para a implantação de empreendimentos industriais. O município, que é cortado por duas rodovias e duas ferrovias, tornou-se importante área para o escoamento da produção do minério de ferro gusa, exportado para países da Europa e da Ásia e para os Estados Unidos (MOURA, 2016, p. 89). Todos esses benefícios fizeram da região a melhor alternativa para a instalação de grandes empreendimentos, que consequentemente trouxeram grandes impactos ambientais e socioeconômicos.

A missionária e fundadora do Centro de Defesa, Carmen Bascáran, ao comentar sobre esse momento da cidade de Açailândia, lembra que a pobreza extrema e o desrespeito aos direitos básicos da vida no município contrastavam com o “ver passar caminhões e caminhões, riquezas e riquezas” extraídas da região sem qualquer preocupação com as pessoas que deveriam ser alcançadas por todo esse processo de desenvolvimento local do qual tanto se falava.

A partir da criação do Pólo Siderúrgico de Carajás, desencadearam-se processos ambientais e sociais com a implantação da atividade carvoeira na região. E são em carvoarias as primeiras denúncias de trabalho escravo em Açailândia, Maranhão, seguidas das fazendas de gado, principalmente na atividade econômica de limpeza do pasto para a plantação do capim; atividade chamada pelos trabalhadores de roço de juquirá (MOURA, 2016, p. 91).

Bascáran comenta que a temática do trabalho escravo não nasce, a priori, com o Centro, mas aos poucos ela começa a chegar à equipe e a chamar a atenção deles. A missionária espanhola relembra o dia em que dois homens, os senhores Antônio Deusdetes e Francisco, procuram o prédio da entidade e começam a contar suas histórias. De início ela e os demais membros do Centro perceberam que algo precisava ser feito. A equipe decidiu tomar conhecimento da situação de trabalhadores duramente explorados em atividades desgastantes, situações que desrespeitavam e colocavam em risco a vida. A equipe então tomou emprestado o carro dos padres combonianos e dirigiu-se até as carvoarias.

Topamos com as carvoarias! Ficamos lá, dias com eles, morando com eles. E víamos as comidas que tinham, víamos como trabalhavam, bebíamos da mesma água cheia de porcaria, de pregos, de baratas, que eles bebiam. E eles nos contavam histórias de como trabalhavam e vimos que ali era trabalho escravo: eram escravizados mesmo. Nós vimos como aquela gente morava. Acho que nenhum fazendeiro tem os animais morando naquelas condições, pior que animais.¹¹

Assim, o Centro de Defesa da Vida e dos Direitos Humanos Carmen Bascáran (CDVDH/CB) iniciou suas atividades de combate ao trabalho escravo na região de Açailândia, uma temática que, a partir dali, estaria ligada cada vez mais à missão da entidade.

Quando chegamos aqui, nós preparamos toda uma denúncia, fizemos um vídeo, chamamos o Ministério do Trabalho. O Ministério veio, e, na semana dos Direitos Humanos, apresentamos o vídeo e executamos a denúncia. Então imagina: as siderúrgicas que ninguém havia tocado nunca! O Ministério então se comprometeu a fazer uma fiscalização e fechou, de um golpe, todas as carvoarias da região. Imagine que se as siderúrgicas ficam sem carvão, não podem trabalhar. Imagine a raiva que iam ter [...] quando ninguém tinha tocado nunca contra eles.¹²

Mas a ação despertou a oposição e ameaças ao CDVDH/CB. Percebeu-se a necessidade de um meio de comunicação que tratasse do combate ao trabalho escravo e que combatesse a investida de outros grupos na tentativa de descreditar a atividade da entidade. Surgia, assim, a luta pela Associação Rádio Comunitária Açailândia. Nascia a Arca FM.

Então eles começaram a colocar os meios de comunicação contra a gente, começaram a nos ameaçar, começaram a fazer o que eles faziam. [...] nós temos que ter um meio de comunicação para que nós possamos ter a nossa voz. [...] Naquele momento saiu o edital, coincidiu, para as rádios comunitárias [...] saímos às ruas para pedir assinaturas e nós pegamos 8 mil assinaturas pessoais, e mais de 36 entidades apoiaram. E aí começou o processo de abrir a rádio comunitária, com a cara, a coragem, as pernas e pedindo essa assinatura.¹³

Desde sua fundação, a Arca FM tem desenvolvido parcerias que possam auxiliar na divulgação do trabalho escravo em Açailândia, um tema que, segundo Trombela¹⁴, só foi tratado primeira vez em Açailândia e região pela emissora comunitária, revelando assim seu papel precursor no combate ao aliciamento de pessoas para a exploração humana.

A população, de um modo geral, só veio tomar conhecimento desse assunto através da rádio comunitária, não tinha outro meio, nem televisão, nem rádio. [...] A única rádio que começou a falar sobre isso foi a rádio comunitária no Centro de Defesa. [...] a equipe do Ministério do Trabalho então começou a vir com mais frequência.

Assim, a Arca FM desenvolvia suas campanhas informando sobre condições de trabalho aceitáveis e dignas, informando sobre a maliciosa forma de aliciamento e as falsas promessas de emprego prometidas e esclarecendo à comunidade sobre seus deveres e direitos.

Considerações Finais

A necessidade de enfrentar o desrespeito à dignidade de mulheres e homens da cidade de Açailândia, no sul do Maranhão, motivou a fundação da rádio comunitária Arca FM, e a luta pela outorga. A cidade de Açailândia foi local da instalação de projetos econômicos de forte impacto social e econômico, baseados na exploração do minério de ferro. Por isso, a cidade enfrentava, nos anos 90, as mazelas do trabalho escravo nas fazendas e carvoarias que abasteciam as siderúrgicas locais.

A principal marca da trajetória da Rádio Arca, desde o começo, foi denunciar a exploração dos trabalhadores rurais, submetidos às jornadas extenuantes e ao risco de vida. Essa bandeira gerou perseguições e críticas à emissora, porque a atuação dela afrontou interesses econômicos e políticos.

Durante os nove anos de mobilização pela concessão, entre 1998 e 2007, a emissora funcionou, com o apoio de segmentos da população, da igreja e dos movimentos sociais. Foi lacrada por três vezes e obrigada a rever seu projeto inicial, com a mudança do bairro onde iria ser instalada, mas enfim venceu os obstáculos burocráticos do demorado processo de concessão da licença pelo Ministério das Comunicações.

As ações da rádio, que têm o apoio do Centro de Defesa dos Direitos Humanos da cidade, mostraram que o engajamento da sociedade civil pode resultar em processos que reforçam nas comunidades mais excluídas o potencial de mudarem suas condições de existência.

Bibliografia

- CABRAL, Adilson; CABRAL, Eula. A digitalização como representação tecnológica: o impasse das rádios comunitárias. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano M. de (org.). *O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital*. São Paulo: Ed. Senac, 2010.
- CAPUTO, Stela Guedes. *Sobre entrevistas: teoria, prática e experiências*. Petrópolis: Vozes, 2006.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006.
- GHEDINI, Fred. *Nas ondas sonoras da comunidade: a luta pelas rádios comunitárias no Brasil*. São Paulo: Global/Ação Educativa, 2009.

MANZANO, Nivaldo. Escândalo no Ar. *Revista Caros Amigos*. Maio de 1997. p. 10-13.

MOURA, Flávia de Almeida. *Trabalho escravo e mídia: olhares de trabalhadores rurais maranhenses*. São Luís: EDUFMA, 2016.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. *O rádio na era da convergência das mídias*. Cruz das Almas/BA: Editora UFRB, 2012. Disponível em: [http://www.repositorio.ufrb.edu.br/bitstream/123456789/769/1/o%20radio_na_era_da_convergencia\(1\).pdf](http://www.repositorio.ufrb.edu.br/bitstream/123456789/769/1/o%20radio_na_era_da_convergencia(1).pdf). Acesso em 11/5/2016.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. In: BARBOSA, Marialva (org.). *Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007)*. São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/0cf7c7322bd0fe372f667d1f035c6ce5.pdf>. Acesso em 11/5/2016.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Participação nas rádios comunitárias no Brasil. *Biblioteca Online das Ciências da Comunicação*, 1998. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>. Acesso em 11/5/2016.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling; VOLPATO, Marcelo. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. *Líbero*, 2009. p. 139-152. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6790/6132>. Acesso em 11/5/2016.

SILVA, Rosiane de Oliveira. *Rádio Comunitária como espaço de construção de Cidadania. Um estudo sobre a Rádio Comunitária de Açailândia como rede de denúncia do trabalho escravo*. São Luís, 2011.

SILVA, Rosiane de Oliveira; MOURA, Flávia Almeida. Estudo sobre o funcionamento de canais de comunicação que “atraem” ou “libertam” trabalhadores em condições análogas ao trabalho escravo no município de Açailândia e Codó (MA). Trabalho apresentado na II Conferência Sul-americana/ VII Conferência Brasileira Mídia Cidadã: Amazônia e o direito de comunicar. 17 a 22 de outubro de 2011. Disponível em: http://www.unicentro.br/redemc/2011/conteudo/mc_relatos/Relato_Oliveira%20Silva.pdf. Acesso em 11/5/2016.

SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media. 2ª edição revista e ampliada. Porto, 2006. *Biblioteca Online das Ciências da Comunicação*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>. Acesso em 11/5/2016.

Notas

1. Documento encontrado no endereço <http://www2.mcti.gov.br/documentos/espaco-radiodifusor/plano-nacional-de-outorga-2017-2019-2.pdf>. Acesso em 20/4/2017.

2. Documento encontrado no endereço <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2015/07/municipios-serao-beneficiados-com-radios-comunitarias>. Acesso em 20/4/2017.
3. Documento encontrado no endereço <http://www.ma.gov.br/ministerio-das-comunicacoes-lanca-edital-para-radios-comunitarias-em-29-cidades-maranhenses/>. Acesso em 20/4/2017.
4. Documento encontrado no endereço <http://www2.mcti.gov.br/documentos/espaco-radiodifusor/plano-nacional-de-outorga-2017-2019-2.pdf>. Acesso em 20/4/2017.
5. Documento encontrado no endereço http://www.oitbrasil.org.br/sites/default/files/topic/forced_labour/pub/trabalho_escravo_no_brasil_do_%20seculo_%20xxi_315.pdf. Acesso em 20/4/2017.
6. Entrevista concedida a Leonan Moraes no segundo semestre de 2016.
7. Trecho de entrevista concedida a Leonan Moraes por Antônio Filho, no segundo semestre de 2016.
8. Entrevista concedida a Leonan Moraes, no segundo semestre de 2016.
9. Trecho de entrevista concedida a Leonan Moraes por Antônio Filho, no segundo semestre de 2016.
10. Entrevista concedida a Leonan Moraes no primeiro semestre de 2016.
11. Trecho de entrevista de concedida a Leonan Moraes por Carmen Bascáran, no segundo semestre de 2016.
12. Trecho de entrevista de concedida a Leonan Moraes por Carmen Bascáran, no segundo semestre de 2016.
13. Trecho de entrevista de concedida a Leonan Moraes por Carmen Bascáran, no segundo semestre de 2016.
14. Entrevista concedida a Leonan Moraes no segundo semestre de 2016.

Vaidapé na Rua: uma proposta dialógica da Rádio Comunitária

Vaidapé na Rua: a community radio dialogical proposal

Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva | Universidade de Santo Amaro (Unisa)

Professora de Comunicação do Centro Universitário Fecap (Fundação Álvares Penteado) e Universidade de Santo Amaro (Unisa). Doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Graduada em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão pela Unesp. Integrante do Núcleo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom e do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir da Faculdade Cásper Líbero de São Paulo. Email: julialuciaoliveira@gmail.com.

Resumo

Este texto objetiva mostrar, no contexto das mídias digitais em rede, a experiência de interação baseada no diálogo entre a Rádio Comunitária Cidadã FM e o programa *Vaidapé na Rua* que integra a programação semanal da emissora localizada na região Oeste do município de São Paulo. Partindo da compreensão das dinâmicas dialógicas e discursivas inerentes aos processos comunicacionais e estudadas pelo jornalista e teórico Vilém Flusser, o texto objetiva evidenciar as possibilidades que um ambiente comunicacional pode desencadear para uma prática efetivamente comunitária. Para a compreensão sobre a rádio comunitária na conhecida “sociedade em rede”, o texto situa brevemente o surgimento e desenvolvimento do movimento das rádios comunitárias no Brasil, iniciado nas últimas duas décadas do século XX, quando, motivadas pelas experiências das rádios livres, atuaram na luta contra a opressão dos poderes estatal e econômico e pela democratização do acesso aos meios de comunicação de massa. Além da pesquisa bibliográfica, o estudo recorre à pesquisa documental e de campo na realização de entrevistas qualitativas. Conclui-se que além da necessária desmitificação tecnológica e sua apropriação popular, a dinâmica dialógica em equilíbrio com a discursiva atua para o surgimento de ambientes comunicacionais propícios para o compartilhamento de conhecimentos e prática da cidadania.

Palabras Claves: Rádio comunitária; Vaidapé na Rua; Rádio Cidadã FM; Comunicação Comunitária.

Abstract

This text aims to show in the context of digital network media the experience of communicative exchange based on the dialogue between the Cidadã Community Radio FM and the Vaidapé on the Street program that integrates the weekly program of the station located in the western region of the city of São Paulo. Based on the understanding of the dialogical and discursive dynamics inherent in the communicational processes studied by the journalist and theorist Vilém Flusser, the text aims to highlight the possibilities that a communicational environment can trigger for an effectively communitarian practice. For the understanding of community radio in the so-called “network society”, the text briefly sets forth the emergence and development of the community radio movement in Brazil, initiated in the last two decades of the twentieth century, motivated by the experiences of free radios, struggle against the oppression of state and economic powers and the democratization of access to the mass media. In addition to bibliographical research, the study uses documentary and field research in qualitative interviews.

Keywords: community radio; vaidapé na rua; cidadã FM radio; community communication.

Introdução

Este texto objetiva mostrar no contexto das mídias digitais em rede, a experiência de interação baseada no diálogo entre a Rádio Comunitária Cidadã FM e o programa *Vaidapé na Rua*, que integra a programação semanal da emissora. Partindo da compreensão das dinâmicas dialógicas e discursivas inerentes aos processos comunicacionais e estudadas pelo jornalista e teórico Vilém Flusser, o texto objetiva evidenciar as possibilidades que um ambiente comunicacional pode desencadear para uma prática efetivamente comunitária.

Para a compreensão da rádio comunitária na conhecida “sociedade em rede”, o texto situa brevemente o surgimento e desenvolvimento do movimento das rádios comunitárias no Brasil nas últimas duas décadas do século XX, motivado pelas experiências das rádios livres, as quais atuaram na luta contra a opressão dos poderes estatal e econômico e a favor da democratização do acesso aos meios de comunicação de massa. Além da pesquisa bibliográfica, o estudo recorre à pesquisa documental e de campo na realização de entrevistas qualitativas.

Rádio Comunitária – das ondas aos bytes

Inconformado com a desconexão entre o discurso praticado na escola de classe média de Belo Horizonte onde é bolsista e a realidade vivenciada enquanto morador da favela, Jorge e seus amigos decidem pôr no ar a Rádio Favela. Este é o mote norteador do filme *Uma Onda no Ar*, de Helvécio Ratton, lançado em 2002, que narra a jornada de Misael Avelino dos Santos, criador e líder dessa rádio comunitária. O filme retrata o desafio de Misael e seus amigos de instalar e manter a Rádio Favela FM no início dos anos de 1980 na favela Nossa Senhora de Fátima, no Aglomerado da Serra¹, região Centro-sul da capital mineira.

Durante a narrativa, Ratton retrata os desafios enfrentados por praticamente todas rádios comunitárias não autorizadas: as dificuldades econômicas enfrentadas para a compra e manutenção dos equipamentos, assim como a relação tensa com os poderes locais e a polícia, que inúmeras vezes fecha tais rádios, apreende a aparelhagem e prende seus líderes. Rodado na própria favela, o filme também evidencia o apoio do morro e a simpatia “do asfalto” à Rádio Favela. O apoio do morro fica evidente nas cenas que retratam a construção do vínculo entre a população local e a proposta “dos meninos” de fazer uma rádio da favela, pela favela; o “do asfalto”, nas que retratam o reconhecimento, dentre outros, da ONU, que premia a rádio, posteriormente transformada em rádio educativa².

A história de persistência e determinação contada em *Uma Onda No Ar* poderia ser a de muitas outras rádios comunitárias brasileiras espalhadas em diversas comunidades que lutam pelo direito à comunicação, em especial no campo das comunicações de massa. O movimento das rádios comunitárias no Brasil surge em meados do século XX e de certa forma encontra inspiração nas experiências das rádios livres dos países

europeus - em especial França e Itália – e nas lutas do povo brasileiro contra o regime militar, quando estas rádios eram espaço de resistência e mobilização política.

As rádios livres de certa forma abriram caminho para o surgimento e engajamento das rádios comunitárias no Brasil à medida que suas experiências propunham romper com a lógica unidirecional e funcionalista das mídias de massa consideradas oficiais. Ao ouvinte era destinado o microfone para que livremente assumisse o papel ativo que sempre foi dele por direito, como já havia previsto Bertolt Brecht (1973). “O princípio norteador das rádios livres era fazer com que o ‘ouvinte’ se sentisse dentro e participante de um movimento: a qualquer momento (e sem que esse momento pudesse ser determinado *a priori*) ele poderia telefonar para a emissora para informar qualquer coisa que estivesse acontecendo à sua volta e ser colocado imediatamente no ar, sem qualquer censura, ou então se dirigir diretamente à emissora para dar seu recado” (MACHADO, 1987, p. 30).

Geralmente vinculadas a organizações sociais de base e movimentos populares, as rádios comunitárias surgem do entendimento de que o acesso democrático aos meios de expressão é uma das condições para a emancipação social. A luta, conforme explica Machado (1987, p. 29), estava em “abrir uma brecha para que as comunidades locais e todos os grupos marginalizados da radiodifusão tivessem acesso às ondas”. E é neste contexto de reivindicação da comunicação popular, da democratização da palavra, que ainda durante o regime militar surgem as rádios comunitárias no Brasil, que, por não serem oficialmente autorizadas, eram consideradas “clandestinas” ou “piratas”³.

Apesar de guardar semelhanças com as rádios livres, a proposta das rádios comunitárias avançava para além da abertura dos microfones aos ouvintes, ainda que tal experiência tenha inquestionável relevância emancipadora e criativa. Como salienta Peruzzo (1997), para que exista uma efetiva comunicação popular é fundamental que a atuação da população não seja reduzida à participação ocasional na mensagem, ou seja, na forma de concessão de entrevistas, gravação de depoimentos, avisos e outros. É necessário que haja efetiva participação na produção de mensagens, o que “implicaria no acesso a conhecimentos e recursos técnicos e na partilha na tomada de decisão” (1997, p. 247-249).

A popularização da frequência modulada (FM) no fim dos anos 1970 e suas características técnicas impulsionaram o surgimento das rádios comunitárias brasileiras. Isso porque a FM surgiu como uma forma de transmissão relativamente barata por não requerer antenas transmissoras sofisticadas e por possibilitar a construção caseira dos equipamentos eletrônicos envolvidos no processo de produção e veiculação da programação. Além disso, contribuiu seu alcance mais limitado e, portanto, mais favorável para as experiências comunitárias ou para as emissões dirigidas às populações locais.

Portanto, combinados todos esses ingredientes, o que se presenciou nas décadas seguintes, anos 1980 e 1990, foi o surgimento de inúmeras rádios comunitárias, a exemplo da Favela FM em Belo Horizonte. Elas surgiam geralmente vinculadas a organizações civis sem finalidade lucrativa, à semelhança

dos movimentos sociais populares, como instrumento a serviço das comunidades, que enxergavam na comunicação popular a possibilidade democrática de expressão de suas singularidades sociais no contexto de disseminação da cultura de massa e, por conseguinte, como uma das possíveis formas de fazer frente ao poder opressor do Estado. Acreditava-se também que as rádios comunitárias e os demais meios, como jornais, boletins, alto-falantes, teatro, faixas e cartilhas, entre outros, tinham grande potencial para contribuir com o processo de contestação ao Estado e de redemocratização do país. Peruzzo (2014) evidencia a importância e o caráter contestador da comunicação popular, comunitária e/ou alternativa:

No fim da década de 1970 do século passado, período do auge do ressurgimento dos movimentos sociais populares num contexto de distensão da ditadura militar no Brasil, e nos anos seguintes, essa outra comunicação [popular, comunitária e/ou alternativa] do âmbito dos movimentos e organizações populares representou um grito antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformações [...] (2014, p. 4).

De acordo com o levantamento realizado pela ABRAÇO – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (*Jornal Abraço no Ar*, n. 10, 1999), em 1999 havia no país cerca de 14 mil emissoras de baixa potência, dentre as quais 6 mil somente no Estado de São Paulo. Uma presença expressiva, que, como salienta Amarante, “promoveu a abertura do caminho para a sua legalidade” (2012, p. 41), que ocorre com a Lei 9.612/1998, que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Os dados oficiais divulgados pelo MiniCom – Ministério das Comunicações⁴ informam que atualmente no Brasil há 4.774 rádios comunitárias outorgadas, sendo que os estados que têm o maior número são Minas Gerais com 768 e São Paulo com 599. Diante do reconhecimento de que o processo de solicitação da autorização para o funcionamento de uma rádio comunitária era burocrático e de difícil cumprimento pelas entidades requerentes, em 2015⁵ o Ministério das Comunicações divulga regras “mais simplificadas” e estima que o prazo de autorização para novas rádios comunitárias possa cair para seis meses. Portanto, pelas novas regras da Portaria n 4.334/2015⁶, uma associação civil ou fundação interessada em se candidatar a uma outorga de rádio comunitária deve apresentar cerca de sete documentos e não mais 33. Apesar dos “avanços” propalados pelo governo, a Lei 9.612/98 ainda é contestada por vários aspectos, pois como explica Amarante:

[...] além de conceder apenas um único canal de funcionamento para todas, também tolhe a sobrevivência financeira e associativa do veículo, pois impede a formação de redes e a publicidade, limitada a um apoio cultural até 1.000 metros de distância da sede da emissora (2012, p. 42).

Outros aspectos contestados são as limitações de abrangência a no máximo 1 km a partir de sua antena transmissora, e de potência de transmissão irradiada de 25 watts, que prosseguem como inquestionáveis. Porém, como pontua Nils Brock, a questão da abrangência física delimitada pelas normativas do MiniCom parece tecnicamente⁷ contornada:

No Brasil [...] milhares de rádios livres e comunitárias ampliaram seu alcance com páginas na web e transmissões ao vivo online. São práticas emergentes ainda em busca de ampliar a audiência, mas são fundamentais para estimular uma convergência midiática participativa, baseadas em necessidades e ideias de comunidades específicas e não em análise de mercado (2017, p. 25).

A disseminação de oportunidades de conexão, produção, distribuição e compartilhamento viabilizada pela popularização e o acesso a tecnologias digitais em rede descortinaram inúmeras possibilidades para as rádios comunitárias. Ainda que em pleno contexto da propalada “sociedade em rede” (CASTELLS, 2005) o acesso à internet e, portanto, às tecnologias de informação e comunicação em rede não possa ser considerado democraticamente disseminado no Brasil, é fato que as rádios comunitárias possam encontrar nos recursos digitais conectados possibilidades e/ou caminhos para fortalecer e viabilizar a construção de ações comunicativas subsidiadas por uma lógica dialógica e não predominantemente discursiva.

Para compreender esta perspectiva dialógica recorremos ao filósofo tcheco-brasileiro Vilém Flusser (2012). Ao eleger diferentes tipologias e aspectos que compõem o tecido comunicativo social, destaca a comunicação dialógica e a comunicação discursiva como os tipos de comunicação presentes na sociedade em geral. A análise do autor aponta para a inevitável sinergia entre as duas formas e que a tensão entre ambas é uma qualidade almejada.

Para que surja um novo diálogo, precisam estar disponíveis as informações que foram colhidas pelos participantes graças à recepção de discursos anteriores. E, para que um discurso aconteça, o emissor tem que dispor de informações que tenham sido produzidas no diálogo anterior [...] Cada diálogo pode ser considerado uma série de discursos orientados para a troca. E cada discurso pode ser considerado parte de um diálogo [...] Embora esteja implicado um no outro... Participar de um discurso é uma situação totalmente distinta da de participar de diálogos (FLUSSER, 2012, p. 97).

Nesse contexto cabe refletir sobre o quão interessante poderia ser para, por exemplo, um ouvinte-internauta de Sucupira, sudoeste de Tocantins, saber sobre o movimento popular da comunidade do Butantã, zona Oeste de São Paulo, para a implantação de uma creche no bairro. Se observarmos a partir da perspectiva flusseriana, a vivência a distância de uma prática comunicativa orientada pela troca pode atuar como desencadeadora de uma nova percepção sobre a função social do meio rádio. Portanto, a ampliação do alcance que as emissoras conquistam com o compartilhamento de suas programações pela internet pode contribuir para que suas ações de diálogo atuem como motivadoras de iniciativas para outras rádios comunitárias legalizadas ou não, assim como para outras mídias comunitárias, populares ou alternativas, gerando aproximações, trocas e diálogos.

Foi inclusive essa dinâmica que aproximou a rádio comunitária Cidadã FM e o coletivo de mídia independente *Vaidapé*, ambos da cidade de São Paulo, como abordaremos a seguir.

Rádio Cidadã FM – do Cala a boca já morreu ao Vaidapé na Rua

Em março de 2011 a entidade jurídica Associação Cidadã recebe do Ministério das Comunicações a autorização para operar como rádio comunitária no Butantã e região na frequência 87,5 FM. Mas a rádio já atuava como “clandestina” desde 7 de julho de 1995 na frequência 98,1 FM. Sediada na região oeste da cidade de São Paulo e pautada pelos princípios da gestão colaborativa, a rádio já mantinha atividades e programações produzidas e apresentadas por moradores do bairro.

Ainda como “fora da lei”, a atuação da Rádio Cidadã FM chamou a atenção da denominada grande mídia nacional (impressa e eletrônica) em matérias veiculadas a partir de 1996. Dentre as atividades e informações reportadas sobre a “*Rádio livre (que) põe no ar a vida da comunidade*”⁸ o programa *Cala Boca Já Morreu* veiculado aos domingos ganhava destaque. O programa era produzido e apresentado por crianças de 7 a 10 anos da comunidade local e coordenado pela educadora Grácia Lopes Lima⁹. Ao vivo as crianças discutiam diferentes assuntos que faziam parte do cotidiano delas, ou seja, saúde, política, consumo, ecologia, educação, família, entre outros. Para a escolha e discussão prévia dos temas, bem como para a prospecção de convidados, as dez crianças participantes do programa se reuniam durante a semana, dinâmica que resultou em um programa coletivo, fruto de momentos vivenciais de produção, e que tinha os processos como mais importantes que os conteúdos. A visibilidade que o programa conquistou, inclusive internacionalmente, com a matéria veiculada pela televisão estatal japonesa NHK e com o reconhecimento da UNICEF, que lhe concedeu o prêmio de Iniciativa Comunitária – Rádio Escola, colaborou para o fortalecimento da Rádio Cidadã FM diante da pressão dos órgãos reguladores do MiniCom¹⁰ e para a consolidação da prática dialógica¹¹ que entendemos se repetir com o programa *Vaidapé na Rua*.

Vaidapé na Rua e nas ondas da Rádio Cidadã FM

O programa *Vaidapé na Rua* é veiculado pela Rádio Comunitária Cidadã FM desde 13 de dezembro de 2013. Atualmente é transmitido ao vivo às segundas-feiras, das 20h às 21h, e desde 2016 também na internet, através do site da emissora e da página da revista *Vaidapé* na rede social digital Facebook¹². Posteriormente, o programa é disponibilizado na plataforma digital Mixcloud para *streaming* e *download*. No Facebook e no site do coletivo *Vaidapé* o programa também fica disponível na íntegra, com registro de imagens captadas diretamente do estúdio da Cidadã FM. De partida, o programa pode ser considerado um exemplo de multiplicidade e convergência midiática, uma vez que suas edições são compartilhadas em diversas plataformas digitais e em diferentes linguagens como áudio, registros fotográficos, textos e vídeos. Além de estender o conteúdo para uma comunidade que não se restringe aos limites territoriais e cujos integrantes, em função de interesses comuns, se conectam por meio das ferramentas digitais em rede, o programa incentiva a interatividade de seus ouvintes-internautas com a

equipe. Uma oportunidade de ampliar o diálogo e obter novos conteúdos para as demais edições num processo de retroalimentação.

Vaidapé na Rua pode ser considerado uma revista radiofônica ou um programa de variedades, uma vez que em todas as edições apresenta um conteúdo diversificado em diferentes atrações como entrevistas ao vivo, matérias jornalísticas, participação do ouvinte-internauta e músicas. A dificuldade de definir o gênero do programa não é exclusiva de Thiago Gabriel Mostazo (2017), Mano Xei¹³, um dos apresentadores do programa, pois até mesmo o pesquisador Mário Kaplún reconhece a dificuldade de definir tais formatos: “Não são fáceis de definir, dado que precisamente sua característica é a variedade de seções. Geralmente, a presença de um apresentador (ou de uma dupla de apresentadores) é o que dá o caráter e assegura a unidade do programa”¹⁴ (1994, p. 144).

Portanto, a revista sonora *Vaidapé na Rua* está estruturada em três blocos. O primeiro aborda questões relativas à cidade de São Paulo e principalmente ao bairro do Butantã, onde a sede da rádio está instalada. O segundo e terceiro são destinados às entrevistas realizadas com pessoas que geralmente não disputam a agenda das mídias comerciais, mas atuam significativamente em diferentes cenas da cidade: artistas, músicos, integrantes e líderes de coletivos femininos, étnico-raciais, de direitos humanos, etc. Assuntos como gestão municipal da cidade, discriminação social, racial e de gênero, violência policial, segurança pública, intolerância religiosa, sistema judiciário, população carcerária, direitos e lutas das comunidades indígenas, cena hip hop, desigualdade social e de renda, maioridade penal, entre outros, mobilizam o diálogo entre apresentadores, convidados e ouvintes. A interlocução com os ouvintes e internautas que acompanham ou participam ao vivo do programa, acontece com o envio de perguntas ou comentários por meio de diferentes canais, como o Facebook e o telefone da Rádio Cidadã FM.

Costurado com músicas (predominantemente de bandas e artistas independentes) relacionadas ao tema ou aos convidados, a revista sonora explora as diversas questões que abarcam a temática por meio do tom coloquial, inventivo e criativo dos apresentadores (geralmente são três)¹⁵, que conduzem o programa sempre com a presença de uma trilha sonora de fundo, que confere dinâmica ao programa.

A estética, estrutura e dinâmica do *Vaidapé na Rua* é resultado de um diálogo permanente com a equipe da rádio Cidadã FM e os ouvintes-internautas. De acordo com Thiago Gabriel Mostazo (2017), o convite para a realização do programa aconteceu quando entrevistou Pedro Moura Leite Ribeiro, apresentador de um outro programa denominado *Já regou suas plantas?* Na ocasião, o objetivo era obter informações para a elaboração de uma matéria sobre o programa, definido como “um espaço de divulgação e promoção da cultura reggae e rastafári”, para a Revista *Vaidapé*, um coletivo de mídia independente com sede no Butantã.

Um dos desafios iniciais foi compreender e desenvolver habilidades e competências em relação à parte técnica, ou seja, os softwares de edição e montagem de áudio, a mesa de som, o uso adequado e inteligente dos

elementos de uma linguagem essencialmente sonora para informar e envolver o ouvinte que participa ativamente por meio de diferentes recursos. Victor Santos, Pai Vitão¹⁶, o atual responsável pela produção musical e sonoplastia do programa *Vaidapé na Rua*, relata que teve que “começar do zero e que aprendeu muito com a molecada”. O desafio descrito por Santos (2017) é um exemplo concreto de que, no atual contexto da sociedade midiática de sucessivas e constantes mutações tecnológicas, a intervenção de práticas sociais comunicativas acontece em conjunto com a aquisição de conhecimentos sobre as ferramentas digitais. Trata-se do processo de desmitificação e apropriação técnica que toda rádio comunitária precisa enfrentar, conforme alerta Nils Brock (2017, p. 15). Um processo que se dá pela intensificação do diálogo entre grupos, fóruns de discussões presentes nas diferentes redes sociais digitais e também presencialmente, como ocorreu entre as equipes da Rádio Cidadã FM e do Programa *Vaidapé na Rua*.

Habitados com a lógica do impresso e das produções audiovisuais em plataformas digitais que exploram a interface da tela como anteparo para suas publicações, outro desafio foi assimilar a dinâmica de um programa que não era lido ou visto, mas ouvido por um ouvinte e/ou internauta quase sempre em movimento e envolvido com outras atividades. A instantaneidade do *feedback*, a proximidade e a intensidade do vínculo com o ouvinte foram e continuam sendo uma das características do rádio que mais desafiam e motivam a equipe, de acordo com Mostazo e Santos (2017). Ainda assim, a inclusão de demandas da comunidade local, por incrível que pareça, não fez parte da pauta das primeiras edições do *Vaidapé na Rua*¹⁷.

O aprendizado sobre a força, pertinência e importância de abrir o microfone para as questões da comunidade e seus protagonistas foi assimilado gradativamente pela equipe da revista *Vaidapé na Rua*. Este conhecimento também é resultado da vivência e das trocas realizadas com a equipe da Rádio Cidadã FM. Neste sentido, retornamos a Flusser (2011) para a problematização desta práxis comunicacional – teoria e prática – que entendemos como norteadas pelo diálogo entre as equipes da Rádio Cidadã e do programa. Vilém Flusser, no artigo *Nossa Comunicação*, publicado na obra *Pós-história: vinte e um instantâneos e um modo de usar*, inicia fazendo uma distinção entre dois modos de conhecimento: o “objetivo”, que fala sobre objetos e é nomeado de discursivo, e o “intersubjetivo”, que fala com os outros, nomeado de dialógico. De acordo com Flusser, “o que distingue o discurso do diálogo é, sobretudo o clima: o diálogo se dá em clima de responsabilidade” (2011, p. 71). A responsabilidade, segundo o filósofo, é entendida como a abertura para respostas, que se mostra possível quando as relações acontecem de forma horizontal e em um ambiente poroso, ou seja, com propriedades para a efetiva troca comunicativa.

Nessa perspectiva, o trabalho desenvolvido pela equipe do *Vaidapé na Rua* também provoca questionamentos que podem resultar em alterações na atuação das demais que mantêm a programação da Rádio Cidadã FM. Importante observar que estas trocas não são necessariamente pacíficas e automáticas, mas permeadas de tensões pertinentes ao embate de ideias e

percepções. Na avaliação de Mostazo (2017), por exemplo, muitos programas que atualmente integram a grade de programação da emissora ainda reproduzem os formatos e a estética das emissoras comerciais. Pedro Moura Leite Ribeiro (2017)¹⁸, por sua vez, pondera que tanto as rádios comerciais como as comunitárias lidam com o mesmo meio, portanto, tanto uma como a outra estruturalmente têm as mesmas características e ambas praticam a radiodifusão. Ou seja, considera natural que haja entre elas semelhanças. O que as distingue, prossegue o historiador, além do contexto histórico e das intenções de cada uma, é o fato de que em uma rádio comunitária os programas não são realizados por profissionais, o que não significa que não tenham qualidade, “afinal um programa pode ser de alta qualidade sem ser profissional” (RIBEIRO, 2017).

Entre a perspectiva que insiste na importância de explorar as potencialidades do meio para estimular, acolher e dar vazão ao caldeirão criativo da comunidade e a que defende que tão importante quanto o conteúdo e a estética é o exercício de fala e de escuta reflexivas (por possibilitar aos envolvidos na produção coletiva dos programas o encontro de suas próprias palavras num tempo claramente marcado pela reprodução do senso comum e/ou de discursos infundados e, não raro, preconceituosos), é possível arriscarmos que valem as duas. Este embate entre perspectivas e expectativas diversas e até certo ponto complementares é característica da prática comunicativa dialógica, a qual, na tensão entre informações adquiridas e armazenadas durante a vivência dos diferentes sujeitos envolvidos, pode atuar como dinâmica propulsora da cidadania

Considerações finais

A disseminação das tecnologias de comunicação e informação digitais em rede abre inúmeras possibilidades para a atuação das rádios comunitárias por meio da prática de compartilhamento de conteúdos, da intensificação da interatividade com os ouvintes-internautas e outras, assim como contribui para tornar sua práxis ainda mais complexa.

A partir da observação das experiências entre a Rádio Cidadã FM e a equipe do programa *Vaidapé na Rua* foi possível perceber que se torna necessária a viabilização de práticas e reflexões que contribuam para a desmistificação da tecnologia e sua apropriação popular.

Embora a percepção de que a luta pela democratização da comunicação (eletrônica ou digital) no Brasil passe por diversos desafios políticos e sociais, assim como por disputas tecnológicas; as dinâmicas observadas entre a Rádio Cidadã FM e o *Vaidapé Na rua* evidenciam o qual relevante são as trocas comunicativas orientadas pelo diálogo. Assim parece evidente, portanto, que o processo de interação entre perspectivas e expectativas diversas quando encontram um ambiente favorável para trocas comunicativas torna-se muito propício para a dinâmica dialógica e, portanto, para troca de ideias, partilha de conhecimentos e prática da cidadania.

Bibliografia

- ABRAÇO. FNDC: Um breve histórico do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. *Jornal Abraço no Ar*, n. 10, maio de 1999.
- AMARANTE, Maria Inês. *Rádio Comunitária na Escola. Adolescentes, dramaturgia e participação cidadã*. São Paulo: Intermeios, 2012.
- BROCK, Nils; MALERBA, João Paulo. *Rádios Comunitárias em tempos Digitais! Reflexões sobre as transformações, Inovações e desafios da mídia participativa*. Rio de Janeiro: AMARC Brasil, 2017.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede. A era da Informação: Economia, Sociedade e cultura*. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- FLUSSER, Vilém. *Comunicologia. Reflexões sobre o futuro*. Tradução de Teresa Maria Souza de Castro. São Paulo: Martins Fontes, 2015.
- _____. *O mundo codificado*. Tradução de Raquel Abi-Sâmara, 3ª reimpressão. São Paulo: Cosacnaify, 2012.
- _____. *Pós-história: vinte e um instantâneos e um modo de usar*. São Paulo: Annablume, 2011.
- KAPLÚN, Mario. *Producción de programas de Radio El Guión La realización*. Quito: Ciespal, 1978.
- MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASSAGÃO, Marcelo. *Rádios Livres A reforma agrária no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- MENEZES, José Eugenio de Oliveira. *Rádio e Cidade Vínculos Sonoros*. São Paulo: Annablume, 2007.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. A Comunicação Comunitária e Alternativa em Pontos de Cultura na Capital de São Paulo. *Revista Comunicación y Ciudadanía*. Número 86, pp. 1-20, abril – junho 2014.
- _____. Comunicação Popular Participativa. LOPES, Maria Immacolata Vassalo (org). *Temas contemporâneos em Comunicação*. São Paulo: EDICOM/Intercom, 1997..

Notas

1. O Aglomerado da Serra é a maior favela de Minas Gerais, localizada em Belo Horizonte. Formada por oito vilas: Nossa Senhora da Conceição, Nossa Senhora de Fátima, Nossa Senhora Aparecida, Santana do Cafezal, Novo São Lucas, Fazendinha, Chácara e Marçola. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/>. Acesso em: 1/4/2017.
2. De acordo com o Ministério das Comunicações rádio educativa é o serviço de radiodifusão com finalidade exclusivamente educativa, ou seja, destinado à transmissão de programas educativos-culturais, que atuam em conjunto com os sistemas de ensino, visando à promoção e ao fortalecimento da educação básica e superior, da educação permanente e da divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. As outorgas desta modalidade de serviço de radiodifusão são reservadas, dentre outras, às instituições de educação superior criadas e mantidas pela iniciativa

privada, com sede no Brasil e credenciadas pelo Ministério da Educação. Disponível em: <http://www2.mcti.gov.br/index.php/espaco-do-radiodifusor/radiodifusao-educativa-e-consignacoes-da-uniao>. Acesso em: 6/4/2017.

3. Conforme explica a pesquisadora Inês Amarante o termo “pirata” é usado no sentido pejorativo para “identificar tudo o que é ilegal e clandestino” (2012, p. 43).

4. Dados do Setor de Comunicações – Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicação. Disponível em: <http://sistema.mc.gov.br/DSCOM/view/Resultado.php>. Acesso em: 28/4/ 2017.

5. Governo reduz burocracia para ampliar rádios comunitárias. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2015/09/governo-reduz-burocracia-para-ampliar-radios-comunitarias>. Acesso em: 1/5/2017.

6. Portaria 4.334 de 2015. Disponível em: <http://www2.mcti.gov.br/documentos/espaco-radiodifusor/norma-2015-1.pdf>. Acesso em 1/5/2017.

7. De acordo com João Paulo Malerba e Nils Brock, organizadores do livro *Rádios Comunitárias em Tempo Digital. Reflexões sobre as transformações, inovações e desafios da mídia participativa*, em termos tecnológicos novos conceitos e formatos de radiodifusão comunitária e participativa estão surgindo, assim como novas compreensões sobre as novas disputas que se estabelecem no universo da comunicação. De acordo com os autores, nos próximos anos o principal campo de disputa das rádios comunitárias será com relação ao espectro eletromagnético..

8. Na capa do Caderno *Seu Bairro/Zona Oeste*, o jornal *O Estado de S. Paulo* em 16 de janeiro de 1996 veicula matéria sobre a Rádio Cidadã com a manchete: “Rádio livre põe no ar a vida da comunidade”.

9. O programa *Cala a Boca Já Morreu* apresentado na Rádio Cidadã FM fazia parte do projeto do mesmo nome iniciado cujo objetivo central se pautava em “criar oportunidades para que as pessoas, independentes da idade, origem e condição social, exercessem o direito à produção de comunicação”. De acordo com a educadora Grácia Lopes Lima, o projeto nasceu em 1995 como proposta da empresa de educação chamada GENS, hoje o Instituto GENS de Educação e Cultura, de fomentar a educação pelos meios de comunicação. Desde 2004 de forma independente do Instituto GENS, o projeto se constitui como uma ação sem fins lucrativos e é gerido pelas mesmas “crianças” que apresentavam o programa na Rádio Cidadã FM. O projeto CBJM – *Cala-boca Já Morreu* desenvolve ações voltadas à capacitação criativa e autoral através dos meios de comunicação. A sede fica em Pinheiros, zona oeste de São Paulo. Disponível em: <http://www.cala-bocajamorreu.org/p/quem-somos.html>. Acesso em: 28/4/2017.

10. A Rádio Cidadã FM foi lacrada no ano 2000 pelos agentes da Polícia Federal e da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Em 2007 a Associação Cidadã se candidatou junto ao Ministério das Comunicações para a outorga de funcionamento como rádio comunitária. Como informado a outorga foi concedida três anos após, em 2011.

11. Segundo Vilém Flusser “o discurso é o método graças ao qual as informações que estão depositadas em uma memória são transmitidas a outros. O diálogo produz informações, o discurso as mantém. Está claro que discurso e diálogo devem estar acoplados para que a comunicação aconteça, pois no discurso são distribuídas informações que foram anteriormente elaboradas no diálogo, e no diálogo são trocadas informações que anteriormente penetraram na memória graças a um discurso” (2015, p. 50).

12. A página da Rádio Cidadã FM é <http://www.radio.teiacidada.com.br/vaidape-na-rua> e a do coletivo de mídia independente no Facebook é <http://vaidape.com.br/categoria/radio-2/>
13. Entrevista concedida à autora no dia 4/4/2017 em São Paulo.
14. “No son fáciles de definir, dado que precisamente su característica es la variedad de secciones. Generalmente, la presencia de un conductor (o de una pareja de conductores) es la que da carácter y asegura la unidad del programa” (tradução livre da autora).
15. Thiago Gabriel Mostazo (Mano Xei), Victor Santos (Pai Vitão), Guilherme Almeida (Ozie) são geralmente os apresentadores do *Vaidapé na Rua*. Luana Aparecida, Alan Felipe (Mano Alan) e Janaína Viegas (Gil Reis) atuam na produção e eventualmente integram a apresentação.
16. Entrevista concedida pelo jornalista Victor Santos à autora no dia 3/4/2017.
17. O primeiro programa do *Vaidapé na Rua* foi ao ar em 13/12/2013 e iniciado com a leitura de um cordel que falava sobre a democratização da mídia, contou com a presença de um rapper que desenvolvia atividades socioeducativas em salas de aula em Cotia, município vizinho de São Paulo, com músicas de bandas independentes e outras atrações.
18. Entrevista concedida pelo historiador e apresentador do programa *Já Regou suas plantas?* (Rádio Cidadã FM) à autora no dia 29/4/2017.

Influência da diáspora na escuta de rádio online

Diaspora influence on online radio listening

Lidia Paula Trentin | Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)

Doutoranda e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

Integrante dos Grupos de Pesquisa: INCOM e JOR XXI, da UTP.

Email: lidiapaulatrentin@gmail.com.

Álvaro Nunes Larangeira | Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)

Professor doutor na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Coordenador dos cursos de

Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens na UTP.

Coordenador do Grupo de Pesquisa JOR XXI, da UTP.

Email: alvaro.larangeira@utp.br.

Resumo

O presente estudo pretende compreender como a diáspora interfere no ato de ouvir a programação da Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, pela internet, isto é, se o fato de ouvir a emissora por meio do *site* aproxima os indivíduos diaspóricos de Frederico Westphalen, da rádio ou de alguém que resida no município e como isso acontece. A metodologia utilizada foi de entrevistas em profundidade com ouvintes da Rádio Comunitária FM que estão em situação de diáspora e também com o diretor da emissora. A grande maioria dos entrevistados ouve a rádio como uma maneira de se manter próximo a Frederico Westphalen ou a algum familiar ou amigo que resida no município, diminuindo assim os efeitos da diáspora em suas vidas, como a saudade, por exemplos.

Palavras-chave: Diáspora; Rádios Comunitárias; Rádio *Online*.

Abstract

The present study aims to understand how the diaspora interferes in the act of listening the programming of Rádio Comunitária 87.9 FM of Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, through the Internet, that is, if the fact of listening to the radio station through the site approximates the diasporic individuals of Frederico Westphalen, the radio or someone who resides in the city and how it happens. The methodology used was depth interviews with listeners of the Rádio Comunitária FM who are in diaspora situation and also with the station director. The vast majority of interviewed listening to radio as a way to stay near to Frederico Westphalen or a family member or friend who lives in the city, decreasing thus the effects of diaspora on their lives, such as homesickness, for example.

Keywords: Diaspora; Community Radios; Online Radio.

Introdução

Com a emergência das novas mídias, algumas vezes, os estudos sobre rádio, inclusive rádio *online*, acabam sendo deixados de lado por pesquisadores, como explica Kischinhevsky (2012b, p. 418), “com a prevalência dos estudos sobre audiências televisivas e, mais recentemente, sobre o chamado ciberespaço, o privilégio do rádio como objeto (ou, em muitos casos, alvo) foi gradualmente se esvaziando”. Em razão disso, a importância de se estudar esse meio de comunicação.

Por este motivo decidiu-se fazer uma pesquisa de recepção em rádio, para compreender a audiência radiofônica, visto que são poucas as pesquisas na área, utilizando a Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, como objeto empírico, uma vez que o município em que ela está inserida é pequeno (com 28.843 habitantes em 2010, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, e população estimada de 30.699, em 2016) e possui campus de universidades, sendo que as principais são a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (Uergs), Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e a Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI). Isso faz com que haja grande rotatividade de pessoas, que moram por um tempo em Frederico Westphalen e depois se mudam para outros lugares, buscando, principalmente, maiores oportunidades.

A Rádio Comunitária 87.9 FM foi escolhida por ser comunitária, o que promove uma aproximação maior com a comunidade, criando uma relação de carinho e identificação, uma vez que, segundo a Lei nº 9.612, que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária, de 19 de fevereiro de 1998, como devem ser de baixa potência, as rádios comunitárias atendem apenas uma comunidade restrita, como um bairro, uma vila ou um município pequeno.

Assim, o objetivo geral do presente estudo é compreender como a diáspora interfere no ato de ouvir a programação da Rádio Comunitária 87.9 FM pela internet, ou seja, se o fato de ouvir a rádio por meio do *site* faz com que os indivíduos diaspóricos se sintam próximos a Frederico Westphalen, à rádio ou a alguém que resida no município.

Como objetivos específicos têm-se:

- a) Verificar qual a ligação dos ouvintes entrevistados com Frederico Westphalen e/ou com a Rádio Comunitária 87.9 FM, constatando assim se eles vivem a situação de diáspora;
- b) Compreender os hábitos de escuta dos ouvintes em relação à Rádio Comunitária 87.9 FM, com que frequência ouvem, quais os horários e por quais motivos;
- c) Averiguar o que leva os entrevistados a ouvirem a emissora e se ouvir a rádio os mantém próximos a Frederico Westphalen, a alguma pessoa que mora no município ou região e que também ouça ou tenha alguma relação com a rádio.

Foram feitas, para a realização da pesquisa, entrevistas em profundidade com dez ouvintes da Rádio Comunitária FM que possuem alguma ligação com Frederico Westphalen mas vivem longe do município, em outras cidades e estados.

Para embasar o estudo, foram utilizados conceitos de rádio *online*, rádios comunitárias, diáspora, pesquisas de recepção e recepção radiofônica e entrevistas em profundidade, uma vez que suas definições são fundamentais para a compreensão dos resultados da pesquisa.

Rádios online

Diversas novas possibilidades para os meios de comunicação tradicionais surgiram com a internet, inclusive para o rádio via *dial*, isso ocorre porque na internet pode-se utilizar áudios, vídeos, textos, infográficos e imagens. O rádio *online*, que faz uso da internet para transmitir sua programação e conteúdos, é um novo rádio, chamado por Lopez (2009) de rádio hipermidiático e por Kischinhevsky (2012a) de rádio expandido, e que pode ser acessado por meio de diversos dispositivos, como computadores, *smartphones* e *tablets*.

O rádio *online* não possui algumas limitações presentes no rádio tradicional, como: unisensorialidade (só emitir sons); ausência do interlocutor (não há como intervir nem ver a reação do público); e fugacidade (não se pode voltar atrás e ouvir novamente as informações) (MEDITSCH; ZUCULOTO, 2008). No novo rádio é possível utilizar conteúdo multimídia; pode-se verificar a reação do público por meio de comentários *online*; as informações podem ser ouvidas, lidas e visualizadas quantas vezes forem necessárias por meio de *podcasts* e informações veiculadas em forma de texto e vídeo nos *sites* das emissoras.

Esse novo rádio por vezes repete conceitos e fórmulas tradicionais, explica Prata (2009), visto que os ouvintes se reconhecem na repetição, porém, ele também deixa de ter algumas características do rádio hertziano, como mencionado acima, e passa a ter outras exclusivas, reconfigurando antigos elementos em uma combinação que modifica o rádio em signos sonoros, textuais e imagéticos. Embora não determine o entendimento das informações, esclarece a autora (2009), esses novos elementos passam a fazer parte da radiofonia pela internet de uma forma que já não é mais imaginável fazer rádio sem as novas possibilidades proporcionadas pelas novas mídias.

Dessa forma, emissoras de rádio que buscam ampliar seu público e manter ouvintes que, por estarem distantes geograficamente, não conseguem ouvir a emissora via *dial*, estão utilizando as ferramentas disponíveis na internet, como *sites*, aplicativos e redes sociais para transmitir a programação ao vivo e divulgar conteúdos e informações.

O rádio *online* requer uma estrutura multimidiática e multiplataforma, buscando ampliar e complementar o conteúdo veiculado:

O rádio hipermidiático, em ambiente de convergência, pode utilizar a narrativa multimídia e a produção multiplataforma para ampliar sua eficácia informativa, para permitir a si e ao ouvinte ir além e ampliar os espaços de diálogos e as possibilidades de interatividade (LOPEZ, 2011, p. 133).

Assim como as características e o conteúdo, os profissionais do rádio e o público mudaram. É preciso que os profissionais revejam sua rotina de trabalho e produção investindo “em novas habilidades e competências” (LOPEZ, 2009, p. 12), para atender à demanda por conteúdos multimídia e também para responder à participação do público, que se tornou mais ativo e participativo, muitas vezes até produzindo conteúdo, invertendo assim os papéis (PRATA, 2009). Da mesma forma, fica a critério de cada ouvinte decidir quais conteúdos acessar e quais deixar de lado.

Portanto, a internet acabou por aproximar ainda mais o público das emissoras de rádio, pois os indivíduos podem continuar ouvindo a programação das emissoras (daquelas que transmitem a programação por meio de *sites*) de qualquer lugar do mundo e a qualquer momento, sendo necessário apenas acesso à internet e a um dispositivo (computador, *smartphone* ou *tablet*, por exemplo).

Rádios comunitárias

A Radiodifusão Comunitária é regulamentada pela Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Para atuar no serviço, deve-se operar com frequência modulada, em baixa potência, até 25 watts de potência efetiva irradiada (ERP), e altura do sistema irradiante inferior a 30 metros, com cobertura restrita, atendendo apenas à comunidade de um bairro ou vila, com sede na localidade de prestação do serviço e sem fins lucrativos.

O objetivo desse tipo de radiodifusão é, de acordo com o artigo terceiro da Lei 9.612, o atendimento à comunidade beneficiada, visando: I – dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; II – oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; III – prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário; IV – contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente; V – permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

A Lei 9.612 também define a programação das emissoras comunitárias, que deve dar preferência a finalidades educativas, culturais, artísticas e informativas, beneficiando o desenvolvimento da comunidade e promover atividades artísticas e jornalísticas, integrando os membros da comunidade atendida.

Além disso, a Lei 9.612 defende que qualquer cidadão da comunidade em que a emissora comunitária está inserida, tem o direito de emitir opiniões, manifestar ideias, sugestões, propostas, fazer reclamações ou reivindicações, apenas observando o momento apropriado da programação, por meio de um pedido encaminhado à direção responsável pela emissora.

Poder exercer sua cidadania é um direito de todos os indivíduos, e as rádios comunitárias que realmente têm esse caráter cultural e educativo contribuem com isso.

Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen

A fundação da Associação Frederiquense de Radiodifusão Comunitária ocorreu em 22 de março de 2003. Como era uma entidade sem fins lucrativos, os aparelhos foram adquiridos com investimentos particulares dos associados. Em 15 de maio de 2003, foi ao ar, pela primeira vez, a programação da Rádio Comunitária – nome escolhido em assembleia geral da associação.

O quadro de funcionários permanente da emissora conta atualmente com 18 locutores. A diretoria da Rádio Comunitária FM é composta por 11 pessoas. Além disso, a emissora conta com 100 sócios, que colaboram mensalmente com uma taxa no valor simbólico de R\$ 5,00, sendo que a manutenção se dá essencialmente da contribuição de empresas apoiadoras para as despesas da rádio.

A emissora abrange o município de Frederico Westphalen, e em 2006, a rádio disponibilizou sua programação ao vivo para a internet através do *site*.

Diáspora

O processo de deixar a terra natal e partir para outras comunidades, estados e países é chamado de diáspora, esse termo significa o espalhamento dos povos e, de acordo com Cancian (2007), pode ocorrer de maneira forçada ou por opção própria.

Atualmente, segundo Elhajji e Balthazar (2013), a diáspora vem sofrendo diversas transformações em consequência de fatores econômicos, sociais, religiosos, políticos, organizacionais e até mesmo psicológicos. Os autores, assim como Hall (2006), listam algumas das razões que levam as pessoas a se mudarem: o aumento no desenvolvimento de algumas regiões; o crescimento da pobreza; o progresso da globalização; os avanços tecnológicos e midiáticos; o aumento no número de guerras; alterações ecológicas e climáticas; exploração do trabalho; repressão política e religiosa; entre outros fatores, influenciam na situação de diáspora.

Apesar de deixarem sua terra, os indivíduos diaspóricos não se desapegam de suas origens, mantendo-as por meio do cultivo da tradição de sua cultura, o que acontece através da manutenção do modo de agir e pensar, da religião e da língua.

A manutenção de hábitos culturais e a comunicação entre esse indivíduo e a família e amigos que ficaram distantes devido à situação de diáspora foram facilitadas com o surgimento da internet. Pois, com ela, pode-se entrar em contato com culturas e pessoas de qualquer parte do mundo a qualquer momento.

A internet é, segundo Brignol (2012), uma das formas mais expressivas de comunicação para esses sujeitos que vivem a diáspora, uma vez que as redes sociais disponíveis nela, *e-mails*, programas de mensagem instantânea e *sites* são ferramentas frequentemente utilizadas pelos indivíduos para manter contato com amigos e familiares que estão distantes geograficamente.

A diáspora no Rio Grande do Sul

Assim como em muitos estados e países, no Rio Grande do Sul a diáspora é uma situação comum, pois muitos gaúchos saíram do estado em busca de melhores condições de vida, principalmente. Como coloca Haesbaert (1998, p. 57), a diáspora gaúcha ocorre por motivos econômicos e não políticos ou religiosos.

O Rio Grande do Sul é, conforme Oliven (1992), um dos estados com maior emigração no país, da década de 1920 até a de 1950, 300 mil pessoas deixaram o Estado, sendo que em 1950, se tornou o estado com maior êxodo e o que menos recebia brasileiros.

E o rádio é um meio de comunicação muito importante na aproximação do gaúcho diaspórico com sua cultura, pois “existem programas de cultura gaúcha com grande audiência em inúmeras cidades de outros estados, como Santa Catarina, Mato Grosso e Paraná” (SIMON, 2009, p. 34). Com a internet, o ato de ouvir programas de rádios gaúchas foi facilitado, assim como o contato com os parentes e amigos que continuaram no Rio Grande do Sul.

O município de Frederico Westphalen, onde está situada a Rádio Comunitária 87.9 FM, foi muito importante na situação de diáspora gaúcha, pois, de acordo com Wagner (1995, p. 120), “ali existia uma fonte onde os tropeiros e os agricultores migrantes que rumavam para as terras do norte do Brasil tomavam água”.

Essa situação de diáspora ainda acontece no Rio Grande do Sul, pois muitos jovens partem do estado em busca de novas oportunidades e outros continuam no estado, mas se mudam para outros municípios, onde as chances de progredir profissionalmente e economicamente são maiores.

Metodologia

Para a realização do presente estudo, foram realizadas entrevistas em profundidade com dez ouvintes – que por questões de privacidade, foram identificados por meio de números – da Rádio Comunitária 87.9 FM que escutam a emissora pela internet. Eles foram encontrados com o auxílio de três locutores e por meio de comentários no *popup player* do *site* da rádio e na sua página no *Facebook*. O diretor da emissora também foi entrevistado, com o intuito de verificar se ele percebe a interferência da diáspora no ato de ouvir Rádio Comunitária FM *online*.

Os critérios utilizados para a seleção dos entrevistados foram: ter um vínculo com o município de Frederico Westphalen (ter nascido ou vivido no município, ter familiares ou amigos na cidade, ou mesmo um laço criado por meio da própria emissora); escutar a Rádio Comunitária por meio do *site*.

Como os entrevistados estavam vivendo em diversos estados do país, as entrevistas não foram realizadas pessoalmente, e sim por meio do Skype e de áudios no aplicativo de mensagens WhatsApp.

A primeira entrevista foi realizada via Skype, mas ocorreram falhas devido a problemas na conexão com a internet, então optou-se por utilizar o aplicativo WhatsApp para realizar as entrevistas posteriores.

Como a pesquisa é qualitativa e visa compreender as características e particularidades da recepção da Rádio Comunitária 87.9 FM decidiu-se por fazê-la por meio de entrevistas em profundidade, em que há mais tempo e liberdade para o entrevistado colocar suas ideias, sentimentos e convicções. Optou-se por utilizar questões semiestruturadas em entrevistas semiabertas, seguindo roteiros de perguntas, para que todas as questões importantes à pesquisa fossem realizadas.

Enquanto pesquisa de recepção, esse estudo trará dados sobre os hábitos de escuta *online* da Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen. Assim sendo, essa abordagem teórico-metodológica será explicada e caracterizada a seguir.

Pesquisas de recepção e recepção radiofônica

O objetivo desse tipo de pesquisa é entender a comunicação como uma prática que se faz na e pela interação de determinados indivíduos “históricos e que se inter-relacionam a partir de um contexto, compartilhando sistemas de códigos culturais; e, ao fazê-lo, atuam (agem), produzindo/renovando a sociedade” (FÍGARO, 2010, p. 18).

Dessa forma, compreende-se que o receptor não é passivo (BIANCHI, 2003), ele é crítico em relação às mensagens, “e com o advento do controle remoto, seu poder de escolha e decisão aumenta. O receptor não recebe o significado da mensagem, mas o negocia frente a diversas circunstâncias” (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 135). Assim, o que determina o conteúdo que o receptor irá consumir é o seu interesse nas informações veiculadas.

Como as audiências são múltiplas e diversificadas, para Sólito (2011, p. 119), “quando se fala em recepção, um dado importante é que as leituras não são homogêneas, porque nem o receptor o é”. Os interesses são variados, assim como a produção diante de uma mesma mensagem, de acordo com os sistemas de significação de cada indivíduo.

Portanto, a recepção da mensagem ocorre de acordo com o contexto vivido pelo receptor, as mensagens são recebidas e compreendidas por cada receptor de maneira diferente, já que cada um possui vivências, crenças e experiências próprias, sendo que muitas delas, nenhuma outra pessoa possui. Deste modo, como uma única mensagem pode ser transmitida cheia de significados, cabe aos receptores entendê-la da forma como acreditam ser correta, como explica Hall (2006), a produção das mensagens pode não ser um processo tão transparente como se imagina.

Algo que interfere consideravelmente na recepção das mensagens é a aproximação dela com o público receptor. O contato dos receptores com os meios, segundo Jacks, Menezes e Piedras (2008), faz parte do processo de compreensão da realidade, pois é possível conciliar as culturas locais com diversas outras culturas, aproximando ou afastando os receptores de alguns programas devido aos conteúdos veiculados, que podem gerar maior ou menor identificação com os indivíduos. Para as autoras (2008, p. 53), “essa

aproximação é justamente apontada como a razão do sucesso de determinados programas, como acontece com as rádios comunitárias em que preponderam os avisos de utilidade sobre os demais tipos de mensagem”. Isso lhes confere um caráter prático e público.

O rádio sempre foi um veículo de comunicação muito próximo do seu ouvinte devido, segundo Almeida e Magnoni (2010), à interatividade e à portabilidade. A digitalização do rádio através da internet continuará provocando significativas transformações na linguagem radiofônica, na produção, na emissão e na recepção. O consumo de rádio está crescendo em dispositivos e suportes digitais, por isso é necessário, explicam os autores (2010, p. 436), “digitalizar a transmissão e a recepção aberta, para que o rádio ingresse definitivamente na ‘era da informação’” e possa ser ouvido a qualquer hora e de qualquer lugar do mundo.

Uma das formas para se compreender a recepção radiofônica é por meio de entrevistas em profundidade com os ouvintes, método de entrevista que será apresentado a seguir.

Entrevistas em profundidade

Como é um método qualitativo, a entrevista em profundidade é utilizada para investigar determinado tema com base em indivíduos que tenham alguma relação com o assunto, a fim de captar informações, entendimentos e experiências destas pessoas, analisar os dados obtidos e os apresentar como resultado da pesquisa. É uma metodologia flexível, na qual o entrevistado é livre para responder o que desejar e o pesquisador pode adaptar as questões da maneira que acredita ser melhor para o estudo; “este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística” (DUARTE, 2009, p. 62).

Diferente dos estudos quantitativos, que exigem um grande número de fontes de informação, as pesquisas qualitativas priorizam o conteúdo de cada entrevista e não sua quantidade, pois, como explica Gaskell (2008, p. 68), “a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o mesmo assunto em questão”.

Também não há um número mínimo ou máximo de perguntas nas entrevistas em profundidade. Dessa forma, cabe a cada pesquisador verificar quantas serão necessárias para que os resultados da pesquisa sejam satisfatórios e atinjam os objetivos do estudo.

Resultados

Com a pesquisa, constatou-se que metade dos entrevistados ouve a Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen uma vez por semana, e o motivo dessa frequência é, principalmente a falta de tempo, pois muitos não podem ouvir durante o trabalho. Quatro escutam de duas a quatro vezes na semana e apenas uma ouve praticamente todos os dias. A frequência da escuta pode

variar conforme a semana, não há uma escuta fixa da programação, os entrevistados ouvem quando têm tempo e oportunidade. Três dos ouvintes entrevistados (Entrevistado 01, Entrevistada 04 e Entrevistada 08), às vezes, conseguem ouvir durante o trabalho, utilizando fones de ouvido, quando há outras pessoas na sala, ou caixas de som, quando se está sozinho; já os outros só ouvem quando estão em casa. Uma das entrevistadas (Entrevistada 09), que ouve a Rádio Comunitária uma vez por semana, contou que às vezes acessa o *site* da rádio apenas para verificar as notícias postadas no *site*, sem ouvir a programação.

Os horários de escuta também variam de acordo com os empregos dos entrevistados. Nos dias de semana há os que escutam de manhã, antes do trabalho (Entrevistado 02), durante a manhã, quando há como conciliar a escuta com o trabalho, (Entrevistada 04, Entrevistada 08), ao meio-dia (Entrevistada 09), durante a tarde (Entrevistado 01, Entrevistado 03) e no fim da tarde até a noite (Entrevistado 05 e Entrevistada 08). Nos fins de semana a escuta ocorre principalmente pela parte da manhã, tanto aos sábados (Entrevistada 06 e Entrevistada 07) quanto aos domingos (Entrevistada 09). Há três entrevistados que escutam aos domingos no fim da tarde e à noite (Entrevistado 01, Entrevistada 09, Entrevistado 10). Alguns entrevistados ouvem a emissora em diversos horários, não havendo um fixo.

Quanto ao hábito de ouvir a Rádio Comunitária 87.9 FM sozinhos ou acompanhados, cinco dos dez entrevistados (Entrevistado 01, Entrevistada 04, Entrevistada 06, Entrevistada 07, Entrevistado 10) ouvem sempre sozinhos, pois moram sós e escutam por meio do *smartphone* ou do computador, quando estão em casa, ou em sua sala individual durante o trabalho, o que demonstra o potencial do rádio como amigo, como companhia. Quatro entrevistados (Entrevistado 02, Entrevistado 05, Entrevistada 08 e Entrevistada 09) ouvem às vezes sozinhos, às vezes acompanhados, dependendo dos horários em que ouvem a emissora e os horários em que há alguém junto com eles para que possam ouvir a Rádio Comunitária quando estão reunidos. Somente um (Entrevistado 03) ouve sempre acompanhado, com o irmão, com os pais, e/ou com a esposa, visto que eles geralmente estão reunidos.

Todos os entrevistados realizam alguma tarefa enquanto ouvem rádio. Essas tarefas vão desde afazeres do emprego ou domésticos, enquanto dirigem ou se locomovem de outras formas (como de ônibus, a pé, de trem), estudam, realizam alguma leitura ou escrevem algum texto, até quando conversam com familiares e amigos, bebem chimarrão, brincam com os filhos, navegam na internet, deitam para dormir ou executam quaisquer outras atividades.

A proximidade e o vínculo dos entrevistados com o município de Frederico Westphalen e com a Rádio Comunitária 87.9 FM foram aspectos frequentemente mencionados durante todas as entrevistas.

Verificou-se que a ligação dos entrevistados com Frederico Westphalen é variada. Quase todos têm uma ligação direta com a cidade – família e amigos residindo lá –, e essa relação se mostrou muito forte durante as entrevistas. Três dos entrevistados viveram em Frederico Westphalen para cursar a graduação e criaram, desse modo, um vínculo com a comunidade frederiquense como um todo, pessoas, universidades e veículos de comunicação, inclusive a Rádio

Comunitária 87.9 FM; três nasceram em Frederico Westphalen mas deixaram o município à procura de maiores possibilidades profissionais e pessoais; dois não nasceram em Frederico Westphalen, mas possuem amigos e familiares no município e os visitam ocasionalmente. Como nem todos os entrevistados nasceram ou já viveram lá, essa ligação com quem é querido e mora no município é lembrada por meio da Rádio Comunitária.

Duas entrevistadas nem sequer conhecem Frederico Westphalen pessoalmente, mas, depois de receberem indicação para ouvir a rádio, passaram a ouvi-la com frequência e mais ainda, graças à emissora, essas ouvintes têm um grande desejo de conhecer o município e os cidadãos frederiquenses, uma vez que, por meio das locuções dos apresentadores, do detalhamento da cidade e até mesmo por causa das descrições nos apoios culturais, elas imaginam como eles devem ser. Dessa forma, após começarem a ouvir a emissora, a própria Rádio Comunitária se tornou a ligação entre as entrevistadas 06 e 07 e o município.

São vários os motivos que fazem os entrevistados ouvirem a emissora por meio da internet. Um deles é a programação: “pela boa programação que tem e também temos uma amiga nossa que trabalha na rádio como locutora, mas posso te garantir que é pela boa programação da rádio, que é excelente a programação de segunda a segunda” (Entrevistado 03, 37 anos). “Pelo repertório musical, gosto assim das músicas mais antigas, bandinha, e tem pouca propaganda também, então tem bastante música” (Entrevistada 06, 42 anos).

Programas específicos também são determinantes na escuta da Rádio Comunitária 87.9 FM. Uma das entrevistadas, por exemplo, citou o programa de Evandro Miotto, “Sabadão 87”. “Porque eu gosto do programa dele, tem música boa, variada, música variada. Na verdade, se eu tivesse mais tempo eu podia ouvir outros horários, né, mas esse é o único horário que eu escuto” (Entrevistada 07, 48 anos).

Além de ouvir a rádio por causa da programação, os ouvintes também a escutam para se aproximar de pessoas queridas que vivem em Frederico Westphalen. “A aproximação com a família e gostei muito aí da cidade, também da programação”. (Entrevistada 04, 36 anos).

O clube de futebol do município, o “União Frederiquense”, também foi citado como motivo para a escuta da Rádio. “Pra ficar informado das notícias daí, do time daí de Frederico, que é o União, e pra oferecer as músicas pros meus parentes daí” (Entrevistado 05, 31 anos). “Como sempre fui ligado ao esporte eu escuto a rádio sempre pra me informar com situações do esporte mesmo de Frederico Westphalen e sobretudo do União Frederiquense” (Entrevistado 10, 30 anos).

Relembrar o que se viveu no município e os momentos em que ouvia a emissora também foi uma razão indicada para a escuta da rádio.

Além disso, a Rádio Comunitária 87.9 FM foi apontada por grande parte dos entrevistados como um meio que os faz se sentirem mais próximos à comunidade frederiquense, aos familiares e amigos que lá vivem, bem como relembrar experiências vividas no município.

Saber que alguém estimado, seja familiar ou amigo, está ouvindo a mesma emissora que o entrevistado também é um aspecto motivador na escuta da rádio.

Isso pode influenciar os horários de escuta e o costume de mandar recados, como no caso de uma das ouvintes entrevistadas, que aproveitava o horário em que ela e os familiares mais ouviam rádio para oferecer música, manifestando publicamente os sentimentos pela família que está longe.

Quando se vive uma situação de diáspora, em que se está distante da família, dos amigos e da cidade que é querida, lembrar culturas e costumes da comunidade faz com que os indivíduos diaspóricos se sintam ainda pertencentes a essa comunidade, e emissoras de rádio com presença na internet intensificam esse sentimento, visto que por meio delas o público pode manter contato com as tradições de fala e a cultura musical, por exemplo.

Assim, percebeu-se que a diáspora realmente interfere nos hábitos de escuta da Rádio Comunitária pelos ouvintes entrevistados, uma vez que eles ouvem a emissora para manter a proximidade com a comunidade frederiquense, e assim, amenizar alguns efeitos da diáspora em suas vidas, como por exemplo a saudade. Para entender essa interferência os entrevistados foram questionados se a Rádio Comunitária havia auxiliado na diminuição dos efeitos da diáspora em suas vidas e como isso aconteceu.

Era sempre bom ouvir a Comunitária porque eu me sentia mais, digamos que mais em casa, sabe, mais acomodado, porque lá em casa, sempre, o rádio tava sempre ligado na Comunitária e onde eu trabalhava também a gente ouvia a Comunitária, às vezes, mas a gente ouvia a Atlântida então ficava essa coisa, mas em casa o rádio tava sempre ligado na Comunitária, e ouvir a Comunitária era como se me confortasse, porque os primeiros dias pra quem sai de casa não é fácil, né, eu sentia saudade da mãe, eu sentia saudade do pai, eu sentia saudade do meu irmão, eu sentia falta dos meus amigos, nos primeiros dias sempre dá aquela “bad”, a gente fica meio mal, fica meio tristonho, e ouvir a Comunitária sempre me ajudou a me distrair, esquecer das coisas e me sentir como se eu estivesse em casa estudando ou mexendo no computador em casa, ouvindo a Comunitária porque já era meio automático, sabe. (Entrevistado 01, 18 anos)

Ah, com certeza, né, sempre que a gente escuta uma rádio local, e dessa forma o local onde que eu nasci e me criei e, enfim, a gente volta um pouco no tempo, porque cada região tem a sua cultura, tem as suas maneiras, então a rádio não deixa de ser assim, cada região a rádio tem uma maneira de se expressar, e com certeza isso aí ameniza sim, sempre melhora. (Entrevistado 02, 36 anos)

Tem um ditado que eu uso, “o rádio ele é amigo dos solitários, né”, e (risos) sim, com certeza a Rádio Comunitária me ajudou muito, (risos) foi minha parceira, minha amiga enquanto eu tava longe de casa (e) e eu sempre me senti ligada à Rádio sabe, apesar de não fazer mais parte do quadro da Rádio, sempre me senti ligada a ela, e isso me confortava muito. (Entrevistada 08, 28 anos)

Com certeza, dentro daqueles programas que eu mais gosto de ouvir e pra me manter informada acho que pra me manter informada com as notícias locais, me fez com que eu me sentisse um pouco mais perto, que não fossem tantos quilômetros de distância e nem uma realidade tão diferente daquela que eu vivo hoje, então essa relação é como que se a rádio permanecesse como um elo nessa distância toda. (Entrevistada 09, 31 anos)

Não sei se chegou a tanto, mas, foi sim um meio de informação que me utilizei muito, acho que não necessariamente amenizou esses efeitos, mas creio que ajudaram em muitas coisas, principalmente pra me manter informado e me manter mais perto do lugar onde eu estava morando um bom tempo. (Entrevistado 10, 30 anos)

O diretor da Rádio Comunitária FM explica que já percebeu que a diáspora é um fator que interfere no fato das pessoas ouvirem a emissora pela internet:

Eu acho que sim, eu acho que sim, porque nós temos muitas pessoas que saíram daqui, né, nós temos muitas pessoas que estão na região metropolitana, que é muita gente que saiu daqui, tem muita gente que foi, e aí eu falo das pessoas que a gente sabe, que contatam, né, aí da região metropolitana, Mato Grosso, especialmente, né, Mato Grosso, aquela região Norte ali, Goiás, que a gente sabe que são locais de muitos gaúchos, né, pessoas aqui da nossa região, e a região metropolitana, então, bom eu sei pela minha família que tá praticamente toda lá, e várias pessoas que são aqui de Frederico, dos municípios vizinhos, que tem uma ligação com a cidade e nos ouvem pela repercussão que Frederico tem pra essa microrregião, então todas as pessoas que são de Vicente Dutra, Caiçara, que são pequenos municípios aqui próximos, mas tem como referência Frederico, e aí por isso que nos ouvem, acho que tem muito a ver sim, pelo fato disso, desse espalhamento de pessoas que até hoje a gente nem vê tanto, né, mas há uns anos atrás aconteceu muito, né. Tem, eu acho que tem a ver sim, são pessoas que foram por necessidade, foi um, daqui a pouco outro da família, mas ficaram laços, né, com pessoas aqui em Frederico na região. (Diretor, 46 anos)

Ou seja, muitos ouvintes diaspóricos se comunicam com a rádio, mandando recados, pedindo músicas, manifestando interesse em saber o que está se passando no município, quais atividades, eventos estão acontecendo, com o intuito de se aproximar da comunidade frederiquense.

Considerações finais

Com o estudo, observou-se que a diáspora interfere de maneira determinante na escuta da Rádio Comunitária 87.9 FM, uma vez que a situação de diáspora, deixar Frederico Westphalen, fez com que os ouvintes diaspóricos procurassem uma forma de se manter conectados ao município, às pessoas que vivem nele e até mesmo à própria emissora. E a Rádio Comunitária, por representar a cultura, os hábitos e características específicos de Frederico Westphalen e das pessoas que lá vivem, foi a emissora escolhida para tal função, visto que ameniza, para alguns, a saudade, por exemplo, que a situação de diáspora causa nos indivíduos e também, no caso das ouvintes que não conheciam o município, desperta o desejo de o conhecer.

Além disso, foi possível compreender os hábitos de escuta da Rádio Comunitária 87.9 FM, a frequência, que varia entre uma vez por semana, se justifica, principalmente, pela falta de tempo; de duas a quatro vezes na semana; e até mesmo todos os dias, desse modo, os entrevistados ouvem quando há disponibilidade de tempo e oportunidade. Assim como a frequência, os horários de escuta variam de acordo com os compromissos de cada entrevistado.

Corroborando com a ideia do rádio como um meio de comunicação considerado como amigo e companheiro dos ouvintes está o hábito de ouvir programação quando se está só e algumas vezes acompanhado, e sempre realizando alguma tarefa.

Além da situação de diáspora, o que motiva os entrevistados a ouvir a emissora pela internet é a programação; amigos e conhecidos que trabalham na emissora; e programas e locutores específicos que atraíram a atenção dos ouvintes e os motivaram a ouvir a rádio.

Com as entrevistas foi possível perceber a importância do rádio *online* para os ouvintes que vivem em situação de diáspora, uma vez que por meio da transmissão da programação via internet, há uma aproximação com as pessoas e com a comunidade estimada, que pode ocorrer a qualquer hora e de qualquer lugar.

Bibliografia

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. Rádio e internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo. In: FERRARETTO Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (orgs.). *E o rádio?: novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

BIANCHI, Graziela. *Rural vivido e midiaticado: relações simbólicas e sentidos produzidos a partir da escuta dos programas radiofônicos Hora do Chimarrão e Brasil de Norte a Sul por ouvintes das comunidades rurais Linha Batistela, Povoado Coan e Linha Bigolin*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio do Sinos, São Leopoldo, 2003.

BRASIL. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre o Serviço de Radiodifusão Comunitária. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 20 fev. 1998.

BRIGNOL, Liliane Dutra. Diáspora latino-americana e redes sociais da internet: a vivência de experiências transnacionais. COGO, Denise; ELHAJJI, Mohammed; HUERTAS, Amparo (eds.). *Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais*. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, 2012.

CANCIAN, Juliana Raguzzoni. O contexto da diáspora na construção da identidade cultural: a experiência do personagem José Viana, do romance Sem Nome, de Helder Macedo. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – BOCC*, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cancian-juliana-contexto-da-diaspora.pdf>. Acesso em março de 2017.

DUARTE, Jorge, Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

ELHAJJI, Mohammed; BALTHAZAR, Luana (org.). *Destinos Migratórios Desejos Individuais Projetos Comunitários*. Rio de Janeiro: Cadernos do Estrangeiro, 2013.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2008.

HAESBAERT, Rogério. A Noção de Rede Regional: reflexões a partir da migração “Gaúcha” no Brasil. *Revista Território*, ano 111, nº 4, p. 55-71, jan/jun, 1998.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *IBGE Cidades*: Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul. 2010. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=430850&search=rio-grande-do-sul|frederico-westphalen>. Acesso em março de 2017.

JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa (Coord.). *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre, RS: Sulina, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RádioTube. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis: Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, v. 9, n. 1, p. 136-148, jan./jun. 2012a.

_____. Rádio social: mapeando novas práticas interacionais sonoras. *Revista Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia*, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 410-437, maio/ago, 2012b.

LOPEZ, Debora Cristina. Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação. *Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Curitiba, 2009.

_____. Radiojornalismo hipermediático: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info. *Líbero*. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, v. 14, n. 27, p. 125-134, jun. 2011.

MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (org.). *Teorias do Rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2008.

OLIVEN, Ruben George. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.

PRATA, Nair. *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Editora Insular, 2009.

SIMON, Pedro. *A diáspora do povo gaúcho*. Brasília: Senado Federal, 2009.

SÓLIO, Marlene Branca. *Jornalismo Organizacional: produção e recepção*. São Paulo: Summus, 2011.

WAGNER, Carlos. *Brasil de bombachas*. Porto Alegre: L&PM, 1995.

Rádio em ambientes digitais: experiências de segmentação em aplicativos para dispositivos móveis

Radio in digital environments: segmentation experiences in mobile devices apps

Sônia Caldas Pessoa | Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), doutora em Estudos Linguísticos (UFMG) Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon)/Centro de Convergência em Novas Mídias (CCNM/UFMG).
Email: soniacaldaspessoa@gmail.com..

Nair Prata | Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Jornalista (UFMG), doutora em Linguística Aplicada (UFMG), professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), diretora Regional Sudeste da Intercom, vice-presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor).
Email: nairprata@uol.com.br.

Kamilla Avelar | Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH)

Jornalista pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH), doutoranda em Administração pela Universidade Fumec, mestra pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades pela Universidade Federal de Ouro Preto (PPGCOM/UFOP), especialista em Gestão de Marketing pela Fundação Dom Cabral, membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor)
Email: kamilla_avelar@yahoo.com.br.

Resumo

A presente pesquisa realiza um estudo de caso de uma rádio transmitida por meio do aplicativo WhatsApp e suas dinâmicas interativas em páginas em redes sociais online. Entre os objetivos deste estudo de inspiração etnográfica de uma rádio segmentada estão a descrição e análise dos processos de transmissão, circulação da produção de textos audioverbovisuais, modelo de negócio e interação com os ouvintes usuários do aplicativo. Pretende-se compreender possíveis experiências de pessoas comuns em ambientes digitais que provocam tensões entre os modos de fazer rádio, as tecnologias digitais, a visibilidade e o suposto empoderamento do ouvinte.
Palavras-chave: rádio; WhatsApp; textos audioverbovisuais; empoderamento do ouvinte; modelo de negócios.

Abstract

This research accomplishes a case study of a radio transmitted through WhatsApp and its interactive dynamics on pages in social networks online. Among the objectives of this ethnographic study of a segmented radio are the description and analysis of the processes of transmission, circulation of the production of audioverbo-visual texts, business model and interaction with the listeners that use the application. It seeks to understand possible experiences in digital environments that provoke tensions between the ways of doing radio, the digital technologies, the visibility and the supposed empowerment of the listener.

Keywords: radio, WhatsApp, audioverbovisuals texts; listener empowerment; business model.

Traçados iniciais da pesquisa

Os apontamentos que vamos desenvolver neste artigo partem de reflexões teórico-metodológicas que articulam estudos anteriores realizados por estas pesquisadoras em rádios em ambientes digitais. A centralidade das discussões está nos atravessamentos entre o empoderamento sutil do ouvinte (PESSOA, 2016), a segmentação de produção em áudio (PRATA; MARTINS, 2015) e modelos de negócios (PRATA; MARTINS, 2010; AVELAR; PRATA, 2016). Promovemos um diálogo com outros autores (ORTIZ-SOBRINO, 2017) que pensaram configurações possíveis para essas produções que se apresentam como iniciativas de pessoas comuns para emissoras de rádio.

Optamos por realizar uma pesquisa de inspiração etnográfica, com observação não participante em transmissões de áudio, que se autointitulam rádio, por meio do aplicativo WhatsApp, considerado por Martinez-Costa e Prata (2016) como uma das plataformas sociais de emissão radiofônica. Lembramos que, com a expansão da internet e a migração do bolo publicitário, o rádio tem experimentado novos modos de produzir e modelos de negócio em ambientes digitais. Essas experiências têm sido registradas em diversas pesquisas que são referência para o mercado de Comunicação. Entre elas, destacamos três que consideramos importantes por relacionarem o acesso à internet aos celulares apontando o WhatsApp como um dos aplicativos preferidos pelos brasileiros.

A Pesquisa Brasileira de Mídia 2016¹ revela que aproximadamente duas em cada três pessoas entrevistadas conectam-se à internet e o celular é o dispositivo mais utilizado para acessar a rede. O tempo médio de acesso diário, considerados sete dias da semana, está um pouco acima de 4h30min. O Instituto Nielsen, por sua vez, informou que 75% dos usuários que utilizam o *smartphone* navegam pelas redes sociais, 39% escutam música online e em *streaming* e 74% acessam aplicativos². De acordo com o relatório da *startup* Opinion Box, o WhatsApp é o aplicativo mais encontrado na tela principal de 84,7% dos brasileiros e foi apontado como o favorito por quase metade dos entrevistados, 44,9%³.

Apesar de tomarmos o WhatsApp como aplicativo para transmissão de produção em áudio como referência para esta pesquisa, consideramos que a observação apenas neste aplicativo não seria suficiente para a compreensão das dinâmicas interativas que se estabelecem entre a rádio e os ouvintes. Tendo em vista que o material da rádio tem potência para circulação em outros ambientes digitais tais como o Instagram e o Facebook, que são usados pela emissora, decidimos considerar também textualidades nestas plataformas digitais usadas para a circulação de conteúdos. Conforme Ortiz-Sobrinho (2017), em apenas 20 anos, a internet associada à telefonia móvel e às redes sociais tem transformado o panorama radiofônico, introduzindo novos conceitos e formatos de rádio, sendo necessários outros suportes, linguagens e um novo modelo produtivo e comercial que considere esse cenário, renovando a oferta de programação, distribuição e consumo.

Assim, nossa pesquisa realiza um estudo de caso de uma rádio transmitida por meio do aplicativo WhatsApp e suas dinâmicas interativas em páginas em redes sociais online. Entre os objetivos deste estudo de uma rádio segmentada estão a descrição e a análise dos processos de transmissão, circulação da produção de textos audioverbovisuais, modelo de negócios e interação com os ouvintes usuários do aplicativo. Pretende-se compreender possíveis experiências em ambientes digitais que provocam tensões entre os modos de fazer rádio, as tecnologias digitais e o empoderamento sutil do ouvinte.

Escolhas metodológicas

Nossos passos iniciais para a escolha da Rádio Web Clube Sertanejo, que reivindica para si o título de “primeira rádio via WhatsApp do mundo”, foram guiados por um levantamento exploratório em emissões de áudio em ambientes digitais. Partimos de casos listados por Martinez-Costa e Prata (2016) como novos modelos de escuta e de consumo e recortamos, para este estudo de caso, uma das emissões que figuram entre experiências de rádio em ambientes digitais prioritariamente transmitidas por aplicativos instalados em dispositivos móveis.

Para realizar a pesquisa, optamos por observação e coleta de dados utilizando o celular. O período de análise está concentrado entre os dias 13 e 20 de março de 2017, de segunda-feira a domingo, tendo sido escolhido aleatoriamente, mas de modo que pudesse formar uma unidade de análise. Registramos que nos dias 11 (sábado) e 12 de março (domingo) a rádio enviou mensagens aos ouvintes sobre o retorno aos trabalhos após um período de férias. Foi coletado um conjunto de textos em áudio, verbais e visuais, capaz de articular significações e sentidos vindos de situações diversas e de relacionar textualidades distintas promovendo afetos e estimulando experiências diversificadas (MENDONÇA, 2010).

Nossa escolha por considerar essas textualidades diversas, e não apenas as emissões em áudio, se dá em função de pesquisas de inspiração etnográfica em ambientes digitais nas quais chegou-se à conclusão que se tornam importantes a circulação e as dinâmicas entre inúmeras redes sociais online para a compreensão não só do objeto de estudo, mas dos fenômenos a ele articulados (PESSOA, 2015). Ao todo, reunimos oito emissões em áudio realizadas pela rádio por meio do WhatsApp, 28 postagens no Instagram – deste total, três são vídeos –, 21 postagens no Facebook, com apenas um vídeo e nenhuma postagem no site da emissora. Além desta observação, realizamos entrevista em profundidade com o proprietário da Rádio Web Clube Sertanejo, Ademar Nunes Filho, utilizando o próprio WhatsApp e também o e-mail como ferramentas para a coleta das respostas.

Em nossa observação exploratória, registramos algumas iniciativas de rádio por meio do WhatsApp. Podemos destacar pelo menos dois formatos de produção. Um deles é feito por meio do envio de um programa

diário gravado e editado, precedido por um breve texto que resume o tema a ser abordado. O outro prevê conjuntos de textos que, para além dos recursos sonoros, incluem recursos imagéticos e verbais, constituindo um encadeamento de elementos que nos apontam para outros formatos, diferentes daqueles que circulam no rádio hertziano, explorando ambientes digitais.

É neste segundo perfil que incluímos a Rádio Web Clube Sertanejo, aqui analisada. Como dissemos, ela divulga ser a primeira rádio do mundo via WhatsApp. Perguntamos ao proprietário da emissora, Ademar Filho, porque a emissora toma para si o pioneirismo nas transmissões pelo aplicativo e a resposta foi a seguinte: “Só fazer pesquisa no Google que ali dá todas as informações”. Seguimos a indicação de pesquisa na internet, mas não encontramos dados precisos que nos permitem comprovar essa afirmação. Decidimos considerá-la, portanto, como a rádio que se autointitula a primeira via WhatsApp.

De brincadeira de pessoas comuns a rádio por aplicativo

A Rádio Web Clube Sertanejo foi fundada em 21 de maio de 2015. Sua história começou com uma brincadeira de um grupo de amigos, que gravaram áudios com músicas e notícias do mundo sertanejo. O dono e idealizador da rádio é Ademar Nunes Filho. Segundo ele próprio informou, estudou até o Ensino Médio e tem pouca experiência em rádio. De algum modo, podemos dizer que a iniciativa de Ademar nos remete às experiências do homem ordinário ou dos comuns, nas palavras de Certeau (2014), para quem, em determinadas situações, este homem toma para si o papel de narrador, a partir de uma definição de um lugar (comum) do discurso e o espaço do seu desenvolvimento. Um dos pontos, para além das reflexões sociopolíticas e culturais, que diferenciariam a experiência de Ademar dos comuns de Certeau seria a ausência de anonimato neste espaço de desenvolvimento do discurso. Pelo contrário, teríamos a busca e o reforço da visibilidade sustentada pelas transmissões e pela circulação dos conteúdos em redes sociais.

A primeira transmissão da emissora se deu durante 4 minutos e 21 segundos, com um áudio com músicas e notícias do mundo sertanejo. Os primeiros tempos seriam de testes, que resultaram em um segundo dia, no qual a então Rádio Clube da Viola permaneceu no ar por 9 minutos e 38 segundos. Ao final do primeiro mês, a rádio mudou de nome, passando a se chamar Rádio Zap Clube da Viola, com uma média de transmissão diária de 10 minutos. De acordo com o site da emissora⁴, “A brincadeira foi ficando séria, a rádio já estava ganhando muitos admiradores e com isso aumentando sua popularidade. Tivemos que adquirir mais conhecimentos, mais equipamentos e ferramentas para engrandecer a mesma e transmiti-la para ouvintes em todos os Estados do Brasil”.



Figura 1: Redação/estúdio da rádio nos primeiros tempos

Fonte: Ademar Nunes Filho

A iniciativa desta rádio parece nos indicar que as mudanças trazidas pela convergência das mídias e pelo desenvolvimento das tecnologias digitais, que alteram permanentemente as formas de comunicação, dão condições a pessoas comuns de compartilhar as próprias experiências em áudio com outras pessoas. Contemporaneamente, não há fronteiras para a distribuição do conteúdo multimídia, que pode figurar em diversos suportes ao mesmo tempo, ser consumido em qualquer horário, lugar e de forma simultânea. Ortiz-Sobrino (2017) afirma que, em apenas duas décadas, a internet, a telefonia móvel, os aplicativos e as redes sociais modificaram substancialmente o panorama radiofônico, redimensionando a estrutura da indústria da radiodifusão para uma nova maneira de entender os formatos dos programas e as formas de distribuição.

Assistimos, em definitivo, a uma nova concepção multimídia e transmídia da comunicação de massas e individual em que o papel da comunicação se fundamenta em uma hibridização dos formatos e suportes, cuja coluna vertebral está na internet, na telefonia móvel e nas redes digitais de distribuição de conteúdos e informação. Essa hibridização determinará o consumo, a produção, a oferta de conteúdos nos próximos anos (ORTIZ-SOBRINO, 2017, p. 2).

A concepção dos produtos, no entanto, está necessariamente relacionada aos termos de uso dos suportes. No caso em análise, por exemplo, os limites de tamanho de arquivo e de áudio do aplicativo impuseram restrições também na concepção da rádio, que pode usar, por vez, 16 megabytes (MB) e/ou 22 minutos de gravações de áudio. “Passou de 16MB o áudio não entra. Então, quando iniciei, fui testando até chegar ao limite. Porém, se eu descer o KBPS, na hora de salvar a qualidade cai muito, então prefiro ficar com o padrão mesmo”, explica Ademar Filho. Esse limite pode ser um dos fatores que impulsionaram a rádio a adotar as transmissões 24h por dia também por meio do site, o que teria ocorrido, segundo a divulgação institucional da emissora, a pedido de amigos e ouvintes. Em 21 de dezembro de 2015, o nome da emissora sofreu nova modificação passando a ser Rádio Web Clube Sertanejo. Na sequência, desde 21 de janeiro de 2016, foram iniciadas as transmissões pelo site.

A elaboração deste produto, tanto do ponto de vista do conteúdo quanto da transmissão e da circulação, se dá em formatos adaptáveis aos dispositivos móveis e à internet, atendendo a modelos de comunicação que sejam adequados ao novo ecossistema midiático. Para Lévy (1996), o espaço virtual cria nova lógica para a velocidade e outros meios de interação são instaurados. Há multiplicação de espaços, possibilitando que os indivíduos transitem de um nó ao outro da rede, não somente de espaços geográficos, mas de espaços virtuais. Tais espaços virtuais “se metamorfoseiam e se bifurcam aos nossos pés, forçando-nos à heterogênesse” (p. 23).

Segmentação: marcas do Sertanejo

A programação da emissora, no ar 24 horas pela internet, é essencialmente sertaneja, não havendo concessão de espaço a outros gêneros. As músicas disponibilizadas pela internet estão concentradas no country americano, sertanejo gospel, sertanejo universitário, sertanejo de raiz e sertanejo de amor, entre outras variações, como são intituladas pela própria rádio. Já pelo WhatsApp, a programação segue uma rotina pré-determinada como, por exemplo, às segundas-feiras é enviado o programa *Love Sertanejo*; às quartas a rádio toca música de raiz ou sertanejos antigos e, às sextas, as canções são mais descontraídas. E todos os dias, às 18h, a tradicional Ave Maria é cantada por Paula Fernandes, cantora sertaneja mineira.

A opção pelo sertanejo segue a linha da preferência pelo gênero no país. Levantamento realizado em 2016 pelas plataformas *Spotify* e *Deezer* apontou que, no Brasil, o gênero sertanejo domina os principais rankings de músicas executadas, cantores, cantoras e duplas⁵. E traz informações ainda sobre a ascensão do chamado “sertanejo feminista”, com foco nos desencontros amorosos cantados por mulheres. Um outro levantamento, desta vez do Instituto Crowley, responsável por monitorar as emissoras brasileiras de rádio, aponta que entre as dez músicas mais tocadas no país em 2016, todas são sertanejas⁶.

Pesquisador da gênese do sucesso da música sertaneja no Brasil, Edvan Antunes (2012) explica que o gênero veio preencher uma lacuna deixada pela desaceleração do rock nacional, do axé e do pagode. Ele afirma que as primeiras gravações caipiras são dos anos 1920 e que hoje essas músicas amadureceram e se consolidaram no mercado.

Na transmissão realizada às 11h48 do dia 15 de março de 2017, por exemplo, percebemos diversos elementos que, embora enviados separadamente aos usuários por conta da própria economia do WhatsApp, representam um conjunto, conforme imagem a seguir, em uma sequência lógica audioverbovisual que, como explicado no início deste texto, permite experiências diversas de modos de escuta e de relacionamento entre produtores, conteúdo e ouvintes.



Figura 2: Programação Rádio Web Clube Sertanejo

Fonte: Captura WhatsApp

A imagem (Figura 2) traz um cenário cuja ambiência remete a imaginários de uma cultura visual sertaneja, como o fogão a lenha, a caneca esmalçada para receber o café, que chega quentinho do coador de pano, a panela por onde se pode ver a fumaça subindo, e também pães de queijo e bolos. Além da valorização desse universo sertanejo, o anúncio traz muitas informações associadas à divulgação da rádio tanto pelo aplicativo quanto pelo site na internet. Há ainda uma marcação temporal a partir da indicação do dia da semana e do programa a ser transmitido, ambos em letras maiúsculas, para chamar a atenção do usuário, em uma associação direta com a logomarca da rádio e o reforço da segmentação por meio do slogan “100% sertaneja”. Para finalizar o texto verbovisual, a assinatura “A PRIMEIRA RÁDIO VIA WHATSAPP DO MUNDO” novamente com o uso de maiúsculas. Essas inscrições assumem a simbologia não só do direcionamento para um público supostamente imaginado, mas de uma tentativa de se firmar como uma iniciativa inédita e pioneira.

O relinchar de um cavalo e o mugido de uma vaca, associados ao grito de um suposto peão boiadeiro, sugerem ao ouvinte uma paisagem sonora típica do campo no programa cujo áudio, com a imagem do *play* pode ser visualizada na Figura 2. A entonação forjada para assimilar-se aos locutores de rodeios é perceptível na voz do locutor, que parece escolher um estilo no qual há uma miscelânea de elementos da fala coloquial com expressões típicas supostamente de moradores de algumas zonas rurais. Além de evidenciar, intencionalmente, os erros de concordância entre os elementos das frases, esse estilo revelaria determinadas expressões presentes nas músicas sertanejas e que dão conta de estereótipos sobre o discurso de pessoas que vivem no campo. Antes de tocar a música, por exemplo, o locutor anuncia: “essa *nóis* toca aqui” ou ainda “hoje é dia de tocar aquela música que *nóis* gosta”.

A saudação aos ouvintes é repetida nessa emissão, assim como em todas as que acontecem diariamente, com o bordão: “Brutas e Brutos”, um cumprimento marcadamente da vertente de um subsegmento do Sertanejo, o Sertanejo Bruto. Seriam características desse estilo o romantismo, com voz grave, ausência de delicadezas e um discurso que não se preocupa em negar o machismo⁷.

A programação ainda inclui um *Momento de Reflexão*. No dia 14 de março, por exemplo, às 9h28, foi enviado com vídeo (Figura 3) em que uma pessoa chamada Ivan Saraiva fala sobre os valores da paz. Ele usa uma blusa com a inscrição “Fé” e oferece gratuitamente aos ouvintes um DVD duplo sobre o assunto, que será enviado pelos Correios. O interessado deve ligar para (12) 2127-3121, fornecer nome e endereço e, assim, ganha o DVD. Em seguida, ele cita alguns versículos bíblicos e faz uma reflexão religiosa. O vídeo tem 3 minutos e 47 segundos. Ao final, é exibido o endereço www.novotempo.com/estaescrito, site da Rede Novo Tempo de Comunicação. Segundo o proprietário da emissora, esses vídeos nunca são repetidos.



Figura 3: Momento de Reflexão em 14/03/2017 às 9h28

Fonte: Captura WhatsApp

A emissora também utiliza uma das mais tradicionais ferramentas da comunicação eletrônica, tanto no WhatsApp, quanto nas outras plataformas: a prestação de serviço e o engajamento em campanhas sociais (Figura 4). Segundo o Ibope Media⁸, o conteúdo preferido pelo público de rádio é notícia e prestação de serviço, consumido por 65% da audiência; em segundo lugar, está a música, preferência de 47%, seguida de conteúdo religioso, 19%, esportes, 18%, variedades e humor, 18%, opinião, 11% e participação de ouvintes, 7%. A Rádio Web Clube Sertanejo, portanto, organiza sua programação de forma inteligente ao centrar seu propósito comunicativo em música e prestação de serviço.



Figura 4: Prestação de serviço e campanhas sociais

Fonte: Captura WhatsApp

Tensões entre modos de produção, circulação e empoderamento sutil do ouvinte

Em média, a Rádio Web Clube Sertanejo possui pouco mais de 15.500 ouvintes, somando-se todas as plataformas de emissão, sendo 12 mil ouvintes pela internet e 3.506 pelo WhatsApp. A transmissão da programação, via WhatsApp, é gravada – geralmente um pequeno bloco com músicas, comerciais e publicidade institucional da emissora – e, logo em seguida, o arquivo é enviado. É interessante observar que a emissora avisa aos ouvintes quando uma gravação está sendo realizada e, pouco tempo depois, o arquivo é enviado, como pode ser observado nas imagens que compõem a Figura 5, a seguir:



Figura 5: Programação da rádio via WhatsApp

Fonte: Captura WhatsApp

O compartilhamento do arquivo se dá por lista de transmissão do WhatsApp, um sistema de listas de destinatários pré-determinados pelo qual são enviadas transmissões repetidamente, sem precisar selecionar os contatos novamente toda vez que for feita uma nova remessa. Quando é enviado um arquivo para uma lista de transmissão, todos os destinatários recebem a mensagem, que aparece na tela de conversas. E se alguém

responder, a mensagem é enviada apenas ao remetente e não aos demais destinatários. Ou seja, não há interação entre os usuários do aplicativo. Como as listas têm número limitado de membros, a Rádio Web Clube Sertanejo trabalha com 15 listas no total, cada uma delas com 250 ouvintes.

Não é novidade pensar que a proposta sonora deve dialogar com as características que fazem parte das plataformas comunicativas, estabelecendo um espaço multidirecional e simultâneo em que o rádio apresenta ao usuário a capacidade de interagir com o conteúdo de mídia. No caso da rádio aqui analisada, por exemplo, o primeiro contato estabelecido com a emissora é feito pelo ouvinte que, via WhatsApp, deve enviar nome, sobrenome e cidade. Ao tomar esta iniciativa o ouvinte assume a decisão de acompanhar a programação da emissora; é dele a escolha de “assinar” aquela lista de transmissão. A resposta da rádio ao pedido do ouvinte é quase imediata, como mostra a Figura 6, com uma sequência de tentativas de demonstrar a valorização da participação do ouvinte. É feita uma solicitação de informações sobre como a pessoa conheceu a emissora, além de instruções sobre como proceder para acessar a programação. Há também um pedido de envio de foto e a saudação com o *slogan* dito pelo DJ: “Luxo querida... que seja bem, vinda”, seguido do pedido de desculpas por não ter atendido à ligação do WhatsApp, pois a equipe estava gravando a programação.



Figura 6: Primeiro contato Rádio Web Sertanejo

Fonte: Captura WhatsApp

O WhatsApp talvez seja o modo de transmissão e de circulação mais personalizado adotado pela emissora, que optou, ainda, pelo site (<http://radiowebclubesertanejo.com>) e um aplicativo próprio abrigado no integrador RadiosNet, além de acesso pelo site de uma empresa parceira (www.cowboy120x.com.br). A emissora possui perfil no Facebook (262 seguidores) e Instagram (687 seguidores). Sobre o pequeno número de seguidores nas redes sociais, Ademar Nunes Filho avalia que o ouvinte da emissora “quer mesmo é ouvir música e receber notícias”.

O idealizador da Rádio Web Clube Sertanejo elabora uma proposta de categorização das dinâmicas possíveis entre a emissora e o público por

meio das várias plataformas de emissão: “Pelo WhatsApp, parecemos amigos; pelo site, é uma relação mais profissional; no Facebook, estamos ainda começando nesta plataforma e, por enquanto, está sendo bem bacana”. Ele diz que o celular da rádio “é uma loucura” e que de vez em quando tem que “dar uma limpeza nos contatos” por causa do grande volume de destinatários da emissora. Na entrevista, Ademar relatou um dos muitos casos vividos à frente dos microfones:

Temos uma ouvinte bem antiga, da época em que éramos somente via WhatsApp, e em menor tempo. Bom, essa senhora nunca pediu música, porém é bem participativa. E um dia resolveu me ligar para pedir uma música. Simplesmente ela pediu pra tocar qualquer música do Roberto Carlos rsrsrs... E respondi: Senhora, nunca reparou que a rádio só toca sertanejo? Ela automaticamente respondeu com a voz meio engraçada: Sim, mas quem sabe Roberto Carlos tem uma música no estilo sertanejo e eu não sei... E demos ótimas risadas!”.

Se, por um lado, há trocas de mensagens iniciais entre o usuário do WhatsApp e a rádio, as publicações da emissora no Facebook são limitadas, normalmente, a chamadas para a programação e para os eventos e promoções da rádio. Desperta a atenção o retorno quase nulo do público, com uma ou duas curtidas nos *posts* e quase nenhum comentário.

No Instagram também não há qualquer referência à transmissão por WhatsApp e, nesta plataforma, o slogan é outro: “Rádio Web 100% Sertaneja”. Há também o link para o site e a informação da disponibilidade do aplicativo da emissora. Como rodapé fixo, há um pedido para que os usuários sigam os parceiros comerciais da emissora, acompanhado de uma lista com os respectivos endereços de perfis. A participação do público é também muito pequena no Instagram (Figura 7), com poucas curtidas e quase nenhum comentário nas postagens, que se resumem a chamadas institucionais ou da programação.



Figura 7: Perfil da rádio no Facebook e Instagram

Fonte: Captura Facebook e Instagram

Talvez esse possa ser considerado um dos exemplos do comportamento das audiências, que teria mudado radicalmente desde a implantação da internet. Os usuários das redes sociais online, que constituem o público de emissoras como essa, parecem querer receber produtos em suas telas com exclusividade, de maneira imediata e gratuita (GONZÁLEZ; PORTAS,

2017). O que os autores registraram a partir de reflexões teóricas é percebido, de um ponto de vista pragmático, pelo proprietário Rádio Web Clube Sertanejo, que acredita que o público da rádio deseja, prioritariamente, ouvir música sem se preocupar em interagir pelas redes sociais.

Modelo de negócios

O sintagma modelo de negócio pode ser compreendido como a lógica com que “uma determinada organização cria, distribui e captura valor” (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010, p. 14) ou como uma proposta de valor com soluções por meio de produtos e serviços que possam satisfazer as necessidades dos clientes de uma maneira melhor que o concorrente (MAJÓN; VARA-MIGUEL; DÍAZ-ESPINA, 2016). O modelo de negócios é fundamental para a sustentabilidade de projetos como rádios em ambientes digitais. O que se percebe, no entanto, é que eles não necessariamente são estudados e planejados com antecedência, antes do lançamento do produto. Parece-nos que os projetos em ambientes digitais e em dispositivos móveis carecem de formatos que extrapolam os modelos tradicionalmente adotados pelas emissoras comerciais hertzianas e que consigam viabilizar todos os processos relacionados à produção e circulação de produções em áudio nestes ambientes.

No nosso estudo de caso, por exemplo, o modelo de negócios foi um dos temas da entrevista realizada com o idealizador da emissora. Ele afirmou que os recursos gerados pela emissora são suficientes para arcar com as próprias despesas, mas que ainda não há registro de lucro. A Rádio Web Club Sertanejo se sustenta financeiramente por meio de parceiros comerciais, muitos deles desde os primeiros tempos, quando a estação realizava transmissões somente pelo WhatsApp. Há contribuições financeiras e um sistema de permuta. Atualmente, a rádio tem pelo menos 11 parcerias publicitárias⁹.

Apesar de a Rádio Web Clube Sertanejo buscar novas propostas de emissão, no tocante ao modelo de negócio, repete as velhas fórmulas da mídia tradicional. A maneira como a emissora cria, distribui e captura valor em nada difere das demais emissoras em plataforma multimídia e até das rádios hertzianas. A rádio depende visceralmente da publicidade para sobreviver, como acontece no rádio brasileiro desde os anos 1930. Na entrevista realizada com o proprietário da emissora e na observação realizada por estas pesquisadoras, não há qualquer indício de avanço na configuração da cadeia de valor e, consequentemente, no modelo de negócio da rádio.

Costa (2014) aponta que a mídia tradicional se apoia em uma operação impulsionada por quatro zonas muito bem definidas que, na Rádio Web Clube Sertanejo, são claramente identificáveis: 1. Produção de conteúdo; 2. Administração, finanças, recursos humanos; 3. Comercialização; 4. Circulação. Na emissora, a pequena equipe, composta pelo casal que idealizou o projeto, produz o conteúdo, gerencia o negócio, vende a publicidade e realiza a transmissão, tudo isso sem levar em conta as novas possibilidades oferecidas pelo meio digital para geração de uma cadeia de valor que não seja sustentada apenas pela venda de comerciais.

A partir do estudo elaborado pela plataforma dosdoce.com para os novos modelos de negócio da era digital, é possível apontar que a rádio adota dois modelos de transmissão: 1. *Open access*, ou acesso livre: pelo site, o usuário tem acesso a todos os conteúdos, sem qualquer restrição ou imposição de pagamento; 2. Assinatura: nas transmissões pelo WhatsApp há a exigência de uma adesão à emissora, mas sem qualquer ônus para o usuário. O modelo de negócio utilizado pela emissora é, portanto, o chamado *Publicidade Inserida*, que consiste em oferecer conteúdo gratuito, mas com publicidade que, no caso da emissora pesquisada, parece ser de interesse concreto para os seus usuários.

Além da publicidade, a emissora utiliza a também tradicional permuta, uma das formas mais antigas de sustentabilidade no rádio. A literatura relata casos de pequenas emissoras que sobrevivem quase que totalmente com permutas diversas, beneficiando patrões e empregados com produtos e serviços em troca de inserção comercial. Na permuta geralmente não há dinheiro envolvido, apenas uma valoração do que cada parte oferece para o fechamento do acordo.

Do ponto de vista da publicidade institucional, registramos que as escolhas, tanto da garota propaganda quando da simbologia para a maioria das campanhas, se dá a partir de referências pessoais do casal que ancora todos os processos de produção, circulação e de negócios da emissora. Um dos símbolos utilizados na publicidade institucional da rádio é uma muleta, em uma referência subliminar à discussão sobre pessoas com deficiência e acessibilidade, que está diretamente relacionada à condição pessoal do dono da rádio. Ademar explica que ele usa uma muleta para se apoiar ao caminhar, pois foi vítima de erro médico há quatro anos ao se submeter a uma cirurgia na coluna: “Por isso na vinheta tem a frase ‘Aqui a muleta mandaaaaa...’ Sempre uma das primeiras vinhetas inicia com o nome da rádio, aí vem a muleta, manda e logo em seguida entro com Aowwww Misericórdiaaaa...” A esposa do idealizador da rádio, Khaty Leonardo Pereira Nunes, além de contribuir com as atividades diárias da rádio, também atua como modelo na publicidade institucional da emissora.

Conclusão

O ambiente digital proporciona experiências a pessoas comuns para criação, produção, transmissão e circulação de conteúdos em áudio que muito se assemelham às emissoras hertzianas. Por outro lado, demandam estruturas leves, baixos investimentos e permitem que os *homens ordinários*, até bem pouco tempo, ouvintes de emissoras, idealizem e façam a implantação de seus próprios projetos, explorando sites, redes sociais e aplicativos em dispositivos móveis.

A segmentação da programação seria, para projetos como esses, um pilar importante que facilita os processos de produção e circulação realizados por equipes compostas por poucas pessoas, sem vivência profissional anterior em emissoras de rádio, mas que transformam os seus modos de ver e de estar no mundo em conteúdos a serem consumidos pelos ouvintes usuários das plataformas digitais.

Para além dos desafios técnicos e tecnológicos associados aos próprios recursos do ambiente digital, estão postos pelo menos dois grandes desafios do ponto de vista do relacionamento com o ouvinte e do modelo de negócios escolhido pela emissora. Se por um lado percebemos a valorização do ouvinte e a tentativa de criar uma ambiência na qual ele se sinta envolvido, por outro, há ainda pouca exploração de interações mais efetivas, com a participação ativa na programação e na troca com os demais usuários. O ouvinte se sentiria empoderado em dinâmicas nas quais ele é “recebido” no aplicativo, demandado a responder perguntas pessoais e a participar de uma conversa direta com o proprietário a emissora. Essas dinâmicas, no entanto, não dariam conta de uma lógica colaborativa, típica dos ambientes digitais, na qual seria dado ao ouvinte o *status* de co-produtor da emissora.

A nosso ver, esse empoderamento, que nos parece sutil, apresentaria reflexos diretos no desenvolvimento dos modelos de negócios. Esses também estariam repetindo grande parte dos modos tradicionais de negociação de espaço na programação, mas que garantiriam a exploração dos ambientes digitais e suas múltiplas possibilidades de sustentabilidade destas transmissões, que se autointitulam emissoras de rádio.

Bibliografia

- ANTUNES, Edvan. *De caipira a universitário: a história do sucesso da música sertaneja*. São Paulo: Matrix Editora, 2012.
- AVELAR, Kamilla; PRATA, Nair. O branded content como estratégia comunicativa no rádio corporativo. *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0023-1.pdf>. Acesso em: 3/4/2017.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Arte de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.
- COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócio para o jornalismo digital. *Revista de Jornalismo ESPM*. Abr-jun. de 2014.
- GONZÁLEZ, Aurora; PORTAS, Mercedes. Sobre los nuevos modelos de negocio en las actividades radiofónicas. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, [S.l.], v. 4, n. 7, p. 1-5, mar. 2017. ISSN 2341-2690. Disponível em: <<http://www.revistaeic.eu/index.php/raic/article/view/104>>. Acesso em: 23 mar. 2017.
- LEVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora. 34, 1996.
- MAJÓN, Idoia; VARA-MIGUEL, Afonso; DÍAZ-ESPINA, Carolina. Innovación, modelos de negocio y medición de audiencia ante los nuevos retos del mercado de la comunicación. In: CHALEZQUER, Charo; AVILÉS, José; MARTÍNEZ-COSTA, Maria del Pilar (coord.). *Inovación y desarrollo de los cibermedios en España*. Pamplona: EUNSA, 2016. p. 31-39.

MARTÍNEZ-COSTA, Pilar; PRATA, Nair. O rádio em busca da sua audiência: rumo a uma escuta diversificada e multiplataforma. *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1530-1.pdf>. Acesso em: 9/3/2017.

MENDONÇA, Carlos. Experiência e Significação. In: LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos GUIMARÃES, César. *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p. 179-188.

ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel. De la post-radio convergente a la radio híbrida. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, [S.l.], v. 4, n. 7, p. 1-5, mar. 2017. ISSN 2341-2690. Disponível em: <http://www.revistaecic.eu/index.php/raec/article/view/104>. Acesso em: 23/3/2017.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & sons, 2010.

PESSOA, Sônia. *Estética da diferença: contribuições ao estudo da deficiência e das redes sociais digitais como dispositivos de mise en scène*. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, Belo Horizonte, 2015. Disponível em: <<http://150.164.100.248/poslin/defesas/1634D.pdf>>. Acesso em: 30/3/2017.

PESSOA, Sônia. O empoderamento sutil do ouvinte no radiojornalismo: os desafios de uma cultura além da escuta. *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0428-1.pdf>. Acesso em: 20/3/2017.

PRATA, Nair; MARTINS, Henrique. A webradio como business. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. *Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0322-1.pdf>. Acesso em: 3/4/2017.

_____. Rádio corporativa: a segmentação sob encomenda como modelo de negócio. *Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1579-3.pdf>. Acesso em: 3/4/2017.

SALDAÑA, Iñaki. *How the new business models in the digital age have evolved*. Disponível em: <http://www.dosdoce.com/2016/03/04/how-the-new-business-models-in-the-digital-age-have-evolved>. Acesso em: 8/3/2017.

Notas

1. Disponível em: <file:///C:/Users/User/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20M%C3%ADdia%20-%20PBM%202016.pdf> Acesso em: 20 jan. 2017.
2. Disponível em: <http://www.perkons.com/upload/tiny_mce/arquivos/260813mobileconsumer.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2016.
3. Disponível em: <http://blog.opinionbox.com/opinionbox/>. Acesso: 23 mar. 2016.
4. Disponível em: <http://blog.opinionbox.com/opinionbox/>. Acesso: 23 mar. 2016.
5. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2016/12/18/internas_viver,680660/a-musica-em-2016-sertanejo-e-preferencia-nacional-em-rádios-e-streami.shtml>. Acesso em: 22 abr. 2017.
6. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2016/12/18/internas_viver,680660/a-musica-em-2016-sertanejo-e-preferencia-nacional-em-rádios-e-streami.shtml>. Acesso em: 22 abr. 2017.
7. Disponível em: <http://blognejo.com.br/o-sertanejo-bruto-e-a-bola-da-vez/>. Acesso em: 27 abr. 2017.
8. Disponível em <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/08/05/prestacao-de-servico-fortalece-o-radio.html> Acesso: 28 abr. 2017.
9. Equoterapeuta Viviani Tevez, Life Center Academia, Clínica de Olhos do Dr. Afonso Travassos, Vss Imagens, Mazza GM, Drograria Preço Baixo, Cowboy 120x Moda Country, Extreme Som, Veículos di Bandas, Silvana Confecções e Escritório MSF.

Por um rádio de vanguarda política e estética

Marcelo Kischinhevsky e Sonia Virgínia Moreira
(Colaboração da bolsista de Iniciação Científica Lorena Hang)

Um dos pesquisadores mais representativos de rádio-arte, educação e comunicação comunitária do Brasil, o professor associado Mauro Sá Rego Costa – que até 2016 integrou o corpo docente da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FEBF/UERJ) – advoga a aproximação entre as rádios comunitárias, as experimentações artísticas e a ação política. Para Mauro, a radiodifusão comunitária vive um momento rico, graças à emergência de uma era pós-mídia, conectada pela internet, que potencializa a circulação de áudio e traz vínculos novos, como as audiências em situação de diáspora – caso dos brasileiros que vivem nos EUA mas sintonizam uma estação de Governador Valadares (MG) via web.

Autor do livro *Rádio, arte e política* (EdUERJ, 2013) e colaborador do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Dança Angel Vianna, o professor integra a Rede Rádio-Arte, que reúne pesquisadores de rádio, som e música do Brasil e do exterior. A produção da rede pode ser ouvida em FM e via internet pela Rádio UFMG Educativa, de Belo Horizonte, todo sábado às 14h e na Rádio MEC do Rio de Janeiro, às segundas-feiras, à meia-noite. Mauro concedeu esta entrevista no estúdio do AudioLab, da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. A íntegra em áudio está disponível na página do laboratório, no endereço: <http://152.92.4.92/audiolab/?p=3822>. A seguir, os principais trechos:

Marcelo – Além de atuar na Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação na Faculdade de Educação da UERJ em Duque de Caxias, você historicamente desenvolve atividade de extensão em que concilia as experimentações e a comunicação comunitária. Pode falar um pouco mais sobre a Rádio Kaxinawá?

Mauro – Isso foi, na verdade, o começo do meu trabalho com o rádio. Eu trabalhei com todas as áreas da Comunicação. Fui jornalista de papel, no *Jornal do Brasil*, fiz televisão e nunca tinha feito rádio. Quando começou a história de rádio comunitária, a UERJ de Caxias tinha se mudado para a Vila São Luís, um bairro bem homogêneo socioeconomicamente, bem interessante. Eu conhecia a presidente da associação de moradores, a dona Paula, uma figura, que não é cabo eleitoral, e conversando pensamos: “Vamos fazer uma rádio

comunitária?”. A rádio comunitária pertence à principal associação demoradores de lá – são cinco entidades locais que precisam se reunir para formar uma rádio comunitária, segundo a lei. Isso foi em 1999/2000. Fizemos reuniões na associação e criamos a rádio. A UERJ ofereceu um espaço dentro da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. Na verdade, criamos um laboratório de rádio para a Faculdade financiado pela FAPERJ [*Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro*]. Havia o equipamento para fazer a rádio, uma rádio excepcional: comunitária e, ao mesmo tempo, universitária. Ela está dentro da Universidade, tem a programação da comunidade e a programação feita por alunos e professores da Faculdade. Criei, inclusive, duas disciplinas de rádio – acho que é o único curso de educação do Brasil que tem rádio como disciplinas eletivas, Rádio I e Rádio II, para a garotada fazer rádio.

Marcelo – Recuperando o papel educativo do rádio, ao longo do século XX, esse papel importantíssimo...

Mauro – Verdade! Depois do rádio, eles começaram a fazer televisão. Tem uma área de televisão e internet dentro da Faculdade. Trabalhamos uma formação em educação atual. O aluno não é professor para quadro-negro: sabe usar rádio, televisão e internet. Sabe fazer blogs, websites.

Marcelo – A chamada educação para as mídias.

Mauro – Educação de verdade!

Sonia – E a rádio continua?

Mauro – Continua. No momento está fora do ar porque pifou o transmissor e não há dinheiro para chamar o seu Jorge, que constrói transmissores de 25 watts para as rádios comunitárias das favelas, comunidades do Rio de Janeiro. Ele é da Penha e foi quem chamamos para construir o nosso transmissor e instalar a antena. Ele construiu e instalou e sempre que há algum problema, chamamos o seu Jorge para consertar: dá uma ventania, muda a direção da antena, é preciso dar um jeito e isso é contínuo. Então está com esse problema agora e, como a UERJ está sem dinheiro na crise em que estamos, há dois meses a rádio está fora do ar.

Sonia – As disciplinas continuam?

Mauro – As disciplinas continuam e continua inclusive o grupo de estudos de Deleuze e Guattari, que se reúne toda segunda-feira. É o único grupo de estudos de Filosofia do rádio no Brasil, feito numa rádio comunitária, dentro da UERJ. Eu continuo a trabalhar com o grupo, que também tem um blog que criei: gravo todas as reuniões do grupo de estudo, está tudo lá. Esse blog é acompanhado no Brasil inteiro – em Mato Grosso, em Goiás... Gente que estuda Deleuze e Guattari, estudantes da Faculdade de Comunicação, da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. Isso não parou, apesar de [*a rádio*] estar fora do ar. Continuamos gravando os programas e colocando no blog.

Marcelo – Hoje temos no Brasil mais de 4.700 rádios comunitárias legalizadas em operação. A diversidade de programações entre elas é muito grande, mas você vê espaço para inovações estéticas e novos formatos? Você vê o espaço da radiodifusão comunitária como um espaço de inovação?

Mauro – Olha, é meio raro. As rádios comunitárias acabam fazendo muito a imitação do rádio comercial. Não criam um estilo, uma linguagem própria, na maioria. Em algumas, por exemplo no Chapéu Mangueira, na Babilônia, morros do Leme na Zona do Sul do Rio, quem dirige a rádio é um DJ de hip hop, ligado a coisas mais atuais, faz um trabalho bacana com hip hop e com a área de música contemporânea popular. Há um pessoal da Rádio Bicuda, na Penha, que foi fechada várias vezes e só conseguiu a concessão em 2007. Antes da legislação [*a lei que regulamenta a radiodifusão comunitária é de 1998*], já havia uma boa quantidade de rádios no ar independente de qualquer regulamentação.

Marcelo – Você acredita que a profecia de uma era pós-mídia, do ideólogo das rádios livres francesas nos anos 1980, Felix Guattari, se realiza com a internet?

Mauro – Sim, claro, cada vez mais. É uma prática política que começou exatamente nas rádios livres da Itália nos anos 70 e na França nos anos 80. O primeiro movimento para criar rádios livres, movimento político – a rádio Alice de Turim, a rádio Tomate, de que o Guattari participou, uma rádio ecologista em Paris – teve um reflexo no Brasil em 1985, logo que acabou a ditadura, com a rádio Xilik da USP, a rádio Se Liga, Suplicy, uma porção de rádios em São Paulo, nas universidades, fazendo um trabalho de discussão política. Elas eram, inclusive, explicitamente, ligadas às rádios italianas e francesas com essa prática política diferente do que a mídia oficial e comercial faz. Então o movimento que começou com essas rádios. Quem fala muito bem sobre isso é o Franco Berardi, um dos criadores da rádio Alice, hoje comentarista sobre política na internet, a mídia política na internet, que são os blogs, as páginas no Facebook. A internet abriu espaço para uma nova forma de comunicação: todo mundo é e pode ser produtor de conteúdo. A proposta do Guattari – embora no fim de sua vida ele achasse que estava sendo otimista demais, porque estava vendo antes de nós como o neoliberalismo estava tomando conta de tudo e a coisa ia feder e chegou a comentar no último capítulo de *Caosmose*, publicado em francês e que não está disponível em edição brasileira – explicita muito essa questão da força política da era pós-mídia que se faz por vários meios. Inclusive, não existia a internet de hoje, era a de 1994. Mas já havia muitas redes funcionando com linguagens diferentes. O grande papa dessa história foi o Tim Berners-Lee, que criou a world wide web, a www. Ele não ganhou um tostão e permitiu que todas as redes que já existiam no mundo todo – e eram muitas redes, algumas com áreas de abrangência bastante grande – se comunicassem. A www é um intertradutor de todas as redes ligadas. Já tínhamos a Bitnet, a rede das universidades, que usei quando estava fazendo o doutorado,

entrando em contato com gente que estava pesquisando a mesma coisa. Tinha um negócio de 500 páginas que se imprimia com o endereço de todas as áreas de pesquisa e todas as pesquisas feitas no mundo em todas as universidades.

Sonia – Mauro, você está fazendo essas observações e penso que se considerarmos esse cenário hoje vivemos uma coisa completamente diferente. Você está falando das experiências numa rede de emissoras universitárias. Se considerarmos, hoje, a concentração de mídia que é cada vez maior e os grandes intermediários digitais como Google e Facebook, que espaço que você vê para a radiodifusão de caráter não-comercial?

Mauro – Eu acho que o espaço existe. Tive uma experiência curiosa há pouco tempo com o Cacau Arcoverde, que faz uma rádio chamada Catimbau em Arcoverde, uma cidadezinha de 10.000 habitantes a 200 km de Recife. A webrádio fica 24 horas no ar. Eu bati um papo no Skype com ele, uma figura fantástica e disse: “Você tem uma equipe aí pra colocar a rádio 24 horas por dia?”. E ele respondeu: “Não, faço sozinho”. Ele tem aquele sisteminha de automação que programa tudo automaticamente. Ele entrou em contato comigo porque ouviu a Rede Rádio-Arte na Rádio MEC e está colocando rádio-arte no sertão de Pernambuco. Então, são coisas capilares, pontuais mas há um espaço para inventar um outro rádio pelo mundo afora – como o pessoal que fez a rádio da Bienal de São Paulo em 2012, Sarah Washington e Knut Aufermann, uma inglesa e um alemão. Foram chamados pela bienal de São Paulo em 2012, mantiveram uma rádio todo o período da Bienal no ar. E está no ar até hoje: no mobile-radio.net se ouve os programas feitos naquela Bienal de 2012 porque há um arquivo muito bom de podcasts. Enfim, esse pessoal atua dando apoio a rádios diferentes, transversais, pelo mundo afora – fizeram a rádio Zero nas bienais de rádio em Lisboa e encontros de rádio em vários lugares, como Alemanha, Suécia, Eslovênia, criando estações de rádio comunitárias. Há várias estações comunitárias na Inglaterra, por exemplo, fazendo rádio-arte. Não se trata de webrádio: são estações comunitárias de cidades próximas de Londres – como a Radio Art, a Ressonance. Quem está interessado nessa área encontra.

Sonia – Para você, mesmo a legislação das rádios comunitárias nos anos 1990 não conseguiu esvaziar esse caráter inventivo? Essa utopia permanece hoje?

Mauro – Permanece. Inclusive, a ideia de que ninguém dá bola para webrádio, tipo “quem ouve?” O Cacau Arcoverde, da rádio Catimbau, tem uma audiência enorme porque fez um bom trabalho de divulgação, propaganda, de uma rádio do meio do sertão de Pernambuco. Uma das rádios mais ouvidas em Boston [*capital do estado de Massachusetts nos EUA*] é de Governador Valadares, em Minas Gerais, ouvida pela comunidade brasileira [*vivem oficialmente na cidade mais de 60 mil brasileiros, mas há estimativas de que o número passe de 200 mil*]. A internet facilitou [ouvir] fora dos aparelhos de rádio, nos blogs, nos sites etc., mas incluindo o

rádio na possibilidade dessa era pós-mídia que está viva. Estou inclusive participando de encontros de grupos no momento por causa da situação política que estamos vivendo no Brasil. Há um no Maranhão, tentei formar um aqui no Rio, estou ligado a outro grupo que está se formando... Como nos juntamos em massa? Minha proposta era criar uma plataforma para o nosso candidato para a eleição de 2018, uma plataforma nacional com 60 milhões de pessoas, de preferência. Como vamos eleger um presidente novo com o Congresso que está aí e com esse clima político totalmente podre, corroído?

Sonia – Você não acha que as rádios comunitárias ajudam porque elas têm uma identificação local muito grande? E conseguindo a rede na verdade maximiza isso?

Mauro – Na verdade, há casos. A maior parte das rádios comunitárias não faz nada que preste, mas existem rádios comunitárias pelo Brasil como as que falei, do morro do Chapéu Mangueira e Babilônia, a rádio do [morro do] Cantagalo, que fazia uma programação para atingir os moradores da Lagoa. Eles estão no meio da favela, no morro do Cantagalo, mas não pensam: “Vamos fazer uma rádio só pra gente. Vamos influir no entorno, que é a área mais rica da população da Zona Sul”. Tem também o pessoal da rádio Bicuda... E outra coisa: são 4.700 rádios oficialmente no ar, mas existem 40.000 rádios livres. Além das 4.700 outras 36.000 entram no ar, saem do ar, a polícia pega, abrem de novo pelo Brasil afora fazendo todo o tipo de coisa – desde aquela *comercialzinha* para ganhar um dinheiro fazendo propaganda do supermercado local (são muitas rádios comerciantes). A metade dessas 36.000 é das igrejas evangélicas que estão fora da lei “em nome de Jesus” e fazendo esse trabalho. Há, inclusive, rádios comunitárias controladas pela igreja local, que mesmo assim fazem um bom trabalho, têm respeito e atenção pelas questões locais apesar da direção erradamente. As igrejas tomam conta até das rádios comunitárias oficiais, além de terem todas as outras não-oficiais que se espalham pelo Brasil afora, dentro de aldeias indígenas, por todo o lado... É um perigo.

Sonia – Uma coisa interessante: a rádio-arte fala de uma linguagem universal. A rádio-arte nesse exemplo de Pernambuco que você citou é típico, não é? Há interesse por essa linguagem universal.

Mauro – Ainda bem, né? Existe pelo mundo afora. Eu torço para aparecer uma fábrica que faça rádio de carro, porque eu não sei usar Bluetooth para poder colocar o telefone ‘tocando’ no rádio do carro, não aprendi ainda. Mas tinha que ter um rádio no carro que ‘pegasse’ internet. Aí teria acesso a 500 rádios pelo mundo afora que fazem coisas que prestam e que a gente não ouve.

Marcelo – Esse rádio via internet no carro existe. O problema é que as montadoras têm acordos com os grandes consórcios de rádio digital nos Estados Unidos e na Europa. Então isso acaba não chegando ao consumidor final porque não interessa aos grandes players de mercado essa possibilidade de escolhas infinitas.

Mauro – Exatamente!

Marcelo – Historicamente, temos acordos entre as associações de montadoras de automóveis e a indústria de radiodifusão para que o cardápio de opções fique dentro ou do rádio hertziano ou do rádio digital, que tem hoje na Europa e nos Estados Unidos, ou o rádio via satélite também, que tem nos Estados Unidos por assinatura.

Mauro – Só para concluir: essa história de rádio-arte começa com o próprio rádio. As primeiras rádios na Alemanha nos anos 1920 tinham artistas fazendo rádio. Walter Benjamim fazia programas para crianças no rádio, Brecht fez rádio, todo mundo que tinha alguma coisa na cabeça na Alemanha, nos anos 1920, antes do nazismo. Quando o nazismo subiu, acabou com essa história. Mas tinha uma rádio de vanguarda, o *hörspiel*, que é o radiodrama. Depois da guerra veio o *neuhörspiel* [*o novo radiodrama*]. A Alemanha é vanguarda na rádio-arte desde os anos 1920 e retomou depois que acabou a guerra. Na verdade, só retomou em 1961, muito curiosa essa história. O poder do controle governamental era nazista e, quando acabou o nazismo, continuaram os [controles dos] governos na Alemanha, na França, na Itália e no Japão. Por causa da guerra, não tinha rádio comercial. Na França e na Itália, o movimento das rádios livres começa para criar uma rádio não-estatal, porque [até então] só tinha rádio estatal. No Japão também. Aliás, o cara que fez no Japão é um gênio, Tetsuo Kogawa. Ele fez um transmissor de rádio usando um aparelhinho de controle remoto de carrinho. Ele juntou um controle remoto de carrinho com um microfone e montou um transmissor de rádio com 0,5 watt, que pegava até o fim do corredor. Ele fazia com os estudantes da Universidade de Tóquio. Depois criaram uma rádio no centro de Tóquio, essa coisa transbordou e, de repente, em Tóquio havia 2.500, 5.000 rádios. A Mitsubishi e a Sony passaram a construir transmissores de rádio de 0,5 watt e faziam rede dos transmissores – coisa proibida na legislação brasileira de rádio comunitária, não se pode fazer rede. O Kogawa fez isso porque foi para a Itália e para a França, acompanhou o movimento das rádios livres. Então tem uma história, essa história da rádio criadora, politicamente avançada, mas também artisticamente. A rádio Alice, por exemplo, foi uma rádio política ligada aos movimentos de vanguarda na Itália na época, mas tocava John Cage, a programação sonora também era de primeiríssima. Há uma proximidade do rádio com a arte, do rádio como ação política de vanguarda. Sempre andaram juntos e isso é uma coisa que precisamos retomar. Vamos retomando aos poucos!

Notas

1. Segundo estimativa do Ministério das Relações Exteriores, na região atendida pelo Consulado de Boston, que abrange os estados de Massachusetts, Maine, New Hampshire e Vermont, viviam 355 mil brasileiros em 2011. Disponível em: <http://www.brasileirosnomundo.itamaraty.gov.br/>. Última consulta: 17/6/2017.