
0810000136

Cod. Capes - 6.09 03.00-7 - Rádio e Televisão
Comunicação
Rádio - rádio comercial
Rádio livre - rádio Pirata - rádio comunitária
Rádio - Ribeirão Preto

GERALDO JOSÉ SANTIAGO

RÁDIO COMUNITÁRIA : SIMULAÇÃO DE UMA IDENTIDADE ?

(Estudo de Caso das Rádios Comunitárias de Ribeirão Preto)

FAAC / UNESP / BAURU - SP
2002

Capes - 6.09.03.00-7 - Rádio e Televisão
omunicação
ádio - rádio comercial
ádio - rádio pirata - rádio comunitária
ádio - Ribeirão Preto

Número de chamada
Clas. T/UNES
PHA 5226R
Tombo n.º 136

GERALDO JOSÉ SANTIAGO

RÁDIO COMUNITÁRIA : SIMULAÇÃO DE UMA IDENTIDADE ?

(Estudo de Caso das Rádios Comunitárias de Ribeirão)

BIBLIOTECA UNESP CAMPUS BAURU

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Campus Universitário de Bauru, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Prof[a]. Dr[a]. Elaine da Graça de Paula Caramella.

BAURU
2002

Santiago, Geraldo José

Rádio Comunitária : simulação de uma identidade ? / Geraldo José Santiago - Bauru, 2002

265 p.

Orientadora: Profa. Dra. Elaine da Graça de Paula Caramella

Dissertação – Mestrado.Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho",UNESP/Bauru.

1.Comunicação. 2.Rádio – Rádio Comercial. 3.Rádio Livre – Rádio Pirata – Rádio Comunitária. 4.Rádio de Ribeirão Preto.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Elaine da Graça de Paula Caramella

Presidente e Orientadora

Profa. Dra. Ana Maria Domingues Zilocchi

Profa. Dra. Maria Teresa Miceli Kerbauy

Bauru, 18 de Fevereiro de 2002.

DEDICATÓRIA

A

Júlia

Eric

(meus filhos)

Susana

(minha esposa)

Natalina

José *(in memória)*

(meus pais)

AGRADECIMENTOS

A minha orientadora Prof[a]. Dr[a]. Elaine Caramella, pelo apoio, confiança, amizade e inestimável colaboração na realização deste trabalho.

Às Professoras Doutoras Carmen Lúcia José e Besma Massad, pela atenção e valiosas contribuições, durante este longo percurso.

Às Professoras Doutoras Nelyse Apparecida Melro Salzedas, Sônia Irene Silva do Carmo, Maria Teresa Miceli Kerbauy e Ana Maria Domingues Zilocchi.

Aos amigos de curso e estrada (e reflexões), João de Assis Soares, Sônia Maria Camargo dos Santos e César Luis Mulati.

Ao Silvio, Antonio Carlos e demais funcionários do Curso de Pós-Graduação Comunicação e Poéticas Visuais, pela dedicação e atenção .

A todos os amigos, colegas de trabalho, professores e alunos que estiveram ao meu lado.

A minha família, pelo carinho e solidariedade, com que acompanharam este trabalho.

A UNESP - Universidade Estadual Paulista, campus de Bauru e Coordenação do Curso de Pós-Graduação, pela oportunidade.

A UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto, pelo apoio. Prof[a]. Dr[a]. Neide Ap. de Souza Lehfeld, Diretora de Ensino, Pesquisa e Extensão.

Agradecimento especial à Prof[a]. Sônia Maria Camargo dos Santos, pela confiança e estimulo. À Prof[a]. Elivanete Zuppolini Barbi e ao Prof. Hélcio Lanzoni, pela colaboração.

Aos radialistas e "apaixonados por rádio" de Ribeirão Preto, sem a colaboração dos quais não seria possível realizar este trabalho.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

RESUMO

A dissertação "Rádio Comunitária : Simulação de Uma Identidade ?" trata-se de um estudo sobre a prática da radiodifusão comunitária em Ribeirão Preto.

O primeiro capítulo discorre sobre a implantação e o desenvolvimento do rádio no Brasil, no contexto da Indústria Cultural. O segundo aborda a legislação específica da radiodifusão, a regulamentação e normatização do meio rádio, a partir de sua institucionalização nos Estados Unidos e a sua influência exercida no modelo brasileiro. A análise complementa-se por considerações, em torno do controle exercido pelo Estado sobre o meio e o estabelecimento do monopólio da radiodifusão no Brasil.

As ações promovidas pela democratização do rádio constituem a base do terceiro capítulo, em que são conceitualizados os seus principais movimentos, a rádio pirata, livre, local e comunitária. O surgimento do rádio livre e comunitário, no Brasil, merece um registro especial, ao focalizarmos o processo de implantação do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

No quarto capítulo, apresentamos o perfil do Rádio de Ribeirão Preto, abordando os aspectos histórico, estrutural, operacional e artístico de cada emissora . Propõe uma reflexão sobre a especificidade da rádio comunitária, na perspectiva das teorias da representação e dos processos de apropriação sígnicos.

O estudo conclui que o rádio comunitário praticado em Ribeirão Preto carece de uma identidade própria. Através de paradigmas característicos das emissoras comerciais, as rádios comunitárias de Ribeirão Preto construíram o seu sintagma radiofônico. Por outro lado, a dissertação reafirma a importância das emissoras comunitárias, considerando a possibilidade de reestruturação do rádio praticado na cidade , a partir de elementos colocados em discussão e experimentados por elas.

PALAVRAS-CHAVE : Comunicação, rádio, rádio comunitário, rádio livre, rádio não - regulamentada, rádio comercial, rádio de Ribeirão Preto.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

ABSTRACT

The dissertation "Community Radio: Simulation of an Identity" proposes a study about questions that involve the practice of the community broadcasting in Ribeirão Preto.

The first chapter deals with the implementation and development of radio in Brazil, in the Cultural Industry context. The second chapter refers to the specific legislation for radio broadcasting, the regulation and normalization of the radio medium, beginning with its institutionalization in the United States, and the influence exercised in the Brazilian model. The analysis is complemented with a reflection about the State's control over the media and the establishment of radio broadcast monopoly in Brazil.

The actions promoted by radio democratization are the basis of the third chapter, where the main movements are conceptualized: the pirate, free, local, and community radio. The commencement of free and community radio in Brazil deserves a special register, with emphasis in the implementation process of community broadcasting.

The fourth chapter presents the profile of Ribeirão Preto's radio, covering historical, structural, operational, and artistic aspects of each radio station. It proposes a reflection on the specificity of community radio in the perspective of the representation theories and the processes of signal appropriation.

The study concludes that the community radio practiced in Ribeirão Preto searches for its own identification. Through the characteristic paradigms of commercial radio stations, the Ribeirão Preto's community radio stations constructed their own radiophonic syntagm. On the other hand, this study reinforces the importance of community radio stations, considering the possibility of restructuring the radio practiced in the city from elements put in discussion and experienced by them.

KEYWORDS: communication, radio, community radio, free radio, unregulated radio, commercial radio, Ribeirão Preto's radio.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 10

CAPÍTULO I

HISTÓRIA DO RÁDIO BRASILEIRO NO CONTEXTO DA INDÚSTRIA CULTURAL 16

1. Radiofonia : as primeiras experiências com as ondas sonoras 18
1.2. Radiodifusão : as primeiras transmissoras 20
1.3. Radiodifusoras : a implantação das estações 23
2. O rádio escolhe o caminho da comunicação de massa 27
2.1. O rádio perde audiência e mercado para a televisão 31
2.2. O rádio consolida sua liderança durante o dia 40

CAPÍTULO II

O CONTROLE DA RADIODIFUSÃO SONORA 46

1. Norte-americanos institucionalizam a Lei do Rádio 48
2. A trajetória normativa da radiodifusão brasileira 53
3. A consolidação do monopólio de radiodifusão 56

CAPÍTULO III

O MOVIMENTO PELA DEMOCRATIZAÇÃO DO RÁDIO 64

1.A reação ao monopólio do emissor 70
2. Rádio Local 75
3. Rádio Pirata 80
4.Rádio Livre 82
4. 1. Rádio Livre no Brasil 87
5. Rádio Comunitária 91
5.1. A implantação das "comunitárias" e a reação dos concessionários 95
5.2.O processo de regulamentação 102
5.3. A luta pelo reconhecimento 117

CAPÍTULO IV

A RÁDIO COMUNITÁRIA DE RIBEIRÃO PRETO :CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES ? **126**

1. Breve perfil de Ribeirão Preto 127
2. O rádio do interior brasileiro começa em Ribeirão Preto 129
3. O posicionamento das emissoras no mercado de Ribeirão Preto 134
4. Perfil das rádios comerciais de Ribeirão Preto 140
4.1. Rádio Clube FM 141
4.2. Rádio Conquista FM 144
4.3. Rádio Regional FM 147
5. Perfil das rádios comunitárias de Ribeirão Preto 150
5.1. Rádio Metrópole FM 153
5. 2. Rádio Visão FM 155
5. 3. Rádio Vitória FM 157
6. Um novo conjunto de signos sonoros 159
7. O rádio como imitação e simulação da comunidade 161
8. O desafio da linguagem 174
9. A manutenção do sintagma radiofônico convencional 176

CONSIDERAÇÕES FINAIS **179**

BIBLIOGRAFIA **189**

ANEXOS **203**

GLOSSÁRIO **256**

unesp

INTRODUÇÃO

A radiodifusão sonora brasileira vem experimentando profundas mudanças nos últimos anos. Às transformações tecnológicas, somam-se o acirramento da concorrência entre as emissoras comerciais por um segmento de mercado e o processo de implantação das rádios comunitárias.

As rádios comunitárias constituem o fato mais marcante deste final de século na comunicação de massa em nosso país. A presença dessas emissoras na vida brasileira e a determinação dos concessionários da radiodifusão para retirá-las do ar, evidencia a importância da comunicação local, plural e participativa.

Percebemos que, aos poucos, o brasileiro vai aceitando as rádios comunitárias. Muitos descobrem que, mais do que ouvir, é possível participar de uma emissora de rádio, seja ajudando na administração, produção ou na apresentação de um programa. Trata-se de uma barreira que vai sendo quebrada lentamente, à medida que, as informações sobre a radiodifusão comunitária são difundidas e os segmentos organizados da sociedade intensificam as pressões, junto ao governo, pela implantação do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

O brasileiro descobre a possibilidade de ter uma emissora de rádio, servindo a sua comunidade, 75 anos após as primeiras iniciativas de gestão popular da radiodifusão ocorrida na Alemanha. Em 1932, Bertolt Brecht afirmava que os aparelhos de rádio, utilizados pela população, não deveriam ser apenas receptores, mas sim transceptores (transmissor e receptor) permitindo aos ouvintes, também falar. Dessa maneira, as estações perderiam sua função "monológica" e converter-se-iam num centro de troca de informações. Para

Hans Magnus Enzensberger, essa possibilidade não se realizava, exclusivamente, por interesses políticos.

No Brasil, os primeiros registros de rádios livres, operando sem a autorização do Governo, ocorreram em 1983, na cidade de Sorocaba. Desde então, a prática não parou de crescer, dando origem ao Movimento das Rádios Livres e Comunitárias, que motivou a montagem de cerca de 15.000 emissoras de baixa potência em todo o país.

Em Ribeirão Preto, as primeiras rádios livres e comunitárias começaram a operar no inicio da década de 90. Na cidade, estão instaladas cerca de vinte e cinco emissoras não-regulamentadas, todas transmitindo em freqüência modulada, sem qualquer interferência às emissoras comerciais, aos hospitais ou aos demais serviços de comunicação. E isso não ocorre por acaso, uma vez que a cidade de Ribeirão Preto tem uma ligação muito forte com o rádio. A história do rádio em Ribeirão confunde-se com a história do rádio brasileiro. Em 23 de dezembro de 1924, foi instalada na cidade a PRA-7, hoje Rádio Clube AM , a primeira emissora do interior do Estado e a sétima do país a entrar em operação.

Apesar de sua importância histórica, praticamente, nada se encontra disponível sobre o rádio de Ribeirão Preto, no universo acadêmico. Sobre as rádios comunitárias que operam na cidade, então, sequer, existe um levantamento quantitativo confiável.

A ausência de informações sobre o rádio de Ribeirão Preto, em especial sobre a atuação das emissoras comunitárias, é o principal fator que motivou esse estudo.Por outro lado, entendemos ser uma excelente oportunidade para sistematizar uma experiência acumulada em mais de vinte anos de atividades no rádio, como locutor e diretor artístico, atuando em algumas das principais emissoras do país, assim como um conhecimento, adquirido na Universidade, como aluno e docente.

A presente pesquisa propõe, num primeiro momento, registrar a implantação das emissoras de baixa potência na cidade de Ribeirão Preto, compreender como operam e exercem a radiodifusão comunitária, sob a óptica das teorias que procuram traçar a trajetória e as peculiaridades dos movimentos que priorizam a comunicação local e participativa. Propõe ainda, oferecer uma contribuição no campo da história da radiodifusão, à medida que resgata e reconstrói uma parcela da trajetória do rádio de Ribeirão Preto.

Temos a acrescentar que, nesse universo complexo, onde convivem as rádios comerciais (regulamentadas) e rádios comunitárias (não-regulamentadas), não faltam questionamentos.À proporção que as emissoras comunitárias de Ribeirão Preto afirmam promover ações sociais, artísticas, culturais, educativas e informativas, em benefício da comunidade em que se encontram instaladas, na tentativa de justificar sua permanência no ar, são questionadas quanto à

forma, conteúdo e o papel que desempenham na sociedade. Essa postura conflitante do mercado radiofônico resultou em questões que consideramos fundamentais para a compreensão do papel desempenhado pelas emissoras comunitárias de Ribeirão Preto. Assim, interessa-nos saber se a rádio comunitária é um espaço aberto às manifestações da comunidade e efetiva participação do ouvinte ou reproduz a postura das emissoras comerciais, em que a interação com o público é induzida ? Se a programação da rádio comunitária representa alguma inovação ou reproduz no formato e conteúdo a programação das emissoras comerciais?

Ao promover a abordagem dessas questões, este trabalho propõe investigar o modo de operar das emissoras comunitárias de Ribeirão Preto, no sentido de saber se o rádio comunitário tem uma identidade própria ou reproduz o modelo institucionalizado pelo rádio comercial da cidade.

Para a constituição da reflexão teórica de um conhecimento já construído nas práticas sociais, ao contrário de propostas metodológicas rígidas e esquemáticas, optamos em percorrer o caminho da abordagem qualitativa, possibilitando a análise da realidade, através de uma ótica crítica.

Nessa perspectiva, o estudo comparativo de casos apresentou-se como o procedimento metodológico mais adequado, uma vez que possibilita contrastar as duas instituições, rádio comercial e rádio comunitária e, a partir de suas combinações sintagmáticas, considerando os seus principais paradigmas - grade de programação, programas, modo de comunicação, estratégia comercial e ações promocionais – fornecer os elementos para fundamentação de respostas que possam contemplar os questionamentos apresentados e o objetivo da pesquisa.

Uma vez estabelecidos esses parâmetros, estruturamos a dissertação em quatro capítulos, considerando o cenário do estudo e os objetivos propostos.

O Capítulo I, *História do Rádio Brasileiro no Contexto da Indústria Cultural*, aborda a história da radiodifusão sonora no Brasil.Trata-se de um estudo sobre a implantação e desenvolvimento do rádio no Brasil e a relação entre a mídia rádio e a Indústria Cultural, concebido através da sistematização de documentos, apoiado conceitualmente em diversos autores, entre os quais Adorno, Horkheimer, McLuhan, Umberto Eco, Manuel Castells, Sergio Caparelli , Renato Ortiz, Gisela Ortriwano e Nélia Del Bianco.

A construção desse capítulo é importante não só por possibilitar uma reflexão sobre a radiodifusão no Brasil, a partir de uma abordagem histórica e cultural, mas também, por relacionar fatores determinantes do conflito entre a radiodifusão regulamentada (rádio comercial) e as rádios comunitárias .

O Capítulo II, *O Controle da Radiodifusão Sonora*, analisa a legislação específica da radiodifusão, a regulamentação e normatização do rádio. Estabelece uma discussão entre a Lei do Rádio, institucionalizada pelos norte-

unesp

americanos, a trajetória normativa e o monopólio da radiodifusão no Brasil. O seu principal objetivo é compreender a política de radiodifusão do Governo brasileiro, o papel da legislação na construção do monopólio da radiodifusão e seu relacionamento com a explosão de rádios comunitárias em todo o país.

Já no Capítulo III, *O Movimento pela Democratização do Rádio*, a proposta é registrar as principais ações pela democratização do rádio no mundo ocidental, conceitualizar seus principais movimentos, desde a rádio pirata, livre até o desenvolvimento da radiodifusão local e comunitária. Um estudo construído, a partir das concepções de Bertolt Brecht e Hans Magnus Enzensberger, das experiências relatadas por Felix Guattari, José Martinez Terrero, German Munõz, Arlindo Machado, Caio Magri e Marcelo Masagão. A pesquisa em instituições, associações, ongs, emissoras livres e comunitárias, realizada com o suporte da internet; em produções acadêmicas, especialmente nos s trabalhos de Cicilia Krohling Peruzzo, Denise Maria Cogo e Marisa Meliani Nunes, possibilitou-nos, relacionar os principais fatos que nortearam o desenvolvimento da radiodifusão comunitária e a institucionalização do movimento no Brasil. O capítulo dedica um espaço para a análise das ações que culminaram no processo da regulamentação das rádios comunitárias e na luta das emissoras comunitárias para obter o reconhecimento da sociedade.

O Capítulo IV , *A Rádio Comunitária de Ribeirão Preto : Construção de Identidades ?*, é dedicado ao estudo das rádios comunitárias de Ribeirão Preto, a partir de suas combinações sintagmáticas, mediante análise de seus principais paradigmas, grade de programação, programas, modo de comunicação, estratégia comercial e ações promocionais.

Apresenta-nos o mercado radiofônico de Ribeirão Preto, o posicionamento e o perfil das emissoras comerciais e comunitárias, que operam na cidade e que constituem o universo do estudo comparativo da presente pesquisa. Trata-se de um estudo inédito, aberto por um relato histórico do rádio de Ribeirão Preto, cujo início aconteceu em 23 de dezembro de 1924, com a PRA-7; contempla as 33 emissoras de rádio que operam na cidade, sendo 16 rádios comerciais e 17 rádios comunitárias.

Desse universo mais amplo, constituído por todas as emissoras que operam em Ribeirão Preto, delimitamos o nosso universo de pesquisa nas três emissoras comerciais e nas três emissoras comunitárias, com maior índice de audiência na cidade, utilizando como referência, a Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica realizada pelo Centro de Informação em Comunicação da UNAERP (CIC),em dezembro de 1999. Uma vez definidas as emissoras, compondo nosso universo de pesquisa, procedemos à análise comparativa de casos, através da qual buscamos contrastar as duas instituições , rádio

unesp

comercial e rádio comunitária, a partir de suas combinações sintagmáticas. Ao estudar-lhes as diferenças e semelhanças, estaremos relacionando os elementos que possibilitem encontrar respostas aos questionamentos formulados.

Ainda no quarto capítulo, abordamos a especificidade do rádio comunitário, na perspectiva da teoria da representação e dos processos de apropriação sígnicos. Apoiado nos conceitos formulados por Charles Sanders Peirce, relidos e resignificados por Lucrécia D' Aléssio Ferrara e Lúcia Santaella, nas constatações de Mikhail Bakhtin, Marshall McLuhan, Décio Pignatari e Arlindo Machado entre outros autores, o capítulo dedica um espaço, para discutir a possibilidade do surgimento de um novo conjunto de signos sonoros. Constatamos um processo marcado pelo conflito entre os usuários-proprietários (os concessionários da radiodifusão) na manutenção dos significados que estabeleceram para a mídia rádio e a determinação de vários segmentos da sociedade, que não aceitam mais a condição de "consumidores de signos", em implantar o rádio comunitário.

Acrescentamos a esses aspectos, ainda, uma discussão sobre o modo de comunicação institucionalizado pelo rádio, mais especificamente, sobre a linguagem empregada pela rádio comunitária, ao lado de uma reflexão em torno do sintagma radiofônico, que caracteriza a rádio comercial e a rádio comunitária.

Nas *Considerações Finais* abordamos os fatores determinantes no processo de implantação, desenvolvimento e formatação do rádio comunitário e os apontamentos que devem responder, não só às questões que norteiam a presente pesquisa, mas também, contribuir para a compreensão da prática da radiodifusão comunitária em Ribeirão Preto.

Entendemos que o desenvolvimento desta pesquisa é, antes de tudo, um reconhecimento à importância do rádio, que num momento em que todas as atenções voltam-se para as tecnologias digitais, consegue manter a sua posição de veículo de comunicação de massa, imprescindível à sociedade, graças ao seu imediatismo, mobilidade, baixo custo, capacidade de penetração e linguagem acessível a todos. O baixo custo de produção e transmissão favoreceram o estabelecimento do rádio como meio de comunicação local e comunitário.

Acreditamos, com este estudo, dar o passo inicial no processo de sistematizar as informações que nortearam a implantação e o desenvolvimento do rádio em Ribeirão Preto, o primeiro a entrar em operação no interior do país. Por outro lado, registrar o funcionamento e apontar elementos que poderão contribuir para o aperfeiçoamento do processo de comunicação das rádios comunitárias.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

CAPÍTULO I
HISTÓRIA DO RÁDIO BRASILEIRO NO CONTEXTO DA INDÚSTRIA CULTURAL

A primeira referência sobre a radiocomunicação[1] no Brasil é a estação de rádio montada pela empresa norte-americana Westinghouse no Rio de Janeiro, como parte das comemorações do Centenário da Independência.

Praticamente, todos os textos que tratam da radiodifusão no Brasil informam que, através dela, foi realizada a primeira transmissão oficial de rádio no país, embora em caráter experimental. Por outro lado, a maioria dos trabalhos dedicados à radiodifusão brasileira faz referência ao antropólogo e educador Edgard Roquette Pinto e ao cientista franco-brasileiro Henrique Morize, como pioneiros do rádio no Brasil, por serem os responsáveis pela implantação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 20 de abril de 1923, apontada como a primeira emissora a operar de forma regular no país.

No entanto, pesquisas recentes, entre as quais a do jornalista Jota Alcides e a do Prof. Luiz Maranhão Filho apontam Augusto Pereira, Oscar Moreira Pinto e João Cardoso Ayres Filho, como os responsáveis pelas primeiras transmissões radiofônicas regulares no Brasil. Os três colocaram em operação a Rádio Clube de Pernambuco, em meados de 1923, alguns meses antes da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

Registros de outras transmissões experimentais de rádio em Pernambuco e Bahia, anteriores a 1922, reforçam o questionamento sobre o pioneirismo das transmissões do Centenário da Independência, no Rio de Janeiro.

Informações como essas, dispersas em capítulos de livros, fragmentadas em pesquisas de difícil acesso e cercadas de muito questionamento, despertaram

---

[1] Radiocomunicação é toda comunicação de sinais, sons ou imagens por meio de ondas eletromagnéticas. In : RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. São Paulo : Ática, 1987. p. 492.

o nosso interesse pela trajetória histórica do rádio brasileiro como mass media. Entendemos que a construção deste capítulo é importante para a pesquisa, não só por possibilitar a compreensão da história da radiodifusão no Brasil, mas, principalmente, pela possibilidade de revelar elementos relacionados culturalmente com o movimento das rádios comunitárias em curso no país.

Com este propósito, através da sistematização de documentos, apoiados conceitualmente em diversos autores, procuraremos ordenar os fatos que nortearam a implantação e o desenvolvimento do rádio no Brasil. Para otimizar o presente estudo, que não tem, de forma alguma, o objetivo de esgotar o tema, mas sim identificar o contexto histórico-cultural que envolve os fatos, estaremos recorrendo a três cortes conceituais, considerando a evolução do rádio : radiofonia, radiodifusão e radiodifusoras.

Empregamos o termo *radiofonia*, no sentido da transmissão de sons à distância, utilizando como suportes os sinais eletromagnéticos e dois emissores-receptores correspondentes. Já a *radiodifusão* é caracterizada pela emissão de sinais de um emissor a viários receptores. Significa a transmissão de mensagens, informação e música por meio das ondas eletromagnéticas. Na terceira fase, utilizamos a expressão *radiodifusoras,* ao fazer referência às "estações de rádio" e elemento identificador da institucionalização do rádio como mass media no Brasil.

Em função de sua aplicação no contexto comunicacional, estaremos utilizando o termo "rádio" em referência ao meio de comunicação. Quando houver necessidade de fazer referência ao objeto rádio, utilizaremos o termo "aparelho receptor". A disposição da expressão na construção da frase não deixará dúvida sobre qual aspecto estaremos abordando. O mesmo procedimento será adotado na aplicação do termo "FM", que estaremos utilizando como sinônimo de veículo de comunicação e emissora de rádio.

1. Radiofonia : as primeiras experiências com as ondas sonoras

É possível afirmar que a radiofonia no Brasil tenha começado entre 1893 e 1894, período em que o padre gaúcho Roberto Landell de Moura realizou experiências de transmissão e recepção de sinais, utilizando as ondas hertzianas. É o primeiro registro no Brasil e no mundo de transmissões de sinais com sucesso, no campo da radiocomunicação, ainda no século XIX.

> Essas experiências, algumas das quais levadas a efeito com a finalidade de interessar as autoridades e conseguir financiadores para o aperfeiçoamento e exploração industrial de seu invento, tiveram lugar, como já foi dito, na capital paulista, do alto da Avenida Paulista ao Alto de Sant'Ana, numa distância aproximada de oito quilômetros, em linha reta - mais de um ano antes, portanto,

unesp

> da primeira e elementaríssima experiência realizada, por intermédio das ondas hertzianas, por Guilherme Marconi, em Pontéquio, perto de Bolonha, na primavera de 1895, e cerca de seis anos antes de seu primeiro radiograma .[2]

Em 1912, foi a vez da Bahia experimentar a radiofonia. A Estação Radiotelegráfica de Amaralina, registrou a recepção de "recados e até música, transmitidos pelo rádio do navio alemão Von Den Tann, ancorado em Salvador." [3]

De acordo com José Ramos Tinhorão, as primeiras experiências sistematizadas de recepção radiofônica, ainda na fase da radiotelegrafia, foram realizadas em Recife, no dia 6 de abril de 1919, fundação do Rádio Clube de Pernambuco.[4] No entanto, para o radialista e jornalista Jota Alcides, o Rádio Clube de Pernambuco mais do que pesquisa de recepção, procurava "desenvolver a TSF, denominação para rádio na época e explorar as ondas hertzianas." [5] O estatuto do Rádio Clube, aprovado no dia 17 de abril de 1919, prevê a "montagem de uma estação experimental de primeira ordem, onde possam ser estudados e aperfeiçoados os meios de transmissão sem fios de pensamento humano, já por sinais convencionais, como os atualmente em uso pela telegrafia, já pela telefonia." [6]

Em pouco tempo, intelectuais, técnicos e curiosos passaram a se interessar pelos progressos conseguidos nos experimentos com as ondas eletromagnéticas e a se reunirem nos principais centros urbanos para discutir e estudar os avanços da radioeletricidade, radiotelegrafia e radiofonia. Esse encantamento com as novas tecnologias não ocorre por acaso. Conforme o pensador canadense Marshall McLuhan, os aparelhos constituem prolongamentos dos órgãos dos sentidos; foram feitos para simular o funcionamento de um órgão sensório. Assim, quando "aparece um novo meio ou ocorre uma extensão humana", [7] explica McLuhan, observando que "os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos." [8]

Os grupos de estudos de radiofonia multiplicaram-se rapidamente por todo o país no início da década de vinte, e deram origem a sociedades e a clubes, denominados de "Rádio Sociedade" ou "Rádio Clube" que, por sua vez, "se constituíram em precursoras da implantação da radiodifusão" [9] no Brasil.

---

[2] FORNARI, Ernani. **O "incrível" padre Landell de Moura**. Rio de Janeiro : Biblioteca do Exército, 1984. p. 43 et seq.
[3] TINHORÃO, José Ramos. **Música popular**: do gramofone ao rádio e TV. São Paulo: Ática,1981. p. 33.
[4] Ibid., p. 34.
[5] ALCIDES, Jota. **PRA-8** : o rádio no Brasil. Brasília : Fatorama, 1997. p. 40.
[6] Ibid., p. 47.
[7] MCLUHAN, Marsall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo : Cultrix, 1995. p. 283.
[8] Ibid., p. 59.
[9] FEDERICO, Maria E. Bonavita. **História da comunicação**: rádio e tv no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982. p. 33.

unesp

1.2. Radiodifusão : as primeiras transmissoras

O interesse dos brasileiros pelas inovações proporcionadas pela tecnologia eletrônica aumentou com a Exposição Internacional do Centenário da Independência do Brasil, realizada no Rio de Janeiro, que apresentou como grande atração uma estação transmissora de rádio. Com potência de 500 watts e torre no alto do morro do Corcovado, a estação foi montada pela Westinghouse Electric Company e Companhia Telefônica Brasileira no Pavilhão dos Estados Unidos. Em "Aspectos da Teleradiodifusão Brasileira", André Casquel Madrid revela detalhes da primeira transmissão da Rádio Corcovado, considerada a primeira emissora de rádio a operar no Brasil, embora em caráter experimental :

> Destinava-se à irradiação de conferências e músicas de alto valor educativo, durante as comemorações da Independência Brasileira. Oitenta aparelhos-receptores, especialmente importados dos Estados Unidos da América, foram distribuídos a altas personalidades e instalados nas principais ruas do Rio de Janeiro, São Paulo, Petrópolis e Niterói, bem como, no recinto da exposição. Discursos oficiais e óperas cantadas nos Teatros Municipal e Lírico da antiga Capital Federal, constaram do programa de inauguração do novo meio de comunicação social, ocorrida a 7 de setembro de 1922.[10]

A emissora foi aberta com o discurso de Epitácio Pessoa, então Presidente da República. Terminada as festividades do Centenário da Independência, a emissora foi desmontada e enviada de volta aos Estados Unidos.

Enquanto no Rio de Janeiro repercutia a emissora experimental de rádio, em Recife o Rádio Clube de Pernambuco concretizava um de seus objetivos: montar uma emissora de rádio. Uma iniciativa que se tornou possível, como relata o jornalista Jota Alcides, com a aquisição de "um pequeno transmissor de 10 watts, de fabricação Westinghouse".

> Com esse equipamento instalado no Recife, em fevereiro de 1923, foi possível ser ouvido o som da emissora pioneira no centro e em alguns subúrbios da capital pernambucana. Um acontecimento que deixou todo mundo orgulhoso e entusiasmado.[11]

A Rádio Clube de Pernambuco utilizou inicialmente em suas transmissões o prefixo SQI-C, até 1930, seguindo referência da Confederação Sul-Americana de Radiodifusão. A partir de 1931, já sob controle do Ministério de Viação e Obras Públicas, passou para PRA-P, permanecendo até 1936, quando recebeu o prefixo PRA-8.

---

[10] MADRID, André Casquel. **Aspectos da teleradiodifusão brasileira**. 1972. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação)- Departamento de Teatro, Cinema,Rádio e Televisão da ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 28 et seq.

[11] ALCIDES, op.cit., p. 53.

unesp

No Rio de Janeiro, um grupo de intelectuais, tendo à frente o antropólogo Roquete Pinto, também decidiu montar uma emissora de rádio como o objetivo de "educar e informar o povo brasileiro". Conta Saint-Clair da Cunha Lopes que

> em 1923 a Western Electric Co. mandou vir dos Estados Unidos duas emissoras de 500 watts, por aquisição do Governo, para executar serviço telegráfico. Entretanto, cedendo ao que fora exposto por um grupo de idealistas radioamadores e atendendo aos desejos da Academia Brasileira de Ciências por inspiração dos professores Roquette Pinto e Henrique Morize, pioneiros da radiodifusão brasileira, a Administração permitiu que uma dessas emissoras fosse utilizada no serviço de broadcasting. E assim, a 20 de abril de 1923, foi inaugurada a primeira estação de radiodifusão em nosso país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com o objetivo de trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil. [12]

Através de um trabalho que contou com a participação de Elba Dias, Antônio Labre, Juvenil Pereira e Oscar de Sousa Pinto, entre outros, a Rádio Sociedade, inicialmente, foi instalada na Academia Brasileira de Ciências e começou a operar com o prefixo PRAA, recebendo posteriormente dos Correios e Telégrafos o prefixo PRA-2.

Para vários autores, entre os quais Saint-Clair Lopes, José Ramos Tinhorão e Reynaldo Tavares, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro é primeira estação de rádio brasileira a transmitir com regularidade. Consideram ainda, Roquette Pinto e Henrique Morize os "pioneiros da radiodifusão brasileira". Quanto ao posicionamento da Rádio Clube de Pernambuco no contexto histórico da radiodifusão brasileira Saint-Clair Lopes explica que "é necessário esclarecer que essa sociedade já existia desde 6 de abril de 1919, com o objetivo de incentivar a radiotelegrafia, tendo sido organizada em 17 de outubro de 1923, quando iniciou experiências de radiodifusão com um transmissor de 10 watts." [13]

Seguindo essa mesma concepção, José Ramos Tinhorão revela que "o grupo pernambucano, liderado por Augusto Pereira e financiado pelo industrial João Cardoso Ayres, havia comprado no stand da Westinghouse o amplificador que lhes permitiria algumas experiências isoladas de radiofonia no Recife, a partir de outubro de 1922." [14] Explica Tinhorão, que os pioneiros da Rádio Clube de Pernambuco haviam conseguido transformar um transmissor radiotelegráfico em transmissor radiofônico, que passou a funcionar adaptado a um amplificador de som adquirido no Rio de Janeiro.

O radialista Reynaldo Tavares também reconhece que pertence ao Rádio Clube de Pernambuco o registro jurídico de "radiotelegrafia mais antigo do

---

[12] LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Radiodifusão hoje**. Rio de Janeiro : Temário, 1970. p. 33.
[13] Ibid., p. 35.
[14] TINHORÃO, op.cit., p. 35.

país", na condição de "Clube de Recepção de "Radiotelegrafia", transformando-se em "Radiofonia" quando do aparecimento da Rádio Clube.[15]

No entanto, para o jornalista Jota Alcides, que trabalhou durante vários anos na imprensa pernambucana, o que ocorreu em 17 de outubro de 1923, foi uma "reorganização institucional" que teve "apenas caráter administrativo, tendo em vista a consolidação do empreendimento." [16] Com base em documentos do Arquivo Público do Estado de Pernambuco e depoimentos de profissionais e pessoas, que viveram essa época, Alcides demonstra que o rádio brasileiro nasceu em Recife, com a Rádio Clube de Pernambuco, sendo Oscar Moreira Pinto, o criador do Rádio Clube e empreendedor da emissora, o pioneiro da radiodifusão no país.

Na comunidade científica especializada comunicação de massa, Walter Sampaio[17], Gisela Swetlana Ortriwano[18] e Luiz Maranhão Filho destacam-se entre os pesquisadores que reconhecem o pioneirismo da Rádio Clube. Em "São Paulo - o rádio de idéias", tese de doutorado apresentada à Escola de Comunicação e Artes, da Universidade de São Paulo, Luiz Maranhão demonstra que a "primeira experiência efetiva de radiodifusão"[19] ocorreu em Recife.

Prevalecendo essa nova realidade, Roquette Pinto, ainda assim, despontaria como um dos pioneiros da radiodifusão no Brasil, em específico a radiodifusão educativa. Não há como questionar a disposição e determinação de Roquette Pinto em lutar pela implantação de uma emissora de rádio dedicada à educação e cultura, obtendo êxito com a montagem da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro e a Rádio Clube de Pernambuco são responsáveis pelas primeiras experiências com a radiodifusão e a implantação do rádio, como meio de comunicação no Brasil, influenciando o formato e conteúdo de dezenas de emissoras por todo o país.

Neste sentido, se por um lado, a Rádio Sociedade fez opção por uma programação erudita, idealizada por seus fundadores, em particular por Roquette Pinto; a Rádio Clube de Pernambuco pode ser considerada a primeira emissora popular brasileira. À Rádio Clube é atribuída a primazia na execução de ritmos populares brasileiros, prática que somente mais tarde seria incorporada pelas demais emissoras.

Vale destacar que estas primeiras emissoras operavam através da Amplitude Modulada (AM), que se caracteriza pela transmissão de sinais,

---

[15] TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo : Negócio Editora,1997. p. 52.
[16] ALCIDES, op.cit., p. 53.
[17] SAMPAIO, Walter. **Jornalismo audiovisual** : teoria e prática do jornalismo no rádio, tv e cinema. Petrópolis, R. J.: Vozes, 1971. p. 19.
[18] ORTRIWANO, Gisela S. **Informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo : Summus, 1985. p. 13.
[19] MARANHÃO FILHO, Luiz. **São Paulo - o rádio de idéias.** 1998. 172 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação)- Escola de Comunicação e Artes - ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo.

unesp

através da variação do comprimento ou amplitude das ondas, em freqüências que variam entre 535 e 1.605 Khz. Sua transmissão e recepção é monofônica (um só canal) e sujeita a interferências de ruídos naturais (trovão, raio) e artificiais (motor elétrico, transformadores, etc.). Nesta época, dois tipos de receptores se destacaram : um industrial, que integrava um móvel, geralmente colocado na sala de visita, ao redor do qual a família se reunia à noite, e outro, o "rádio galena", construído artesanalmente, utilizando o cristal de galena e um fone de ouvido, chamado de "auricular".

O rádio estava iniciando o processo evolutivo - de instrumento técnico a meio de comunicação - e acelerando uma revolução na cultura e no comportamento social. Já neste primeiro momento, é possível perceber a monopolização do meio, com a concentração das primeiras estações transmissoras entre grupos de intelectuais e jovens integrantes da elite econômica, interessados na reprodução de sua cultura ou em explorar novas formas de entretenimento.

1.3. Radiodifusoras : a implantação das estações

As primeiras estações de rádio começaram a operar em um ambiente que mescla curiosidade, determinação e paixão, com seus diretores, técnicos e colaboradores empenhados em dominar a nova tecnologia. Um momento que se assemelha à fase de implantação, experimentada hoje, por dezenas de rádios comunitárias por todo o país.

As primeiras "estações" de rádio (com eram denominadas as emissoras) caracterizavam-se por serem empreendimentos de grupos aficionados do rádio (reunidos em Sociedades ou Clubes), voltados muito mais para a diversão de seus membros do que dirigidos à população em geral. Relata André Casquel Madrid que durante esta fase de implantação, "a cultura popular não tinha acesso ao rádio, que não se caracterizava como entretenimento de massa". O rádio, afirma ele, "era um veículo de formas de diversão individualista, familiar ou particular, muito pouco extensivas." [20]

Incorporado às práticas da elite econômica e intelectual da época, mais para "diversão", do que um meio de comunicação a serviço da sociedade, o rádio começou a ser implantado nos grandes centros brasileiros na década de 20.

> O rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então

[20] MADRID, op.cit., p. 34.

> muito caros (...)nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas. [21]

Posicionamento que encontra respaldo nas declarações do próprio Roquette Pinto, ao afirmar que a "programação também não era do cunho exatamente popular, mas ninguém se importava : aparelhos eram caros naqueles primeiros tempos, poucos podiam possuí-los e esses poucos gostavam do que o rádio punha no ar. O que os desagradava, e muito, era o som terrível das transmissões." [22] Renato Murce, um dos principais colaboradores da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, confirma esta tendência, afirmando que

> no começo, pretendiam impor o rádio apenas como veículo de um tipo de cultura, com uma programação quase que só de música chamada erudita (da qual quase ninguém gostava), conferências maçantes, palestras destituídas de qualquer interesse, enfim, um rádio sofisticado (...) Nada de publicidade, nada de música popular (em samba, então, nem era bom falar), nada daquilo que, de algum modo, desvirtuasse ou atingisse as boas intenções do programa traçado na famosa divisa.[23]

Nessa fase de implantação, as estações de rádio não tinham caráter comercial, mesmo porque os anúncios não eram permitidos oficialmente. Eram mantidas, através das mensalidades pagas pelos sócios, doações de entidades privadas ou públicas e do dinheiro arrecadado com palestras e encontros sociais. Os diretores e funcionários não pagavam mensalidades, uma vez que exerciam atividades diversas na rádio, sem remuneração, seja emprestando discos, escrevendo textos, recitando, cantando e divulgando a programação.

Inserida nesse contexto, além da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (PRA-2) e da Rádio Clube de Pernambuco (PRA-8), surgiu, em 30 de novembro de 1923 a primeira emissora de São Paulo, a Rádio Educadora Paulista (PRA-E). Ela foi montada pelo engenheiro Luiz Ferraz de Mesquita, com auxilio do engenheiro eletrônico Leonardo Yancey (que cedeu a casa para instalação do transmissor e da antena) e recebeu posteriormente a adesão de Luiz de Amaral César, um comerciante importador de equipamentos, que dotou a emissora de um transmissor de 10 watts.

> Contando com o apoio e o entusiasmo de um grupo de professores universitários e do político Frederico Vergueiro Steidel, instalaram a emissora provisoriamente nas dependências do Palácio das Indústrias, em construção no Parque D. Pedro II. Algum tempo depois, já com seu prefixo definitivo, a Sociedade Rádio Educadora Paulista, PRA-6, sob a liderança de

---

[21] ORTRIWANO, op.cit., p. 14.
[22] 70 ANOS de rádio no Brasil. **Revista da ABERT**, Brasília : ABERT, n. 76, p. 29, Set. 1992.
[23] MURCE, Renato. **Bastidores do rádio.** Rio de Janeiro : Imago Editora , 1976. p. 19.

unesp

> Bento Bueno, Joaquim Octavio de Lima e Castro, do Conde Sylvio Penteado, do Conde Matarazzo e da RCA-Victor americana, transferiu-se para sue nova sede, à Rua Carlos Sampaio n° 5, no bairro do Paraíso. A Sociedade Rádio Educadora Paulista, após relevantes serviços à radiodifusão brasileira, foi encampada pela Rádio Gazeta de São Paulo, permanecendo até os dias de hoje, como parte do patrimônio da Fundação Cásper Libero. [24]

Em Salvador, o engenheiro Oscar Carrascosa, com a colaboração de Agenor Miranda, Caio Moura, Gustavo Lopes entre outros, fundou em 23 de março de 1924, a Rádio Sociedade da Bahia (PRA-4). A essa relação de emissoras pioneiras da radiodifusão brasileira, inclui-se ainda a Rádio Clube de São Paulo (PRA-5), fundada em 17 de junho de 1924 e a Rádio Clube do Brasil (PRA-3) , criada no Rio de Janeiro no dia 25 de novembro de 1924.

No dia 23 de dezembro de 1924, José da Silva Bueno e José Cláudio Louzada colocaram em operação em Ribeirão Preto a PRA-I, a primeira estação de rádio do interior do Brasil, que posteriormente recebeu o prefixo de PRA-7, hoje Rádio Clube. Em Franca, José da Silva Bueno montou com os professores Pascoal Salgado e José Pires Monteiro, a Rádio Clube Hertz, em 8 de novembro de 1925.

O fato de a radiodifusão crescer "em ritmo acelerado", observa Saint-Clair Lopes, levou o governo brasileiro a "exigir a licença para a instalação de emissoras e para a utilização de aparelhos receptores pelo público."[25] As emissoras de rádio passaram a ser licenciadas com base no Decreto n.° 16.657, de 5 de novembro de 1924, o Regulamento para Serviços de Radiotelegrafia e Radiotelefonia. Foram as primeiras medidas adotadas pelo Estado para assegurar o controle sobre a radiodifusão, atribuindo ao Departamento dos Correios e Telégrafos a responsabilidade pela sua implementação e cumprimento.

Aos radiodifusores que não obtiveram a licença para transmitir, restava a alternativa de operar na ilegalidalidade. Foi estabelecida, dessa forma, uma segregação entre as radiodifusoras : de um lado, as licenciadas pelas autoridades, e do outro, as denominadas "estações clandestinas". Tudo indica ser essa, a primeira manifestação contrária aos critérios adotados pelo Estado, para a regulamentação da radiodifusão no Brasil.

Entre os radiodifusores autorizados a operar no mercado a preocupação oscilava entre assumir uma programação cultural erudita, característica das "sociedades", mantidas pelas elites econômica e intelectual ou seguir a tendência popular dos "clubes", organizados a partir da classe média urbana.

Uma vez estabelecida a contraposição entre o erudito e o popular, acabou prevalecendo a opção pela massificação, com a sistematização de uma

---

[24] TAVARES, op.cit., p. 53.
[25] LOPES, op.cit., p. 39.

programação variada, destinada a atender ao máximo as expectativas dos ouvintes. Explica Edgar Morin que a variedade de um "programa de rádio, visa a satisfazer todos os interesses e gostos de modo a obter o máximo de consumo." [26]

Este reposicionamento do rádio brasileiro, na concepção de José Ramos Tinhorão, "fica evidente quando em 1927 surge no Rio de Janeiro a PRAK (depois PRA-9)" [27], a Rádio Mayrink Veiga e consolida-se em 1931, quando entra no ar a Rádio Philips (PRAX), com uma proposta popular e comercial, programas mais curtos, com maior participação de artistas populares brasileiros e abertura dos microfones para o povo.

> Esse novo tipo de programação produzida , acima de tudo , para a conquista da audiência dos chamados radioescutas, ou radiouvintes, estava destinado a mudar não apenas o tipo de relacionamento com esse mesmo público (o tratamento de "sua senhoria" seria logo mudado para "amigo ouvinte", chegando no Rio de Janeiro o locutor Cristóvão de Alencar a aprofundar a intimidade ao dirigir-se a seus ouvintes com a expressão "amigo velho"), mas implicaria ainda a adoção de uma série de modificações na própria estrutura das emissoras sempre visando a uma aproximação maior com os ouvintes.[28]

Em 1931, o governo considera concluída a fase de implantação do rádio no Brasil, regulamentando sua atividade através do Decreto n.° 20.047 de maio de 1931. O rádio adquire características de meio de comunicação de massa, intensificando a reformulação de sua programação, com o objetivo de agradar ao maior número de ouvintes possível e, conseqüentemente, ampliar a sua presença no mercado. As emissoras adotam programas com horários e formatos definidos e iniciam a busca de uma linguagem própria. Somando-se a isso, os radiodifusores adotam estratégias comerciais agressivas, com o objetivo de obter os recursos financeiros necessários para manutenção e atualização tecnológica de suas emissoras e ainda assegurar um lucro.

Ao final dessa fase, o rádio apresenta-se como um meio de comunicação verticalizado, mantido e gerenciado, em sua maioria, por grupos econômicos urbanos, construído a partir de seus valores culturais.

---

[26] MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**.. O espírito do tempo.Rio de Janeiro : Forense, 1975. p. 37.
[27] TINHORÃO, op.cit., p. 44.
[28] Ibid.

unesp

2. O rádio escolhe o caminho da comunicação de massa

A ausência de legislação regulamentando a inserção de anúncio comercial no rádio não foi suficiente para deter o avanço dos "corretores", pessoas que percorriam o comércio e as indústrias prospectando "patrocinadores" para os programas. A marca e característica do produto eram citadas na abertura e no decorrer do programa ao vivo. Algumas emissoras comercializavam normalmente seus espaços, preenchendo a programação com os chamados "reclames". Um exemplo é a Rádio Record, de São Paulo, que no início de 1931 colocou no ar o seu primeiro anunciante, a Casa Rádio Vox.[29]

A autorização para o rádio brasileiro inserir em sua programação anúncios comerciais ocorreu em 1932, através de um decreto, assinado por Getúlio Vargas.

> A publicidade foi permitida por meio do Decreto n.° 21.111, de 1.° de março de 1932, que regulamentou o Decreto n.° 20.047, de maio de 1931, primeiro diploma legal sobre a radiodifusão, surgido nove anos após a implantação do rádio no país.[30]

Através do decreto, o governo delimitou o espaço a ser comercializado dentro de uma programação. A princípio, autorizou a veiculação de propaganda no rádio num limite máximo de 10% de sua programação total, índice que foi ampliado para 20 % e depois fixado em 25%. Esse limite prevalece até hoje, embora não seja cumprido pelas empresas radiodifusoras, o que não implica em penalidade, uma vez que não existe fiscalização e nem determinação para fazer cumprir o que é estabelecido na lei.

A regulamentação da propaganda possibilitou às emissoras a captação de recursos para a manutenção e iniciar o projeto de reestruturação rumo à profissionalização, impulsionando-as a uma nova fase, a de mass media.

Com o compromisso de assegurar um retorno aos clientes, que investiram em anúncios publicitários e, conseqüentemente, ampliar o volume de contratos, os radiodifusores passaram a tratar suas emissoras como empresas, direcionando suas programações ao gênero popular. O rádio renuncia o conteúdo intelectual e reafirma sua opção pela produção de cultura de massa, ou seja, por um conteúdo cultural que fosse de encontro ao receptor, que viesse a ser reconhecido e consumido. Prevalecem os programas de identificação e consumo imediato, que "são oferecidos ao consumo como mercadorias, isto é, como produtos cujo valor

---

[29] FEDERICO, op.cit., p. 53.
[30] ORTRIWANO, op.cit., p. 15.

unesp

de troca predominam sobre o valor de uso." [31] Nesse sentido, afirma Edgar Morin, a cultura de massa é o "produto de um diálogo entre uma produção e um consumo." [32] O rádio passa a atuar como instrumento na formação de um mercado interno, incentivando a população a consumir produtos brasileiros.

> Imatura para as exportações, a indústria crescia na medida em que seus produtos iam obtendo colocação no mercado interno, mercê do aumento da população e do incremento dos pontos de venda aptos a atingi-la. Em outras palavras, a radiodifusão cresceria conjuntamente com o comercio.[33]

Explica Sérgio Caparelli, que através do rádio, "de um lado, fizeram com que as massas urbanas conhecessem novos produtos e, do outro, alargaram o seu consumo." [34] Assim, quando o Estado passa a estabelecer um novo ciclo econômico, o rádio constitui-se ao "mesmo tempo em produto e em instrumento de expansão e consolidação do processo civilizatório urbano industrial no país" [35], conclui João Baptista Borges Pereira. Para cumprir esse novo papel, o rádio experimentou uma reestruturação administrativa, investiu na estrutura física, em equipamentos, profissionais e imagem.

A propaganda radiofônica, que começou improvisada, com os locutores aproveitando os textos da mídia impressa, sem adapta-los ao meio, passou a ser elaborada por redatores e produtores. Segundo Antonio Costela, ocorre "uma radical mudança na forma e no conteúdo dos programas, buscando-se uma linguagem eclética, de maior apelo às emoções, intimista, livre, comunicativa", marcando o início da "profissionalização na área da criatividade radiofônica". [36]

O comércio e, posteriormente, a indústria, responderam positivamente à nova mídia, estabelecendo com o rádio uma parceria na divulgação e venda de seus produtos. A mensagem comercial transmitida pelo rádio atingia a cidade, a região, o estado e, em muitos casos, uma parte do país.

> A partir da década de 30, o rádio transformou-se no centro de gravidade do sistema de mídias. O número de ouvintes aumentou sem parar , e ele assumiu um papel central no imaginário coletivo e na informação de massa. [37]

---

[31] JOSÉ, Carmen Lúcia. Cultura das mídias e regionalização.In : **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19., 1996, Londrina, PR.
[32] MORIN, op.cit., p. 48.
[33] COSTELLA, Antônio.**Comunicação - do grito ao satélite** (história dos meios de comunicação). São Paulo : Ed. Mantiqueira, 1978. p. 180.
[34] CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. 3. ed. São Paulo : Summus, 1986. p. 83.
[35] Apud COSTELLA, loc. cit.
[36] COSTELLA, op.cit., p. 181.
[37] SARTORI, Carlo. O rádio, um veículo para todas as ocasiões. In: GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na comunicação**: do sílex ao silício.Tradução de Wilma Freitas Ronald de Carvalho. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1987. p. 237.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Além da venda direta de seus espaços, o rádio incorporou novas estratégias comerciais, com o objetivo de consolidar-se como veículo publicitário. A primeira, ocorreu em 1932, quando Ademar Casé, produtor e apresentador do "Programa Casé " pela Rádio Philips, comprou um horário na emissora e, através de um processo conhecido como "corretagem", revendeu-o a vários anunciantes, com isso, cobriu o custo do horário e obteve lucro. Depois, surgiu a produção da "mensagem comercial cantada", o jingle. Atendendo a uma solicitação de Ademar Casé, em 1932, o compositor e humorista Antônio Nássara compôs para a Padaria Bragança, "um cliente do programa, o primeiro jingle da publicidade brasileira."[38]

Esse reposicionamento do rádio brasileiro, priorizando o aspecto comercial, é fator fundamental para a difusão da indústria cultural no Brasil, ressalta Renato Ortiz, apesar de apresentar problemas como uma cobertura limitada do território nacional e o baixo número de receptores.[39]

Incorporando elementos da cultura de massa[40], o rádio brasileiro assume o papel de principal instrumento da indústria cultural, promovendo a "integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores."[41]

Mais do que qualquer outro meio de comunicação, o rádio soube processar essas estratégias, reestruturando-se em um curto espaço de tempo, em função da audiência e do lucro. Aparentemente, o rádio rende-se ao ouvinte, no entanto, enquanto produto, o rádio vende-se aos anunciantes e agências de propaganda. A emissora tem que comprovar que é ouvida por um determinado público, apresentar o índice e o perfil da audiência . Inserido nessa estrutura, o ouvinte é um elemento que permite à emissora apresentar-se eficiente enquanto mídia. O rádio, revestido pela cultura de massa, transforma-se em espetáculo. Deixa os estúdios, para ocupar espaço nas ruas, praças, estádios, no cotidiano brasileiro.

A década de 40 é marcada pela consagração do rádio como mídia publicitária, tornando-se o principal meio utilizado para o lançamento de produtos no mercado brasileiro. Exemplo é o programa "Um Milhão de Melodias", que estreou na Rádio Nacional do Rio de Janeiro no dia 6 de janeiro de 1943, patrocinado pela Coca-Cola, utilizado "como ponta-de-lança para o lançamento do refrigerante no Brasil."[42] Além dos musicais, os programas de auditório, as radionovelas, os programas humorísticos e os jornalísticos

---

[38] CASÉ, Rafael. **Programa Casé** : o rádio começou aqui. Rio de Janeiro: Mauad, 1995. p. 49.

[39] ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo : Brasiliense, 1988. p. 47.

[40] O conceito de cultura de massa, originário da sociedade de massa, foi uma expressão direta do sistema de mídia resultante do controle da nova tecnologia de comunicação eletrônica exercido por governos e oligopólios empresariais. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo : Paz e Terra, 1999. p. 356.

[41] ADORNO, Theodor W. A Industria Cultural. In: COHN, Gabriel, (Coord.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo : T.A. Queiroz, 1987. p. 287.

[42] SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, SôniaVirgínia. **Rádio Nacional**: o Brasil em sintonia. 2.ed. Rio de Janeiro : Martins Fontes/Funarte.1988. p. 30.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

beneficiaram-se dos investimentos dos grandes anunciantes, principalmente das multinacionais, recém-chegadas ao país.

> Atrações de sucesso no rádio, consumo garantido dos produtos. Com base nessa premissa, os anunciantes estrangeiros mudaram o curso da programação do rádio comercial brasileiro: os programas eram criados a partir da relação cada vez mais sólida entre emissora e anunciante. Os artistas começam a ser contratados, o cachê pago a cada apresentação torna-se um recurso ultrapassado e o rádio no país vive a sua fase de ouro - rico e influenciador dos hábitos e costumes de milhões de fascinados ouvintes.[43]

Recebendo a maior fatia dos investimentos publicitários e uma grande audiência, entre o final da Segunda Guerra Mundial e a metade dos anos 50 o rádio brasileiro viveu a sua "Era de Ouro". Dominou a vida nacional, consolidou-se como o centro das atenções e como a melhor opção de informação, entretenimento e lazer. O rádio transformou-se no centro de tudo, todas as coisas acabavam de uma forma ou outra ligada, disseminada ou influenciada por ele. Como preconiza McLuhan, o "rádio provoca uma aceleração da informação (...) reduz o mundo a uma aldeia e cria o gosto insaciável da aldeia pelas fofocas, pelos rumores e pelas picuinhas pessoais." [44]

Entre as emissoras, o destaque é a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, montada em 1936 pela empresa jornalística *A Noite* e incorporada ao Patrimônio da União em 1940, por Getúlio Vargas. A Rádio Nacional dominou a radiodifusão no país, por mais de duas décadas, e foi utilizada pelo Governo Vargas como "mecanismo de controle social", com o objetivo de "reproduzir os sistemas de valores dominantes", revela Míriam Goldfeder :

> Cumpre-nos , portanto, compreender a Rádio Nacional no conjunto dos mecanismos de legitimação ideológica acionados direta ou indiretamente pelo sistema de dominação política, vale dizer, com uma prática cultural, com autonomia e atuação especificas, destinada, no entanto, em última instancia, a reiterar o quadro geral dos valores dominantes do período.[45]

O processo comunicativo é, dessa forma, desfigurado da concepção de dialogicidade e o rádio passa a assumir uma função unilateral e vertical entre o poder e a massa, ocupando o papel de intermediário técnico entre um emissor que fala e um receptor que escuta, e não entre dois emissores/receptores. A mensagem como elemento representativo do diálogo sai do seu âmbito crítico, para transformar-se numa representação do

---

[43] MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro : Rio Fundo, 1991. p. 25.
[44] MCLUHAN, op.cit., p. 344.
[45] GOLDFEDER, Míriam. **Por trás das ondas da Rádio Nacional**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. p. 40.

unesp

pensamento dos grupos que dirigem o país. Assim, conclui Sérgio Caparelli,[46] o rádio serviu no Brasil como um "intermediário entre o discurso dos grupos dominantes para os grupos dominados, e uma forma das classes dominantes justificarem o seu domínio ou desviarem a atenção dos problemas mais prementes, levando o público para dentro do supermercado de amenidades com pacotes de algodão-doce."

Por outro lado, administrando as emissoras dentro do "processo produtivo (produção-circulação-consumo), em busca do lucro", os radiodifusores (ou "empresários da indústria cultural" , como prefere Caparelli) deixaram de cumprir a finalidade educativa, obrigatória pela Legislação que Regulamento os Serviços de Radiodifusão.[47] Apesar da gravidade dessa infração, não há registro de uma emissora sequer, que tenha sido advertida ou penalizada, como previsto na legislação. Foi também nesse momento de grandes transformações, lembra Sônia Virgínia Moreira,[48] que o Governo brasileiro adotou o modelo de radiodifusão norte-americano e passou a "distribuir concessões de canais a particulares", ajudando a reforçar a "exploração comercial do veículo" e estabelecendo as bases para o monopólio da radiodifusão.

Desse modo, o rádio escolhe o caminho da comunicação de massa, passando por uma reestruturação, em função da audiência e do lucro. Os concessionários da radiodifusão estabelecem para o rádio uma programação padrão, direcionada para o espetáculo e à manutenção do processo de comunicação monológico. Ao mesmo tempo em que desconsideram sua função educativa e não se envolvem com o desenvolvimento social, rendem-se aos anunciantes e à indústria cultural, consagrando o rádio como produto e instrumento da cultura de massa. .

2.1. O rádio perde audiência e mercado para a televisão

A supremacia do rádio no Brasil começou a ser abalada com o surgimento da televisão. A primeira estação, a PRF-3 TV, pertencente às Emissoras Associadas, foi inaugurada no dia 18 de setembro de 1950, em São Paulo. Em 20 de janeiro de 1951, outra emissora das associadas foi instalada no Rio de Janeiro, a TV Tupi Canal 6. Observa a pesquisadora Maria Elvira Federico que

---

[46] CAPARELLI, Sérgio. Política de Radiodifusão no Brasil. In: **Cadernos Intercom**, São Paulo : Cortez, n.8, p. 16, dez. 1985.

[47] Art. 3° Os serviços de radiodifusão tem finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitido, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade. Capitulo II, Art. 3° , Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, Decreto n° 52.795, de 31 de outubro de 1963.

[48] MOREIRA, op.cit., p. 23.

unesp

> ao contrário do rádio, a TV surgiu sob a égide da comercialização e para comercializar os produtos veiculados. Assim, o Brasil foi um dos cinco primeiros países do mundo a ter televisão e o primeiro da América Latina. [49]

Tal qual aconteceu com o início do rádio, pouquíssimos privilegiados puderam assistir ao primeiro programa da televisão brasileira, que durou duas horas e 30 minutos, sem intervalo comercial. Havia na cidade apenas "200 receptores, número que aumentou para 375, em janeiro de 1951."[50]

Fernando Severino, ex-diretor comercial da TV Tupi de São Paulo, revela que um dos diferenciais da televisão brasileira foi ter se desenvolvido a partir do rádio, com a participação de muitos homens do rádio, enquanto em outros países, ela começou com os homens de cinema e teatro.

> Isso se refletiu na publicidade de TV , que tinha muita influência do rádio. Os textos eram tremendamente radiofônicos. Depois, a propaganda foi evoluindo, se adaptando, perdendo os vícios, e ficou só com as qualidades que havia herdado. [51]

Cinco anos após sua inauguração, a televisão mais do que incomodar, passou a retirar do rádio os recursos para sua implantação (vale lembrar que a maioria dos canais de televisão foi concedido a empresários do rádio), os profissionais para administrar, produzir e estrelar sua programação e os grandes anunciantes.

Investindo nos melhores profissionais do mercado e apoiando-se no status de grande inovação tecnológica, a televisão conduziu o rádio à estagnação. Os concessionários de rádio não conseguiram reagir às dificuldades que foram surgindo e aceitaram a condição de "meio em extinção" a que foram relegados, derrotados moralmente na discussão onde o rádio sempre aparecia com "os seus dias contados", frente ao sucesso da televisão. Sobre esta polêmica, esclarece Eduardo Meditsch, que a condição inerente ao rádio, de primeiro meio eletrônico de comunicação de massa colocado à disposição do homem, "muitas vezes não é considerada ao confrontar uma "era do rádio" que pertenceria ao passado a uma outra "era da imagem", que definiria o presente e apontaria para o futuro" e, conclui :

> Como parece evidente, o rádio não terminou com o fim do que seria a "sua era". A melhor maneira de explicar isto é compreender que não foi nem o som nem a imagem que estabeleceram novas eras, mas sim a tecnologia eletrônica: tanto o rádio como a TV pertencem à era da informação, e o

---

[49] FEDERICO, op.cit., p. 81.
[50] ALMEIDA , Mauro. **Comunicação de massa no Brasil**. São Paulo : Júpiter, 1971. p. 57.
[51] Apud MARCONDES, Pyr, RAMOS, Ricardo. **200 anos de propaganda no Brasil**: do reclame ao cyber-anúncio. São Paulo : Meio & Mensagem, 1995. p. 57.

unesp

> rádio foi a manifestação mais precoce da era eletrônica na comunicação de massa.[52]

Envolvido nessa questão desgastante, o rádio perdeu rapidamente o status de maior mídia publicitária do país. Não só para a televisão, mas cedeu espaço para os outros meios de comunicação, entre os quais o jornal e a revista. O que ocorreu , não foi a simples transferência de verba publicitária do rádio para a televisão e, sim uma redistribuição de verba publicitária dos grandes anunciantes entre as principais mídias. Nesse contexto, o rádio conseguiu manter um pequeno percentual dos considerados "grandes anunciantes" e a quase totalidade dos considerados "pequenos e médios", exatamente aqueles conquistados graças à negociação direta, ou seja, sem a intermediação de uma agência de publicidade.

Outro fator a ser considerado, quanto à perda de receita publicitária pelo rádio, foi o aumento do número de emissoras no mercado, provocando a pulverização da verba publicitária, antes concentrada em poucas emissoras.

Uma breve análise no conteúdo da *Tabela 01*, que demonstra a distribuição percentual da verba publicitária , evidencia o status da televisão como o meio que mais recebe verba publicitária no país. O quadro demonstra que à medida que a televisão avança sobre o "bolo publicitário", ampliando a cada ano sua participação, ocorre a retração do meio rádio. A televisão, que detinha em 1962 (não dispomos de informações dos anos anteriores) um total de 24,7% da verba publicitária, chega a 1972 com 46,1%, mais do que o dobro do faturamento anterior. Dez anos depois, em 1982, alcança 61,2% e fecha o ano de 2001 com 57,3 % de participação no total do bolo publicitário, faturando bruto R$ 5.340.230.640. Já o rádio, que em 1962 tinha 23,6% de participação no total de verbas, fecha o ano de 1972 com 9,4%, acumulando uma perda de investimentos em dez anos superior a 150%. Perdendo um pouco mais, chega ao fim do ano de 1982 com apenas 8% do total de verba investida, caindo em 1995 para 4,5% e chegando em 2001 com a marca de 4,7 % de participação no bolo publicitário, com o faturamento bruto estimado em R$ 441,564.300.

---

[52] MEDITSCH, Eduardo. A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. In: **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 20., 1997, Santos, SP.

Tabela 01

Distribuição dos Investimentos Publicitários por Meio (%)
Dados Referências - Décadas de 60 / 90

ANO	TV aberta	JORNAL	REVISTA	RÁDIO	OUTDOOR	EXTERIOR	TV assinatura
1962	24,7	18,1	27,1	23,6	6,4	----------	----------
1970	39,6	21,0	21,9	13,2	3,8	----------	----------
1972	46,1	21,8	16,3	9,4	5,1	----------	----------
1980	57,8	16,2	14,0	8,1	1,5	----------	----------
1982	61,2	14,7	12,9	8,0	2,3	----------	----------
1994*	57,0	26,0	8,4	4,3	3,7	----------	----------
1995*	54,8	28,3	9,1	4,5	2,3	----------	----------
1996*	59.0	25,0	9,0	4,0	3,0	----------	----------
1997*	60,4	23,4	8,9	4,0	1,9	1,3	----------
1998*	58,9	22,5	9,4	4,0	2,7	1,7	0,8
1999*	55,7	23,8	9,8	4,7	2,9	2,1	1,0
2000*	56,1	21,5	10,6	4,9	3,0	2,2	1,7
2001*	57,3	21,2	10,6	4,7	2,5	2,2	1,5

Fonte : Meio & Mensagem e Grupo de Mídia SP. * Projeto Inter-Meios

O quadro apresentado, demonstra a distribuição dos investimentos por meio. Elaborado a partir de dados do Grupo de Mídia de São Paulo, representa somente as verbas aplicadas pelas agências de publicidade. Não expressa as verbas diretas, principal fonte das emissoras do interior do estado de São Paulo e boa parte do país. Uma realidade que o publicitário Pyr Marcondes interpreta como sendo

> uma história comercial triste, para um veículo que foi, durante décadas, o único a viabilizar a verdadeira integração do território nacional. Durante décadas, o único veículo verdadeiramente de massas do país. A única forma de comunicação para as regiões mais pobres e afastadas dos grandes centros urbanos. Sua única forma de lazer. [53]

Levantamento do Projeto Inter-Meios, que mede 90% da verba investida em mídia no Brasil, revela que os investimentos publicitários no Brasil totalizaram US$ 10.470 bilhões, no ano de 1999, valor que significa 1,15 % do PIB - Produto Interno Bruto nacional. O faturamento alcançado por meio de comunicação, nos últimos três anos pode ser observado na *Tabela 02*.

---

[53] MARCONDES; RAMOS, op.cit., p.113.

Tabela 02

Faturamento dos Meios
Anos de 1997 / 1998 (em US$ milhões) – 1999 / 2001 (em R$ milhões)

ANO	TV aberta	JORNAL	REVISTA	RÁDIO	OUTDOOR	EXTERIOR	TV assinatura.
1997	3.998.274.683	1.549,688.782	590,576.992	264.149.515	126,286.862	87.471.128	----------
1998	3.781.747.299	1.444.252.835	602.648.234	257.847.615	171.901.477	108.805.671	49.757.982
1999	4.462.465.834	1.790.097.411	788..041. 794	378.936.528	234.116.143	167.208.487	80.600.316
2000	5.542.039.411	2.133.741.689	1.043.401.772	482.152.759	296.036.503	215.133.041	161.548.907
2001	5.340.230.640	1.975.049.292	985.466.248	441.564.300	233.857.118	203.810.479	142.603.019

Fonte : Meio & Mensagem e Projeto Inter-Meios

Já no início da década de 1960, os radiodifusores mais conscientes chegaram à conclusão de que o rádio imponente, centro de todos as atenções, estava definitivamente liquidado. A televisão e os demais meios de comunicação haviam assumido muitas das funções até então pertencentes quase que exclusivamente ao rádio. Diante desta constatação, começa uma nova fase na radiodifusão brasileira, marcada por mudanças nas estruturas, nos formatos e na linguagem.

As primeiras medidas, adotadas pelos radiodifusores, foram administrativas, entre as quais a suspensão de investimentos e a redução dos custos com a manutenção e operação das emissoras, uma vez que vinham registrando sistemáticas quedas no faturamento. Numa segunda fase, a readequação do setor artístico à nova realidade, com a redução dos profissionais (operadores, produtores, atores, locutores, apresentadores) e a implantação de uma programação baseada na informação e na música, tendo como principais suportes o disco e a vitrola[54] ("pick-up" ou "toca-disco").

Ao analisar a ascensão da televisão, McLuhan concluiu que "um dos muitos efeitos da televisão sobre o rádio foi o de transformá-lo de um meio de entretenimento numa espécie de sistema nervoso da informação". [55] Já Saint Clair Lopes, entende a transição do que denomina "rádio artístico e

[54] Daí a expressão *"Vitrolão"*, que passou a designar as emissoras que só tocavam música.
[55] MCLUHAN, op.cit., p. 335.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

artesanal" (bem produzido, com música e atrações ao vivo) para o "rádio tecnocrático" (com gravações fonográficas, "entradas" do locutor para anunciar uma música, dar alguma informação e às vezes interpretar um anúncio) como um retrocesso na programação radiofônica. Segundo Lopes, retornamos à origem da radiodifusão, quando a concepção do programa de rádio não era prioridade :

> O programa de radiodifusão sonora está deixando de ser um tema montado expressivamente sobre palavras, música e ruídos ornamentais. Retornamos às gravações fonomecânicas comerciais, utilizadas nos diversos horários, intercaladas de publicidade, sendo que a maioria das emissoras vai mais além, oferecendo permanentes programas noticiosos, calcado no sistema música-informação. As que ainda persistem em programação musical ao vivo arriscam-se a enfrentar sérios prejuízos. Os denominados programas montados transferiram-se para a televisão, onde encontraram um vasto campo de expansão, com a vantagem de se fundamentarem num a experiência adquirida durante longos anos em radiodifusão sonora.[56]

Inserido nesse contexto, necessitando adequar-se a uma nova realidade de mercado, buscando otimizar as verbas, o rádio não hesitou em adotar novas estratégias, com as emissoras dos grandes centros direcionando seus programas a públicos específicos. Explica a pesquisadora Gisela Ortriwano que

> o rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi se encaminhando no sentido de atender às necessidades regionais, principalmente ao nível da informação. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico Já não era mais possível manter produções tão caras quanto as do período anterior: a especialização vai se acentuando cada vez mais, principalmente nas grandes cidades. As emissoras situadas nas cidades de menor porte não puderam acompanhar essa tendência e tiveram que continuar mantendo o " trivial variado" .[57]

Essa transformação na estrutura radiofônica, com a implantação de um novo formato de programação, foi possível graças às novas tecnologias, principalmente os suportes que possibilitaram a inserção da música gravada e à indústria fonográfica.

> A música, que até então representava o espaço mais caro da programação, pela necessidade de manter a soldo elencos de artistas disponíveis para execuções ao vivo, transformou-se subitamente no mais simples e barato.

---

[56] LOPES, op.cit., p. 78.
[57] ORTRIWANO, op.cit., p. 21 et seq.

unesp

concessão, para colocar no ar a primeira emissora de tv brasileira (PRF-3, TV Tupi, em 1950), era dono de quase trinta jornais, revistas, editora de livros, agência de notícias e quinze estações de rádio. Ao final da década, em setembro 1959, Assis Chateaubriand comandava um "império de comunicações, constituído por quarenta jornais e revistas, mais de vinte estações de rádio, quase uma dezena de estações de televisão, uma agência de notícias e uma empresa de propaganda." [64] Segundo Fernando Morais, o paralelo mais próximo encontrado para comparar-se ao poderio dos Diários Associados era a cadeia do magnata norte-americano William Randolph Hearst,

> e mesmo assim ainda ficava, proporcionalmente e numericamente, muitos furos abaixo do verdadeiro Estado montado por Chateaubriand : no auge de seu prestigio, no final dos anos 30, Hearst (que fora inspirador do personagem "Cidadão Kane", de Orson Welles) era dono de 25 diários e onze semanários espalhados por dezenove cidades dos Estados Unidos." [65]

Com a morte de Assis Chateaubriand e o fim dos Diários Associados, o empresário Roberto Marinho assumiu o status de "magnata das comunicações no Brasil." Até 1996, ele era proprietário de vinte emissoras de rádio[66] e 17 emissoras de tv , além de jornais e outras empresas na área das telecomunicações.

> Hoje, a Globo cobre praticamente todo o território nacional, sendo vista por 99,84% dos 5.043 municípios brasileiros. Os números da Rede Globo são prova definitiva de seu crescimento: 113 emissoras entre Geradoras e Afiliadas, 74% de audiência no horário nobre, 56% no matutino, 59% no vespertino e 69% de audiência no horário noturno. No mercado publicitário, a participação da Globo corresponde a 75% do total de verbas destinadas à mídia televisão.[67]

Ao mesmo tempo em que deu seqüência à política de conceder emissoras de rádio e tv a um grupo cada vez mais reduzido de simpatizantes, o governo brasileiro manteve excluído do processo, centenas de instituições representativas da sociedade e milhares de brasileiros com propostas para explorar o rádio local. Só não contava com o fortalecimento e o reconhecimento das rádios comunitárias pela sociedade. Algumas, inclusive, merecendo o reconhecimento internacional, como a Rádio Favela FM de Belo Horizonte e a Rocinha FM da Favela da Rocinha, no Rio de Janeiro.

---

[64] MORAIS, Fernando. **Chatô** : o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand.São Paulo : Companhia das Letras, 1994. p. 473.
[65] Ibid, p. 613.
[66] IGREJA tem a maior rede de rádios do país. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 10 mar. 1996, cad. 1, p. 10.
[67] REDE GLOBO DE TELEVISÃO. Disponível em < http://www.redeglobo.com.br/>

unesp

> Em princípio, sempre são ao mesmo tempo meios de produção. E, uma vez encontrando-se nas mãos das massas, são meios de produção socializados. A oposição entre produtores e consumidores não é inerente aos meios eletrônicos; pelo contrário, ela deve ser artificialmente mantida mediante medidas econômicas e administrativas.[61]

Nesse cenário de discussão, que envolve os meios, produtores e produtos de cultura de massa, Umberto Eco apresenta, no livro *Apocalípticos e Integrados,* uma análise do posicionamento dos teóricos que tem, como objeto de estudo, a cultura de massa e sua ação na sociedade . Fazendo uma leitura crítica das concepções antagônicas, Eco ressalta o equívoco dos *apocalípticos*, na medida que buscam ressaltar o aspecto negativo do fenômeno e constroem uma crítica carregada de pessimismo para os meios produtores de cultura de massa e dos *integrados* , por se preocuparem com a produção e não com a reflexão. No entanto, o autor destaca a "validade" da função dos apocalípticos "ao denunciar que a ideologia otimista dos integrados é profundamente falsa e de má fé" [62] e apresenta a sua leitura do problema da cultura de massa :

> O problema da cultura de massa é exatamente o seguinte : ela é hoje manobrada por " grupos econômicos" que miram fins lucrativos, e realizada por "executores especializados" em fornecer ao cliente o que julgam mais vendável, sem que se verifique uma intervenção maciça dos homens de cultura na produção.[63]

A leitura de Umberto Eco expressa a realidade do rádio brasileiro, considerando a relação estabelecida com seu público, na tentativa de recuperar o mercado perdido para a televisão. Um rádio que passou a atuar no limite entre a produção cultural de massa e a geração de informação, preservando os interesses políticos e econômicos, sem no entanto assumir suas responsabilidades sociais. Construiu uma programação, caracterizada pela cultura globalizada, criando ambiente para comercializar sem dissimulação os seus produtos, ao mesmo tempo fechada às manifestações da cultura local. Essa postura foi muito questionada por vários setores representativos da sociedade civil, que se organizaram em torno do movimento das rádios livres e comunitárias e mais do que defender, passaram a instalar e incentivar a implantação de emissoras de baixa potência por todo o país, com proposta de programação sintonizada com os interesses da cultura e os problemas local.

Por outro lado, como conseqüência da concentração do poder político e econômico, consolida-se a concentração dos meios de comunicação eletrônica nas mãos de uma minoria. Assis Chateaubriand, por exemplo, ao obter a

---

[61] ENZENSBERGER, op. cit., p. 79.
[62] ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo : Perspectiva, 1970. p. 18.
[63] Ibid., p. 50

unesp

> Os artistas passaram a ser mantidos pela indústria de discos, que cedia os direitos de transmissão às emissoras praticamente de graça, em troca da divulgação, também gratuita, de seus produtos. [58]

Com a adoção de novos suportes tecnológicos, o rádio converteu-se em um reprodutor de música em escala industrial. Ao optar por está estratégia, o rádio brasileiro troca a qualidade pela quantidade. A execução massificada de músicas comerciais rende ao rádio a denominação de "vitrolão", o que nos remete a uma das características da indústria cultural mais questionada por Adorno e Horkheimer , para quem a produção em série, como as músicas masterizadas em discos, não democratizou a arte. O que ocorreu foi a banalização das obras, defendem os autores, descaracterizando-as, fazendo com que o público perdesse o senso crítico, tornando-se um consumidor passivo das mercadorias anunciadas pelo rádio e demais meios de comunicação de massa . Adorno e Horkheimer vão além , ao afirmar que o rádio mais do que "negócio", autodefine-se como "indústria".[59] O rádio e seus produtos sobressaem-se na cultura de massas, onde prevalece o interesse mercantilista.

Mas nem tudo é pessimismo. Uma corrente de pensadores entende que a produção cultural de massa possibilitou a democratização da cultura, à medida que colocou à disposição das pessoas mais conhecimentos sobre seu mundo, veiculados sob a forma de músicas, informações e notícias. Progressos nesse sentido podem ser constatados com o desenvolvimento do repertório dos consumidores de meios de comunicação eletrônicos, que passaram a incorporar elementos de várias outras culturas ou, mesmo, manifestações culturais de outras regiões do país.

Hans Magnus Enzensberger, ao analisar a força mobilizadora dos meios eletrônicos, nota que eles "possibilitam a participação maciça" das pessoas em um "processo produtivo social e socializado, cujos meios práticos encontram-se nas mãos das próprias massas." [60] Na concepção do autor é "falso" considerar os aparelhos de comunicação como um simples "veículo do consumo" e justifica :

---

[58] MEDITSCH. Eduardo Barreto. **A especificidade do rádio informativo** : um estudo da construção, discurso e objetivação da informação jornalística no rádio, a partir de emissoras especializadas de Portugal e do Brasil em meados da década de 90. 1996.Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação, Jornalismo) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova Lisboa, Lisboa. p. 13.

[59] ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa, (Coord.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1982. p. 160.

[60] ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios da comunicação**. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1978. p. 49.

unesp

2.2. O rádio consolida sua liderança durante o dia

Determinado a ocupar novamente um lugar de destaque entre os meios de comunicação de massa, o rádio incorpora uma série de inovações tecnológicas, entre as quais o transistor e a Freqüência Modulada (FM).

Com o transistor, o aparelho receptor de rádio adquire mobilidade. Tornando-se independente da eletricidade, seu tamanho fica cada vez mais reduzido e seu preço mais acessível. O rádio foi aos poucos deixando de ser um móvel da sala, em torno do qual a família reunia-se para ser um companheiro inseparável do ouvinte. Se de um lado o rádio perdeu sua "centralidade", observa Castells, por outro, "ganhou em penetrabilidade e flexibilidade" [68] e tornou-se um aparelho individualizado, característica ressaltada por McLuhan:

> Com a TV, o rádio se voltou para as necessidades individuais do povo, em diferentes horas do dia, bem em sintonia com a multiplicidade de aparelhos receptores nos quartos, banheiros, cozinhas, carros e - agora - bolsos. Programações diferentes para atender às mais diversas atividades. O rádio que antes foi uma forma de audiência grupal que enchia as igrejas, reverteu ao uso pessoal e individual - com o advento da TV. O adolescente se afasta da TV grupal para o seu rádio particular.[69]

Apesar de ter sido patenteado por "Edwin Armstrong no ano de 1933"[70],o sistema de transmissão por Freqüência Modulada, só foi explorado comercialmente, a partir da década de 70, primeiro nos Estados Unidos, depois na Europa e América Latina. A Freqüência Modulada caracteriza-se pela transmissão de sinais eletromagnéticos através da modulação da freqüência das ondas; variando entre 88 e 108 Mhz, recepção estereofônica, sujeita a pequenas interferências e área de cobertura limitada.

No Brasil, a Freqüência Modulada desenvolveu-se de forma muito semelhante a dos Estados Unidos, país que forneceu aos radiodifusores brasileiros todo o know-how e equipamentos necessários para operar no sistema.

Na década de 50, a Freqüência Modulada foi utilizada como "link" para o rádio AM, substituindo a linha telefônica na conexão entre o estúdio gerador da programação e o equipamento transmissor. Na década de 60, a FM foi transformada em um sistema prestador de serviço, gerando "música ambiente" para assinantes, entre os quais escritórios, consultórios, estabelecimentos comerciais e indústrias. Posteriormente, já com o status de emissora FM, foi utilizada como estação retransmissora da programação do AM, em uma

---

[68] CASTELLS, Op.cit., p. 355.
[69] MCLUHAN, op.cit., p. 344 et seq.
[70] SARTORI, Carlo. O rádio, um veículo para todas as ocasiões. In: GIOVANNINI, op.cit., p. 237.

unesp

estratégia para manter e prospectar anunciantes. O cliente anunciava na rádio AM e, como bonificação, "ganhava" a retransmissão pela FM.

No Brasil, a Freqüência Modulada como mass media começou a surgir em 1968, quando o Ministério das Comunicações cancelou todas as concessões, para uma posterior redistribuição, proibindo o seu uso como link e propondo aos empresários fazer link através de VHF, "obrigando-os a manter uma programação exclusiva para FM." [71] .

Não há registro que possibilite a identificação, com segurança, da primeira emissora de Freqüência Modulada brasileira a operar com características de mídia de massa, ou seja, com grade de programação própria, modo de comunicação e comercialização de espaços. As principais referências nos remetem a 1970, quando a Difusora FM de São Paulo colocou no ar uma programação direcionada ao público jovem, baseada na música e na comunicação descontraída. A pesquisadora Gisela Ortriwano levanta essa possibilidade, ressaltando no entanto a existência dos que "contestam a primazia da Difusora nesse setor, uma vez que a Rádio Eldorado de São Paulo, quando foi fundada, em 1958, transmitia em ondas médias e por questão de prestígio usava também a FM para transmitir só música, fora da faixa comercial." [72] Já o locutor e produtor Fernando Mansur identifica a Rádio Cidade como sendo a primeira FM do Rio de Janeiro a adotar uma estratégia própria de comunicação, tornando-se referência para as demais emissoras. Observa Mansur que até o surgimento da Rádio Cidade "o FM não era considerado um veículo para propaganda." [73]

O desenvolvimento da Freqüência Modulada no Brasil ganhou um novo impulso em 1972, quando o Governo com a justificativa de "integrar e desenvolver o país", decidiu investir na distribuição de concessões de canais de FM, estabelecendo a meta de instalar 1.040 emissoras em todo o país até o final da década de 70, como revela Nélia Del Bianco:

> O primeiro passo à concretização desse objetivo foi a portaria nº 333, de 27 de abril de 1973, assinada pelo ministro Euclides Quant de Oliveira, uma espécie de documento político, no qual foram definidas algumas diretrizes para o serviço de radiodifusão. Entre outras diretrizes, o ministério garantia que iriam merecer tratamento prioritário os pedidos de instalação de emissoras FM em quaisquer localidades do país, desde que os interessados atendessem ' as prescrições legais, a viabilidade econômica, as finalidades da Radiodifusão, o interesse nacional e as normas técnicas.[74]

---

[71] MOREIRA, op.cit., p. 43.
[72] ORTRIWANO, op.cit., p. 23.
[73] MANSUR, Fernando. **No ar o sucesso da Cidade**: a que pegou todo mundo de surpresa. Rio de Janeiro : JB Editora, 1984.p.35.
[74] DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n. 20, p. 140, dez.1993.

unesp

O projeto implementado a partir do governo Geisel, imprimiu um novo ritmo à radiodifusão brasileira, embora houvesse um elevado custo ético e social. Os critérios econômico e político prevaleceram sobre o social no processo de concessão de canais, ampliando ainda mais o universo de excluídos do processo de gerenciamento e produção dos meios eletrônicos de comunicação de massa.

> Mais do que um tento tecnológico, a FM foi amplamente usada como instrumento de barganha política. As concessões foram transformadas em meio de cooptação ou mesmo em negociatas envolvendo benefícios e privilégios.[75]

Por outro lado, a consolidação da freqüência modulada como mass media, é referência no ciclo de transformações que impulsionaram o desenvolvimento da radiodifusão. Mediado pelas novas tecnologias o rádio reencontrou seu espaço no mercado, como observa o pesquisador Eduardo Meditsch :

> Contribuíram para o sucesso desta associação de interesses vários fatores tecnológicos : o desenvolvimento de novas formas de conservação, manipulação e reprodução do som, e o surgimento da Freqüência Modulada (e, logo a seguir, do FM estéreo) para a sua emissão, que melhoraram a qualidade de propagação musical diminuindo seus custos. E, por outro lado, a substituição das válvulas nos aparelhos receptores pelos transistores, que revolucionaram a recepção, tornando o rádio efetivamente portátil. O aumento do número de emissoras, com a nova faixa de freqüências, e a multiplicação dos receptores, cada vez mais simples e baratos, abriu o caminho para a segmentação da audiência.[76]

Determinada a adequar-se ao perfil do público e oferecendo como principal atração a música, transmitida quase sem interrupção e em estéreo, com qualidade sonora superior ao do rádio AM, as emissoras FMs conquistaram primeiramente o público jovem. Esse fato ocorreu, principalmente, em função das emissoras AMs priorizarem uma programação popular e a informação, com as quais o jovem não se identificava e pela habilidade das emissoras FMs "em combinar interesses e costurar música e locução num discurso sempre alegre e ritmado." [77]

A consolidação da rádio FM como mídia ocorreu de forma rápida, embora marcada por críticas, em sua trajetória, entre as quais a de ser um "vitrolão" (só tocar música), privilegiar a "música estrangeira" (norte-americana), não interagir com o ouvinte e pela postura agressiva das estratégias comerciais.

---

[75] DEL BIANCO, op.cit., p.145.
[76] MEDITSCH. Eduardo Barreto. **A especificidade do rádio informativo**... 1996.Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas,Universidade Nova Lisboa, Lisboa. p. 13.
[77] NEVES, Paulo. **Mixagem** : o ouvido musical do Brasil. São Paulo : Max Limonad, 1985. p. 38.

unesp

Ao analisar o crescimento do rádio FM no Brasil, Nélia Del Bianco constatou que o jovem trouxe "incentivo comercial para o rádio." Revela a autora que "no início da década de 80, as FMs passaram a receber 80% das verbas publicitárias das agências destinadas ao rádio."[78]

Motivados pelos bons resultados, buscando atender o ouvinte cada vez mais exigente e ampliar sua participação no mercado, os concessionários de emissoras FM investiram na segmentação da programação. Implementado com sucesso entre as rádios norte-americanas e européias, o processo de segmentação objetiva estabelecer uma relação de identificação e cumplicidade entre a emissora e o público, formatando a programação em função do target.

> Como ouvintes diferentes gostam de musicas e informações diferentes, a tendência é que haja um acelerado processo de segmentação das rádios, cada qual procurando satisfazer uma necessidade especifica do público. [79]

A estratégia de segmentar para atender melhor o mercado, é uma tendência da indústria cultural. Trata-se , segundo o sociólogo Gabriel Cohn[80], de uma diferenciação programada em termos de organização interna, diferenciação que vai promovendo a especialização tanto do emissor como do receptor. Uma emissora que faz opção pela música sertaneja, por exemplo, opera com profissionais especializados no sertanejo, adota o estilo de comunicação compatível com o estilo sertanejo , promove ações de marketing direcionadas para o público sertanejo. Conseqüentemente vai atender melhor o ouvinte sertanejo e possibilitar ao anunciante, cujo produto é voltado para este segmento, um retorno mais rápido do investimento publicitário. A tendência do receptor, em razão disso, é identificar-se com a emissora . Dessa forma, as grandes emissoras tendem a subdividir-se em vários veículos eficazes, diferenciados, criando vínculos, cada vez mais sólidos, com segmentos específicos.

Ao segmentar, fragmentar forma e conteúdo, o rádio é submetido ao processo de apropriação, possibilitando aos concessionários um maior controle sobre o meio. A opção preferencial pelo entretenimento, coloca em segundo plano a informação, prestação de serviço e a educação. O rádio FM consolida-se como um meio de entretenimento, com características globalizadas. O rádio AM (o segmento que resistem ao conteúdo religioso) aposta na combinação de informação, serviço e entretenimento, na manutenção de credibilidade e audiência.

---

[78] DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. In: **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19.,1996,Londrina, PR. p.5.

[79] ONDAS renovadas. **Veja**, São Paulo, n. 19, edição 1.130, p.70, 16 maio 1990.

[80] Apud VIEIRA, Isabel. Rádio : ele nunca esteve tão vivo. **Singular & Plural**, São Paulo : Global, n.5, p. 62, abril 1979.

unesp

O rádio marca presença em todo o território nacional.. São 2.961 emissoras regularmente autorizadas a funcionar e cerca de 15 mil rádios comunitárias que transmitem sem a autorização oficial. Como pode ser observado na *Tabela 03*, as emissoras de Freqüência Modula são a maioria.

Tabela 03

Emissoras de Rádio no Brasil - Quadro Geral	
Emissoras	**Total**
AM - Ondas Médias	1.574
FM - Freqüência Modulada	1.275
OT - Ondas Tropicais	80
OC - Ondas Curtas	32

Fonte : Ministério das Comunicações - Abert,1996.

Presente em todos os momentos da vida do brasileiro, o meio rádio é o preferido pelo público, durante o dia. Pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha na Grande São Paulo, divulgada em dezembro de 1993, revelou que o rádio lidera a audiência por um período de 13 horas - das 5h às 18h - , contra apenas 5 horas de liderança exercida pela televisão - das 18h às 24h.[81] Segundo a pesquisa, entre 5h e 18h,o rádio conta com a audiência de 1,5 milhão de ouvintes por minuto, contra 700 mil telespectadores da televisão. A televisão, por sua vez, é o meio preferido dos brasileiros no período da noite.

> O público da televisão começa a superar o do rádio somente a partir das 18h. A vantagem se consolida poucos minutos depois e alcança o pico das 20h às 22h, faixa que o mercado publicitário e as próprias emissoras batizaram de "nobre". É o período em que a televisão contabiliza cerca de 5 milhões de telespectadores por minuto na Grande São Paulo e o rádio tem uma média de 800 mil ouvintes por minuto. A diferença pró-TV se mantém até às 24h, mas em proporções menores. [82]

A supremacia do rádio sobre a televisão, durante o dia, foi comprovada na Grande São Paulo. No interior do Estado de São Paulo, como será essa relação? É questão, que ainda, permanece sem resposta, na dependência de

[81] RÁDIO lidera audiência durante o dia. **Folha de São Paulo,** São Paulo, 15 dez. 1993. Caderno 5, p.1.
[82] Ibid.

uma pesquisa de audiência. No entanto, existe a hipótese de que o posicionamento tanto do rádio, quanto da tv, no interior, seja semelhante ao mensurado na Grande São Paulo pelo Datafolha, ou mais favorável ainda, ao rádio, por ser um meio de comunicação local, com maior presença nos centros considerados menores. Como não há pesquisa disponibilizada sobre esta relação de audiência, permanece esse posicionamento empírico, reforçado por uma declaração de Mário Luís Barbato, diretor geral do Sistema Globo de Rádio. Em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, após revelar que "as pesquisas internas encomendas pela empresa em que trabalha já haviam constatado a superioridade de audiência do rádio sobre a tv na maior parte do dia", Barbato afirmou que "a superioridade do rádio sobre a TV cresce ainda mais no interior, longe dos grandes centros." [83]

Apesar de ser o meio de comunicação de massa preferido pelos brasileiros, durante a maior parte do dia, o rádio não é considerado uma mídia prioritária pelos publicitários, recebendo o tratamento de "mídia de apoio", destinando a ele em 2001 apenas 4,7 % do total da verba publicitária (R$ 441.564.300) contra 57,3 % destinados à televisão (R$ 5.340.230.640) .[84]

Entre os principais motivos que levam os publicitários a investir pouco no rádio destacam-se: a dispersão do meio, que dificulta a seleção e programação das emissoras; ausência de pesquisas de audiência regulares e idôneas; ausência de profissionalismo na comercialização de seus produtos e a estagnação tecnológica da grande maioria das emissoras. Por outro lado, poucas emissoras investem na criação e produção de programas, o mesmo ocorrendo com as agências de propaganda, no tocante ao desenvolvimento de peças publicitárias exclusivas para o rádio.

Devemos considerar ainda que os concessionários das emissoras de rádio têm demonstrado pouca capacidade de tomar iniciativas em conjunto para alterar esse quadro. E isso não ocorre por acaso, uma vez que nem todas as emissoras são gerenciadas por profissionais qualificados, que tenham o objetivo de "fazer rádio" com qualidade e voltado para os interesses da comunidade onde estão instaladas. No Brasil, 45% das emissoras de rádio estão nas mãos de políticos, 15% pertencem à Igreja católica e 25% estão sob o controle dos demais grupos religiosos.[85]

---

[83] SUPREMACIA do rádio cresce no interior, diz diretor da Globo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 17 dez.1993. Caderno 5, p. 7.
[84] Veja *Tabela 1* - Distribuição dos Investimentos Publicitários por Meio, p. 34.
[85] AMEAÇA à informação independente. **Jornal da Tarde**, São Paulo, 29 mar. 1999, s. p.

unesp

CAPÍTULO II
O CONTROLE DA RADIODIFUSÃO SONORA

No conjunto das razões, apontadas como determinantes para a multiplicação das emissoras comunitárias no Brasil, a principal é a política de radiodifusão, exercida pelo Governo Federal, considerada restritiva e excludente, onde prevalece a concessão de canais de rádio a políticos situacionistas, grupos econômicos e religiosos, ao mesmo tempo em que dificulta sua exploração pelos demais segmentos representativos da sociedade.

No entanto, esta não é uma característica específica da radiodifusão brasileira. Destaca o pesquisador Antônio Costella, que "até hoje, em nenhum país do globo, a voz alcançou os padrões de liberdade já conquistados pela pena",[1] observando que, desde a sua institucionalização como meio de comunicação de massa, o rádio passou a ser tratado como questão de segurança nacional, a submeter-se ao controle do Estado.

> Tão logo o rádio deixou de ser um brinquedo de amadores, para converter-se em realidade atuante, a radiodifusão passou a ser encarada, por muitos governos, como serviço de público. Inúmeros argumentos se alinharam em defesa desse entendimento. Assim, afirmou-se que a radiodifusão exercia (ou deveria exercer) uma função educativa e civilizadora, alteando-se acima dos interesses individuais. Acrescentou-se que a missão do rádio era dirigida à coletividade inteira, pois ilimitado e imprevisível seria o número daqueles que se postariam na escuta. Finalmente, corroborou-se ser impar sua situação, eis que, na mesma medida em que se multiplicassem e se tornassem mais potentes as estações emissoras, maior e mais profunda seria sempre sua

[1] COSTELLA, Antônio. **Comunicação - do grito ao satélite** (história dos meios de comunicação). São Paulo : Ed. Mantiqueira, 1978. p. 123.

unesp

> influência no meio social. A vista de tais características especialíssimas, concluía-se que o Estado não poderia quedar-se inerte a contemplar esse fenômeno surpreendente que raiava ao mistério da magia.[2]

A liberdade de transmissão, que marcou o início do rádio, foi gradativamente substituída pelo conjunto de mecanismos técnicos e jurídicos, formalizados pelo governante, para mantê-lo sob seu controle. Amparada no argumento de organizar os sistemas de radiodifusão, a legislação passou a dissimular o direcionamento político e econômico que se pretendeu dar ao rádio. Diante desta constatação, encontramos a necessidade de relacionar os principais fatores que determinaram o domínio do Estado sobre a radiodifusão. Através de uma abordagem objetiva, sem aprofundar o assunto mais do que o necessário, buscamos reunir os elementos que possibilitem compreender o desenvolvimento da política de radiodifusão, para posterior correlação com a política de radiodifusão implementada no Brasil e as propostas de radiodifusão defendidas pelas entidades que integram o Movimento das Rádios Livres e Comunitárias.

Entendemos ser fundamental à compreensão da regulamentação e normatização do rádio, retomar esse processo, a partir de sua implantação nos Estados Unidos, nação que promoveu a institucionalização do rádio como mass media e exerce liderança e influência no sistema de radiodifusão mundial.

1. Norte-americanos institucionalizam a Lei do Rádio

De acordo com o pesquisador norte-americano Herbert Schiller,[3] desde a introdução do rádio nos Estados Unidos a utilização do espectro radiofônico tem sido dividida entre o setor privado e o setor governamental. Ocorre que o espectro radiofônico, a faixa de freqüência utilizada para a transmissão de sinais, não comporta um número ilimitado de canais transmitindo desordenadamente, o que exigiu a formulação de regras a fim de disciplinarem a sua utilização de forma racional. Esse é o ponto-de-partida para o controle das transmissões radiofônicas pelo Estado.

O problema das interferências dos sinais eletromagnéticos, objeto de discussão desde o início das operações com radiotelegrafia, acentuou-se com o desenvolvimento e difusão das técnicas de radiodifusão, como relata Federico.

> A frenética procura pelos adeptos e curiosos da radiocomunicação, de se constituírem em emissores, fez que em pouco tempo houvesse um congestionamento do espectro e que se gerasse um processo de interferências,

---

[2] COSTELLA, op.cit., p. 123.
[3] SCHILLER, Herbert. **O império norte-americano das comunicações**. Petrópolis : Vozes, 1976. p. 45.

> prejudicando as comunicações entre as estações de amadores , entre as grandes empresas comerciais e também entre as estações costeiras e comunicações ao entre a costa e navios para as quais era imprescindível a privacidade.[4]

O primeiro conjunto de leis, cujo objetivo era regulamentar a utilização das ondas eletromagnéticas e a comunicação através do rádio, foi criado nos Estados Unidos. Através dele, o Estado (representado pelo Secretário do Comércio, Herbert Hoover), assegurou para si o direito de conceder licença para o funcionamento de transmissores de rádio, baseando-se na chamada Lei do Rádio, instituída em 1912.

O empresariado norte-americano havia encontrado no rádio um produto extremamente lucrativo, fosse pela venda de equipamentos transmissores , receptores ou mesmo pela montagem e operação de uma emissora comercial, através da qual promovia seus produtos ou comercializava espaços. Dependentes do êxito da comunicação através do rádio, passaram a exigir do congresso, não apenas uma nova lei que viesse regulamentar as freqüências e a sua utilização, mas também limitar o número de estações.

Estudos realizados por DeFleur e Ball-Rokeach, revelam que em 1923 nos Estados Unidos "não só havia mais de 500 estações grandes, funcionando regularmente, como havia aproximadamente 1.400 pequenas estações de potência bem baixa",[5] operando sem qualquer critério. Com o objetivo de organizar o sistema de transmissão , o Presidente Coolidge assinou no dia 23 de fevereiro de 1927 a "Radio Act", que passou a ser conhecida como a "nova Lei do Rádio", estabelecendo que as ondas de radiocomunicação "podem ser utilizadas por pessoas particulares apenas com a permissão oficial do governo, numa base de licença por curto prazo."[6] O governo norte-americano criou, também, a Comissão Federal de Rádio (Federal Radio Commission- FRC), com a responsabilidade de normatizar as questões técnicas relativas à radiodifusão sonora, como : determinar as faixas do espectro às emissoras e fixar padrões de engenharia. A Comissão, por sua vez, referendou o princípio conhecido como "trusteeship model", que, posteriormente, seria adotado em quase todos os países, inclusive no Brasil, segundo o qual "o espectro eletromagnético é um bem público e limitado e que os radiodifusores são meros usuários desse bem quando operam emissoras devidamente licenciadas pelo governo." [7]

---

[4] FEDERICO, Maria E. Bonavita. **História da comunicação**: rádio e tv no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982. p.12.
[5] DE DE FLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teoria da comunicação de massa**.Tradução de Otávio Alves Velho. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. p. 120.
[6] Ibid., p. 121.
[7] MENDES DE ALMEIDA, André. **Mídia eletrônica** : seu controle nos EUA e no Brasil. Rio de Janeiro : Forense, 1993. p. 13.

unesp

Preocupados com o rápido desenvolvimento da comunicação, através do rádio, os congressistas americanos passaram a defender um maior controle do Estado sobre a radiodifusão, de forma a abranger não só as concessões, as questões técnicas, como também o conteúdo das mensagens. Em conseqüência desse posicionamento, o Congresso norte-americano formalizou, através da Radio Act de 1934, a Comissão Federal de Comunicação (Federal Communications Commission), conhecida pela sigla FCC. Além das atribuições técnicas e burocráticas, como órgão responsável pelo controle da radiodifusão, condução do processo de outorga e renovação de licenças e atribuição de canais e freqüências, a Comissão passou a representar o domínio do poder político sobre a mídia eletrônica. De acordo com André Mendes de Almeida, o governo norte-americano "por meio da FCC, decide quem pode usar esse bem público e limitado".[8]

Na obra "O direito à informação e as Concessões de Rádio e Televisão", Vera Maria de Oliveira Nusdeo Lopes explica que, para montar uma emissora nos Estados Unidos, é preciso solicitar a licença para uso de freqüência vaga no espectro. A licença é concedida exclusivamente para cidadão norte-americano, por até 8 anos, com direito a renovação. Destaca a autora que existe uma preocupação do governo americano, durante o processo de licitação, de "encorajar" o localismo, dando preferência a interessados cujos proprietários estejam engajados com a gerência da estação, tenham residência no local atingido pela emissora e demonstrem conhecimento sobre os interesses e problemas locais.[9]

Os legisladores procuraram, entretanto, limitar a propriedade dos meios de radiodifusão, com o objetivo de dificultar a constituição de monopólios. Trata-se, porém, de uma norma que está em constante alteração, sendo que a mais recente ocorreu com o Telecommunications Act, de 1996. Ela determina que cada pessoa ou empresa " não pode ter mais que 12 estações de TV (VHF e UHF), 12 emissoras de rádio AM e 12 em FM. É a regra conhecida como 12-12-12".[10]

Analisando de forma crítica a legislação norte-americana de rádio, o jornalista e professor Sebastião Squirra constatou que a "objetividade do sistema americano reflete fragilidade estrutural no que diz respeito ao atendimento de um principio básico da democracia : o do direito de expressão igual para todos. Nos Estados Unidos, as minorias religiosas, políticas, raciais e culturais, não são, em

---

[8] MENDES DE ALMEIDA, op.cit., p. 15

[9] NUSDEO LOPES, Vera Maria. **O direito à informação e as concessões de rádio e televisão**. São Paulo : Edirora Revista dos Tribunais, 1997. p. 255.

[10] MENDES,Lucas. O longo despertar do gigante.As concessões de rádio e tv no mundo. **Revista Imprensa**, São Paulo : Feeling Editora, n. 91, p. 10, 1996.

geral, atendidas pelo sistema".[11] Uma das principais barreiras encontradas por alguns setores da sociedade norte-americana para obter uma concessão de rádio é de ordem econômica. Pela legislação, uma vez aprovado no âmbito político, o requerente a um canal de radiodifusão americano deve cumprir uma série de exigências, que dependem diretamente da condição financeira. Compete aos concorrentes a uma nova estação

> demonstrar recursos suficientes para construir e operar a estação por um período mínimo de noventa dias, assumindo, assim, que a empresa tenha condições de se auto-sustentar nesse tempo, mesmo sem vender nenhum espaço para a veiculação de comerciais. Todavia, a simples comprovação de recursos econômicos saudáveis não habilita um concorrente frente a outro que demonstre menos fôlego financeiro(...) Os concorrentes também deverão demonstrar que têm condições de atender a todas as normas técnicas determinadas pela Comissão, como, por exemplo, o uso de equipamentos de transmissão aprovados e/ou indicados pela FCC, que operam dentro de potências predeterminadas.[12]

Em conseqüência desses princípios regulamentadores, a radiodifusão norte-americana destaca-se pela concentração de emissoras entre grupos empresariais e financeiros e pela formação de grandes redes nacionais. Como demonstra a *Tabela 04*, prevalece nos Estados Unidos, o rádio comercial.

Tabela 04

Emissoras de Rádio nos Estados Unidos		
AM	Emissoras Comerciais	4.986
FM	Emissoras Comerciais	4.402
AM	Emissoras Públicas	22
FM	Emissoras Públicas	1.442
Total	Emissoras Comerciais e Públicas	10.852

Fonte: Willis, Edgard – Television, Cable and Radio, 1994.

[11] SQUIRRA, Sebastião.**O século dourado a comunicação eletrônica nos EUA**. São Paulo:Summus, 1995. p. 48.
[12] Ibid., p. 51 et seq.

unesp

Em relação ao faturamento dos meios, a disputa entre rádio e televisão apresenta um posicionamento semelhante ao registrado no Brasil.[13] Nos Estados Unidos, a televisão também é o meio de comunicação que concentra o maior volume de verba publicitária, como é demonstrado na *Tabela 05*, que resume o faturamento dos meios de radiodifusão nos Estados Unidos em 1994.

Tabela 05

Faturamento do Rádio e Televisão nos EUA - 1994 (US$)	
Televisão	22,9 bilhões
Rádio	7,3 bilhões
Public Broadcasting	1,29 bilhões
Total	31,49 bilhões

Fonte: Willis, Edgard – Television, Cable and Radio

A Lei do Rádio, criada e aperfeiçoada pelos norte-americanos, mais do que um conjunto de normas jurídicas e procedimentos técnicos, passou a significar um procedimento padrão internacional de administração e controle do espectro eletromagnético, servindo de referência para dezenas de países, inclusive na construção da legislação internacional para o setor. De um modo geral, afirma Amaral Vieira, em todos os países o controle estatal dos meios de comunicação dá-se através da legislação política,

> regulando a propriedade dos meios de produção da comunicação, os canais, explorando-os diretamente ou estabelecendo critérios para a concessão de sua exploração por grupos privados; mediante a legislação civil, regulando a constituição, registro e funcionamento da empresa produtora de informação...estabelecendo penas ao infrator, as quais compreendem multa, suspensão do veículo, privação de liberdade do agente, cassação da concessão de exploração de canal - nos casos dos meios audiovisuais. [14]

A exploração da radiodifusão encontra-se estruturada em torno de três sistemas : sistema estatal, onde organismos do Estado são responsáveis pela exploração de rádio e televisão; sistema misto, cuja característica é a exploração dos meios por instituições do Estado e por empresas privadas, mediante concessão (como é o caso do Brasil) e sistema privado, onde não há a presença de operadores públicos (padrão adotado em Luxemburgo). Ressalta Vera Maria

---

[13] Ver *Tabela 02*, Faturamento dos meios no Brasil, Capítulo I, p. 35.

[14] VIEIRA, Amaral. A contradição do público versus privado e a construção da realidade pelos meios de comunicação de massa. **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro, v.1-2, n. 2, p. 53-62, mar. – jun. 1984.

unesp

Nusdeo Lopes, que a exploração de canais de radiodifusão sempre ocorrerá mediante a presença do Estado, à medida que a "exploração do espaço eletromagnético pura e simplesmente pelo interessado é inviável. Sempre há formas variadas de concessões públicas determinando a freqüência em que poderá ser feita a transmissão pelo particular".[15] Nos sistemas misto e privado, prevalece a exploração comercial do rádio, objetivando o lucro.

2. A trajetória normativa da radiodifusão brasileira

A trajetória histórica do sistema normativo da radiodifusão brasileira muitas vezes lembra a norte-americana. A opinião é de André Mendes de Almeida, ao destacar que a primeira iniciativa do governo brasileiro em regulamentar a utilização das ondas eletromagnéticas ocorreu no dia 10 de julho de 1917, através do Decreto 3.296, que regulou os serviços de telegrafia e radiotelegrafia .

> O decreto estabelecia a competência exclusiva do governo federal sobre esses serviços, classificados como públicos. Apesar do controle governamental, as empresas privadas podiam operar telégrafos e radiotelégrafos mediante licença.[16]

Em 05 de novembro de 1924, o governo baixou o Decreto nº 16.657, homologando o Regulamento para os Serviços de Radiotelegrafia e Radiotelefonia, fixando as normas para a exploração dos serviços de radiocomunicação no país, a serem implementadas pelo Ministério da Aviação e Obras Públicas, através da Repartição geral de Correios e Telégrafos.

Posteriormente, tomando por base a legislação norte-americana, estabeleceu em 27 de maio de 1931,através do Decreto nº 20.047, as primeiras normas específicas ao controle da radiodifusão, com o objetivo de conter a proliferação de emissoras por todo o país e promover a qualificação das existentes.

> O novo diploma estabeleceu normas reguladoras da execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional, tendo sido regulamentado pelo Decreto n.º 21.111, de primeiro de março de 1932.[17]

De acordo com as normas, o rádio "é um privilégio exclusivo do Estado, que o explorará para fins de utilidade pública. Entretanto, a título precário são concedidas licenças a particulares para a exploração de canais comerciais, sob regime de Inspeção e fiscalização permanentes". É o que revela o pesquisador

---

[15] NUSDEO LOPES, op .cit., p. 221 et seq.
[16] MENDES DE ALMEIDA, op.cit., p. 49.
[17] LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Radiodifusão hoje**. Rio de Janeiro : Temário,1970. p. 82.

unesp

Nusdeo Lopes, que a exploração de canais de radiodifusão sempre ocorrerá mediante a presença do Estado, à medida que a "exploração do espaço eletromagnético pura e simplesmente pelo interessado é inviável. Sempre há formas variadas de concessões públicas determinando a freqüência em que poderá ser feita a transmissão pelo particular".[15] Nos sistemas misto e privado, prevalece a exploração comercial do rádio, objetivando o lucro.

2. A trajetória normativa da radiodifusão brasileira

A trajetória histórica do sistema normativo da radiodifusão brasileira muitas vezes lembra a norte-americana. A opinião é de André Mendes de Almeida, ao destacar que a primeira iniciativa do governo brasileiro em regulamentar a utilização das ondas eletromagnéticas ocorreu no dia 10 de julho de 1917, através do Decreto 3.296, que regulou os serviços de telegrafia e radiotelegrafia .

> O decreto estabelecia a competência exclusiva do governo federal sobre esses serviços, classificados como públicos. Apesar do controle governamental, as empresas privadas podiam operar telégrafos e radiotelégrafos mediante licença.[16]

Em 05 de novembro de 1924, o governo baixou o Decreto nº 16.657, homologando o Regulamento para os Serviços de Radiotelegrafia e Radiotelefonia, fixando as normas para a exploração dos serviços de radiocomunicação no país, a serem implementadas pelo Ministério da Aviação e Obras Públicas, através da Repartição geral de Correios e Telégrafos.

Posteriormente, tomando por base a legislação norte-americana, estabeleceu em 27 de maio de 1931,através do Decreto nº 20.047, as primeiras normas específicas ao controle da radiodifusão, com o objetivo de conter a proliferação de emissoras por todo o país e promover a qualificação das existentes.

> O novo diploma estabeleceu normas reguladoras da execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional, tendo sido regulamentado pelo Decreto n.º 21.111, de primeiro de março de 1932.[17]

De acordo com as normas, o rádio "é um privilégio exclusivo do Estado, que o explorará para fins de utilidade pública. Entretanto, a título precário são concedidas licenças a particulares para a exploração de canais comerciais, sob regime de Inspeção e fiscalização permanentes". É o que revela o pesquisador

---

[15] NUSDEO LOPES, op .cit., p. 221 et seq.
[16] MENDES DE ALMEIDA, op.cit., p. 49.
[17] LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Radiodifusão hoje**. Rio de Janeiro : Temário,1970. p. 82.

unesp

Mauro de Almeida, ao classificar o critério para a concessão dos canais de "arbitrário", onde afirma prevalecer "fortemente os interesses políticos".[18] Também, através do decreto 21.111, o governo classificou o serviço de radiodifusão de "interesse nacional e de finalidade educativa", concedeu ao rádio a autorização para a veiculação de propaganda e criou a Comissão Técnica de Rádio (CTR), com a missão de fiscalizar as emissoras de rádio.

Com o objetivo de debater e aperfeiçoar a nova legislação, os concessionários de radiodifusão do Estado de São Paulo organizaram-se e, em 12 de junho de 1934, fundaram a Federação Paulista das Sociedades de Rádio. Na reunião, foi estabelecido o "Código de Princípios" da entidade, que serviria de base para o Código de Ética da Radiodifusão Brasileira. Ainda em 1934, novos decretos governamentais dispunham sobre a concessão e execução dos serviços de radiodifusão, que seriam complementadas em 1936, como a fixação de normas para as transmissões, através de ondas curtas (OC) e tropicais (OT).

Seis meses após assumir a Presidência da República, no dia 19 de julho de 1951, Getulio Vargas desagradou os radiodifusores brasileiros, ao baixar o Decreto n.° 29.783 alterando alguns dispositivos do Regulamento, aprovado pelo Decreto n.° 21.111. Através das novas regras, o governo referendava o prazo de 10 anos para concessão ou permissão de exploração dos serviços de radiodifusão, no entanto, reservava o direito de revê-las de três em três anos, podendo cassá-las em qualquer tempo. Na interpretação de Saint-Clair Lopes, esse ato de Getúlio "representava o golpe de morte na radiodifusão brasileira, que ficava ao inteiro dispor do poder concedente". Por outro lado, enquanto mantinha sobre controle as concessões já distribuídas, "premiava seus correligionários com concessões e permissões, desordenadamente, por interesse político apenas, congestionando o espectro, sem nenhum critério técnico",[19] revela Saint-Clair.

Apesar de sofrer várias alterações, a base normativa da radiodifusão, imposta pelos Decretos 20.047 e 21.111 (depois de sobreviver às constituições de 1934, 1937 e 1946) só recebeu uma nova leitura trinta anos depois, com a promulgação em 27 de agosto de 1962, da Lei n° 4.117, introduzindo o CBT, Código Brasileiro de Telecomunicações.

A participação dos concessionários de radiodifusão na aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações foi decisiva. A lei, após nove anos de debates e sucessivas modificações na Câmara dos Deputados e no Senado, foi enviada ao presidente da República, João Goulart, para ser sancionada. O Presidente recusou assiná-la, vetando 52 artigos. Descontentes com a decisão, os radiodifusores convenceram o Congresso a derrubar os vetos presidenciais e promulgar a lei em seu formato original. Fortalecidos com o episódio, reunidos

---

[18] ALMEIDA, Mauro. **Comunicação de massa no Brasil**. São Paulo : Júpiter, 1971. p. 44.
[19] LOPES, op.cit., p. 83.

unesp

no Hotel Nacional de Brasília, sob a liderança de João Medeiros Calmon, diretor geral dos Diários e Emissoras Associados, os concessionários de radiodifusão decidiram organizar uma entidade representativa.

> Eis como foi fundada a 27 de novembro de 1962 a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), cuja ata de constituição foi assinada por 172 emissoras, entre as quais se situaram as de maior potência e a totalidade das estações de televisão existentes no país.[20]

Com o Código Brasileiro de Telecomunicações em vigor, pela primeira vez na história da radiodifusão brasileira, a concessão de canal de rádio deixou de ser uma prerrogativa do Presidente da República, passando a ser uma atribuição do Conselho Nacional de Telecomunicações.

Mas tanto o Código, quanto o Conselho Nacional de Telecomunicações tiveram um curto período de vigência, em razão do golpe militar de 1964. Assumindo o controle total dos meios de comunicação, o governo do Marechal Humberto de Alencar Castelo Branco restringiu por meio do Decreto n° 236, de 26 de fevereiro de 1967, várias conquistas alcançadas na radiodifusão, através do Código de 1962, como relata Mário Sampaio :

> Impôs um sério controle dos veículos de comunicação e estabeleceu punições para as emissoras infratoras da lei, culminando com a cassação de licenças de funcionamento. Em adição aos dispositivos do Decreto n° 236, surgiram novos meios legais para aumentar o controle dos meios de comunicação. Exemplos disso: a Lei de Imprensa, a Lei da Segurança Nacional e por fim o Ato Institucional n°5.[21]

Ainda em 1967, através do decreto de n° 200, assinado no dia 25 de Fevereiro, o Governo Militar estabeleceu uma reforma administrativa federal com o objetivo de centralizar o sistema nacional de comunicações, sob a supervisão direta do Estado. Criou o Ministério das Comunicações, reduziu as atribuições do Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL) e transformou o Departamento Nacional de Telecomunicações no órgão central do novo ministério".[22] A área específica de radiodifusão permaneceu regulamentada, através dos dispositivos previstos no Decreto 52.795, de 31 de outubro de 1963.

Na década de 70, o governo militar promoveu uma série de ações com o objetivo de reorganizar, ampliar a radiodifusão e recuperar o seu setor

---

[20] LOPES, op.cit., p. 86.

[21] FERRAZ SAMPAIO, Mário. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo** (memórias de um pioneiro). Rio de Janeiro : Achiamé, 1984. p.150.

[22] VAMPRÉ, Octavio Augusto. **Raízes e evolução do rádio e da televisã**o. Porto Alegre : FEBLAM/RBS,1979. p. 151.

unesp

industrial. Em 1972, através do Decreto nº 70.568, criou o Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL), atribuindo-lhe as funções normativa e fiscalizadora dos sistemas de radiodifusão.

Com a abertura política e, posteriormente, o fim do regime militar, a expectativa de mudança na política de radiodifusão acabou não concretizando, prevalecendo as diretrizes estabelecidas pelo presidente João Figueiredo e implementada pelo presidente José Sarney, embora várias alterações administrativas e normativas tenham ocorrido nos governos Collor de Mello, Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso. Em 1990, o Ministério das Comunicações foi extinto, seguido pela criação da Secretaria Nacional de Comunicações, vinculada ao Ministério da Infra-Estrutura. Em 1992, ocorreu a reabilitação do Ministério das Comunicações, através da Lei 8.490, de 19 de novembro, que lhe atribuiu a administração, outorga, controle e fiscalização da utilização do espectro de radiofreqüência. O ano de 1997 marcou o fim do predomínio do Código Brasileiro de Telecomunicações na área da comunicação eletrônica, com a publicação em 16 de julho da Lei nº 9.472, a Lei Geral das Telecomunicações . Já em 1998 , a grande novidade foi a Lei 9.612, de 19 de fevereiro, que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária, que estaremos abordando no capítulo III.

3. A consolidação do monopólio de radiodifusão

Uma referência na construção do monopólio de radiodifusão no Brasil é a portaria nº 333, assinada em 27 de abril de 1973 pelo ministro das Comunicações Euclides Quant de Oliveira, estabelecendo uma política de expansão para radiodifusão. A portaria determinava o incentivo à exploração dos canais de Freqüência Modulada, através do Plano Básico de Canais, cuja meta era instalar 1.040 emissoras em todo o país até o final da década de 70. Para atingir seu objetivo, explica Nélia Del Bianco, o governo "traçou planos de concessões e permissões, convenceu empresários do setor, quanto às vantagens técnicas e econômicas da freqüência e estimulou a reativação da industria nacional de transmissões e receptores".[23] No entanto, mais do que desenvolver a radiodifusão, a política implementada pelo governo militar culminou com o uso de concessões rádio como instrumento de barganha política, conforme constatou Del Bianco:

[23] DEL BIANCO, BIANCO, Nélia Rodrigues. FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n. 20, p. 142, dez.1993.

> Mais do que tento tecnológico, a FM foi amplamente usada como instrumento de barganha política. As concessões foram transformadas em meio de cooptação ou mesmo em negociatas envolvendo benefícios e privilégios .[24]

Essa política de concessão de canais foi incorporada pelo governo do presidente João Figueiredo e consolidada por seu sucessor, José Sarney , com a transformação do canal de rádio FM em "moeda política de larga circulação entre protegidos do poder e políticos do antigo PDS".[25]

Realizando um estudo comparativo, a partir de documentos do Ministério das Comunicações, Del Bianco concluiu que no governo Figueiredo "praticamente duplicou" o número de emissoras em funcionamento. Já o governo Sarney "conseguiu superar seu antecessor e transformou-se num campeão na distribuição de canais durante o período critico da disputa na Constituinte, quando estava em jogo a duração do mandato do presidente da República".[26] Dados obtidos por Nélia Del Bianco revelam que entre 1985 e 1989 o presidente José Sarney autorizou o funcionamento de 632 FMs e 314 AMs. A *Tabela 06*, demonstra que juntos, os presidentes João Figueiredo e José Sarney distribuíram um total de 1.662 concessões de canais de radiodifusão, mais do que todos os presidentes autorizaram no período de 1934 a 1979.

Tabela 06

Concessões/Permissões de Emissoras de Rádio e Televisão no Brasil		
Governo / Período	**Concessões/Permissões (nº)**	**%**
Collor de Mello	120 (canais de Tv a Cabo)	3,6
Congresso Nacional : a partir de outubro de 1988	65 canais	2,0
José Sarney - Período : 1985-1988	**1.028 canais**	**30,9**
João Figueiredo - Período : 1979-1985	**634 canais**	**19,0**
Demais Presidentes - Período: 1934-1985	1.483	44,5
Total	3.330	100,0

Fonte : Ministério das Comunicações e Câmara dos Deputados (Apud : O Estado de São Paulo, 30 jun. 1991, p.4)

---

[24] DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n. 20, p. 145, dez.1993.
[25] Ibid.
[26] Ibid.

unesp

No estudo "O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney", o jornalista Paulino Motter revela que nenhum outro governo "distribuiu tantos canais em tão pouco tempo, nem fez uso político de forma tão explícita", como o governo presidido por José Sarney.

> Em seis anos, o governo do general Figueiredo havia concedido 634 canais de radiodifusão, enquanto Sarney, em pouco mais de três anos e meio - de 15 de março de 1985 a 5 de outubro de 1988, data em que foi promulgada a nova Constituição - outorgou o expressivo numero de 1.028 emissoras. [27]

Somente nos últimos nove meses da Constituinte, o presidente José Sarney assinou 539 concessões de rádio e televisão, o que dá uma média de 60 concessões por mês ou duas por dia, o que significa 52% do total de emissoras que outorgou. A análise dos dados fornecidos pela Secretaria de Fiscalização e Outorga do Ministério das Comunicações, levaram Paulino Motter a concluir que

> dos 91 Constituintes que foram premiados com pelo menos uma concessão de rádio ou televisão, 84 (92,3%) votaram a favor do presidencialismo e 82 (90,1%) votaram a favor do mandato de cinco anos. Portanto, entre os parlamentares beneficiados com a distribuição de emissoras de rádio e televisão, o governo colheu uma cesta de votos suficiente para assegurar a folgada vitória obtida nas duas votações analisadas.[28]

O presidente Sarney encaminhou ainda, mais de uma centena de concessões de canais de rádio e televisão ao Congresso Nacional, que, por sua vez deu-lhes parecer favorável, após o término de seu governo. Essa política de distribuição de canais de radiodifusão, implementada durante o governo Sarney teve a participação do Senador Antônio Carlos Magalhães, que respondia pelo cargo de Ministro das Comunicações. São ações planejadas e executadas, considerando interesse pessoal e político. José Sarney, Antonio Carlos Magalhães e seus correligionários utilizaram as concessões de rádio e televisão como instrumento para estabelecer e sustentar o que Thompson denomina de "relações sistematicamente assimétricas de poder", no sentido de "reproduzir a ordem social que favorece indivíduos e grupos dominantes".[29]

O favorecimento político e o apadrinhamento na concessão de canais, consolidados durante o governo Sarney, promoveram o fenômeno denominado "coronealismo eletrônico", "curral eletrônico", ou ainda "cartórios eletrônicos",

---

[27] MOTTER, Paulino. O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro: Cebela, v.1, n.1, p. 90, ago.- nov.1994.
[28] Ibid., p. 95.
[29] THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis : Vozes,1995. p. 25.

unesp

caracterizados pelo uso político da radiodifusão. Nesse procedimento, o discurso político e assistencialista passa a ocupar cada vez mais espaço na programação.

Outra conseqüência da política de radiodifusão é a concentração de canais de rádio e televisão nas mãos de grupos político, econômico, religioso e familiar, como pode ser observado na *Tabela 07*.

Tabela 07

Concentração da Mídia Eletrônica - Canais de Rádio e TV no Brasil

Concessionário e/ou Família Controladora	Canais de TV (Concessões/Permissões) Próprias - com a Família	Rede de Televisão	Canais de Rádio (Concessões/ Permissões) sob controle da Família
Marinho (Roberto Marinho)	**17 canais** Estados : SP, RJ, MG, etc	**Rede Globo** 113 emissoras entre próprias e afiliadas	20 canais
Sirotsky	**16 canais** - Rio Grande do Sul e Santa Catarina .	**Rede RBS** 18 emissoras	21 canais
Edir Macedo (Igreja Universal do Reino de Deus)	**14 canais** SP, MG, CE, PE, etc.	**Rede Record** 68 emissoras	30 canais - estimativa (de um total de 40 emissoras que integram a Rede Aleluia de Rádio)
Saad	**11 canais -** SP, RJ, MG,PR, RGS, etc.	**Rede Bandeirantes** 79 emissoras entre próprias e afiliadas	21 canais
Abravanel (Silvio Santos)	**09 Canais** Estados:SP , RJ, PA, RGS e DF.	**Rede SBT** 97 emissoras entre próprias e afiliadas	Não consta
Câmara (Org. JaimeCâmara)	**08 canais** Estados : GO, TO e DF.	**Rede Anhanguera** 08 emissoras	08 canais
Amilcare Dallevo	**05 canais** SP, RJ, BH, Fortaleza e Recife.	**Rede TV** 05 emissoras	Não consta
Carneiro (Rede Itatiaia de Rádio - M.G.)	Não consta	Não consta	11 canais

Fontes : Internet (Site das Redes de TV e Emissoras afiliadas) Revistas da ABERT e AESP, Jornal Folha de São Paulo (10 de março de 1996, p. 1-8 a 1-10).

unesp

O mais recente efeito da política de radiodifusão implementada pelo governo é o crescimento do número de emissoras religiosas. Por não serem profissionais do segmento, boa parte dos "agraciados" com canais de rádio não consegue manter sua emissora no ar. A opção, mais fácil, tem sido a venda de horários a contatos comerciais, locutores e, principalmente pastores ou o arredamento da emissora para instituições religiosas. Com a expansão das igrejas evangélicas, lideradas pelo Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, e o pastor Davi Miranda, da Igreja Deus é Amor é comum a presença de pastores e hinos religiosos no ar. Comprando horários ou arrendando emissoras, os pastores vão, aos poucos, ocupando o espaço do locutor e, as pregações, orações, os anúncios de milagres e os hinos religiosos, o lugar antes destinado à informação, prestação de serviço e à música popular brasileira. Não seria exagero dizer que a continuar nesse ritmo, o rádio (principalmente o AM) tem tudo para deixar de ser "palanque eletrônico" e transformar-se em "templo eletrônico", com os pastores transformando-se em pastores-políticos.

A preferência do líder religioso pelo rádio, como canal comunicação com seu público tem uma justificativa lógica. Por não exigir grandes investimentos tecnológicos, no processo de geração e transmissão de sinal, nem profissionais altamente capacitados, o rádio, além de não fazer uso de imagens, tem a capacidade de criá-las em cada receptor, atingindo-o diretamente através do emocional, como pondera Luiz Fernando Santoro :

> A voz dos missionários, as músicas, os esforços na tentativa de fazer com que se emocionem por meio de relatos trágicos, tudo isso colabora para que os ouvintes recebam as emissões sem qualquer distanciamento crítico, isto é, sem mecanismos de proteção que possam interferir no completo entendimento e aceitação das mensagens recebidas. O rádio, enquanto meio de comunicação, é o instrumento por excelência para esse tipo de produção, calcada na palavra, de custo baixo, endereçado a um número incontável de pessoas. Torna-se assim um instrumento mágico, de fato o elo de ligação entre o indivíduo, isolado com seus problemas e angústias, e uma voz, que acredita trazer-lhe respostas e soluções. [30]

Bem antes dos evangélicos os católicos já demonstravam preferência pelo rádio. Em 1996, o jornal Folha de São Paulo publicou a reportagem os "Bens da Igreja", onde revela que a Igreja Católica controla a rede de rádio do país:

> Uma em cada 16 rádios existentes no Brasil pertence à Igreja Católica. Ao todo são pelo menos 181 emissoras espalhadas por 22 Estados e Distrito Federal. A maior parte das emissoras católicas está nas regiões Sul e Sudeste. São 31 emissoras no Rio Grande do Sul, 27 em São Paulo , 26 no Paraná e 22 em Minas Gerais. [31].

---

[30] SANTORO, Luiz Fernando. O rádio como instrumento mágico da fé.**Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo:IMES/Cortez, n.12, p. 28, out.1984.

[31] IGREJA tem a maior rede de rádios do país. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 10 mar. 1996, cad. 1, p. 10.

unesp

Já na edição de 24 de janeiro de 1999, na matéria "Católicos tentam aumentar participação na TV",[32] o jornal Folha de São Paulo revela que a Igreja Católica controla 175 emissoras de rádio no país, como demonstra a *Tabela 08*.

Tabela 08

Emissoras de Rádio Controladas Pelas Igrejas	
Instituição Religiosa	**Total de Emissoras**
Igreja Católica	175
Igreja Batista	100
Igreja Universal do Reino de Deus	80
Igreja Adventista do Sétimo Dia	21
Igreja Assembléia de Deus	06
Igreja Evangelho Quadrangular	06
Igreja Renascer em Cristo	06

Fonte : Católicos tentam aumentar participação na TV. ***Folha de São Paulo***, São Paulo, 24 jan. 1999.

Um monopólio que a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil vê com naturalidade, argumentando que "a Igreja optou pelos pobres, e os pobres optaram pelo rádio".[33] Justifica a CNBB, que "atuar na radiodifusão significa, para a Igreja, trabalhar também no campo da cidadania, educando para a co-responsabilidade e para a participação nas decisões a serem tomadas pela sociedade." [34] O número de concessões de rádio em poder da Igreja Católica não encontra similar em nenhum grupo de comunicação do país. Roberto Marinho (Rede Globo), a família Sirotsky (RBS) e a família Saad (Rede Bandeirantes), grupos tradicionais que controlam a radiodifusão brasileira perdem longe para os católicos, quando o assunto é o monopólio de rádio. A *Tabela 09* destaca as principais redes de rádio, em operação no país.

---

[32] CATÓLICOS tentam aumentar participação na TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 jan. 1999, Especial de Domingo.

[33] CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Comunicação e Igreja no Brasil**. São Paulo : Paulus, 1994. p. 69.

[34] Ibid., p. 66.

unesp

Tabela 09

Principais Redes de Rádio no Brasil - 1999		
Rede de Rádio	**Total de Emissoras Ligadas à Rede**	**Total de Concessões (emissoras próprias)**
Rede Católica de Rádios- RCR Igreja Católica	175	175
Rede Líder FM	59	18
Rede Itasat (Programação da Rede Itatiaia)	53	11
Rede Aleluia Igreja Universal do Reino de Deus	40	40
Jovem Pan Sat - FM	38	01
Rede Bandeirantes - AM	37	08
Rede Antena 1 - FM	26	Não Consta
Rede Transamérica - FM	31	04
Rede CBN	21	Não Consta
Jovem Pan - Sat - AM	28	01
Rede Bandeirantes – FM	16	Não Consta
Rede Atlântica FM (RBS rádios = 19 emissoras)	12	12

Fonte: Igreja tem a maior rede de rádios do país. *Folha de São Paulo*, 10 mar. 1996, cad. 1, p. 10; Sites das Emissoras na Internet, Revista Transamérica e Jovem Pan - A Revista.

Nos dias de hoje, não é tarefa fácil mensurar os índices que representam o controle do meio radiofônico brasileiro, por ser um mercado instável, em constante mudança; mas é possível ter uma noção de quem controla o rádio no país, com base no levantamento realizado em 1999 :

> 45% das emissoras de rádio do Brasil estão nas mãos de políticos, 15% pertencem à Igreja católica e 25% estão sob o controle dos demais grupos religiosos.[35]

As instituições religiosas vêm investindo também no segmento das rádios comunitárias. Estimativa do Ministério das Comunicações, divulgada em 1994, revela que entre as religiosas, 70% das rádios pertence aos evangélicos.

---

[35] AMEAÇA à informação independente. **Jornal da Tarde**, São Paulo, 29 mar. 1999. s. p.

unesp

As rádios evangélicas começaram a funcionar em "São Paulo em 1987. As primeiras foram a Impact e a Central, ambas de Cangaíba. O surto maior se deu em 1991".[36]

Os católicos já controlam um grande número de emissoras comunitárias em operação no país, constituindo inclusive uma entidade para defender os seus interesses, a Associação Nacional Católica de Rádios Comunitárias (ANCARC),com sede nacional na cidade de Atibaia.

A corrida das instituições religiosas às emissoras comunitárias acontece mesmo com a legislação proibindo o proselitismo. A Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que instituiu o Serviço de Radiodifusão Comunitária, é clara, ao determinar que uma rádio comunitária não pode pertencer a empresário, partido político ou religião. A Legislação faz referência à questão religiosa em seu Artigo 4º, ao estabelecer alguns princípios para a programação das emissoras :

> IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.
>
> § 1º. É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

A manutenção de monopólios no sistema de radiodifusão brasileiro entre políticos, empresários e instituições religiosas, ao mesmo tempo em que organizações atuantes na sociedade civil e cidadãos representativos da comunidade onde residem não conseguem obter autorização para operar com emissora de baixa potência, são indícios de que, embora o discurso do Governo revele mudanças, na prática, a política para a exploração de canais de radiodifusão permanece sem qualquer alteração substancial. Conveniências de natureza política e econômica continuam a sobrepor-se aos interesses do cidadão comum, conforme explicitamos, ao longo deste capítulo, o que compromete, não só o desenvolvimento do segmento, mas, principalmente, o desenvolvimento da sociedade.

---

[36] GIRON, Luíz Antonio. Evangélicas querem legalização. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 9 abr. 1994, Ilustrada, p.5-1.

unesp

CAPÍTULO III

O MOVIMENTO PELA DEMOCRATIZAÇÃO DO RÁDIO

Evoluindo rapidamente, de sistema de transmissão e recepção de sinais a mass media, o rádio exerceu influência na reflexão de vários pensadores contemporâneos, entre os quais Marshall McLuhan, que procurou analisar os seus efeitos na sociedade e seu papel na transformação do homem. Para o filósofo canadense, o rádio é um meio "quente" que prolonga um único de nossos sentidos e em "alta definição". As mensagens que veicula são ricas de informação perceptual, "não deixando muita coisa ser preenchida ou completada pela audiência".[1]

Na concepção de McLuhan, "o meio é a mensagem"[2], ou seja, os efeitos sociais de um meio de comunicação residem na natureza desse meio. O conteúdo das mensagens é determinado pelas características de estrutura e funcionamento do meio, enquanto canal de comunicação. Assim sendo, os efeitos de um meio de comunicação são inseparáveis do próprio meio.O efeito de um meio, diz McLuhan, "se torna mais forte e intenso justamente porque o seu "conteúdo" é um outro meio".[3] O efeito do meio rádio reúne as condições para se tornar mais intenso, exatamente porque o seu "conteúdo", a palavra falada, é um meio que "envolve todos os sentidos intensamente".[4] Independente da programação - do conteúdo - que está levando ao ar, o rádio, enquanto veículo, exerce influência e provoca alterações no comportamento,

[1] MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 10. ed. São Paulo : Cultrix, 1995. p. 38.
[2] Ibid., p. 21.
[3] Ibid., p. 83.
[4] Ibid., p. 95.

unesp

envolvendo e condicionando as massas. No entanto, os efeitos dos meios de comunicação são suscetíveis de controle, mas somente, através daqueles que detêm o domínio dos próprios media, e não, por parte dos receptores da mensagem, observa McLuhan :

> Os proprietários, eles mesmos, estão muito mais interessados nos meios como tais e não muito dispostos a ir além "do que o público quer" ou qualquer outra formula mais ou menos vaga. Os donos têm consciência dos meios enquanto poder e sabem que esse poder tem pouco a ver com o "conteúdo", ou seja, os meios dentro dos meios.[5]

A possibilidade de exercer influência sobre a sociedade, despertou o interesse de políticos e empresários pelo rádio, que acabaram por estabelecer um processo de comunicação vertical, onde ao grupo que controla o meio é reservado o papel de emissor, ficando a sociedade como receptora, consolidando dessa forma, uma espécie de segregação radiofônica.

Raríssimos são os registros onde à sociedade foi permitido o acesso ao rádio, com liberdade para o gerenciamento do canal, produção e condução da programação. Por essa razão, as rádios operárias de Weimar transformaram-se em ícones do movimento pela democratização das ondas eletromagnéticas. Em 1919, com a queda do império, instalou-se na Alemanha a República de Weimar, constituída por uma coalizão social-centro-democrática. Uma das iniciativas da República de Weimar foi incentivar as rádios operárias, montadas e operadas pelos próprios trabalhadores, a partir de informações técnicas publicadas por revistas européias. Em pouco tempo, as emissoras transformaram-se em instrumentos fundamentais à comunicação comunitária, ao entretenimento e à informação do povo. Para o pesquisador Julian Hale[6], esse formato constitui uma referência na discussão do rádio, como instrumento de comunicação democrático, uma vez que a rádio operária de Weimar não organizou seus ouvintes. Os próprios operários, organizaram-se enquanto receptores e transmissores da informação. Um exemplo de radiodifusão socializada que durou muito pouco tempo. Uma vez reorganizado, o Estado alemão não só proibiu o funcionamento das emissoras operárias, como assumiu o controle total das transmissões de rádio.

Na trajetória da sociedade moderna, o rádio nas mãos do receptor, utilizado livremente para emissão de mensagens, sobreviveu o tempo suficiente para desagradar o poder econômico e as lideranças políticas. Tal apropriação, conforme constata Gustavo Gindre "feria" duplamente a lógica capitalista.

---

[5] MCLUHAN, op.cit., p. 71.

[6] Apud ORTRIWANO, Gisela S. **Os (des)caminhos do radiojornalismo**.1990. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 15.

unesp

> Do ponto-de-vista político permitia o surgimento de formas de organização social que fugiam à normatividade das modernas democracias representativas, operando a partir de sistemas embrionários de democracia participativa. Na perspectiva econômica, "desperdiçava" um importante instrumento de construção da sociedade de consumo, fundamental para espantar o fantasma da hiper-produção.[7]

Assim, os interesses políticos e empresariais foram determinantes na transformação do rádio, de um veículo coletivo em instrumento dialógico, estabelecendo o paradigma passivo que relegou ao proprietário de um aparelho o papel de receptor.

O desenvolvimento de um rádio com características cada vez mais monológicas, sedimentou verdadeiros paradigmas como o exortado por Bertolt Brecht, onde rádio deve ser um aparato de comunicação em duas vias: emissor e receptor. Lembrando que o rádio, antes de ser um veículo de massa, era um meio interativo de comunicação, o dramaturgo alemão expressou através da "Teoria do Rádio", a sua inquietação diante da consolidação do rádio como um sistema exclusivamente produtor e emissor de mensagem.

> O rádio seria o mais fabuloso aparato de comunicação da vida pública (...) quer dizer, seria se soubesse não somente transmitir, mas também receber, portanto, não somente o ouvinte escutar, senão pôr-se em comunicação.[8]

Para Brecht, o rádio adquiriu o formato de "um simples aparato distribuidor" de informação, manifestando apenas "uma cara onde deveria ter duas".[9] Assim, transformar o rádio de "aparato distribuidor" em um "aparato de comunicação", onde ao ouvinte fosse oferecida a oportunidade de também se expressar livremente e não somente ouvir passivamente, passou a ser um dos pontos mais defendidos pelo dramaturgo alemão. Brecht chegou a fazer um apelo para que os diretores artísticos fizessem do rádio "uma coisa verdadeiramente democrática".[10] Uma postura que coloca Brecht na vanguarda da luta por um rádio livre e democrático.

Com posicionamento semelhante, Hans Magnus Enzensberger, argumenta que a "técnica eletrônica não conhece contradição essencial entre o emissor e o receptor. Qualquer rádio transistorizado, também é, pela natureza de sua construção, uma emissora em potencial, uma vez que através de realimentação,

---

[7] GINDRE, Gustavo. O papel das telecomunicações nas sociedades de crise. **Observatório da Imprensa**, n. 93, 05 julho 2000. p. 3 et seq.
[8] BRECHT, Bertolt. **Teoria de la radio** (1927 – 1932) . [S.l. : s.n.], 1970. p. 69.
[9] Ibid., p. 89.
[10] Ibid., p. 82.

unesp

pode atuar sobre outros receptores".[11] Para ele, a decisão de impedir a transformação do rádio, de meio de distribuição a meio de comunicação, ocorre de forma consciente, "justificada pelas boas razões de uma má política."

> A diferenciação técnica entre emissor e receptor reflete a divisão social do trabalho entre produtores e consumidores, divisão esta que adquire uma significação política especial no campo da indústria da consciência. Em última análise, ela está baseada na contradição essencial entre as classes dominantes e as dominadas (isto é, entre o capital e a burocracia monopolistas de um lado, e as massas dependentes do outro).[12]

Em "O sentido do som", o pesquisador Leonardo Sá defende o princípio que a "tecnologia e suas benesses deveriam propiciar democracia e não o inverso." No entanto, observa o autor, temos "a concentração e a alienação, a passividade e a imposição e...silêncio", concluindo que "não são os meios as questões-problemas, mas como fazer com que os meios façam-se meios para a plenitude da cidadania e não meios para a asfixia de tantos indivíduos".[13]

O rádio instrumentalizado e estrategicamente formatado para influenciar na sociedade encontrou condições para evoluir através de dois sistemas antagônicos, na visão de Felix Guattari. De um lado, em direção a sistemas "altamente concentrados, controlados pelos aparelhos de Estado, pelos monopólios, pelos grandes aparelhos políticos", e de outro, em direção a "sistemas reduzidos que abrem a possibilidade de uma apropriação coletiva dos "medias" que fornecem verdadeiramente meios de comunicar-se, não somente com "amplas massas" mas também com as minorias, marginais, grupos marginalizados de qualquer outra natureza".[14]

Uma vez reconhecida a força de persuasão do rádio e a possibilidade de sua aplicação na política, ocorre o controle das emissões por parte do Estado, a que se refere Guattari. Gradualmente, a liberdade de emissão foi substituída por normas técnicas e jurídicas, passando o Governo a explorar ele mesmo os canais ou indicar quem pode explorar os serviços de radiodifusão. De acordo com a pesquisadora Marisa Meliani Nunes, nesse momento estabelece-se a "voz oficial", uma vez selecionado quem pode utilizar o rádio na condição de emissor. Essa característica de controle, afirma Nunes, vai determinar que a radiodifusão passe a se " comportar apenas como canal de distribuição de informação, numa

---

[11] ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios da comunicação**. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1978. p. 45.
[12] Ibid.
[13] SÁ, Leonardo. O sentido do som. In: **Rede imaginária** : televisão e democracia. São Paulo : Companhia das Letras; São Paulo : Secretaria Municipal de Cultura, 1991. p. 132.
[14] GUATTARI, Felix.As rádios livres populares.**Singular & Plural**, São Paulo : Global, n. 05, p. 66, 1979.

unesp

difusão para as massas, revertendo a função principal da comunicação, que é a existência de uma relação dinâmica entre emissor e receptor".[15]

A comunicação clássica, institucionalizada pelos concessionários da radiodifusão, onde a transmissão de informação ocorre de forma unilateral, de fontes ativas a receptores passivos, caracteriza, no entender do pesquisador Luiz Ramiro Beltran, uma relação social autoritária, "uma forma antidemocrática de comunicação".[16] Um modelo que se tornou objeto de questionamentos e críticas, exatamente por não contemplar as expectativas e necessidades de todos os setores da sociedade. Com exceção de poucas emissoras, os meios de radiodifusão são hoje mantidos por grupos interessados no lucro, que deles se utilizam para vender mercadorias e multiplicar o capital, lembram Machado, Magri e Masagão. Ressaltam os autores, a importância de assegurar espaço também para "outras modalidades de exploração, mais democráticas e que permitam engajar a iniciativa da própria comunidade atingida pelos meios," independente dos grandes monopólios e da política,

> emissoras ligadas a grupos de produção cultural, a grupos de intervenção social, às minorias étnicas, culturais ou sexuais, aos partidos políticos, às comunidades locais e também aos amantes do rádio e da TV para aí realizarem experiências renovadoras de linguagem. O leque de opções, enfim, deve ser tão amplo quanto a diversidade dos cidadãos.[17]

Nesse contexto, temos estabelecidos alguns dos contributos mais significativos para o surgimento de movimentos pela reconfiguração do processo comunicativo através do rádio, de tal forma a contemplar também o receptor e não exclusivamente os interesses do emissor, como institucionalizado no modelo clássico. Aspectos da radiodifusão que estaremos abordando a seguir, que passam pelo surgimento das emissoras piratas, pelas rádios livres, evoluindo para possibilidade de coexistência entre emissoras comerciais e emissoras comunitárias, através das quais os indivíduos possam se expressar, considerando os seus interesses e as necessidades da realidade local.

---

[15] NUNES, Marisa Ap. Meliani. Rádios livres. **O outro lado da Voz do Brasil**.1995. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 28.

[16] BELTRÁN, Luís Ramiro; CARDONA, Elizabeth Fox de. **Comunicação dominada** : os Estados Unidos e os meios de comunicação na América Latina. Rio de Janeiro : Paz e Terra,1981. p. 23.

[17] MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres** : a reforma agrária no ar. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 17 et seq.

unesp

1. A reação ao monopólio do emissor

Considerando a relação entre emissores e receptores do discurso social, Abraham Moles e Claude Zeltmann constataram que para uma sociedade ser definida como democrática, haveria a necessidade de idêntica quantidade de emissão e de recepção. Eles partem do pressuposto que num grupo social, "os diferentes papéis se definem pela relação taxa de emissão, taxa de recepção". [18] Assim, como há pessoas ou sistemas cuja atividade consiste, sobretudo, em emitir (o professor, o repórter), outras são estritamente receptoras. Seguindo essa linha de raciocínio, afirmam os autores que é possível "definir os tipos de sociedade por sua relação média de emissão-recepção". [19]

A aplicação da teoria de Moles e Zeltmann à radiodifusão brasileira, onde a capacidade de emissão é privilégio de um pequeno segmento, que em conseqüência do poder político e econômico, mantém sob controle os canais de rádio, revela a dimensão antidemocrática da política que prevalece para o setor, ao mesmo tempo em que condiciona a maioria da população como massa receptora de mensagens.

O Brasil registra uma extraordinária oferta de mensagens pelos principais canais de rádio e televisão que cobrem todo o território nacional. O país que possuía em 1986 um total de 1.182 emissoras de rádio e 125 emissoras de televisão, saltou em 1996 para 2.961 emissoras de rádio[20] e 257 emissoras de televisão aberta, além de 25 canais de televisão por assinatura. Por outro lado, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNDA)[21], realizada em 1996, revelou que 85 % dos municípios brasileiros possuem rádio e 76% televisor.

Na concepção de Luiz Gonzaga Motta, a esse aumento na oferta de meios e mensagens de massa não corresponde uma satisfação das necessidades de comunicação da população, uma vez que proporcionalmente ao crescimento do consumo e a exposição aos meios e mensagens de massa, cresce a população que participa desse processo apenas como receptor passivo. Significa que um número cada vez menor de pessoas informa a um público cativo cada vez maior, conclui o autor:

> Esta concentração implica numa evidente perda de possibilidades de expressão de grupos locais e comunitários em favor de uma difusão cada vez mais centralizada em grandes empresas localizadas nos grandes centros urbanos. Mesmo quando consideramos apenas a recepção, verificamos que as chances de receber informações de fontes alternativas diminuíram sensivelmente. Não existe em nosso país a pluralidade de fontes de

---

[18] MOLES, Abraham; ZELTMANN, Claude. **La comunicación y' los mass media**. Bilbao, Espanha : Ediciones Mensajero, 1975. p. 7.
[19] Ibid.
[20] Fonte : Ministério das Comunicações e Abert.
[21] FOLHA de São Paulo, São Paulo, 26 de março de 1996, p.12.

unesp

> informação, condição básica para o funcionamento de uma sociedade democrática. Existe hoje uma clara tendência à homogeneização cultural embora repassada através de uma multiplicidade de conteúdos, além de uma acentuada perda de informações locais ou regionais em favor de um aumento de notícias, músicas, novelas, humor e outras manifestações culturais internacionais ou internacionalizadas.[22]

O processo comunicativo é, assim, alijado da concepção natural da dialogicidade e passa a assumir uma função unilateral e vertical entre o emissor (os concessionários, autorizados pelo governo a explorar os canais de rádio) e o receptor. Por força dos compromissos políticos e comerciais, o rádio consagra-se como um intermediário entre um emissor ativo e um receptor passivo, onde a música é determinada pelo modismo, a informação resume-se a manchetes e dados fragmentados reproduzidos de jornais, revistas e releases.

Nestas condições, o ouvinte como fonte direta de (re) alimentação do sistema só participa à medida que atende os interesses do próprio sistema, nunca para questioná-lo, salienta a pesquisadora Gisela Ortriwano.[23] Essa tendência também é constatada por José Martines Terrero, ao propor a intensificação dos meios grupais ou "não de massas", conforme consta do "Documento de Santa Inês", formalizado em 1966 no Peru, durante o congresso sobre alternativas de comunicação popular e comunitária para a América Latina :

> Os meios de massas dirigem-se essencialmente a grandes audiências indiscriminadas, heterogêneas, anônimas, pluralistas, afastadas, com indivíduos isolados solitários ou separados entre si pelo menos geograficamente, mas atingidos simultaneamente, que não discutem nem refletem em grupo sobre as mensagens. Os comunicadores que transmitem por tais meios estão em contato direto com o seu público: não o vêem nem ouvem. Tais meios exigem empresas organizadas, equipamentos técnicos especializados, pessoal treinado e generoso financiamento. Poderiam dirigir-se somente a audiências pequenas, mas isto representaria gasto enorme por receptor, em virtude da sua capacidade ociosa instalada. Ao contrário, os meios grupais baseiam-se no papel ativo desempenhado por grupo reduzido que produz, discute a mensagem.[24]

Contrapondo ao rádio verticalizado e unilateral, surgiram na Europa Ocidental, no final dos anos 60 e inicio de 70, as primeiras emissoras não-regulamentadas. Uma resposta dos europeus à legislação da radiodifusão, considerada restritiva, excludente, incapaz de garantir o pluralismo

---

[22] MOTTA, Luiz Gonzaga. Brasil : alternativa popular – comunicação e movimentos sociais. In : GRINBERG, Máximo S. (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis :Vozes, 1987. p. 40.
[23] ORTRIWANO, op.cit., p. 10.
[24] TERRERO, José Martinez. **Comunicação grupal e libertadora**. São Paulo : Paulinas, 1988. p. 228.

unesp

ideológico, cultural e social, necessário a uma radiodifusão democrática. Na concepção da pesquisadora Cíntia Nahra

> essas pequenas emissoras, que surgem na Itália, se espalham pela Europa e chegam ao Brasil, colocam em duvida não apenas a legitimidade do Estado como organizador do sistema de radiodifusão, mas todo um modo instituído de fazer rádio, no qual a coletividade, aqueles que trabalham, que lutam, que sonham foram privados do direito à palavra.[25]

Observam Machado, Magri e Masagão que as rádios e televisões livres constituem a melhor resposta de uma sociedade democrática aos conglomerados e monopólios, bem como ao seu poder de concentração e comando.

> Elas se dirigem a segmentos específicos da população, oferecendo transmissões diferenciadas, voltadas às aspirações de cada estrato social, de cada comunidade ou de cada grupo cultural. Sua programação tende a ser diversificada na mesma amplitude da diversidade do público, ao contrário das rádios e televisões comerciais que por força de suas ambições hegemônicas só se podem dirigir à média indiferenciada e amorfa dos cidadãos abstratos.[26]

Mais do que uma alternativa ao formato institucionalizado de rádio comercial, essas emissoras de baixa potência passaram a representar a possibilidade de inserção de todos os segmentos da sociedade no processo comunicativo. Caracterizam o que Guattari, chamou de "guerrilha da informação", elemento fundamental no processo de "ruptura da relação entre emissão e circulação de dados", que por sua vez "situa-se no interior da luta geral contra a organização e a dominação do trabalho".[27]

As manifestações contra os interesses políticos e econômicos, que tornam a radiodifusão exclusividade de uma minoria, chegaram até a Organização das Nações Unidas, que se posicionou perante o problema, através da Unesco, considerando a comunicação um aspecto dos direitos humanos. Entendendo que a comunicação ocorre de forma vertical, como também se efetua em grande parte numa única direção, isto é, de cima para baixo e classificando o direito à comunicação como "um prolongamento lógico do progresso constante em direção à liberdade e à democracia"[28], a ONU passou a defender a "circulação de dupla

---

[25] NAHRA, Cintia Maria Leite. **Rádio institucional e rádio livre** : rupturas no modelo comunicacional dominante.1988. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. p. 2 et seq.

[26] MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, op.cit., p. 21.

[27] GUATTARI, Felix. Milhões e milhões de Alices no ar. In : **Revolução molecular**: pulsações políticas do desejo. 3.ed. São Paulo : Brasiliense, 1987. p. 57.

[28] COMISSÃO INTERNACIONAL PARA O ESTUDO DOS PROBLEMAS DA COMUNICAÇÃO. **Um mundo e muitas vozes**: comunicação e informação na nossa época.Tradução de Elaine Zagur. Rio de Janeiro : Editora Fundação Getulio Vargas, 1983. p. 289.

unesp

direção", o acesso e participação de todos os segmentos da sociedade aos meios de comunicação. A questão foi debatida e consta de documento da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação da Unesco.

> Sem uma circulação de duplo sentido entre os participantes, sem a existência de várias fontes de informação que permitam uma seleção maior, sem o desenvolvimento das oportunidades de cada indivíduo para tomar certas decisões baseadas no conhecimento completo de fatos heteróclitos e de alguns pontos de vista divergentes, sem uma maior participação dos leitores, dos espectadores e dos ouvintes na adoção de decisões e na constituição dos programas dos meios de comunicação social, a verdadeira democratização não chegará a ser uma realidade.[29]

Nesse sentido, a democratização da comunicação implica mais do que o simples acesso do público aos meios de comunicação. Significa também a possibilidade da troca de informações entre as forças políticas, as comunidades culturais, as entidades econômicas e os grupos sociais, num plano de igualdade, sem um domínio sobre os elementos mais fracos e sem discriminações contra ninguém.Requer, por ouro lado, informação mais abundante, procedente de uma pluralidade de fontes. São aspectos debatidos na Unesco, ressaltados no documento sobre os direitos fundamentais do homem na comunicação e informação, publicado pela Comissão Internacional Para o Estudo dos Problemas da Comunicação. O documento da Unesco afirma que "Todo mundo tem o direito de comunicar" e destaca como "elementos que integram esse direito fundamental do homem", os seguintes pontos, sem que sejam limitativos:

a) o direito de reunião, de discussão, de participação e outros direitos de associação;

b) o direito de fazer perguntas, de ser informado, de informar e outros direitos de informação;

c) o direito à cultura, o direito de escolher, o direito à proteção da vida privada e outros direitos relativos ao desenvolvimento do indivíduo.[30]

Na Europa, algumas nações já substituíram o modelo de rádio monopolizante e vertical por um sistema mais democrático. É o caso da França, que reservou freqüências para o rádio local, destinadas a associações e fundações sem fins lucrativos. Na Bélgica, a autorização para explorar o canal de rádio local é concedida por dois anos, com opção de renovação. Para receber

---

[29] COMISSÃO INTERNACIONAL PARA O ESTUDO DOS PROBLEMAS DA COMUNICAÇÃO. **Um mundo e muitas vozes**: comunicação e informação na nossa época.Tradução de Elaine Zagur. Rio de Janeiro : Editora Fundação Getulio Vargas, 1983. p. 288.

[30] Ibid.

unesp

a autorização e explorar o rádio local, é necessário o requerente preencher alguns requisitos e assumir compromissos com a comunidade, tais como

> visar preponderantemente ao progresso social, cultural, cívico e à educação permanente, bem como se dedicar em especial à informação e ao lazer local; favorecer o acesso de antena aos cidadãos e às suas organizações culturais, religiosas e políticas; ser independente de qualquer grupo profissional e político; realizar ao menos uma vez por ano uma assembléia aberta ao público para propiciar o encontro entre os responsáveis pela rádio e seus ouvintes.[31]

O rádio local constitui-se no elemento fundamental de um processo comunicacional em que o tempo histórico hegemônico e o espaço uniforme, linear, vão aos poucos sendo substituídos pela pluralidade e interatividade, onde o receptor de rádio vai deixando de ser um mero recebedor de informação.

Rupturas como esta tem sido a marca deste fim de século, acelerando desafios que emergem com a globalização do mundo ou a "transculturação"[32], constituindo um processo do qual resulta uma nova realidade, composta e complexa. Sem a "ocidentalização do mundo", como se refere Octavio Ianni, dificilmente teríamos consolidado o movimento das rádios comunitárias. Trata-se de um movimento influenciado pela cultura ocidental, mais especificamente pelos países da Europa Ocidental, onde o rádio local é uma realidade. Por outro lado, observa Ianni que "os dilemas e os horizontes que se abrem com a transculturação, em escala mundial, alimentam inquietações e otimismo, assim como utopias e nostalgias".[33]

Conseqüência, também, desta influencia, é um rádio feito à margem da indústria cultural, sem pretensão comercial. Emissoras construídas coletivamente, gerenciadas por pessoas simples, geralmente moradores da periferia, nem sempre conscientes do caráter de resistência de sua obra, o que talvez torne inviável sua continuidade, a longo prazo. Exceções como a Rádio Favela, de Belo Horizonte, cuja grade de programação foi construída respeitando o contexto sócio-cultural da comunidade e o sujeito receptor, onde a participação do morador, direta ao microfone, mediada por pessoas da comunidade se constitui na principal atração. Ao contrário do modelo de

---

[31] NUSDEO LOPES, Vera Maria . **O direito à informação e as concessões de rádio e televisão**. São Paulo : Editora Revista dos Tribunais, 1997. p. 277.

[32] Entendemos que o vocábulo transculturação expressa melhor as diferentes fases do processo transitivo de uma cultura a outra, porque este não consiste somente em adquirir uma cultura distinta, que é o que a rigor indica a expressão aculturation, mas que o processo implica também e necessariamente a perda ou o enraizamento de uma cultura precedente que se poderia denominar de culturação; e alem disso, significa a conseqüente criação de novos fenômenos culturais que se poderiam denominar de neoculturação. Em conjunto, o processo é uma transculturação. IANNI, Octavio. IANNI, Octavio. Globalização e Transculturação. In: **IX Encontro Nacional da ANPAP**, 9.,1997, São Paulo. p. 16.

[33] Ibid, p. 21.

unesp

comunicação institucionalizado pelas emissoras comerciais, na Rádio favela a recepção ocorre de forma ativa. Pela característica de programação e linguagem, é possível afirmar que mais do que um signo vocal e analógico[34], a Rádio Favela é um ícone dos acontecimentos do dia-a-dia da comunidade, expressão da cultura e da vida de seus ouvintes.

2. Rádio Local

Entendemos não ser possível analisar as questões relacionadas à rádio comunitária, sem compreender os conceitos de rádios pirata e livre, bem como abordar esses movimentos sem compreender as características e os conceitos básicos de rádio local, aos quais se encontram relacionadas.

A proposta de rádio local encontra-se muito próxima às idéias de Brecht,[35] para quem o rádio é um meio interativo, onde o ouvinte é um elemento ativo da programação e Enzensberger, que defende espaços iguais para emissor -receptor, considerando que qualquer rádio transistorizado, também é, pela natureza de sua construção, uma emissora em potencial.[36]

Na realidade, quando nos referimos à rádio local, estamos abordando uma multiplicidade de emissoras de rádio, com formatos diferenciados e estruturadas, de acordo com o ambiente e contexto social, político e econômico em que surgiram e desenvolveram-se. Uma vez respeitadas as suas características, objetivos, a comunidade e a cultura em que se encontra inserido, o rádio local pode estar constituído sob as mais variadas denominações, tais como : rádio participativo, rádio de baixa potência, rádio de quarteirão, rádio de pequeno alcance, rádio de proximidade, rádio de vizinhança, rádio rural, rádio popular, rádio livre, rádio pirata, rádio comunitária e até rádio clandestino.

Estes diversos formatos de rádio apresentam alguns pontos comuns, variando, é claro, de acordo com as características assumidas por cada formato, em função da comunidade onde está inserido e linha de atuação :

a) sistema de transmissão - opção preferencial pela freqüência modulada, em função da tecnologia de baixo custo e fácil manutenção. Muitas ainda operam através do sistema de alto-falantes.

---

[34] Todo sistema analógico se liga muito mais ao mundo físico do que ao mundo mental, implícita sempre a idéia de modelo, simulacro, imitação, bem como a idéia de medição ou mensuração. PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação**. São Paulo : Cultrix, 1997. p. 19.

[35] BRECHT, Bertolt. op.cit., p. 81.

[36] ENZENSBERGER, op.cit., p. 45.

unesp

- Cobertura limitada - geralmente utilizam transmissores de baixa potência, o suficiente para atingir um bairro ou uma pequena cidade .

c) programação segmentada - direcionada para a comunidade onde se encontra instalada.

d) estimulam a formação de consciência crítica, o debate em torno das necessidades da comunidade, a difusão de idéias, ao mesmo tempo em que valoriza a cultura, as tradições e os hábitos sociais

e) agente de mudança e desenvolvimento comunitário, promovendo ações de integração da comunidade e socialização da comunicação

f) participação coletiva - possibilidade da participação de todos no gerenciamento da emissora , produção e apresentação da programação

g) não almeja o lucro - os espaços são comercializados com o objetivo de obter recursos, para cobrir os custos de operação, manutenção e desenvolvimento .Muitas emissoras locais são mantidas pelo governo, organizações internacionais, instituições religiosas, entre outras.

h) operam sem autorização do Estado, na maioria dos países do terceiro mundo, onde prevalece o monopólio da radiodifusão, sendo consideradas ilegais. Muitas são tratadas genericamente como "piratas" e combatidas pelos concessionários da radiodifusão e pelas instituições governamentais. Por outro lado, são reconhecidas e regulamentas nos países mais desenvolvidos, principalmente na Europa, Estados Unidos, Canadá e Austrália.

Na Europa, a rádio local constitui uma evolução natural da rádio livre, conseqüência do processo de regulamentação das emissoras que surgiram com o propósito de combater o monopólio estatal da radiodifusão. Embora em momentos e velocidades diferentes, França, Bélgica e Suíça, institucionalizaram o rádio local, através de um processo denominado "re-regulamentação construtiva", onde é exigido "um mínimo de produção local e incentivos financeiros para evitar excessiva politização das emissoras, a formação de redes nacionais e a supremacia de um só anunciante local".[37]

Na Bélgica, as rádios locais não podem ter intuito lucrativo. Cabe ao Conselho de Rádios Locais, constituído por 24 membros, examinar os pedidos dos interessados em explorar rádios locais. Na Grã-Bretanha, programação local é prioridade do Governo, que através da BBC, controla 38 estações segmentadas

---

[37] TEIXEIRA, Teresa de Sá. **Todas as vozes** : diferentes abordagens para um conceito de rádio local. 1988. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) Programa de Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. p. 83.

unesp

no público local. Dinamarca e Noruega caracterizam-se por ter um rádio local financiado pelo governo. Já a Suécia desenvolveu um serviço público, financiado pelo pagamento de taxas de licença denominado "rádios de vizinhança".

Na América do Norte e Austrália, a rádio local tem entre os seus objetivos principais, assegurar o acesso das minorias aos meios de comunicação e a defesa dos direitos da comunidade em que se encontra inserida. Nos Estados Unidos, a concessão de canal de rádio local só é feita a candidatos com residência na comunidade, desde que comprovem conhecer e proponham-se a desenvolver atividades de interesse da comunidade. Tanto nos Estados Unidos, como na Austrália, a rádio local também é utilizada na integração e desenvolvimento da população indígena, através de projetos financiados pelo Governo.

Na África e Ásia, as rádios locais encontram-se ligadas às comunidades étnicas e às comunidades rurais, onde são um instrumento de integração e educação. Teresa de Sá Teixeira aponta, como uma das características básicas da rádio rural africana, o fato de ela funcionar "como uma rádio local descentralizada, cujos objetivos têm sido dar início e apoiar a participação camponesa na produção de programas, liberar a voz das populações locais e estabelecer uma rádio-escola, onde cada pessoa possa reconhecer e reapropriar-se de sua própria linguagem".[38] Montadas a partir da década de 60, em sua maioria, com recursos de organismos da ONU como a UNESCO e a FAO, as rádios rurais africanas ainda são dependentes de recursos externos e de verbas de seus governos nacionais. Nos países mais pobres do continente asiático, a situação é semelhante. Em vários deles, prevalece o sistema de alto-falantes.

Na América Latina, a rádio local confunde-se com rádio popular. Ligado às instituições religiosas, principalmente à Igreja Católica, aos movimentos populares, sindicais e políticos, começou a ser implantada através de sistemas de alto-falantes, também conhecidos como "rádios do povo", comuns em países como Bolívia, Colômbia, Peru , Honduras, El Salvador e Nicarágua.

No Brasil, as primeiras experiências com as emissora de alto-falante, também conhecida como "radiadora" ou "rádio comunitária", aconteceram na periferia de Fortaleza, no início da década de 70, com a inauguração na Barra do Ceará da "radiadora Cura d'Arns, ainda hoje em funcionamento".[39] Mas, segundo a pesquisadora Denise Cogo, foi a partir de 1987 que as experiências com os alto-falante se expandiram, com o apoio da Prefeitura de Fortaleza e da Igreja Católica, atingindo, no início da década de 90, um total de 20 rádios, em funcionamento, na periferia de Fortaleza. Destaca Cogo, o fato das "radiadoras"

[38] TEIXEIRA, op.cit., p. 105.
[39] COGO, Denise Maria. **No ar...uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998. p. 120.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

constituírem um "patrimônio das comunidades em que estão instaladas, produzindo uma programação voltada aos interesses concretos dos moradores".[40]

Há que se ressaltar, que, em muitas localidades, o sistema de alto-falantes ainda permanece como única opção de comunicação, desempenhando um papel fundamental na integração da comunidade local, como explica a pesquisadora Cicilia Krohling Peruzzo :

> Os alto-falantes vêm sendo utilizados como "rádios do povo" em várias partes do continente latino-americano, por associações e movimentos que, não podendo operar emissoras convencionais, em razão das limitações impostas pelo sistema de concessão de canais e pelas condições econômicas, se valem desse instrumento para transmitir programas e satisfazer, assim, algumas de suas necessidades de comunicação.[41]

Dissertando sobre a rádio participativa nos movimentos populares, Peruzzo relata as experiências com o sistema de alto-falantes em São Paulo. O pioneirismo, revela Peruzzo, "coube à Rádio do Povo de Vila Nossa Senhora Aparecida", que foi ao ar em 26 de abril de 1984, cobrindo a favela de 13 mil habitantes, na zona leste da capital, de onde "desencadear-se-ia ali todo um processo, que levaria ao número de quarenta e duas unidades já em 1988".[42] A implantação das rádios populares, através de sistemas de alto-falantes em São Paulo foi uma iniciativa da Igreja Católica, coordenada pelo Cemi- Centro de Comunicação e Educação Popular, da Arquidiocese de São Paulo.

Assim, rádio popular é aquela gerenciada por uma organização ou instituição popular com objetivos e programação direcionados para o povo, convertida em sujeito ativo da comunicação. Conforme as experiências relatadas, temos estabelecido uma simbiose entre rádio local e rádio popular. No entanto, faz-se necessário observar, que nem toda emissora local é necessariamente popular. Principalmente na Europa e Estados Unidos, torna-se cada vez mais comum encontrar emissora local, segmentada na informação, na educação, na religião, sem qualquer conotação com o popular.

Por outro lado, a rádio local não se caracteriza somente pela função social. Existe uma tendência de rádio local com finalidade mercadológica e comercial. Enquadra-se nesta categoria, a rádio local de escola e universidade, que transmitem através do sistema de alto-falantes ou transmissor de ondas eletromagnéticas. Outra manifestação de rádio local, com finalidade mercadológica e comercial é a rádio-loja, que vem substituindo os sistemas de

---

[40] COGO, op.cit., p. 120.
[41] PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares** : a participação na construção da cidadania. Petrópolis, R.J. : Vozes, 1988. p. 159.
[42] Ibid., p. 161.

unesp

som das grandes lojas de departamentos, com perspectiva de atingir outros empreendimentos comerciais, como shopping center. A rádio-loja opera dentro das mesmas características das emissoras comerciais, com programação comercial, informação, prestação de serviço e inserção comercial, onde os anunciantes são os fornecedores da loja. Uma das pioneiras no país neste gênero é a rádio loja da Renner. A programação é gerada em Porto Alegre e chega ás lojas Renner de todo o país via-satélite. A rádio-loja, com programação ao vivo, gerada na própria loja, constitui um importante espaço para a formação de novos profissionais, à medida que oferece a quem está começando a oportunidade de mostrar o seu talento, cada dia mais difícil de acontecer na rádio comercial, que prefere o profissional com experiência (e diga-se de passagem, substitui aquele monótono serviço de alto falante : "blim, blom"... "atenção ...proprietário do veículo....comparecer ao estacionamento", e outras coisas do gênero , por informação).

Partindo da premissa que a multiplicidade dos modelos de rádio local deve-se aos "vários contextos sócio-políticos e econômicos em que cada emissora surgiu" e que, em função desta diversidade de modelos com que ele se apresenta, a definição de rádio local "não comporta nenhuma camisa de força teórica", Teresa de Sá Teixeira elaborou um conceito de rádio local amplo, porém buscando contemplar suas diferentes especificidade e conotações:

> O conceito de rádio local refere-se então a um modelo de emissora que tem como fundamento básico a sua ligação estreita com uma comunidade. Esta ligação pode ter um significado de pertinência a comunidade, ou simplesmente estar dirigido a ela, ser feito para e por ela. A comunidade pode ser de interesse cultural ou geográfico. A emissora reflete a pluralidade de sua audiência sem fazer juízos de valores e a programação atende às suas necessidades e interesses, disponibilizando informações sobre fatos próximos, ou dentro de uma ótica local, fatos regionais e globais. Este tipo de emissora pode optar entre modelos não-comerciais, comerciais ou mistos, sem que isto lhe tire o caráter de rádio local.[43]

O conceito elaborado por Teixeira reforça a importância da flexibilidade na constituição da rádio local. A comunidade gerencia a emissora e a programação, de acordo com suas necessidades e interesses, independente de uma denominação ou classificação.

Não é demais lembrar, que a origem do rádio local europeu é o rádio livre, que não reconhece o domínio do Estado ou de grupos econômicos e políticos sobre a radiodifusão, e propõe um rádio literalmente livre.

---

[43] TEIXEIRA, op.cit., p. 119.

unesp

3. Rádio Pirata

O termo "pirata" foi empregado pela primeira vez na Inglaterra, no início da década de 60, para identificar transmissões de rádio sem autorização do Estado. Na concepção do escritor Saint-Clair Lopes, "a existência do sistema estatal rigoroso deu lugar ao aparecimento das chamadas estações piratas, que exploravam a radiodifusão comercial".[44]

As rádios piratas inglesas eram montadas em barcos fundeados fora das águas territoriais britânicas, para fugir das sanções do governo; financiadas por grupos econômicos dos Estados Unidos, interessados no mercado europeu. Segundo Machado, Magri e Masagão, a primeira rádio pirata a ir para o ar na Europa, foi a Merkur, que estreou em julho de 1958, nas costas de Copenhague, na Dinamarca. Um mês depois, já contava com verbas publicitárias de 150 mil dólares , o que fazia da emissora um "pirata" também em outro sentido:

> Elas buscavam o ouro, através da conversão do rádio num veículo comercialmente lucrativo. Eram financiadas basicamente por multinacionais como a Ford, Lever ou American Tobacco, que tinham interesses comerciais no mercado europeu e precisavam fazer seus informes publicitários perfurarem o edifício do monopólio.[45]

Apesar dessa conotação comercial, a maioria das rádios piratas foi montada por jovens que não aceitavam a política de radiodifusão, exercida pelo Estado, e não suportavam a programação das emissoras oficiais

A primeira rádio pirata inglesa, a Rádio Caroline, começou a transmitir em março de 1964, de um navio da costa de Essex.[46] A emissora foi montada por Ronan O'Rahilly, um empresário irlandês que não conseguindo espaço na programação da BBC, para executar as músicas de seus artistas, decidiu, não só montar sua própria emissora, como permanecer 24 horas no ar, tocando música.

> Com um empréstimo de 250 mil libras, ele compra um pequeno navio, equipa-o com transmissores e o batiza de Caroline, em homenagem à filha de John Kennedy, o primeiro presidente católico dos EUA, cuja família tem origens irlandesas. O navio Caroline lança, então, no domingo de Páscoa daquele ano, a primeira estação de rádio com música pop 24 horas por dia para a Grã-Bretanha. Nos primeiros dias, recebe 20 mil cartas de ouvintes e torna-se a emissora mais popular da Inglaterra. Declarada ilegal pelo governo inglês, a emissora passa a transmitir do Mar do Norte, fora da jurisdição britânica, resistindo até hoje às perseguições do governo inglês.[47]

---

[44] LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Radiodifusão hoje**. Rio de Janeiro : Temário,1970. p. 123.
[45] MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, op.cit., p. 60.
[46] SHINGLER, Martin; WIERINGA, Cindy. **On air** : methods and meanings of radio. London : Arnold, 1998. p.10.
[47] NUNES, op.cit., p. 47.

unesp

Com o passar do tempo, as rádios piratas inglesas conquistaram personalidade e audiência e passaram a transmitir não só de navios, mas também a partir de porões, prédios e veículos fechados. Muitas mudanças promovidas pela BBC, tanto na política de atuação, quanto na programação, são influências das rádios piratas. Com a concorrência das rádios piratas, a BBC abriu espaço para a música jovem e subdividiu-se em duas emissoras, uma direcionada o público londrino, caracterizando a primeira rádio local inglesa. As rádios piratas são responsáveis pela introdução do DJ (disc-jóquei) e pela comunicação descontraída nas emissoras européias .

Muitas rádios piratas assumiram o papel de mídia, renunciando ao discurso de meio alternativo, que tem entre seus objetivos "extinguir os limites entre público e emissor", como destaca Leão Serva , para disputar "algo que não é mais do que uma fatia da audiência do meio".[48] Como diz Arnaldo Spindel, "uma rádio pirata corre o mundo sobre as ondas, saqueando os tesouros bem guardados pelos meios de comunicação de massas instituídos, engolindo-os, esbanjando-os e vomitando-os".[49]

No Brasil não há registro de rádio pirata dentro de sua concepção histórica. O termo "rádio pirata" vem sendo utilizado como sinônimo de rádio não-regulamentada pelos concessionários de rádio com a intenção de desqualificar o movimento das rádios comunitárias. Este conceito encontra-se expresso no anúncio assinado pela Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (AESP) e Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (SERTESP), publicado no final de 1996 e início de 1997 nos principais jornais de São Paulo, cujo texto reproduzimos, na íntegra :

> Rádio pirata é aquela que, por definição, opera sem possuir a concessão das autoridades. Mais que simplesmente serem fora.da.lei - e daí vem o nome – essas rádios vêm transformando a transmissão por ondas sonoras em uma perigosa bagunça.
>
> Como não passam por fiscalização, não respeitam a norma internacional que estabelece uma margem de proteção entre as diversas faixas de ondas. Os aparelhos são de péssima qualidade, típicos dos fundos de quintais onde eles operam.
>
> Logo, suas ondas não têm a precisão necessária para trafegar no ar ao lado das demais. O que acontece é inevitável: elas acabam interferindo em outras transmissões. Elas não só tornam impossível em algumas regiões da cidade ouvir uma música ou uma notícia, como, pior ainda: impedem uma ambulância de chegar a um local de salvamento por comunicação insuficiente.

---

[48] SERVA, Leão P. **Babel**: a mídia antes do dilúvio e dos últimos tempos. São Paulo: Mandarim, 1997. p. 41.
[49] SPINDEL, Arnaldo.A crônica da palavra assassina.**Singular & Plura**l, São Paulo : Global, n.5, p. 64, 1979.

unesp

> A solução para isso é simples: as autoridades têm que cumprir o que está na Constituição. Usar os equipamentos que dispõem, rastear e desativar todas as rádios piratas.
>
> Quando você vai tomar uma providência ? Quando, dentro dessa ambulância, estiver alguém que você conhece?[50]

O anúncio é ilustrado por um crânio com ossos cruzados, com fone de ouvido. Nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, o termo "rádio pirata" também foi usado por jovens que transmitiam músicas, sem identificação ou conteúdo, numa típica "brincadeira" radiofônica.

Contudo, há indícios de que a primeira operação de uma rádio pirata no Brasil tenha ocorrido na década de 30. Segundo a pesquisadora Marisa Meliani Nunes, o primeiro registro no Brasil de "radiodifusão não –oficial" aconteceu em 1931, quando o publicitário Rodolfo Lima Martensen colocou no ar uma "emissora não autorizada na cidade de Rio Grande de São Pedro, no Rio Grande do Sul".[51] A rádio idealizada por Martensen deu origem a uma das mais tradicionais emissoras do sul do país, a Rádio Sociedade do Rio Grande do Sul.

4. Rádio Livre

O termo "rádio livre" é utilizado para identificar emissora que opera sem autorização do Governo, contra o monopólio da radiodifusão e contrária ao modelo institucionalizado de rádio comercial. O movimento das rádios livres não reconhece o domínio do Estado sobre o espectro eletromagnético, defende a liberdade de exploração do rádio, sem qualquer tipo de restrição e aberto à participação ativa do ouvinte. Normalmente, uma rádio livre cobre uma área limitada, direcionando sua transmissão para um bairro ou região de uma cidade. Para tanto, utiliza-se de um transmissor de baixa potência, operando em freqüência modulada, por ser um sistema que não exige grandes investimentos:

> As outras modalidades de emissão requerem maior requinte de tecnologia e de capital empregado, razão por que as suas despesas dificilmente poderiam ser bancadas por emissoras sem interesse comercial. Além disso, o alcance da FM é mais limitado, o que favorece as experiências comunitárias ou as emissões voltadas para as populações locais, enquanto as outras classes de onda, de alcance mais amplo, interessam mais às empresas comerciais, para as quais o índice de audiência é fator fundamental.[52]

---

[50] **RÁDIO & TV**, Brasília : Abert, n.118, p. 21, junho de 1997.
[51] NUNES, op.cit., p. 103.
[52] MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, op.cit., p. 19.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

As primeiras rádios livres surgiram na Europa, na década de 60, montadas por técnicos eletrônicos e pessoas insatisfeitas com o que ouviam nas emissoras oficiais e até mesmo em "rádios piratas". Como explica o professor e pesquisador Luiz Fernando Santoro, as rádios livres estruturaram-se em torno de grupos que optaram por fazer sua própria informação,

> elaborar emissões de acordo com suas necessidades (desde o âmbito de uma sala de aula, escola, quarteirão, bairro, cidade ou região), transmitindo-as, sem autorização ou concessão, pelas ondas de rádio, em circuito aberto. O alcance das transmissões é absolutamente secundário e se delimita a partir das diferentes necessidades de uma informação locais, ausentes dos mass media por sua estrutura de massa.[53]

Organizar uma rádio livre, lembra Arnaldo Spindel, "era criar uma alternativa política concreta ao monopólio das informações, ao monopólio da forma de enfocar estas informações, ao domínio incontestado de um modelo de discurso e a um gosto musical".[54]

O objetivo da rádio livre é exatamente a liberdade de expressão e em sua dependência a palavra "censura" não deve ser pronunciada em hipótese alguma. Para Machado, Magri e Masagão,[55] se fosse possível reduzir a uma frase o conjunto de motivações manifestas que nortearam o movimento das rádios livres,

> poderíamos dizer que ele visa substituir um modelo de "mídia monológico, one way e altamente centralizado na máquina burocrática do governo ou nos departamentos publicitários das grandes empresas por um sistema de comunicação dialógico, two way, capaz de eliminar a distinção autoritária entre emissor e receptor e de devolver ao "ouvinte" um papel ativo, permitindo-lhe ultrapassar a condição de receptor passivo de ideologias alheias.

Aprofundando um pouco mais essa reflexão, os autores afirmam que o princípio norteador da rádio livre era trazer o ouvinte para o movimento, abrindo a programação para a sua participação

> 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 o seu recado.[56]

---

[53] SANTORO, SANTORO, Luiz F. Rádios livres : o uso popular da tecnologia. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo : Cortez, n. 6, p. 100, set.1981.
[54] SPINDEL, op.cit., p. 64.
[55] MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, op.cit., p. 29.
[56] Ibid., p. 30.

unesp

A França reivindica para si, as primeiras transmissões de rádio livre, que teriam ocorrido durante as manifestações estudantis de maio de 68. A Rádio Campus de Lille, instalada em 1969, dentro da Universidade de Lille é considerada a primeira rádio livre francesa. No entanto, o despertar do público para a possibilidade de instalação de uma emissora simples, barata e eficiente na França, é atribuído ao Partido Verde, que em 1977 coloca no ar a Rádio Vert. Em 1983, as autoridades francesas registraram um total de 1.300 rádios livres no país. No dia 4 de maio de 1984, o Conselho de Ministros da França autorizou as rádios livres a veicular anúncio publicitário.

Félix Guattari, um dos intelectuais mais respeitados na Europa, participou diretamente do movimento das rádios livres na França, onde ajudou a fundar da Rádio Tomate e na Itália, junto à Rádio Alice. Diante das experiências Guattari concluiu que, "o ponto mais importante para os animadores das rádios livres é aquele que permite ao conjunto dos meios técnicos e humanos estabelecer um sistema de feedback entre os ouvintes e a produção que o realiza".[57]

Para o pesquisador Arnaldo Spindel, o movimento das rádios livres começou na Itália e é responsável pela quebra do monopólio estatal que caracterizava radiodifusão italiana, a ponto de tornarem-se "verdadeiras rádios populares e abrirem caminho para o posterior aparecimento dos canais de televisão livres".[58] Semelhante é o posicionamento de Machado, Magri e Masagão, para quem o movimento das rádios livres, iniciado na Itália em 1975, "visava perfurar o monopólio estatal das telecomunicações, através de emissões de rádio ilegais ou não- autorizadas".[59] Já a pesquisadora, Marisa Meliani Nunes afirma que o movimento das rádios livres italianas tomou impulso em 23 de novembro de 1974, com a Rádio Bologna per L'Accesso Público. Montada pela Cooperativa dos Trabalhadores em Informação em um ônibus, a emissora permaneceu uma semana no ar, transmitindo da Praça Maggiore, em Bologna, em defesa da "criação de uma rede de emissoras de baixa potência, para democratizar a comunicação". [60]

Relata Felix Guattari, que participou da Rádio Alice, revela que nas rádios livres italianas prevalecia a "palavra direta", sendo considerado normal um ouvinte entrar no ar e emitir a sua opinião ou mesmo interromper um debate sério com "intervenções violentamente contraditórias, ou humorística ou ainda poético-delirantes". A rádio livre representa, para Guatarri, a possibilidade de expressão direta dos grupos sociais de qualquer espécie :

---

[57] GUATTARI, Felix.As rádios livres populares.**Singular & Plural**, São Paulo : Global, n. 05, p. 66, 1979.
[58] SPINDEL, op.cit., p. 63.
[59] MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, op.cit., p. 29.
[60] NUNES, op.cit., p. 51.

unesp

> Ela ameaça fundamentalmente todos os sistemas tradicionais de representação social, ela questiona, uma determinada concepção do representante, do deputado, do porta-voz autorizado, do líder, do jornalista. É como se numa grande concentração permanente, não importa quem, mesmo aquele que é o mais indeciso, que tem a voz mais débil, tem a possibilidade de falar quando queira (...) É neste contexto de experimentação, de um novo tipo de democracia direta que se estabelece a questão das Rádios Livres.[61]

Da Itália e França, as rádios livres espalharam-se por toda a Europa. Há registros de emissoras na Inglaterra, Alemanha, Portugal, Grécia e Holanda. Na Espanha, o movimento das rádios livres começou na primavera de 1979, com a Rádio Lliure e desempenhou um papel importante na redemocratização do país, após a ditadura franquista. Segundo Marisa Meliani Nunes[62], em 1994, foram catalogadas na Espanha cinqüenta e seis emissoras independentes. Várias rádios livres destacaram-se em Madrid, entre as quais a Rádio Cero, dirigida aos homossexuais e a Rádio Onda Verde, do movimento ecológico. Em Barcelona sobressaíram as rádios Bronka e Contrabanda FM. Todas têm em comum a característica de representarem as minorias e organizarem-se em torno de movimentos sociais.

As rádios livres européias, só não estavam preparadas para enfrentar a legalização. Na Itália, o processo levou em consideração a competência técnica e econômica, habilitando a emissora para atuar no mercado publicitário. No modelo francês, prevaleceu a representatividade político-partidária. Em ambos os processos, as autênticas rádios livres perderam espaço e criatividade, cedendo lugar a programações regulares e lineares.

Analisando o processo de normatização das rádios livres européias, o professor Ciro Marcondes Filho concluiu que o reposicionamento das principais emissoras significou, antes de tudo, uma estratégia de sobrevivência, deixando evidente a fragilidade dos veículos de comunicação democráticos:

> O movimento de rádios livres francesas e alemãs perdeu o fôlego. As aventuras piratas alemãs cansaram e a experiência italiana na quebra do monopólio estatal da RAI foi a pior experiência para as esquerdas: abriu-se somente o caminho para as emissoras comerciais ocuparem os espaços, e na ponta-de-lança, sofrendo cacetadas e tendo os equipamentos apreendidos, vinham as sofridas rádios livres de esquerda. Somente aquelas estações que aproveitaram o momento e se rearticularam puderam sobreviver.(..)chegou-se à constatação de que as rádios livres, os jornais de grupos minoritários etc., são muito frágeis se permanecerem isolados e não tiverem por trás de si um respaldo econômico e financeiro mais forte.[63]

---

[61] GUATTARI, op.cit., p. 66 et seq.
[62] NUNES, op.cit., p. 68.
[63] MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo : Ática. 1989. p. 163.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Nos Estados Unidos, o rádio livre foi utilizado como instrumento de protesto pelo movimento negro e movimentos estudantis. Valionel Tomaz Pigatti, ex-presidente e fundador da Associação das Rádios Livre do Estado de São Paulo, revela que as rádios livres americanas existiam desde a década de sessenta, quando foram regulamentadas pelo Governo Federal. Atendendo à legislação norte-americana, a faixa entre 88,1 e 91,9 Mhz, passou a ser destinada à radiodifusão local, comunitária e educativa. Na concepção de Pigatti, a rádio livre "rompe com o bloqueio, com a condução e com a exploração do intermediário" assegurando a cada cidadão o direito a participar diretamente do conteúdo :

> É por isso que seu ponto de apoio é a liberdade de expressão que não devem ser controladas por organizações representativas, mas necessitando, sobremaneira , do apoio de organizações solidárias sensíveis aos direitos fundamentais do homem (...) As rádios livres devem ser julgadas na singularidade de cada projeto sob os olhos da liberdade de expressão, do apoio da coletividade, da atividade regional, da finalidade cultural sem fins lucrativos[64]

Através das rádios livres, "reinventar o sistema das mídias". A proposta é de Machado, Magri e Masagão, com o objetivo de democratizar a comunicação. Defendem os autores a proposta de desconstrução da "pragmática que nos é imposta de cima, verticalmente, já a partir da concepção da tecnologia. Ao mesmo tempo, reintegrá-lo de forma sadia na vida da comunidade, para que ele seja instrumento da criatividade coletiva e não a prisão do imaginário".[65]

Combatida por governos e concessionários da radiodifusão em todo o mundo, a rádio livre representa, como nenhum outro modelo, a utopia de um rádio democrático. Sem qualquer compromisso comercial, desprezando os índices de audiência, a rádio livre construiu sua história, como instrumento de informação, conscientização e integração de comunidades em torno de movimentos sociais, políticos, culturais e pela liberdade na comunicação. Isto se deve a um fato muito simples : quem faz rádio livre, faz por convicção ou pelo prazer de fazer rádio. Não recebe absolutamente nada, pelo contrário, tem que dar sua parcela de colaboração, inclusive financeira, para manter a emissora no ar.

---

[64] PIGATTI, Valionel Tomaz, O que é uma rádio pirata? **Caros Amigos**, São Paulo : Editora Casa Amarela, [1998?]

[65] MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, op.cit., p. 33.

unesp

4.1. Rádio Livre no Brasil

A história do rádio livre no Brasil tem como marco inicial a Rádio Paranóica, de Vitória, Espírito Santo. A emissora foi montada em fevereiro de 1971 (em pleno governo militar de Emílio Garrastazu Médice), por Eduardo Luiz Ferreira da Silva, um jovem, apaixonado por eletrônica, de dezesseis anos, com ajuda do irmão, Joaquim Ferreira da Silva. Utilizando um transmissor de freqüência modulada com 15 watts de potência, a Paranóica transmitia em média uma hora e meia por dia, geralmente à noite. Denunciados, Eduardo e o pai foram presos, a emissora desativada e os equipamentos confiscados pela Polícia Federal.

Cinco anos mais tarde, em 1976, na cidade de Sorocaba, foi ao ar pela primeira vez a Rádio Spectro. O responsável pela transmissão, também foi um garoto, de quatorze anos de idade, que montou a emissora a partir de instruções de revistas italianas. A Spectro foi a primeira das quarenta e duas rádios livres registradas em Sorocaba em janeiro de 1983, desafiando o governo militar do General João Batista Figueiredo. Foi quando o Dentel, Departamento Nacional de Telecomunicações, entrou em ação, tirando todas do ar. Mesmo assim, ao final de 1983, quinze rádios livres continuaram operando em Sorocaba.

As rádios livres transformaram-se, em pouco tempo, no principal *hobby* dos moradores de Sorocaba, cidade que reúne um grande parque industrial, dezenas de técnicos em eletrônica e uma população jovem, sem muitas opções para entretenimento e lazer.

A cidade de São Paulo entrou no circuito do rádio livre com a Rádio Xilik, 106,4 Mhz. Idealizada pelo professor Arlindo Machado, juntamente com Caio Magri e Marcelo Masagão e, instalada na Pontifícia Universidade Católica (PUC), a Xilik FM começou sua transmissão em 20 de julho de 1985, às 18 horas.

> No dia 20 de julho, além dos aviões, além dos menudos e do fofinho da "pirata" Rádio Cidade, surge enxeridamente no ar : la petite Xilik.. 106 Mhz, funcionando no horário em que a cidade começa a ficar escurinha.[66]

Considerada referência, entre as rádios livres, a Xilik transformou-se em alvo prioritário do Governo. Por duas vezes, o Dentel tentou apreender o seu transmissor, só não obtendo sucesso, graças à ação dos estudantes e o apoio da reitoria da PUC. A Rádio Xilik saiu do ar em dezembro de 1985, após seus integrantes entenderem que haviam cumprido a missão de despertar a atenção da sociedade, para a importância da democratização dos meios de comunicação de massa, em especial o rádio e o exercício da liberdade de expressão.

---

[66] MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, op.cit., p. 39 et seq.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Além da Xilik, várias outras rádios livres conquistaram espaço em São Paulo, no final da década de 80, entre as quais podemos destacar : Rádio Patrulha, em Ermelindo Matarazzo, na zona Leste; Rádio Bruaca, na zona Sul; Llapso FM, zona Oeste; a Rádio Tereza, do Sindicato dos Bancários; Vírus FM, instalada no Hospital das Clínicas; Dengue FM, na Barra Funda, ligada ao Partido dos Trabalhadores; Rádio Totó Ternura, uma homenagem irônica dos estudantes da USP a Antônio Carlos Magalhães. Os municípios da Grande São Paulo também aderiram ao movimento, com o surgimento da Rádio Neblina, em Guarulhos e das Rádios Tuareg, Capitão Gancho e Estação Apache, em Poá; abrangendo Suzano, Ferraz de Vasconcelos e vários bairros de Mogi das Cruzes.

A cidade de Piracicaba, no interior de São Paulo, também viveu a experiência da radiodifusão livre com a montagem da Rádio Livre Paulicéia, no dia 14 de julho de 1990, como resultado do Mutirão Solidariedade e Participação, promovido pela Prefeitura Municipal. A Rádio Paulicéia conseguiu romper, na prática, com o culto à especialização e à competência, ao propiciar o exercício direto da democracia, relata a professora Marta Regina Maia, ao explicar que não foi adotado nenhum padrão sobre a forma de transmissão. A única exigência é que a transmissão fosse inteligível :

> Este é um dos aspectos fundamentais do advento da Rádio, pois ela conseguiu quebrar o padrão da objetividade imposto pela "ditadura" das rádios de Freqüência Modulada, em que os locutores, de maneira impessoal, transmitem o texto (geralmente curtos) seguindo padrões estéticos já consagrados pela historicidade desse estilo de veículo.[67]

No Rio de Janeiro, a primeira rádio livre a entrar no ar foi a Frívola City, em 30 de agosto de 1986. Dirigida para a zona sul, a Frívola FM colocou no ar uma programação mesclando música popular, pagode, até poesia de Fernando Pessoa e, ainda, encontrou espaço para apoiar a candidatura de Fernando Gabeira ao Governo do Estado.

Em outros estados brasileiros, também foram realizadas experiências com rádio livre na década de 80. Existem menções de uma rádio ligada ao movimento gay, em Salvador; uma rádio livre dedicada à ecologia, em Fortaleza e outra especializada em reggae, em São Luiz, no Maranhão.

A rádio livre surgiu com a proposta de contestar o monopólio da radiodifusão e como uma nova forma de manifestação cultural e social, afirma o jornalista Valionel Tomaz Pigatti, argumentando que a rádio livre,

---

[67] MAIA, Marta Regina . Rádio Livre Paulicéia : possibilidade de contra-informação. In : **INTERCOM CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 16., 1993, São Paulo, SP. p. 121.

unesp

> como instrumento da contra-informação, pode contribuir para romper com o padrão comunicativo em vigor, que estabelece uma relação monológica entre receptor e emissor, em que este último não produz, apenas recebe. Podem exercer uma função no campo da contra-informação, divulgando o outro lado da notícia e, ainda, minar os padrões culturais vigentes, abrindo espaço para a produção artístico-cultural alternativa.[68]

O Primeiro Encontro Nacional sobre Rádios Livres foi realizado em maio de 1989, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA), onde os participantes decidiram pela "instalação do maior número possível de emissoras em todo o país".[69] O objetivo era ocupar todos os espaços livres no "dial". Além disso, teve inicio o recolhimento de assinaturas por uma emenda constitucional que liberasse o funcionamento de emissoras de baixa potência, sem fins lucrativos.

O Segundo Encontro, foi realizado em Goiânia, em 1990 e, dentre outras resoluções, aprovou que "a luta pela democratização dos meios de comunicação passa pela intervenção organizada do movimento de rádios livres em ações que visem transformar o movimento em uma corrente unitária, por meio de sindicatos, entidades populares, estudantis etc, como a criação de comitês pela democratização da comunicação".[70]

Em 1991, no Terceiro Encontro Nacional de Rádios Livres, em Macaé, Rio de Janeiro, dois pontos foram considerados prioritários para o movimento de rádios livres : a criação dos coletivos regionais e contatos com as entidades dos movimentos organizados

O Governo reagiu ao Terceiro Encontro das Rádios Livres, intensificando as ações contra as rádios não-regulamentadas. Através do Ministério das Comunicações, determinou à Policia Federal o fechamento das emissoras e a apreensão de seus equipamentos. Os radiodifusores livres de São Paulo, por sua vez, uniram-se e fundaram a Associação de Rádios Livres do Estado de São Paulo (ARLESP), consolidando o movimento no Estado. A Rádio Reversão FM (106,5 Mhz), de São Paulo, é considerada uma espécie de símbolo dessa nova realidade da radiodifusão brasileira.

> Quando se colocou uma emissora livre no ar em 1988, com o nome de Reversão, na Vila Ré em São Paulo, nenhum de seus participantes pretendia ser proprietário do meio ou reclamar uma concessão. Porém, esses pioneiros queriam a presença

---

[68] Apud MAIA, op.cit., p. 121.

[69] NUNES, op.cit., p. 25.

[70] ABREU, Claudia de . **Rádios Livres** - um breve histórico. Disponível em <http://www.alternex.com.br/~claudiaverde/radhisto.htm >

> de uma produção cultural que os identificasse, o que não acontecia com a mídia oficial atrelada ao produto da descarada industria cultural.[71]

O jornalista Léo Tomaz, coordenador da Rádio Reversão, relata que "além da questão do conteúdo e da indústria de produção cultural, a Rádio Livre Reversão queria praticar a Liberdade de Expressão, contida no artigo 5º, inciso 9º dos Direitos e Garantias Individuais anotados na Constituição de 1988".[72]

A Rádio Livre Reversão foi fechada em 9 de abril de 1991 e teve seus transmissores e demais equipamentos apreendidos pela Polícia Federal.O Ministério Público acusou Léo Tomaz de transgredir o Código Brasileiro de Telecomunicações, por realizar transmissões sem concessão federal.

No dia 3 de março de 1994, a Rádio Reversão foi absolvida. Através de sentença, o juiz Casem Mazloum, da Justiça Federal de São Paulo, determinou a devolução do equipamento, afirmando que o Decreto-Lei nº 236, que estabeleceu em 1967 sanções criminais em caso de instalação de aparelhos de telecomunicações, "visava a cercear a manifestação do pensamento e a veiculação de qualquer forma de atividade cultural." Mazloum alegou que o uso de aparelhos de potência reduzida para atividades culturais, como fez a Reversão, "não constitui atividade que afronta as normas vigentes".[73]

Na avaliação de Léo Tomaz, coordenador da Rádio Reversão, foi "o espírito da restauração democrática que também passou a freqüentar o Judiciário que decidiu pela absolvição da rádio e de seu coordenador, por ser considerada um instrumento de comunicação de finalidade cultural, local e sem pretensões econômicas." Graças a essa decisão, três anos após o seu fechamento pela Polícia Federal, a Rádio Reversão voltou ao ar, tornando-se , segundo Tomaz, "a primeira emissora livre a operar legalmente" no país:

> Em 9 de abril de 1994 voltou ao ar , fato que alcançou grande repercussão motivando a montagem de milhares de pequenas emissoras que hoje se espalham por todo o país. Esse acontecimento encorajou a luta pela democratização da comunicação e com a sua popularização passou a congregar interesses políticos e oportunistas. As questões de conteúdo cederam lugar à conquista do meio, a Liberdade de Expressão deu lugar à luta pela legalização e posse, a representação baseada no exercício passou para a representação política.[74]

O jornal Folha de São Paulo, por sua vez, interpretou o fato de outra forma e apresentou sua perspectiva em matéria assinada pelo jornalista Luiz Antônio Giron :

---

[71]TOMAZ, Léo. **Que rádio se pretende legalizar?** Disponível em < http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/7543/>

[72] Ibid.

[73] GIRON, Luiz Antônio. Justiça Federal absolve emissora clandestina. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 mar.1994, cad.1, p. 15.

[74] TOMAZ, loc. cit.

unesp

> A partir de agora uma rádio pirata tem nome, prefixo, endereço, telefone e amparo legal. A rádio Reversão FM 106,5 Mhz (Rua Hermilo Alves, 569, tel. 011/957-6373, Vila Ré, zona leste de São Paulo) pretende voltar ao ar no terceiro aniversário de seu fechamento pela Polícia Federal.[75]

Com posicionamento totalmente contrário ao do jornal Folha de São Paulo, Rodney Brocanelli, membro participante dos movimentos pela democratização dos meios de comunicação, considera que a absolvição do jornalista Léo Tomaz e da Rádio Reversão representou uma importante vitória para as rádios livres. Na medida que o Juiz Federal substituto Casem Mazloum, acolhendo a tese da defesa, encampada pelo Procurador da República, Mário Luiz Bonsaglia, entendeu que a utilização dos equipamentos de radiodifusão de reduzida potência para atividades culturais "não constitui atividade que afronta as normas vigentes, notadamente sob o aspecto criminal", estava criado um "precedente jurídico importante que favorecia os acusados de crime contra o Código Brasileiro de Telecomunicações" e que possibilitaria a utilização de emissoras de baixa potência para outros propósitos, por pessoas e instituições, sem identificação ou compromisso com o movimento das rádios livres, como revela Rodney Brocanelli :

> Com essa vitória, o movimento de rádios livres mudou de perfil. Grupos religiosos passaram a ver nessas emissoras uma boa maneira de fazer proselitismo religioso. Outras pessoas enxergaram um modo fácil de se ganhar dinheiro, vendendo anúncios e espaço de programação.[76]

Os defensores autênticos das rádios livres começaram a enfrentar um novo problema : a descaracterização do movimento, pela multiplicação das rádios com objetivo comercial, político ou religioso.

5. Rádio Comunitária

O termo "rádio comunitária" identifica um veículo de expressão social dos membros de uma comunidade, entendida como uma população local que partilha interesses comuns. Opera em "mão dupla'", oferecendo à comunidade a oportunidade não só de ouvir, mas de falar, debater problemas, formular reivindicações, divulgar as manifestações culturais e artísticas. Também denominada em vários países da América do Sul, como Peru, Bolívia e Chile,

---

[75] GIRON, Luiz Antonio. Op.cit., p. 15.
[76] BROCANELLI, Rodney .Rádio livre : breve história. **Fanzine Brujeria**, Rio de Janeiro, 1996.

unesp

de "comunicação grupal" ou "não-de-massas", tem o objetivo de atingir a um target limitado, porém qualificado, ao contrário do rádio de massa, que dirige suas mensagens para grande público, heterogêneo e disperso.

No estudo "Formação de comunicadores comunitários : experiências Colombianas", o professor e pesquisador colombiano Germán Munõz ressalta que a comunicação comunitária prioriza o intercâmbio de idéias, de notícias e não a transmissão unilateral das informações. Suas características essenciais, afirma Munõz, podem ser resumidas "na participação de moradores locais como planejadores, produtores e intérpretes dos meios de comunicação da comunidade. Esses meios de comunicação funcionam muito mais como instrumento de comunicação da comunidade do que para a comunidade".[77]

Na concepção da Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), entidade fundada em agosto de 1983, durante Congresso promovido pela ONU, com sede em Montreal, Canadá, rádio comunitária, popular, educativa, associativa, livre, participativa, interativa ou pública, é referência a um mesmo desafio : democratizar a palavra para democratizar a sociedade.

> Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria.[78]

O modelo de rádio comunitária, segundo Maria Cristina Mata,[79] é sustentado pelo conceito de comunidade, enquanto espaço geográfico ou território, com limites estabelecidos (como um bairro ou povoado); um grupo de pessoas, com necessidades, interesses e objetivos comuns (associações, clubes, igrejas) e comunidade construída pela identificação simbólica não voluntária (grupos constituídos a partir da raça, etnia, idade, sexo ou culturas). A partir destes parâmetros, rádio comunitária pode ser definida como aquela que tem compromisso com a comunidade em que se encontra instalada, refletindo, através de sua programação as necessidades e interesses de seus moradores. Um

---

[77] MUNÕZ, GERMÁN. Formação de comunicadores comunitários: experiências colombianas. In: MELO, José Marques de (Org.). **Comunicação na América Latina**. Campinas: Papirus, 1989. p.145.

[78] Texto de abertura do site da Asociación Mundial de Rádios Comunitarias. Disponível em <http://amarc.org/AMARC/AMARC_SP/>

[79] Apud: TEIXEIRA, op.cit., p. 91 et seq.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

formato de rádio tão abrangente, que dificulta a identificação de seu surgimento. Estudo realizado por Denise Gogo, indica que já faz mais de meio século que os povos indígenas, sindicatos, universidades, igrejas e movimentos sociais despertaram para o uso popular e comunitário do rádio na América Latina.

Sob diferentes denominações (rádio popular, comunitária, educativa, rural, local, pública), as primeiras emissoras comunitárias participativas surgiram quase ao mesmo tempo, na Colômbia e nos Estados Unidos há mais de 40 anos.[80]

Aos sindicatos mineiros bolivianos são atribuídas as primeiras experiências com radiodifusão comunitária na América Latina, realizadas em 1946, dois anos após a criação da Federação Sindical dos Trabalhadores Mineiros da Bolívia (FSTMB). Relata Luiz Santoro que os mineiros bolivianos, não acreditando nas informações veiculadas pelas emissoras do governo, acabaram por forjar o seu próprio circuito de informações, por meio de emissoras de rádio. O rádio cumpre aí a função de informar, a nível local, pondera o autor, transformando-se em "um instrumento de contra-informação, essencial como mobilizador e conscientizador numa população quase nada alfabetizada".[81] Primeiro os mineiros, depois os sindicatos fabris e os camponeses utilizaram o rádio para divulgar suas atividades, tornar pública suas reivindicações e promover os hábitos culturais de suas comunidades.

Nos Estados Unidos e Canadá, a rádio comunitária é ligada à liberdade de expressão e comunicação das minorias étnicas, culturais, sociais e políticas. A radiodifusão comunitária norte-americana começou em 1939,[82] com a instalação da rádio KPFA, numa iniciativa da Fundação Pacífica, em Berkeley, Califórnia e consolidou-se em 1975, com a criação da Federação Nacional de Radiodifusores Comunitários (NFCB). Com sede em San Francisco, a NFCB congrega mais de 200 emissoras de rádio comunitário de cidades, áreas rurais e reservas indígenas dos Estados Unidos, Alaska e Hawaí, que, segundo a própria entidade, "refletem a verdadeira diversidade da população norte-americana", onde 40% dos membros servem às comunidades rurais, e 34% as minorias.[83] A segmentação da programação é uma das características das emissoras comunitárias americanas. A Radio Bilíngüe, por exemplo, de Fresno, Califórnia é direcionada para a comunidade de língua espanhola; a KABR, em Alamo, Novo México, é a emissora dos índios Navajo; a WBAI-FM Pacífica, New York, oferece à comunidade informação local e a oportunidade de se expressar ao microfone. As emissoras são

---

[80] COGO, op.cit., p. 56 et seq.

[81] SANTORO, Luiz F. Rádios livres : o uso popular da tecnologia. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo : Cortez, n. 6, p. 98, set.1981.

[82] NCR . Disponível em <http://www.well.com/user/jhs/free/ncra/history>

[83] NATIONAL FEDERATION OF COMMUNITY BROADCASTERS. Disponível em <http://www.nfcb.org/whatshot.html.>

unesp

orientadas pela NFCB, a colocar no ar uma programação que possa refletir e atender aos interesses e necessidades da comunidade, assegurar que todos os segmentos da comunidade tenham acesso à emissoras e não ter fins lucrativos. A rádio comunitária norte-americana mantém-se através de contribuições de ouvintes, instituições e fundações, de patrocínio do comércio local e subsídio do governo federal. Várias emissoras, principalmente as rurais e indígenas, dependem de verbas do governo e de organizações não-governamentais.

No Canadá e na Austrália, a rádio comunitária segue uma legislação e formato semelhantes ao modelo norte-americano. Caracterizam-se por serem emissoras não-comerciais, controladas e mantidas pela comunidade em que estão localizadas. As rádios direcionadas as comunidades nativas são subsidiadas pelo governo federal , com o apoio de organizações não-governamentais. No Canadá, as rádios CFRO FM, de Vancouver, CKWR FM, de Kitchener e a CINQ MF, de Montreal foram as primeiras a serem montadas entre 1974 e 1975.[84] Na Austrália, as rádios comunitárias organizam-se, através da Associação dos Radiodifusores Comunitários da Austrália (CBAA)[85] de quem recebem acompanhamento,desde a concessão do canal até a produção da programação

Na Europa, a radiodifusão comunitária segue um modelo institucionalizado, na maioria dos países, com destaques para França, Holanda e Noruega, onde é o meio fundamental na comunicação entre os diferentes grupos sociais, étnicos, culturais e políticos. Somente a Associação Mundial de Radiodifusores Comunitários da Europa (AMARC-Europa)[86] representa 1.500 rádios comunitárias, de 40 países.

Uma leitura dos diversos modelos, possibilita conceituar a rádio comunitária como uma meio grupal e alternativo, cuja principal função é ser um instrumento de comunicação comunitário,com a programação formatada de acordo com as necessidades e os interesses da comunidade. Caracteriza-se como rádio local, sem finalidade comercial, controlada e mantida pela comunidade em que se encontra instalada, onde o receptor também assume a condição de emissor, num processo de comunicação ativo, participativo.

---

[84] NATIONAL CAMPUS AND COMMUNITY RADIO. Disponível em <htpp://www.well.com/user/ jhs/ free/ ncra/>

[85] COMMUNITY BROADCASTING ASSOCIATION OF AUSTRALIA.Disponível <http://www.cbaa.org.au.>

[86] ASSOCIAÇÃO MUNDIAL DE RADIODIFUSORES COMUNITÁRIOS. Disponível em >http://www. amarc.org/europe>

5.1. A implantação das "comunitárias" e a reação dos concessionários

Historicamente, a proposta de implantação da rádio comunitária no Brasil encontra-se diretamente relacionada à rádio livre. Foi a partir das emissoras livres, com seus equipamentos domésticos e transmissores artesanais, que surgiram as emissoras que se autodenominam "comunitárias". Hoje, muitas destas emissoras operam com tecnologia digital, instaladas em estúdios planejados e com estrutura semelhante ou superior a muitas emissoras comerciais.

A iniciativa de organizar um movimento, reunindo as emissoras não-regulamentas partiu do Coletivo Nacional de Rádios Livres, que debateu o assunto nos encontros de São Paulo, Goiânia e Macaé, entre 1989 e 1991.

Já a multiplicação de rádios comunitárias, por todo o país, está relacionada à absolvição da rádio livre Reversão FM, de São Paulo e ao despacho do juiz Casem Mazloum, da Justiça Federal de São Paulo, considerando que o uso de aparelhos de potência reduzida para atividades culturais, "não constitui atividade que afronta as normas vigentes".[87]

Diante da possibilidade da legalização, uma multiplicidade de tendências e formatos de rádios, abrigadas, sob o conceito de "rádio livre" ou "rádio comunitária" constituiu a base do Primeiro Encontro de Rádios Livres e Comunitárias do Estado de São Paulo, realizado no dia 4 de junho de 1995, na Câmara Municipal de São Paulo. O encontro, que reuniu 220 representantes, de 159 emissoras, formalizou a união dos dois modelos de rádio local - livre e comunitária - em torno de um só propósito : a regulamentação das emissoras. Ao final do encontro, foi divulgada a "Carta de São Paulo", que entre outros itens reivindicava junto ao Ministério das Comunicações "um Título Provisório de Funcionamento até a regulamentação",[88] para todas as emissoras não regulamentadas existentes no País.

No ano seguinte, em 1996, a cidade de Praia Grande, no litoral de São Paulo, foi sede do Segundo Encontro Nacional de Rádios e TVs Comunitárias, reunindo representantes de dezoito estados brasileiros. Ao final do encontro, os participantes decidiram estimular a criação de projetos de lei, no âmbito municipal e estadual, transformando as emissoras em entidades de utilidade pública, assim como entregar ao Ministro Sérgio Motta um documento exigindo o fim da repressão às emissoras e constituir uma nova entidade representativa, Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO). [89]

---

[87] GIRON, op.cit., p.15.

[88] CARTA pede licença provisória às piratas. **Jornal da AESP**, São Paulo: AESP, n.139, p. 25, agosto 1995.

[89] Relatório do II Encontro Nacional de Rádios e TVs Comunitárias, Praia Grande-SP, 1996.

unesp

Por outro lado, os concessionários da radiodifusão, através da Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (AESP), exigiam o fechamento de todas as rádios não regulamentadas, acusando-as de interferir na comunicação entre piloto e torre, durante a aterrissagem dos aviões e colocar em risco a vida humana. Segmentos da imprensa passaram a reproduzir, através de matérias, o discurso organizado pelos concessionários de rádio, fomentando a "guerra de acusações" contra as emissoras comunitárias. O jornal Folha de São Paulo publicou no dia 21 de julho de 1996 a matéria "Rádios piratas colocam aviões em risco" onde, utilizando como fonte de informação um oficial da Aeronáutica, afirma que emissoras clandestinas interferem na comunicação e nos instrumentos de pouso:

> As rádios comunitárias _ou piratas, porque consideradas irregulares estão colocando em risco a segurança dos vôos que chegam e partem de Congonhas e Guarulhos, segundo a Aeronáutica. Se localizadas próximas a aeroportos, elas são capazes de adulterar informações dos instrumentos do avião ou prejudicar a comunicação com a torre de controle(...)Embora tenham baixa potência, usam freqüências de FM que confundem o chamado indicador de curso de aproximação, sistema que mostra a posição do avião quando se aproxima da pista.[90]

Dois meses depois, foi a vez da Rede Globo de Televisão levar ao ar uma matéria jornalística com a mesma abordagem. Segundo reportagem apresentada no Jornal Nacional do dia 24 de setembro de 1996, as "transmissões das rádios comunitárias colocam em risco as manobras de pouso e decolagem em aeroportos brasileiros." Alerta a reportagem que "as transmissões irregulares podem provocar a queda de 22 aviões semanalmente em São Paulo".[91]

O Fórum Democracia na Comunicação, o Instituto Brasileiro de Defesa das Entidades Mantenedoras de Rádios Livres e Comunitárias (IBRADEM) e a Associação Paulista de Proponentes de Emissoras de Radiodifusão Local-Comunitária (APERLOC) entre outras entidades, representando mais de 400 rádios livres e comunitárias no Estado de São Paulo, protestaram contra a matéria do Jornal Nacional. Em nota distribuída à imprensa, afirmam que "não são rádios piratas, porque estão amparadas constitucionalmente"[92] e denunciam a Rede Globo de "induzir os telespectadores a imaginar que as interferências no serviço de proteção ao vôo nos aeroportos" são provocados pelas rádios comunitárias:

---

[90] SCHLEGEL, Rogério. Rádios piratas colocam aviões em risco. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 21 jul. 1996, cad. 3, p. 5.
[91] Jornal Nacional.**Rede Globo de Televisão**, 24 set. 1996.
[92] INDUÇÃO a erro. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 set.1996, cad.1, p. 3.

> A Rede Globo induziu seus telespectadores a erro com o claro objetivo de defender seu monopólio ilegal na comunicação social e os interesses da Abert, juntamente com os interesses do ministro Sérgio Motta, responsável pelo fechamento dessas emissoras.[93]

Em conseqüência das notícias veiculadas na imprensa, cada emissora não regulamentada passou a ser vista como um veículo potencialmente perigoso. Alguns setores da imprensa de São Paulo chegaram a relacionar as rádios comunitárias, com a queda do Fokker-100 da TAM, que matou 98 pessoas no bairro Jabaquara, em São Paulo. A hipótese foi descartada pelas autoridades responsáveis pela investigação do acidente, como relata a matéria "Nem um ET abriria o reverso com ondas":

> O Ministério da Aeronáutica informou, ontem, que interferências provocadas por aparelhos eletrônicos não afetam o sistema de reverso (espécie de freio aerodinâmico da turbina) de um avião. Uma falha nesse sistema é a causa mais provável do acidente com o Fokker-100 da TAM, que matou 98 pessoas na semana passada no Jabaquara (zona sul). O reverso, que só deveria funcionar nos pousos, teria aberto na decolagem. Com isso, o avião perdeu velocidade e ficou sem controle. Esse sistema funciona por meio de dispositivos elétricos, eletrônicos, mecânicos e hidráulicos. Nenhum desses mecanismos tem componentes eletrônicos que pudessem ser afetados por alguma interferência eletromagnética. '"Não estamos levando em consideração essas hipóteses (interferência de telefone celulares, rádio pirata ou computadores pessoais)"', disse o tenente-coronel-aviador Flávio Lúcio Sganzerla, do 4° Comando Aéreo Regional (...) "Nem um ET poderia influir com ondas eletromagnéticas na abertura do reverso", disse o coronel-aviador Douglas Ferreira Machado, diretor do Cenipa.[94]

Considerando-se vitimas de "acusações infundadas", os integrantes de movimentos em defesa de rádios livres e comunitárias passaram a se defender e, ao mesmo tempo, apresentar sua versão dos fatos à opinião pública. Por essa razão, Francisco Antônio Pereira da Silva (Chico Lobo) um dos precursores do movimento de rádios livres no Brasil, ressalta que "o mundo inteiro, por onde passam essas aeronaves, é pulverizado por todo tipo de emissoras (grandes, pequenas, legais ou não), mas só aqui, no Brasil, provocam essas supostas interferências, como alegam os donos das grandes rádios".[95] Lembra Chico Lobo que "ao pousarem no aeroporto de Congonha, os aviões passam apenas a 800 metros paralelamente à Avenida Paulista (centro das maiores potências de

---

[93] INDUÇÃO a erro. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 set.1996, cad.1, p. 3.

[94] NEM um ET abriria o reverso com ondas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 06 nov. 1996, Cotidiano, p. 3.

[95] A MENTIRA das interferências. Disponível em <http://www.hipernet.ufsc.br/foruns/vozes/documentos/radios/>

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Rádio e TV das Américas) e não se sabe de nenhum distúrbio de interferências." Partindo desse pressuposto, Lobo escreveu o artigo "A mentira das Interferências", que optamos por reproduzir um trecho abaixo :

> É estranho que pequenas emissoras, que funcionam com baixa potência (no máximo 50 Watts), venham a causar esse tipo de desarranjo nos aviões de carreira. Não podemos imaginar que grandes empresas aeronáuticas, como a Boeing e a Fokker, fossem tão ingênuas ou irresponsáveis para deixar sair de seus hangares aeronaves com tamanha vulnerabilidade nos sistemas de navegação. Segundo João de Ataliba Nogueira, engenheiro de instrumentos da Varig, em matéria na revista *Fly* nº 27, de janeiro/93, "nenhum tipo de radiofreqüência adentra através da fuselagem das aeronaves comerciais modernas, pois elas são construídas para suportar todo tipo de intempérie ou interferência que possa prejudicar a segurança de nossos passageiros"(...) Esse pronunciamento, de uma autoridade técnica, foi publicado antes dos donos das *grandes* emissoras se sentirem ameaçados pelas pequenas, as rádios comunitárias, que estão surgindo. Isto nos permite pensar que esse boato das interferências não passa de artimanha dos interesses dos proprietários das *grandes* para emperrar a democratização dos meios de comunicação, via radiodifusão comunitária, já tão tardia e tão discutida no Brasil.[96]

Indiferentes às explicações técnicas de especialistas e argumentos dos representantes das rádios comunitárias, os concessionários da radiodifusão agora não só acusavam as rádios não regulamentas de interferência em aviões, mas também na comunicação entre o hospital e a ambulância, na comunicação dos carros de polícia e de bombeiros :

> No Brasil todas as emissoras que não possuem licença de funcionamento do Ministério das Comunicações são piratas e são essas mesmas emissoras que, colocadas em freqüências aleatórias, sem qualquer regulamentação por parte do Ministério das Comunicações, é que interferem na comunicação entre a torre de controle e os aviões, colocando em risco cerca de 60 mil pessoas por dia que se utilizam vôos no Aeroporto de Cumbica. Temos que combater o Rádio Pirata, pois ele se constitui num grande risco a comunidade. São elas que interferem na comunicação entre o hospital e a ambulância, colocando em risco vidas humanas no momento em que elas mais necessitam de socorro. Interferem também, na comunicação dos carros de polícia e de bombeiros.[97]

A estratégia de denunciar as rádios comunitárias e exigir das autoridades que venham a ser fechadas foi institucionalizada pela Associação das Emissoras

---

[96] A MENTIRA das interferências. Disponível em <http://www.hipernet.ufsc.br/foruns/vozes/documentos/radios/>
[97] Texto extraído do site da ASSOCIAÇÃO DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO DE SÃO PAULO (AESP). Disponível em <http:// www.aesp.com.br.>

de Rádio e Televisão de São Paulo (AESP) e Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (SERTESP), através de uma campanha publicitária preparada pela agência McCann-Erickson:

> A McCann-Erickson criou a campanha sem ônus algum para as entidades, por entender a gravidade do tema abordado. Essas peças estão sendo veiculadas nos jornais "O Estado de S. Paulo", "Jornal da Tarde", "Folha de S. Paulo" e "Folha da Tarde", aproveitando a permuta que as emissoras de rádio da Capital, associadas à Aesp e ao Sertesp, mantêm. Já os outdoors terão seus custos de exibição assumidos pela Central de Outdoor.[98]

A agência McCann-Erickson desenvolveu, além de peças para a mídia impressa, trinta spots[99] para o rádio. A temática da "interferência" das rádios não regulamentadas "no sistema de controle e comunicação dos aviões" foi explorada em um spot com duração de trinta segundos, que foi veiculado nas emissoras do Estado de São Paulo[100], nos meses de novembro e dezembro de 1996. Abaixo, reproduzimos o texto publicitário :

BG. Trilha sonora e efeitos simulando Avião em pleno vôo

Trilha BG/ Loc 1. Senhores passageiros, aqui é o comandante.
Vamos enfrentar. em pouco tempo uma zona de interferência de rádio pirata.
O importante.. é não perder a calma.
Abrace o seu travesseiro e encoste a cabeça no colo...

Corte - trilha musical1 /suspense

Trilha BG / Loc. 2 As rádios piratas interferem nos sistemas de comunicação dos aviões, arriscando vida dos passageiros e ninguém faz nada.

Corte BG/ trilha musical 2/ de impacto

Trilha BG / Loc. 2 - dobra voz Rádio Pirata : só as autoridades não interferem.

Sobe BG / Encerra - efeito impacto.

Este spot torna-se significativo, à medida que articula os principais elementos constitutivos da linguagem e da peça radiofônica: a técnica, o ruído, a palavra, a trilha e o efeito sonoro .A voz, aparece de forma singular e especial, uma vez que está inserida em um "espaço referencial acústico" específico.

---

[98] AESP lança campanha antipirataria. **Jornal da AESP**, São Paulo : AESP, n.149, p.15, dez. 1996.

[99] Spot é o texto publicitário criado e gravado para ser veiculado no rádio. Geralmente tema duração de trinta segundos e, pode ser gravado em off (sem música de fundo) ou com o suporte de trilha musical e efeitos sonoros.

[100] No Estado de São Paulo operam regulamentadas 545 emissoras de rádio, sendo 261 ondas médias (AM)., 15 Ondas Tropicais (OT), 8 Ondas Curtas (OC) e 261 em Freqüência Modulada (FM) segundo dados da Abert .

unesp

O locutor 1, com a voz distorcida mecanicamente, interage com a trilha sonora (em B.G.), representando o comandante de um avião em pleno vôo. Afirmando estar sob interferência de ondas eletromagnéticas, orienta seus passageiros no procedimento padrão adotado em situações de alto risco, preparando-os para uma possível queda, num comportamento mimético, através da qual o publicitário (com o texto do locutor 2) estabelece o simulacro. Nesse momento, a propaganda reveste-se de uma aura artística, ao recriar o real com o objetivo de aprimorar seu poder de persuasão e, através da verossimilidade ter sua mensagem legitimada pela sociedade.

Ao locutor 2, é reservado o papel de denunciar e cobrar providências. Com voz padrão e em tom autoritário, tendo, como sustentação em B.G. uma trilha musical que, inicialmente cria um suspense e, posteriormente, provoca um impacto, o locutor 2 complementa e reforça o simulacro estabelecido pelo locutor 1 (pelo "comandante"). Um discurso onde a contribuição persuasiva do locutor na encenação da peça, como salienta o teórico alemão Werner Klippert, é de primordial importância.[101]

É marcante na construção do discurso , o posicionamento do implícito[102]e o seu papel na formatação da imagem da emissora comunitária, que recebe o tratamento de "rádio pirata".

> As rádios piratas interferem nos sistemas de comunicação dos aviões, arriscando as vidas dos passageiros...

Assim, fica estabelecido o pressuposto de que toda rádio comunitária interfere nos sistemas de comunicação e coloca em risco a vida das pessoas. Fica explícita a intenção do autor (embora comunicada de forma implícita) em desqualificar todas as emissoras comunitárias, referindo-se a elas como "rádio pirata", que transmitem fora dos padrões, interferem nos sistemas de comunicação e colocam em risco os cidadãos. Uma vez estabelecida essa intenção, com a concretização do processo de comunicação, o discurso publicitário cumpre o seu objetivo principal, ou seja, fortalecer o posicionamento das emissoras comerciais, ao mesmo tempo em que procura desqualificar perante a opinião pública, as rádios comunitárias.

Um outro aspecto, que chama atenção na peça publicitária, é a ausência de assinatura. O spot não traz assinatura, conseqüentemente não identifica quem é o responsável pela mensagem.

Estava deflagrado mais um episódio da batalha entre os concessionários de rádio, representados pela Associação das Emissoras de Rádio e Televisão de São

---

[101] KLIPPERT, Werner. **Introdução à peça radiofônica**.São Paulo: Editora E.P.U., 1980. p. 87.

[102] Ao aplicar o conceito de implícito, Oswald Ducrot remete à questão da intenção, daquilo que o locutor quer dizer e que se manifesta na escolha que ele efetivamente faz para exprimir esse querer.

unesp

Paulo (AESP), Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (SERTESP) e Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e os segmentos da sociedade que defendem o direito de operar com rádio comunitária, organizados em torno da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO),Sindicato das Rádios, televisão e Órgãos de Comunicação Sonora Livre e Comunitária do Brasil (SINPROCOM), Associação Nacional Católica de Rádios Comunitária (ANCARC), Associação de Rádios Livres do Estado de São Paulo (ARLESP), Instituto Brasileiro de Defesa das Entidades Mantenedoras de Rádios Livres e Comunitárias (IBRADEM), com apoio do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e da Frente Parlamentar em Defesa das Rádios Comunitárias.

Em novembro de 1999, a ABERT e a AESP colocaram no ar uma nova campanha publicitária contra as emissoras não regulamentadas, intitulada "Rádio ilegal, não entre nessa onda", criada pela agência DPZ. O novo texto apresenta uma grande semelhança com o desenvolvido pela McCann-Erickson. A diferença é que desta vez, o spot é apresentado em tom de comunicado e assinado em conjunto pela ABERT e a AESP. Segue o texto publicitário :

> ABERT - Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão e AESP - Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo cumprem o dever de tornar público o seguinte :
>
> Atualmente milhares de rádios operam ilegalmente no Brasil, alegando serem prestadoras de serviço.
>
> Sem compromisso com a sociedade, essas rádios interferem criminosamente na comunicação entre hospitais e ambulâncias, delegacias e viaturas, quartéis e bombeiros e aeroportos e aviões, colocando em risco milhares de vidas humanas.
>
> A expansão das rádios ilegais é uma afronta ao público e grave exemplo de desobediência às leis brasileiras.
>
> É fundamental que a população e as autoridades estejam atentas a esse grave problema e tomem todas as iniciativas cabíveis para erradicá-lo definitivamente.
>
> Esse foi um comunicado da ABERT e da AESP.[103]

As campanhas dos concessionários de radiodifusão em nada contribuíram no processo de implantação e regulamentação da radiodifusão comunitária no país. Um processo que já é traumático, em razão da morosidade do Governo e do Congresso Nacional em autorizar o funcionamento das emissoras comunitárias.

---

[103] Comunicado veiculado pelas emissoras comerciais de Ribeirão Preto no mês de janeiro de 2000.

unesp

5.2. O processo de regulamentação

No Brasil a radiodifusão comunitária representa uma possibilidade de correção do curso da comunicação de massa, que, no limiar do século vinte e um, ainda mantém, pelo menos, setenta por cento dos municípios privados de qualquer serviço de radiodifusão local. Para se ter uma idéia de nosso atraso no campo de radiodifusão comunitária, em 1997, ano em que o Palácio do Planalto encaminhou ao Legislativo seu projeto de lei regulamentando o Serviço de Radiodifusão Comunitária, "a Colômbia festejava o cinqüentenário da radiodifusão comunitária na América Latina", ressalta o jornalista Nivaldo Manzano, diretor-executivo da Associação Nacional das Rádios Comunitárias.

> Em anos mais recentes, a Argentina cuidou de regulamentar o serviço, da mesma forma que o Chile, sem falar de outros países, como a Guatemala ou o Peru, onde o serviço funciona há algumas décadas sem regulamentação alguma. Em resumo, a radiodifusão comunitária acabou sendo acolhida com entusiasmo por uma centena de países, pelas razões óbvias da necessidade de comunicação à distância a baixíssimo custo (cerca de US$ 7,0 mil por estação completa) e das condições educacionais e culturais de seus habitantes, em geral desprovidos do hábito da leitura ou, mesmo, analfabetos.[104]

O primeiro passo, no processo de regulamentação das emissoras comunitárias no Brasil, ocorreu em 4 de junho de 1995, com a realização na Câmara Municipal de São Paulo do Primeiro Encontro de Rádios Livres e Comunitárias do Estado de São Paulo, uma iniciativa do Fórum Democracia na Comunicação. Durante o encontro, que reuniu representantes de 159 emissoras, o governo demonstrou a intenção de regulamentar as rádios comunitárias. A deputada Irma Passoni, assessora intergovernamental e parlamentar do Minicom, anunciou que um anteprojeto estava sendo analisado pelo secretário de Serviços de Comunicação, Renato Navarro Guerreiro e pelo então ministro das Comunicações, Sérgio Motta. O encontro terminou com a divulgação da "Carta de São Paulo", reunindo as propostas aprovadas, entre as quais se destacam :

> Licença - Reivindicação básica de que todas as emissoras não autorizadas existentes no país recebam um Título Provisório de Funcionamento até a regulamentação oficialmente programada, sendo o mesmo Título conferido às emissoras que se instalarem até a regulamentação;
>
> Publicidade - As emissoras comunitárias poderão comercializar intervalos de sua programação, à razão de até 15 minutos por hora, respeitada a legislação fiscal vigente. Empresas públicas e privadas sediadas fora da área de

[104] MANZANO, Nivaldo T. Rádio: na rabeira do mundo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 mar. 1996, Cotidiano, p. 3.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

> abrangências das emissoras, poderão participar do suporte publicitário, através de apoios culturais ou sociais;
>
> Dados Técnicos - as rádios livres e comunitárias devem ter potências máxima de até 50 (cinqüenta) watts. O desvio máximo permitido será de 75 (setenta e cinco) kHz .O contorno protegido deve ser de 2000 (dois mil) metros, em 66 (sessenta e seis) dBu. Não deverá haver limitações para a altura da torre. Deve ser permitido o uso de antenas de ganho, em situações topográficas e urbanas adversas.[105]

Em resposta à "Carta de São Paulo" e à pressão dos concessionários de radiodifusão do Estado de São Paulo, o Ministério das Comunicações divulgou a sua proposta de Regulamentação do Serviço de Radiodifusão Comunitária:

> A proposta se apresenta como uma versão preliminar, válida por um ano, e após o que faremos nova avaliação, e cobrirá, apenas, o uso da faixa de Freqüência Modulada. Ela visa criar espaços para a comunidade interessada na prática de estações de radiodifusão de baixa potência, semelhantemente ao que já se fez em outros países, minimizando, com isto, a pirataria.[106]

Pela proposta do Ministério das Comunicações, poderão explorar a radiodifusão comunitária instituições sem fins lucrativos, com a supervisão de um Conselho Comunitário composto por cinco membros eleitos individualmente dentro da comunidade coberta pela emissora, limitada a uma área máxima de 400 metros :

> a) as potências que poderão ser usadas nas estações são pequenas, de forma a que o raio de cobertura das estações seja de 400 metros, significando uma cobertura aproximada de um bairro, numa cidade comum, relativamente plana.[107]

Convocados pela AESP, os concessionários de rádio se reuniram em Águas de Lindóia, de 22 a 24 de setembro de 1995, no Décimo Primeiro Congresso de Radiodifusão do Estado de São Paulo. Ao final do encontro, divulgaram a "Carta de Águas de Lindóia", condenando o que denominam de "rádio pirata", não escondendo a preocupação com o processo de legalização em curso :

> Caso venham a ser reconhecidas tais "rádios piratas", como é pretendido por alguns segmentos de nossa sociedade e da forma como temos conhecimento, virão concorrer, desmoralizar e desmotivar o empresário sério que tem na radiodifusão a sua razão de viver e sobreviver.[108]

---

[105] CARTA pede licença provisória às piratas. **Jornal da AESP**, São Paulo: AESP, n.139, p. 25, agosto 1995.
[106] A PROPOSTA do Minicom para a radiodifusão comunitária. **Jornal da AESP**, São Paulo : AESP, n. 139, p. 26, ago.1995.
[107] Ibid.
[108] CARTA pede licença provisória às piratas., loc.cit.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Dados extra-oficiais indicam que, em março de 1996, operavam no país 3 mil rádios livres ou comunitárias, sendo 2 mil só no Estado e 1,5 mil na Grande São Paulo. O aumento no número de emissoras não regulamentadas colocou o governo em uma situação incômoda. Entre críticas dos concessionários de rádio e do movimento das rádios comunitárias, o Governo Federal, através do Ministério das Comunicações, encaminhou a sua proposta de regulamentação da radiodifusão comunitária para a Câmara Federal, onde já tramitavam três projetos similares, de autoria dos deputados Franco Montoro, Fernando Gabeira e Arnaldo Faria de Sá.

Dos três, acabou prevalecendo o projeto de Lei n^0 1.521, de autoria do Deputado Arnaldo Faria de Sá, apresentado na Câmara no dia 14 de fevereiro de 1996. O projeto, que se tornaria conhecido como "1521/96", propunha a regulamentação de rádio comunitária com uma potência máxima de 50 Watts e TV comunitária com 150 watts de potência, além da possibilidade da comercialização de espaço na programação, com o objetivo de obter recursos para manutenção e desenvolvimento da emissora.

Com o governo assumindo a responsabilidade de conduzir politicamente o processo de regulamentação da radiodifusão comunitária, os concessionários, que até então exigiam a qualquer custo o fechamento das emissoras ainda não regulamentadas, acenaram com a possibilidade de apoiar o processo, desde que mantidas as suas restrições ao projeto original.

> A Abert - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão- até se mostra a favor da legalização das rádios comunitárias, ou "piratas", desde que elas não extrapolem a potência máxima de 10 Watts e que não comercializem seus produtos.[109]

No Congresso Nacional o projeto só começou a tramitar quando parlamentares empenhados na regulamentação da radiodifusão comunitária, concordam com a apresentação de um projeto específico para o rádio, deixando de fora a televisão comunitária. Tendo como relator o deputado Edson Queiroz, o substitutivo ao Projeto de Lei n^o 1.521/96 estabelece que a rádio comunitária deverá operar em freqüência modulada, em uma única faixa de freqüência em todo o país, com potência máxima de 25 Watts.

> O referido Projeto estabelece que o Serviço de Radiodifusão Comunitária será executado na faixa de freqüência modulada, com cobertura destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila e com baixa potência, isto é, aquela limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros.[110]

---

[109] ABERT defende a criação de rádios comunitárias. **Jornal da AESP**, São Paulo: Aesp, n.147, p.20, set. 1996.
[110] MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Rádio Comunitária**. Informe n.9, janeiro de 1998.

unesp

Aprovado pela Câmara dos Deputados em dezembro de 1997, o projeto instituindo o Serviço de Radiodifusão Comunitária (RadCom) encontrava-se em fase final de tramitação na Comissão de Educação do Senado, quando o Ministério das Comunicações apresentou um balanço das suas atividades realizadas contra as rádios não regulamentadas.

> No período entre as primeiras solicitações de instalação de estações do Serviço a ser criado até a presente data, o Ministério das Comunicações, por iniciativa própria ou por provocação de terceiros, mediante denuncias, realizou 1.956 lacres/apreensões de estações clandestinas. Deste total 300 ocorreram em 1995, 720 em 1996 e 936 em 1997.[111]

No dia 19 de fevereiro de 1998, o Congresso aprovou a Lei nº 9.612, instituindo o Serviço de Radiodifusão Comunitária (RadCom). Sancionada pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, a "Lei das Comunitárias", define o RadCom como um serviço de Radiodifusão Sonora de baixa potência e com cobertura restrita, para ser executado por fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do Serviço:

> Art. 1º Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em freqüência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço.
>
> § 1º Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado à comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros.
>
> § 2º Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila.

De acordo com a legislação, a rádio comunitária deverá priorizar programas educativos, culturais e informativos. Não poderá haver discriminação de raça, sexo, religião, preferências sexuais e convicções políticas. A lei veda a formação de redes na exploração dos serviços comunitários, com exceção para situações de guerra, calamidade pública, epidemias e transmissões obrigatórias dos três poderes. Por outro lado, busca assegurar a pluralidade de opinião e o acesso de todos os segmentos e todos os cidadãos às emissoras:

> Art. 3º o Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:

---

[111] MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Rádio Comunitária**. Informe n.9, janeiro de 1998.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

I - dar oportunidade à difusão de idéias, 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.

§ 1°. É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

§ 2°. As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

§ 3°. Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária.

Através do artigo quinto, a legislação determina que todas as emissoras de radiodifusão comunitária deverão utilizar um único canal, em freqüência modulada :

Art. 5°. O Poder Concedente designará, em nível nacional, para utilização do Serviço de Radiodifusão Comunitária, um único e específico canal na faixa de freqüência do serviço de radiodifusão sonora em freqüência modulada.

Parágrafo único. Em caso de manifesta impossibilidade técnica quanto ao uso desse canal em determinada região, será indicado, em substituição, canal alternativo, para utilização exclusiva nessa região.

Estabelece um período de três anos para a exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, com possibilidade de renovação por igual período :

Art. 6°. Compete ao Poder Concedente outorgar à entidade interessada autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, observados os procedimentos estabelecidos nesta Lei e normas reguladoras das condições de exploração do Serviço.

Parágrafo único. A outorga terá validade de três anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes.

unesp

Pela Lei nº 9.612, terão direito de explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, cujos dirigentes tenham residência na comunidade. A legislação determina a instalação de um Conselho Comunitário para gerenciar a emissora, incluindo os aspectos administrativos e a formatação da programação:

> Art. 7º São competentes para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, desde que legalmente instituídas e devidamente registradas, sediadas na área da comunidade para a qual pretendem prestar o Serviço, e cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.
>
> Parágrafo único. Os dirigentes das fundações e sociedades civis autorizadas a explorar o Serviço, além das exigências deste artigo, deverão manter residência na área da comunidade atendida.
>
> Art. 8º A entidade autorizada a explorar o Serviço deverá instituir um Conselho Comunitário, composto por no mínimo cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local, tais como associações de classe, beneméritas, religiosas ou de moradores, desde que legalmente instituídas. com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse exclusivo da comunidade e dos princípios estabelecidos no art. 4º desta Lei.

Em contrapartida, proíbe a inserção comercial em emissora comunitária, admitindo somente o patrocínio, no formato de apoio cultural, desde que o patrocinador esteja situado na área atendida pela emissora. A legislação só não define o que é "apoio cultural" :

> Art. 18º As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.
>
> Art. 19º É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação.

Através do Decreto nº 2.615, de 3 de junho de 1998, o governo aprovou o Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária, atribuindo à Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) a competência para designar o canal único na faixa de freqüência para as emissoras comunitárias. O Decreto restringe, ao máximo mil metros a cobertura da emissora comunitária, fixando a potência máxima a 25 watts :

> Art. 4º A Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL designará um único e específico canal na faixa de freqüências do Serviço de Radiodifusão Sonora em Freqüência Modulada, para atender, em âmbito nacional, ao Serviço de que trata este Regulamento.

unesp

> Parágrafo único. Em caso de manifesta impossibilidade técnica quanto ao uso desse canal em determinada região, a ANATEL indicará, em substituição, canal alternativo, para utilização exclusiva naquela região, desde que haja algum que atenda aos critérios de proteção dos canais previstos nos Planos Básicos de Distribuição de Canais de Radiodifusão Sonora em Freqüência Modulada, de Televisão em VHF e de Retransmissão de Televisão em VHF.
>
> Art. 5º A potência efetiva irradiada por emissora do RadCom será igual ou inferior a vinte e cinco watts.
>
> Art. 6º A cobertura restrita de uma emissora do RadCom é a área limitada por um raio igual ou inferior a mil metros a partir da antena transmissora, destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro, uma vila ou uma localidade de pequeno porte.

Por determinação da ANATEL, a rádio comunitária deverá utilizar o canal 200, que fica entre 87,8 e 88 Mhz, portanto, fora do dial das FMs convencionais, que vai de 88 a 108 Mhz, possível de ser captado somente através dos receptores de rádio digitais. Quem tem um receptor de rádio antigo, terá dificuldade em captar qualquer sinal emitido pelo canal 200. É o que revela José Luiz Sotter, presidente da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias, a ABRAÇO.[112]

> O canal 200 é fora do dial dos receptores comuns...o nosso ouvinte do interior não tem como sintonizar o canal 200, no rádio com cordão... por que vai de 88 a 108 e o canal 200 é 87,8 a 88 , ou seja, fica entre as televisões (o canal 6) e o 88.1, que é a primeira emissora que se consegue sintonizar , nos receptores comuns.[113]

O presidente da ANATEL, Renato Guerreiro, defendeu-se da acusação, afirmando que o "canal 200 é um canal previsto no Plano Básico de Radiodifusão" que já fazia parte dos 100 canais que estão disponíveis para uso em rádio e freqüência modulada e que foi escolhido por ser um canal livre em todo o país:

> Simplesmente o canal 200 foi escolhido porque é um canal que tem uma liberação maior em todo país. Porque existem algumas regiões do país que há uma concentração muito grande de rádios, como São Paulo, Rio de janeiro e Porto Alegre, onde não existem canais disponíveis. Tivemos que pegar um canal que pudesse ser repetido pelo maior número de localidades possível. Então escolhemos o canal 200 que era o que permitia este tipo de coisa.[114]

---

[112] Associação Brasileira de Rádios Comunitárias - ABRAÇO , reúne 4.500 emissoras filiadas, das mais de 10 mil rádios comunitárias em funcionamento no país e tem representação em 23 estados brasileiros.

[113] Depoimento de José Luiz Sotter, presidente da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias, a ABRAÇO, na Audiência Publica para Debater o Funcionamento das Rádios Comunitárias, promovida pela Subcomissão de Rádio e TV do Senado. TV Senado, 17 nov.1999.

[114] Depoimento de Renato Guerreiro, presidente da ANATEL, na Audiência Publica para Debater o Funcionamento das Rádios Comunitárias, promovida pela Subcomissão de Rádio e TV do Senado. TV Senado, 17 nov.1999.

unesp

Por mais incrível, que possa parecer, o Regulamento habilita a rádio comunitária a funcionar, sem direito à proteção contra interferências causadas por estações de telecomunicações e de radiodifusão. No entanto, se a emissora comunitária interferir em qualquer serviço de telecomunicação ou em emissora de rádio ou televisão convencional (comercial ou educativa) "a ANATEL determinará a imediata interrupção do seu funcionamento, até a completa eliminação da causa da interferência." É o que estabelece os artigos 25,26 e 27, do Capítulo VII, "Da Execução do Serviço" :

> Art. 25. A emissora do RadCom operará sem direito a proteção contra eventuais interferências causadas por estações de Serviços de Telecomunicações e de Radiodifusão regularmente instaladas.
>
> Art. 26. Caso uma emissora do RadCom provoque interferência indesejável nos demais Serviços regulares de Telecomunicações e de Radiodifusão, a ANATEL determinará a interrupção do serviço da emissora de RadCom interferente, no prazo fixado em norma complementar, até a completa eliminação da causa da interferência.
>
> Art. 27. Caso uma emissora do RadCom provoque interferência prejudicial nos demais Serviços regulares de Telecomunicações e de Radiodifusão, a ANATEL determinará a imediata interrupção do seu funcionamento, até a completa eliminação da causa da interferência.
>
> Art. 28. As emissoras do RadCom cumprirão período de oito horas, contínuas ou não, como tempo mínimo de operação diária.

Mais difícil do que se manter no ar, sem direito à proteção contra interferência de outras emissoras de rádio, será o desafio de cumprir as exigências previstas no Capítulo VIII, que trata da "Programação". A legislação determina que a programação dê "preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas"; que as "programações opinativa e informativa" deverão observar os princípios da "pluralidade de opinião e de versão simultânea em matérias polêmicas" e que "qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações". Através do parágrafo quarto, proíbe a discriminação e o proselitismo de qualquer natureza, na programação das emissoras de radiodifusão comunitária:

> Art. 30. As emissoras do RadCom atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:
>
> I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

> II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade, e da integração dos membros da comunidade atendida;
>
> III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;
>
> IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.
>
> § 1o É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.
>
> § 2o As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultânea em matérias polêmicas, divulgando sempre as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.
>
> § 3o Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à direção responsável pela rádio comunitária.
>
> Art. 31. As emissoras do RadCom assegurarão, em sua programação, espaço para divulgação de planos e realizações de entidades ligadas, por suas finalidades, ao desenvolvimento da comunidade.

Com o objetivo de complementar as disposições estabelecidas no Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária e as condições técnicas de operação das estações de Radiodifusão Comunitária, o Ministério das Comunicações baixou a Norma nº 2/98. A Norma Complementar, define o processo de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária, a formalização da autorização, a instalação da estação, a expedição da licença para funcionamento, execução do serviço, os princípios da programação, entre outros aspectos técnicos da emissão, como características das emissoras e dos transmissores, além de contemplar as infrações e penalidades previstas.

Segundo dados da ABRAÇO, existem aproximadamente 14 mil emissoras de baixa potência no Brasil, 6 mil delas só no Estado de São Paulo. Neste universo, não é possível distinguir entre as emissoras que realmente servem à comunidade e emissoras montadas com propósitos políticos, religiosos ou comerciais. Com a morosidade do Ministério das Comunicações em avaliar os pedidos de concessões e do Congresso em autorizar as emissoras que realmente apresentam uma proposta de atuar junto à sua comunidade, todas são colocadas em uma vala comum e consideradas "piratas" ou "clandestinas".

No entanto, a desorganização do sistema pode levar a uma ordem mais elaborada, possibilitando o debate e o aperfeiçoamento da Lei das Rádios Comunitárias. Lembra Lucrécia Ferrara, que "quanto maior o caos , maior a

ordem potencial".[115] Assim sendo, o que para os interessados na manutenção do rádio dentro ordem atual, caracteriza um processo caótico, constituindo, na concepção clássica, uma desordem; aos defensores das rádios comunitárias e, até mesmo aos ouvintes, pode significar uma nova ordem para o aparente universo equilibrado da radiodifusão convencional. Assim, o caos não representa um obstáculo a ser transposto, mas um estimulo à livre experimentação, que poderá quebrar o excesso de homogeneidade do sistema comercial e produzir uma nova concepção de rádio: participativa, livre e comunitária. Não por acaso, observa Prigogine que "o universo do não-equilíbrio é um universo coerente", lembrando que não é correto associar a desordem ao não-equilíbrio. A turbulência, diz ele, é um fenômeno "altamente estruturado, em que milhões e milhões de partículas se perseguem num movimento extremamente coerente", ressaltando o fato de a "produção de entropia conter sempre dois elementos dialéticos : um elemento criador de desordem, mas também um elemento de criação de ordem. E os dois estão sempre ligados".[116]

Em função da demora das autoridades em outorgar os canais comunitários, alguns representantes do Poder Judiciários vêm se mostrando favoráveis em conceder liminares e assegurar o funcionamento de emissoras que, comprovadamente, prestam serviço à comunidade. Observando esse princípio, o juiz federal de Uberaba, Minas Gerais, Paulo Fernando Silveira, já concedeu mais de 100 liminares de funcionamento para rádios comunitárias em sua jurisdição,[117]que abrange 55 cidade do Sul de Minas gerais e do Alto Paranaíba :

> Acima de tudo um direito fundamental estava sendo violado, e violado por um Órgão Federal do Executivo. As pessoas pediam autorização para instalar uma rádio comunitária, o Governo Federal não dava a autorização, não negava e nem justificava porque negava. E isto nos chamamos de arbítrio, porque todo Poder Público tem obrigação de fundamentar quando nega uma postulação feita por um cidadão, principalmente quando baseado num direito garantido pela constituição.[118]

Em Brasília, durante audiência pública, para debater o funcionamento das rádios comunitárias, promovida pela Subcomissão de Rádio e Televisão do Senado, o juiz Paulo Fernando Silveira defendeu o direito do Município legislar sobre o rádio local, partindo do princípio que a rádio de baixa potência , diferente das emissoras que transmitem suas programações em mais de um

---

[115] FERRARA, Lucrécia Dáléssio. **Olhar periférico**. 2.ed. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 1999. p. 183.
[116] PRIGOGINE, Ilya. **O nascimento do tempo**. Lisboa: Edições 70, 1988. p. 39 – 41 .
[117] JUIZ do contra é a favor da liberdade total. Revista Imprensa, São Paulo : Feeling Editora, n.144, p.48-49, dez. 1999.
[118] Depoimento de Paulo Fernando Silveira, Juiz Federal de Uberaba, Minas Gerais, na Audiência Pública para Debater o Funcionamento das Rádios Comunitárias, promovida pela Subcomissão de Rádio e Televisão do Senado. TV Senado, 17 nov.1999.

unesp

Estado, não está sujeita à concessão e fiscalização da União, porque é de interesse local. Segundo o juiz Paulo Fernando Silveira, à União compete baixar uma norma geral a fim de proteger os interesses nacionais, deixando a concessão local, sob responsabilidade do Município, a quem caberá outorgar o canal, levando em consideração o relevo da cidade, a potência ideal e quantidade de rádios necessárias à comunidade :

> É errada essa conclusão da ANATEL de querer, de Brasília, distribuir para o Brasil inteiro as ondas que dependem do relevo e só o Município tem condição de verificar quantas rádios comportam naquele município e qual o direcionamento da antena e qual a altura da antena e qual a capacidade para atingir o município todo, inclusive os rurícolas, porque o interesse público é de levar a comunicação, interagir entre o rurícola e o urbano. Tudo isso ta sendo usurpado por Brasília, através de leis absolutamente inconstitucionais e nós do Judiciário, como poder político, estamos agindo no sentido dar ao povo, aquilo que, infelizmente, esta sendo negado pela Legislação. E nos temos a sensibilidade política também, porque nos processos que chegam às nossas mãos, às vezes, vem assinaturas de dez mil pessoas querendo a rádio, inclusive com assinaturas de prefeitos, de vereadores e nos não podemos ignorar isto só porque existe uma Lei Federal.[119]

Citando despacho do Tribunal Regional Federal, da Primeira Região de Brasília, considerando que as "rádios de baixa potência não cometem o crime do artigo 70", o juiz Paulo Silveira afirmou que a ANATEL "não tem poder algum para lacrar as emissoras de baixa potência". A ANATEL, de acordo com depoimento de seu presidente, Renato Guerreiro, à Audiência Publica promovida pela Subcomissão de Rádio e Televisão do Senado, baseia-se nos artigos 183 e 184, da Lei nº 9.472, a Lei Geral das Telecomunicações Brasileiras (LGTB), para aplicar sanções penais às rádio não-regulamentadas:

> Art. 183. Desenvolver clandestinamente atividades de telecomunicação:
>
> Pena - detenção de dois a quatro anos, aumentada da metade se houver dano a terceiro, e multa de R$ 10.000,00 (dez mil reais).
>
> Parágrafo único. Incorre na mesma pena quem, direta ou indiretamente, concorrer para o crime.
>
> Art. 184. São efeitos da condenação penal transitada em julgado:
>
> I - tornar certa a obrigação de indenizar o dano causado pelo crime;
>
> II - a perda, em favor da Agência, ressalvado o direito do lesado ou de terceiros de boa-fé, dos bens empregados na atividade clandestina, sem prejuízo de sua apreensão cautelar.

[119] Depoimento de Paulo Fernando Silveira, Juiz Federal de Uberaba. TV Senado, 17 nov.1999.

unesp

> *Parágrafo único.* Considera-se clandestina a atividade desenvolvida sem a competente concessão, permissão ou autorização de serviço, de uso de radiofreqüência e de exploração de satélite.
>
> Art. 185. O crime definido nesta Lei é de ação penal pública, incondicionada, cabendo ao Ministério Público promovê-la.

A ANATEL utiliza, também, na aplicação de sanções a quem operar com radiodifusão sem autorização, a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que instituiu o Código Brasileiro de Comunicações e que não foi revogada pela nova LGTB no que diz respeito à radiodifusão, modificada pelo Decreto-lei nº 236 :

> Art. 70 Constitui crime punível com a pena de detenção de 1 (um) a 2 (dois) anos, aumentada da metade se houver dano a terceiro, a instalação ou utilização de telecomunicações, sem observância do disposto nesta lei e nos regulamentos.
>
> Parágrafo único. Precedendo ao processo penal, para os efeitos referidos neste artigo, será liminarmente procedida a busca e a apreensão da estação ou aparelho ilegal.

Para o juiz Paulo Fernando Silveira, a ANATEL e seus agentes, ao lacrar e apreender os equipamentos das rádios comunitárias "cometem um crime", violando a Constituição e o direito fundamental de liberdade de expressão:

> A ANATEL, com todo respeito, tem agido criminosamente nessa fiscalização , porque tem utilizado o artigo 70, da lei 417 de 1962, mas esse dispositivo (...)`é um dispositivo penal; porque lá no parágrafo único diz : precedendo o processo penal é que a polícia poderia apreender as rádios comunitárias, mas o que acontece, a ANATEL criminosamente , já que ela foi obstada pelo Supremo Tribunal a fazer apreensões administrativas, quando o Supremo Tribunal, em liminar do ministro Marco Aurélio, negou este direito à ANATEL, por ferir o devido processo legal, a ANATEL vai com seus agentes, ora sozinha, abusando, contrariando a decisão do supremo, e agindo com abuso de autoridade, ela vai sozinha e lacra a rádio comunitária, quando não existe essa pena na Lei. Se vocês pegarem a lei 9612, que é específica das rádios comunitárias não tem pena de lacração. Outra hora a ANATEL abusiva e criminosamente procura a Policia Federal para fazer o trabalho pra ela, como o macaco que usa a pata do gato para tirar a castanha da chapa quente....e pede a Policia Federal ir lá e fazer a apreensão, mas na realidade é um ato administrativo, não é um ato judicial, não tem processo penal, não teve autorização judicial.[120]

Criticando a ação repressora da ANATEL, o juiz Paulo Fernando Silveira entende que "as rádios comunitárias vieram para ficar". Ao mesmo tempo em

[120] Depoimento de Paulo Fernando Silveira, Juiz Federal de Uberaba .TV Senado, 17 nov.1999.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

que cobra do Governo uma "regulamentação adequada", que possibilite às emissoras de baixa potência funcionar abertamente, Silveira classifica a Lei nº 9.612, que instituí a Radiodifusão Comunitária, como "uma lei ursupativa", por entender que a concessão de licença para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária é de competência do "ent político que é Município ou o Estado." De acordo com o juiz, considerando a lei constitucional, demoraria entre 10 e 20 anos para o Congresso Nacional despachar os 6 mil pedidos que já estariam protocolados junto ao Ministério das Comunicações, uma vez que somente 45 autorizações para operar com rádio comunitária foram expedidas.[121] Com o objetivo de agilizar o processo de concessão de licença para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária, o juiz Paulo Fernando Silveira sugeriu aos senadores iniciar a reformulação da Lei 9.612, a partir de três pontos que considera fundamentais:

> 1 . Um dispositivo dizendo : "Não se aplica às rádios comunitárias de que cuida a Lei nº 9.612 /98 o artigo 70, da Lei 4117, de 27 de agosto de 1962". Aí a Anatel cumprirá a Lei, vai aplicar as penalidades previstas na lei.
>
> 2. Um dispositivo dizendo o seguinte: "A concessão dos alvarás de que cuida a presente Lei competira ao Município, que observará os critérios técnicos podendo inclusive firmar convênios com a União".
>
> 3. Ampliar a potência de 25 watts para pelo menos 50 watts e a distância de um quilometro para pelo menos até 30 quilômetros, para dar condições de atender as cidades maiores. A decisão final da potência, ficaria a cargo de cada Município.[122]

Criticada pelos especialistas e segmentos que trabalham com comunicação comunitária, por sua característica restritiva e centralizadora, a legislação que trata do Serviço de Radiodifusão Comunitária representa um significativo avanço no processo de flexibilização da comunicação de massa no país. Para o senador Artur da Távola, a organização do rádio comunitário no Brasil é um passo importante, no sentido de dar alguma ordenação a um movimento espontâneo da sociedade que coincide com a existência de tecnologias que possibilitam a implantação de emissoras que representem a comunidade. No entanto, o senador alerta para a exploração dos canais comunitários por certos segmentos oportunistas da sociedade:

> Ao mesmo tempo, essa facilidade tecnológica gerou uma "assintonia" no setor - para usar uma expressão radiofônica - e surgiram inúmeras emissoras - muitas, muito bem intencionadas; outras, com interesses pessoais comerciais; outras, com interesses políticos por trás, interesses

[121] Até novembro de 1999, data do depoimento do Juiz Paulo Fernando Silveira, nenhuma rádio comunitária de Ribeirão Preto ou região havia obtido a autorização para a execução do RadCom.
[122] Depoimento de Paulo Fernando Silveira, Juiz Federal de Uberaba. TV Senado, 17 nov.1999.

unesp

> eleitorais, interesses partidários -, houve como que uma certa confusão da rádio pirata tradicional com a rádio comunitária. Acredito que a lei venha a dar uma ordenação, desde que seja bem regulamentada e bem fiscalizada, o que é o mais difícil da questão.[123]

Semelhante preocupação já expressava o jornalista Valionel Tomaz Pigatti, ex-presidente e fundador da Associação das Rádios Livre do Estado de São Paulo, quando da formatação no Congresso Nacional de uma legislação que viesse a regulamentar as rádios comunitárias, sem preocupação com a proposta, linguagem ou com a produção sócio-cultural, que norteou o movimento em defesa da rádio livre e comunitária no Brasil:

> As vozes aos microfones defendem apenas o direito da própria sobrevivência econômica, embora evoquem a liberdade de expressão ou a liberdade de consciência, as quais, como acontece com maioria dos organizadores de pequenas emissoras, carecem de conteúdo. Embora resultado ou reflexo do contexto socioeconômico e cultural brasileiro, é esse um dos retratos da situação em que se pretende legalizar meios de comunicação eletromagnéticos de baixa potência.[124]

Conseqüência, é o formato de rádio comunitário brasileiro, institucionalizado pela Lei nº 9.612 e regulamentado através do Decreto no 2.615, um conjunto de procedimentos característicos do processo de reversão, através do qual um meio ou sistema "subitamente se transforma em outro", conforme demonstrou McLuhan.[125] Através do processo de reversão, governo, concessionários de radiodifusão, empresários e parlamentares, atuando em conjunto, descaracterizaram a proposta original de rádio comunitário, implantando um modelo de rádio de acordo com suas conveniências. Dessa forma, utilizando-se de um conjunto de normas tecno-jurídicas, ao mesmo tempo em que descaracterizou a projeto original, o governo estabeleceu novas funções para a radiodifusão comunitária, como demonstrado,[126] distante das aspirações populares e das necessidades da comunidade.

No entanto, mesmo longe de representar o ideal da radiodifusão livre e comunitária, o projeto aprovado representa uma opção ao sistema verticalizado, "estruturado em função do lucro, para atender a ganância dos empresários da comunicação no país", pondera José Luiz Sotter, presidente da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias :

---

[123] ORGANIZAÇÃO das Rádios Comunitárias. Discurso proferido pelo Senador Artur da Távola, no Senado Federal, 27 jan. 1998.
[124] TOMAZ, op.cit., Disponível em < http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/7543/>
[125] MCLUHAN, op.cit., p. 56 et seq.
[126] Veja: Lei n.º 9.612, de 19 de fev. 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária, art. 3º, p. 117.

unesp

> Então nos precisaríamos de um sistema que fosse ao contrário, horizontalizado, onde o público, onde o cidadão, não fosse apenas meros números nessa estatística para definição de planilhas de publicidade. Que tivesse participação, que se apropriasse desse sistema ou desse meio de comunicação, fizesse esse meio de comunicação, nos teríamos que ter um sistema de comunicação horizontalizado e para isso teríamos que eliminar a necessidade do lucro desse sistema . Ele teria que ser um sistema sem fim lucrativo, eliminando este perigo da verticalização.[127]

É importante ressaltar a expectativa que desperta a rádio comunitária entre os setores organizados da sociedade brasileira. Mais do que um meio de comunicação, representa um meio de fomentar a integração da comunidade, o desenvolvimento social, cultural e político, funções que deveriam estar sendo cumpridas pelas emissoras comerciais. É a possibilidade de um rádio participativo, onde os cidadãos tenham o direito de assumir o microfone e dizer o que pensam e não somente oferecer uma música, participar de um sorteio ou mandar um recado. Está é a característica do rádio comunitário, que faz a diferença: quem fala e quem ouve é a comunidade, como ressalta o jornalista Nivaldo Manzano, que participa como voluntário, do movimento em defesa das rádios comunitárias :

> O que caracteriza e diferencia, no essencial, uma emissora comunitária das demais é pertencer à comunidade, ser organizada, dirigida, pautada e operada pela comunidade.[128]

Sob controle da comunidade, o rádio poderia ser utilizado como um instrumento de integração, para estimular o lazer, a cultura e fortalecer o convívio social; quem sabe, aproximar as pessoas, mobilizar os jovens e até diminuir a violência. De acordo com a Lei de Radiodifusão Comunitária, cada bairro ou vila poderá ter a sua emissora, o que possibilita a comunidade estabelecer a sua representatividade, uma vez que para obter a licença de exploração do serviço, a sociedade ou associação que se habilitar, deverá incorporar os diversos segmentos que compõem a sociedade local. A comunidade ganharia força para debater seus problemas e cobrar das autoridades uma solução. O comércio local, por sua vez, ganharia um veículo para divulgar seus produtos e serviços, auxiliando em contrapartida, na manutenção da emissora, através do apoio cultural.

---

[127] Depoimento de José Luiz Sotter, presidente da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias, na Audiência Pública para Debater o Funcionamento das Rádios Comunitárias, promovida pela Subcomissão de Rádio e Televisão do Senado. TV Senado, 17 nov.1999.

[128] MANZANO, op.cit., p.13.

unesp

Com a regulamentação da Rádio Comunitária, uma prática comum no rádio estaria com os seus dias contados : o arrendamento de espaços para pessoas ou entidades. Às pessoas da comunidade seria oferecida a oportunidade de mostrar seu talento, seja produzindo ou apresentando um programa, sem ter que pagar por isso. Ao mesmo tempo, estaria sendo aberto um canal de divulgação para os músicos e cantores locais e mesmo nomes de projeção nacional, todos os que não encontram espaço nas emissoras comerciais, comprometidas com os produtos das empresas multinacionais, que dominam o setor fonográfico. Como poderá abrir espaço aos artistas marginalizados, a rádio comunitária poderá dar voz à representação comunitária, projetar novos líderes. Por essa razão, a questão que envolve o rádio comunitário passa pela política e não pelo financeiro. Sabemos que uma emissora comunitária, com recursos técnicos e tecnológicos limitados, não representa concorrência para uma emissora comercial, equipada com os mais modernos suportes para a produção e inserção comercial. Mas ela poderá influenciar na formação da opinião pública e projetar novas lideranças, o que deverá ocorrer à medida que as pessoas começarem a participar ativamente de sua programação e atividades. Por isso, a rádio comunitária representa um importante instrumento para o exercício da liberdade de expressão e a consolidação do processo democrático no país.

5. 3. A luta pelo reconhecimento

As características dos modelos de rádio institucionalizados no país, cada vez mais direcionados para o bussines, credenciam a rádio comunitária a consolidar-se como mídia local, com papel fundamental, no processo de socialização da informação e na construção da cidadania. Uma vez respeitado o seu caráter coletivo, desvinculada de grupos políticos, empresariais ou religiosos, reúne as condições fundamentais para tornar-se um instrumento de ação, expressão cultural e do livre pensamento da comunidade em que se encontra inserida. Comprometidas com a comunidade, várias emissoras vêm obtendo o reconhecimento popular pelas atividades desenvolvidas e conseguindo projeção nacional, embora continuem sendo taxadas pejorativamente de "piratas" e "clandestinas", uma vez que não conseguem a outorga do canal junto às autoridades. Para demonstrar esse outro lado das rádios comunitárias, apresentaremos um relato objetivo das atividades desenvolvidas por algumas emissoras não regulamentadas que vem se destacando em todo o país, entre as quais a Rádio Rocinha, do Rio de Janeiro,

unesp

a Rádio Favela, de Belo Horizonte e a Acadêmica FM, de Sertãozinho, interior de São Paulo.

Instalada na Rocinha, considerada a maior favela da América Latina, a Rádio Rocinha FM, transmite em 105,7 Mhz e cobre os 722.500 metros quadrados da favela, que começa a vista como um mercado potencial :

> Lá existem três associações de moradores, duas de mulheres, três escolas municipais, dois CIEPs e quatorze creches. A renda per capita está em torno dos dois salários mínimos, ou cerca de 600 reais, quando se fala em renda familiar (...) O comércio é intenso. Dia e noite. Movimento endossado pela Associação Comercial da Rocinha, que tem registradas mais de 2 mil empresas, formais e informais, no perímetro do morro.[129]

Os moradores são, em sua maioria, imigrantes do Norte e Nordeste, que trabalham na prestação de serviço. De um modo geral, a comunidade caracteriza-se por estruturas familiares instáveis, altos índices de iniciação sexual e gravidez precoces. Os jovens, com acesso limitado à educação e emprego, são facilmente atraídos pela vida do crime e envolvimento com o tráfico de drogas. Os moradores são unânimes em dizer que enfrentam a discriminação por morarem em uma área de "favela".[130]

Apesar das dificuldades, os 200 mil moradores estão organizados em centros comunitários, clubes e associações não governamentais e, através da Rocinha FM mantêm-se informados sobre o dia-a-dia da comunidade, fazem reclamações, solicitam ajuda, pedem e ouvem suas músicas preferidas, ou seja, não só ouvem, mas também se fazem ouvir pela comunidade

Entre os programas de maior audiência na Rocinha está o programa popular apresentado por Luciana Tavares, que dirige a rádio ao lado do marido, Juscelino Tavares. Outro destaque é Carlos Costa, o Carlinhos, que apresenta um programa de prestação de serviço, onde cobra das autoridades melhorias para a comunidade, debate com representantes do poder público, quando alguma coisa está errada, organiza cursos profissionalizantes e colônias de férias para crianças, adolescentes e idosos. Com o apoio da Rádio Rocinha e de várias ONGs, as lideranças naturais da favela, vão aos poucos, encontrando espaço, para organizar a comunidade e oferecer aos moradores uma vida mais digna.

---

[129] ROCINHA, um retrato do Brasil. **Revista Raça Brasil**, janeiro2000. Disponível em <http://www2.uol.com.br/simbolo/raca/>

[130] OS MENINOS e as meninas da favela: um programa de prevenção e mudança de comportamento em relação às DSTs/Aids . Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em < http:// www.cfch.ufrj.br/Nucleos/rocinha.html>

unesp

A Rocinha FM foi pioneira nesse formato de rádio no Brasil, que, no final dos anos 90, chegou a todas as favelas cariocas. Aliás, na própria favela da Rocinha, foi instalada uma segunda emissora comunitária, a rádio Katana FM.

Na favela de Acari, a rádio comunitária cumpre papel semelhante ao da Rocinha FM, com uma diferença : o som chega à comunidade, através de 36 quilômetros de fio e dezenas de caixas de som, espalhadas por toda a favela. A Áudio Boas Novas (ABN), como é denominada a "rádio poste" de Acari, funciona com apoio da Igreja Assembléia de Deus, que na ausência do Estado, ajuda a população a sobreviver. A ABN, segundo o locutor Ari Delegado, faz um "rádio eclético", com prestação de serviço, mensagens educativas e músicas :

> Tocamos de tudo, desde o funk até o gospel. É uma rádio voltada exclusivamente para a comunidade. Agimos diretamente na comunidade.[131]

A música é também a principal forma de manifestação que as comunidades de Cantagalo, Pavão e Pavãozinho encontraram para se aproximar das demais comunidades da Zona Sul do Rio de Janeiro. Com esse intuito, colocaram no ar em 1998, a FM 88,3, a primeira emissora comunitária Zona sul do Rio. Montada pelo eletricista Nelson Santos e pelo publicitário Luciano de Freitas, a FM 88.3 atinge um raio de 20 quilômetros. Um dos programas de maior audiência da emissora é "A Voz da Favela", que, através do hip-hop, procura integrar os jovens da comunidade, conscientizá-los das conseqüências do uso das drogas e da violência, motivando-os a uma vida comunitária e ao exercício da cidadania. Ao exercer um fascínio sobre os jovens da comunidade, a FM 88,3 proporciona o bem-estar à comunidade, motivo pela qual é apoiada pelos moradores e não é considerada uma ameaça, pelos traficantes que dominam os morros da região.

Outra emissora comunitária que vem atuando com destaque nas favelas cariocas é a 103,3 - FM Jacarepaguá, montada por um grupo de jovens da Cidade de Deus, que encontraram na música a forma de manifestação da comunidade.

A exemplo do que ocorre no Rio de Janeiro, o rádio local revelou-se um canal de integração das comunidades da periferia, como também um importante meio de execução e divulgação do hip-hop, rap e outras manifestações musicais consideradas até então "marginais".

> Perseguidas, injustiçadas, mas, bem ou mal, tendo agora sua ação regulamentada, as rádios comunitárias - ainda chamadas insistentemente por alguns de "piratas" - constituem hoje o principal meio de difusão do rap brasileiro. Sem espaço nas rádios comerciais, o hip-hop descobriu nos

---

[131] Programa "Vitrine". **TV Cultura**, São Paulo, 13 jan. 1996.

unesp

> últimos anos que, para amplificar a "voz da favela", ou o "grito da periferia", como esses poetas costumam chamar sua arte, o melhor é usar microfones de pobre : as rádios comunitárias.[132]

Com o apoio da população, várias emissoras comunitárias vêm se consolidando na Grande São Paulo, entre as quais a Nova Era (93,9) e União FM (88,5), ambas na Zona Norte; Evolução FM (103,1), na Zona Sul; a Sol FM (100,5), em Osasco; a Beta FM (93,3), em Taboão da Serra e a Rádio Comunitária da Favela de Heliópolis, que transmite em 98,3 Mhz.

Localizada na zona sudoeste, na favela de Heliópolis, a maior de São Paulo, com 80 mil habitantes, a Rádio Comunitária da Favela tornou-se "conhecida por suas campanhas contra as drogas, por mobilizar os moradores e por atrair jovens a palestras sobre cidadania".[133] No dia 25 de janeiro, a rádio recebeu o apoio do cantor e compositor Lobão, durante visita de divulgação de seu novo disco "A Vida é Doce". Para Lobão, as rádios comunitárias "estão crescendo, porque são mais criativas, estão mais próximas das pessoas"[134]. O cantor e compositor tem percorrido o país denunciando o "jabaculê", procedimento através do qual as emissoras comerciais cobram pela execução de música .

Outra emissora que vem se destacando pelo trabalho realizado junto à comunidade é a Rádio Favela -104,5 FM. A emissora foi criada em 1981, na Vila Nossa Senhora de Fátima, a maior dentre as onze vilas localizadas no Aglomerado da Serra, Zona Sul de Belo Horizonte, que reúne cerca de 160 mil habitantes. Montada por um grupo de moradores, com auxilio da Igreja Católica e da Associação dos Moradores, a rádio começou a funcionar "precariamente com um transmissor à bateria, um toca-discos a pilha (ainda não havia energia elétrica na favela) e equipamentos improvisados", conta Misael Avelino dos Santos, fundador e diretor da emissora :

> A intenção de criar um espaço para divulgar música e cultura negra, falar da discriminação contra os moradores da favela e conscientizar os jovens da comunidade quanto aos problemas relacionados à violência e às drogas, agravados com a entrada do tráfico que então se instalava naquela local.[135]

Apesar de mudar de barraco constantemente, para escapar da perseguição de políticos e concessionários de radiodifusão (a rádio teve seus transmissores lacrados por três vezes pela polícia), a Favela FM consolidou-se como porta-voz

---

[132] PIMENTEL, Spensy. Microfone aberto à população. **Caros Amigos,** São Paulo:Casa Amarela, n.3, set. p.9, set.1998.

[133] CASTRO, Daniel. Lobão hasteia a bandeira dos piratas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 jan. 2000, Ilustrada, p.14.

[134] Ibid.

[135] RÁDIO FAVELA. Disponível em <http://radiofavelafm.com.br>

unesp

da Comunidade da Vila Nossa Senhora de Fátima e favelas próximas, na luta pela dignidade e pelo resgate da cidadania de seus moradores:

> A comunidade da Vila Nossa Senhora de Fátima possui apenas 10% de saneamento básico, 48% estão servidos por coleta de lixo, e mesmo água encanada está disponível somente para cerca de 70% da população, praticamente não existe pavimentação nas ruas, a comunidade sofre constantes ameaças de deslizamento e inundação na época das chuvas e está longe de ter seus problemas de urbanização, saúde, educação, segurança e etcetera minimamente resolvidos.[136]

Em 1986, a Rádio Favela deu início ao seu processo de legalização. Reforçou o seu caráter comunitário, assumiu a condição de entidade cultural, obtendo um alvará da Prefeitura de Belo Horizonte, para funcionar como Associação Cultural de Comunicação Comunitária Favela FM. Esse processo ajudou a diminuir a repressão e possibilitou à rádio funcionar com um pouco de tranqüilidade, continuar prestando serviço à comunidade, como destaca Misael Avelino dos Santos, diretor da emissora :

> A nossa rádio é diferente das outras rádios "piratas", pois faz um trabalho social, cultural e educacional. Nós não queremos ganhar dinheiro, não somos empresários, só queremos ajudar a população pobre e marginalizada dos morros. Portanto, a nossa rádio tem uma vocação social, é rádio comunitária por excelência. Trabalhamos pela dignidade e pelo reconhecimento da cidadania dos moradores dos morros. Lutamos contra o tráfico de drogas. Não podem nos prender como ladrões ou traficantes.[137]

A Rádio Favela tornou-se o principal ponto de referência dos moradores da Vila Nossa Senhora de Fátima, oferecendo um serviço de utilidade pública, e operando como uma rede de comunicação entre os moradores.

> Através de seus serviços encontram-se crianças perdidas, documentos, chama-se ambulância, e como o telefone é raridade nas casas da favela a comunicação, os contatos e recados via rádio são muito comuns e importantes. Porém a principal atuação da Associação Cultural de Comunicação Comunitária Favela FM, refere-se a seu trabalho educacional e preventivo quanto ao uso de drogas, envolvimento com o tráfico, roubo e violência, realizando o que chamam de um trabalho de segurança preventiva no morro.

Ampliando suas atividades, a Favela FM passou a ocupar um espaço importante na estrutura da comunidade, assumindo a responsabilidade de realizar um trabalho educacional e cultural. Utilizando recursos obtidos através de

---

[136] RÁDIO FAVELA. Disponível em <http://radiofavelafm.com.br>

[137] BREGUÊZ, Sebastião Geraldo. Favela FM 104.5 - Uma experiência de rádio comunitária em Belo Horizonte . **Instituto Gutenberg**, Boletim n.25, Série eletrônica, Março-Abril, 1999

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

anúncios publicitários de comerciantes locais, e com o apoio de empresas, sindicatos, sociedades filantrópicas e de particulares, a diretoria montou no próprio barraco, onde funciona o estúdio da Rádio um programa de acompanhamento escolar para cerca de 70 crianças, onde oferece em dois turnos, aulas de reforço, material escolar e lanche. Grande parte do material escolar que é entregue aos alunos é doado pelos artistas independentes de Minas Gerais, quando levam seus CDs para a execução na rádio. Segundo Misael dos Santos, este é o "lucro que a Rádio Favela tem. É a formação da molecada", explicando que pelo fato de estar na comunidade, "fica mais fácil a gente instruir as pessoas do que criticar."[138]

Em reconhecimento ao trabalho que desenvolve, em julho de 97 a Rádio Favela, recebeu o prêmio da ONU no Dia Mundial Contra as Drogas. Em agosto de 98 , foi a única rádio brasileira a participar do 7º Encontro Mundial de Rádios Comunitárias, realizado em Milão, na Itália e foi considerada pelo Sindicato de Jornalistas da Alemanha como uma revolução na mídia do Terceiro Mundo.

Omisso e inoperante na área social, o Estado não encontrou o apoio necessário para reprimir e manter fechada a Rádio Favela , que mesmo não-regulamentada, despontou em 1999 entre as maiores audiências do rádio de Belo Horizonte. Pelo contrário, reconhecendo a capacidade de penetração e a força de mobilização popular da emissora, o Governo do Estado de Minas Gerais e a Prefeitura de Belo Horizonte passaram a veicular em sua programação informativos e campanhas de programas de saneamento, saúde, educação, limpeza urbana, segurança, além de boletins de alerta contra os perigos de desmoronamento e inundação em áreas de risco, entre outros.

A Rádio Favela caracteriza-se também, pela programação variada, mesclando informação, prestação de serviço e entretenimento e, por funcionar com as portas abertas aos moradores da comunidade , que podem a qualquer momento ocupar os seus microfones para dar recados, apresentar suas reivindicações, fazer denuncias ou mesmo oferecer uma música. Um processo marcado pela interatividade e que levou o diretor Misael Avelino dos Santos a classificar a rádio como a "internet do favelado", ao revelar que a Favela FM recebe diariamente cerca de 700 telefonemas :

> A maioria é de moradores do morro que usam a estação para falar com a família. Dessa forma, é comum ouvir que um tal "seu José avisa que vai fazer hora extra".[139]

---

[138] Depoimento de Misael dos Santos, diretor e locutor da Rádio Favela ao repórter Caco Barcelos, no programa "Espaço Aberto" , levado ao ar no canal de TV Globo News, no dia 20 de setembro de 1998.

[139] PAIVA, Fred Melo. Voz que vem do morro. Rádio pirata montada em favela de BH já foi até premiada pela ONU. **Isto É**, São Paulo : Editora Três, 28 out. 1998.

unesp

Em setembro de 1999, o Judiciário de Belo Horizonte determinou que a rádio fosse lacrada e que os equipamentos fossem apreendidos.Concomitantemente, "solicitou à Anatel, órgão que rege o setor de Telecomunicações, o reconhecimento oficial da Rádio, devido "ao seu valor".[140] Reconhecida pela ONU e diversas instituições nacionais e internacionais pelo trabalho desenvolvido, principalmente nas áreas de educação e cultura, restava à Rádio Favela ser reconhecida pelo Governo brasileiro. Depois de 23 anos de ilegalidade, a Rádio Favela obteve a concessão para utilizar um canal de freqüência modulada, não como Rádio Comunitária, mas na condição de Rádio Educativa. No dia 25 de janeiro de 2000, em cerimônia realizada no estúdio da rádio, na Rua Flor de Maio, 85, Misael Avelino dos Santos, em nome da diretoria da Associação Cultural de Comunicação Comunitária Favela FM recebeu do Ministro das Comunicações, Pimenta da Veiga, a portaria de concessão de um canal de FM educativo, transformando a emissora comunitária Rádio Favela em Rádio Educativa Favela FM 104,5.

Com a concessão, caso único no país, a emissora poderá ampliar seu sinal, remunerar profissionais e receber investimentos oficialmente, o que deverá ocorrer "sem perder a dignidade", segundo Misael dos Santos, ressaltando que a "população das favelas, público-alvo da rádio, continuará encontrando na emissora uma porta-voz da comunidade, além de perceber uma programação cada vez mais voltada para a melhoria de vida das 600 mil pessoas que vivem nas favelas de Belo Horizonte."[141]

Um trabalho na mesma linha da Rádio Favela FM, de Belo Horizonte, vem sendo desenvolvido pela Rádio Acadêmica FM (95,9 Mhz), de Sertãozinho, cidade que fica a 350 quilômetros da Capital e a apenas 22 quilômetros de Ribeirão Preto. Localizada na Avenida Pedro Strini, 259, no Jardim América, a rádio comunitária foi montada em 1986, numa iniciativa da radialista Márcia Soares, da educadora Telma Ribeiro e da assistente social Vera Morgado, que, posteriormente, fundaram a Associação Comunitária e Cultural Acadêmica de Sertãozinho, com o objetivo de formalizar a estrutura necessária a seu funcionamento. A Acadêmica FM estabeleceu como pontos prioritários de seu trabalho a educação e a saúde, oferecendo à comunidade de Sertãozinho serviços nas duas áreas, através de uma programação interativa, optando por fazer um rádio, como afirma Telma Ribeiro, "onde você vai estar levando informações e adquirindo informações."[142]

---

[140] SILVA, Paulo Henrique. Rádio ganha concessão e não perde o caráter. **Jornal Hoje em Dia**, Belo Horizonte, 25 jan.2000. Disponível em < http://www.hojeemdia.com.br/hojedia.cgi>

[141] ARAUJO, Tânia. Favela festeja concessão. **Jornal Hoje em Dia**, Belo Horizonte, 26 jan.2000. Disponível em < http://www.hojeemdia.com.br/Hojedia.cgi>

[142] Depoimento de Telma Morgado em palestra proferida no Senac de Ribeirão Preto, dia 5 de dezembro de 1998.

unesp

Como Ribeirão Preto, Bebedouro, Guariba, Pitangueiras, Pontal, entre outras cidades da região, Sertãozinho enfrenta sérios problemas sociais como o desemprego, a falta de moradia, educação e acesso aos serviços de saúde, embora a região tenha se tornado conhecida como a "Califórnia Brasileira". Nesse quadro de miséria, a Acadêmica FM apresentou-se não apenas como um espaço para a manifestação da população sertanezina, mas uma possibilidade de acesso a noções básicas de saúde e apoio à educação. O mais importante projeto da Acadêmica é realizado em convênio com a Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho de São Paulo (SINE- SP), conta com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) e recebeu o nome de "Adolescentes nas Ondas do Rádio". O projeto, realizado em parceria com a escola pública, atende 75 adolescentes, na faixa etária entre 14 e 17 anos e onze meses, com dificuldades no ensino fundamental. Os alunos, selecionados por seus professores, participam de um programa de reforço escolar e formação profissional, nas dependências da própria rádio e recebem uma bolsa de R$ 50,00 por mês. A emissora comunitária é utilizada como um instrumento de motivação ao adolescente :

> Para falar ao microfone , o jovem passa por aulas de língua portuguesa, fonoaudiologia, informática, radiodifusão, cultura de rua, educação física, cultura, política e cidadania através da música, e ao empenhar-se para melhorar o seu aproveitamento no rádio, conseqüentemente ele o faz na escola tradicional, e o que se tem percebido é que isso se reflete também no seu comportamento e na sua socialização.[143]

Em reconhecimento ao trabalho realizado, o projeto foi documentado pela Rede Globo de Televisão em janeiro de 2000 e mostrado a todo Brasil, através do programa "Ação", apresentado por Serginho Groisman.

Na área de saúde, a rádio promove debates , participa de campanhas educativas e orienta, principalmente os adolescentes que participam de seus projetos, quando aos procedimentos básicos de higiene os caminhos para uma vida mais saudável.

A programação da Acadêmica FM é variada, tendo como destaques os programas "Bom Dia Sertão", apresentado pelo "cumpadre" Osmar Alves de segunda a Sexta-feira, das 05h00 às 08h00; "Manhã de Sucesso", das 08h00 às 11h00 ; "Ligue se Ligue", que vai ao ar das 11h00 às 14h00 ; "Tarde Toca Todas", das 14h00 às 16h00 e "Tarde de Sucessos",. apresentado entre as 16h00 e 19h00. À noite, o destaque fica com "Noite Dance", programa que vai ao ar das

---

[143] FALA ACADEMICA !. **Informativo da Associação Comunitária e Cultural Acadêmica de Sertãozinho,** Sertãozinho, n.1, 1999, editorial., p.1.

unesp

20h00 às 23h00. Embora musical, a programação é bastante interativa, aberta à participação do ouvinte, que pode pedir e ouvir a sua música preferida.

Vale ressaltar que à cidade de Sertãozinho, foram concedidos dois canais de rádio, um AM e outro FM. No entanto, os 88.531 habitantes da cidade não podem contar com nenhum dos dois. O canal de AM, a Rádio Educação e Cultura, encontra-se arrendada à Legião Brasileira de Boa Vontade (LBV), e mantém no ar uma programação religiosa, sem qualquer compromisso com a cidade. Seu estúdio deverá ser transferido para Ribeirão Preto e a programação da LBV substituída pela da Rádio Globo, passando a integrar a Rede Globo de Rádio. Já o canal de FM, a Rádio Conquista, foi transferida para a cidade de Ribeirão Preto, mantendo em funcionamento na cidade apenas o complexo de transmissão.

As experiências relatadas demonstram ser possível transformar o rádio em um meio interativo de comunicação, como propôs Bertolt Brecht, canalizando todo a sua potencialidade a favor da comunidade, através de ações sociais, culturais e educativas. Graças ao serviço dessas emissoras, milhares de pessoas estão recebendo noções de higiene, informações sobre saúde, conhecendo seus direitos e acompanhando em tempo real, tudo do que ocorre em sua comunidade.

CAPÍTULO IV

A RÁDIO COMUNITÁRIA DE RIBEIRÃO PRETO : CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES ?

1. Breve perfil de Ribeirão Preto

Localizada no nordeste paulista, a região de Ribeirão Preto é composta por 84 municípios, responsáveis por um Produto Interno Bruto (PIB) de US$ 22 bilhões e uma das mais altas rendas per capita do país: US$ 6 mil. A região é a quarta praça financeira do Brasil em compensação de cheques, superada apenas pelas capitais São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Belo Horizonte (MG). A potência da agroindústria, notadamente no setor sucroalcooleiro, é uma característica forte desta região, que produz 20% do açúcar e 32% do álcool combustível extraído da cana-de-açúcar do país, além de 70% do suco de laranja que é exportado para os Estados Unidos, Europa e Ásia. A região é responsável por 60% da produção de soja e 55% do amendoim no Estado de São Paulo. Também se destaca pelo cultivo de milho, café, algodão e frutas tropicais.

Distante de São Paulo, capital, 360 quilômetros, com uma população de 486.524 habitantes e um PIB de US$ 3,4 bilhões, Ribeirão Preto destaca-se como a principal cidade da região, concentrando na prestação de serviços e comércio, aproximadamente 13 mil estabelecimentos e cerca de 1,3 mil indústrias. A cidade tem quatro shopping centers, mais de 30 salas de cinema, 14 hospitais com 2.458 leitos, 7 teatros, 5 instituições de ensino superior, sendo três universidades, com um total de 11.858 universitários.[1] A rede hoteleira é constituída por cerca de 40 hotéis de variadas classificações. São 306 restaurantes, que juntamente aos bares espalham-se por avenidas,

[1] Fontes: ACI- Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto e Coderp - Companhia de Desenvolvimento de Ribeirão Preto.

unesp

oferecendo opções que vão das mais econômicas às mais sofisticadas. Ribeirão Preto promove duas das principais feiras agrícolas do país: a Agrishow , Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação, que está classificada entre as cinco maiores feiras agro-industriais do mundo e a Feapam, Feira Agropecuária da Alta Mogiana. O movimento do aeroporto de Ribeirão Preto foi um dos que mais cresceu no país, nos últimos dois anos, o que justificou uma reforma com ampliação e um estudo para elevá-lo à categoria de aeroporto internacional.

Mas Ribeirão Preto não é formada apenas por esta performance econômica, que a tornou conhecida no Brasil e no exterior. A cidade convive com sérios problemas sociais, agravados com a crise econômica e o aumento do desemprego. Um censo, realizado pela Secretaria da Cidadania e do Desenvolvimento Social, em 1997, revelou que 27 mil pessoas viviam em barracos , espalhados pelas 21 favelas de Ribeirão Preto. Estudo da Faculdade de Economia e Administração da USP de Ribeirão Preto, apresentado em fevereiro de 1999, revelou a existência, na cidade, de aproximadamente 90 mil pessoas desempregadas, praticando subemprego, com remuneração inferior a dois salários mínimos, sem assistência médica e com jornada de trabalho em torno de 12 horas por dia. A miséria e o desemprego resultaram na explosão do tráfico de drogas e da violência na cidade, que de janeiro ao início de dezembro de 1999 contabilizou 221 assassinatos, contra 196 assassinatos registrados no ano de 1998. O número de crianças e adolescentes envolvidos com drogas também aumentou. No período compreendido entre janeiro e novembro de 1999, a policia civil registrou 490 casos, mais do que em todo o ano de 1988, quando foram registrados 488 casos de envolvimento de jovens e adolescentes com drogas. Reflexos não só da crise econômica, mas atribuídos principalmente à ausência de uma política social que não contempla atividades específicas nas áreas de educação, cultura, esportes e lazer, especialmente na periferia da cidade, onde se concentram as comunidades mais carentes e os maiores índices de violência.

No segmento de comunicação de massa, Ribeirão Preto conta com 3 jornais diários, 5 semanários, 3 jornais de circulação mensal e um quinzenal; 5 revistas; 3 canais de televisão, 5 retransmissoras e uma rede de televisão a cabo (NET). Operam na cidade 16 emissoras de rádio, sendo 10 em Freqüência Modulada (FM), 06 em Ondas Médias (AM) e 17 emissoras não-regulamentadas, que transmitem em Freqüência Modulada e consideram-se rádios comunitárias; por essa razão, no percurso do presente trabalho, serão assim consideradas.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

2. O rádio do interior brasileiro começa em Ribeirão Preto

A história do rádio de Ribeirão Preto confunde-se com a história do rádio brasileiro e tem início na década de 20, quando a cidade experimentava uma onda desenvolvimentista, propiciada pela exportação de café. Através dos jornais, os ribeirão-pretanos foram informados sobre um novo veículo de comunicação que surgia nos Estados Unidos e Europa: o rádio. Isso aconteceu, quando um grupo de cidadãos, que já estudava e discutia a telegrafia e radiotelegrafia, resolveu intensificar suas reuniões, dessa vez, para aprofundar seus conhecimentos sobre a radiodifusão e fundar o Rádio Clube de Ribeirão Preto.

Formado por comerciantes, profissionais liberais e intelectuais, o Rádio Clube tinha como Presidente o Dr. Caires Pinto e realizava suas reuniões nas residências dos integrantes, como conta o radialista Wilson Roveri :

> José Cláudio Louzada, um comerciante de Ribeirão Preto, com uma loja montada na Rua General Osório, Casa São Benedito, artigos de couro, como malas, bolsas e valises, cintos e "goiacas", ouviu falar do Rádio Clube e procurou se aproximar de seus diretores.[2]

Interessado pela radiodifusão, Louzada ficou sabendo que, na cidade de Franca (distante 80 km de Ribeirão Preto), alguns profissionais liberais vinham se destacando nas pesquisas sobre telegrafia, radiotelegrafia e radiodifusão, entre os quais o dentista José da Silva Bueno, professor de eletricidade e José Pires Monteiro, professor de mecânica. Os dois lecionavam na Escola Profissional de Franca e dedicavam as horas vagas às pesquisas sobre a radiodifusão. Lousada estabeleceu contato com Bueno, com quem obteve informações sobre a radiodifusão e um pequeno transmissor de rádio. O professor Bueno viajou de Franca a Ribeirão Preto e instalou o transmissor nos fundos da Loja São Beneditcto, de propriedade de Louzada, na Rua General Osório, que passou a ser o ponto de encontro dos membros do Rádio Clube de Ribeirão Preto.

A partir de então, as relações entre o comerciante José Cláudio Louzada e o professor José da Silva Bueno intensificaram-se. Bueno aceitou o convite, feito por Louzada, para montar uma empresa de eletrônica, que recebeu o nome de Louzada, Bueno e Cia, e fixar residência em Ribeirão Preto. Entre reuniões do Rádio Clube e experiências com radiodifusão, os sócios decidiram que era chegado o momento de montar uma emissora de rádio. O primeiro passo foi preparar o projeto e negociar com fornecedores norte-americanos componentes para a montagem de um transmissor de maior potência, o que foi feito com sucesso:

---

[2] ROVERI, Wilson. **Rádio bom demais**. Ribeirão Preto : [s.n.], 1986. p. 73.

unesp

> Naquela manhã, o professor José da Silva Bueno vai andando pelas ruas da cidade, com os olhos brilhantes de emoção, pela notícia que acaba de chegar pelo telégrafo. Já chegaram os componentes importados dos EUA e ele já pode avisar seu amigo Louzada que o processo de montagem de sua tão sonhada emissora de rádio já pode ser iniciado. Quer sentir o prazer de colocar cada válvula, cada peça em seu devido lugar.[3]

No dia 23 de dezembro de 1924, entrou no ar a PRA-7, não só a primeira emissora de rádio de Ribeirão Preto, mas a primeira emissora do interior do Estado de São Paulo e do interior do Brasil. Afirma o radialista e jornalista Wilson Roveri[4] que a PRA-7 é a terceira do Estado de São Paulo e a sexta emissora brasileira a entrar em operação regularmente.

Inicialmente a PRA-7 foi instalada na loja de Louzada, na rua General Osório e depois no "sobrado da Sociedade Legião, hoje Edifício Padre Euclides, na Rua Visconde de Inhaúma"[5], permanecendo no ar algumas horas por dia, quase sempre depois das 12 horas. Os comunicadores, por sua vez, tornaram-se celebridades na cidade, com destaques para "Alceu Silveira, a voz- mais bonita de todas"[6], Ângelo Macedo e Oswaldo Luiz Angarano. Aos pioneiros do rádio não foi diferente: enquanto Bueno atuava na área técnica, mantendo a emissora no ar, pesquisando as novidades da radiodifusão, tornando-se uma referência na área, Louzada cuidava da área administrativa e comercial, transformando-se em um dos cidadãos mais respeitados da cidade, como relata o professor Divo Marino:

> José da Silva Bueno possuía um prestígio semelhante ao dos "coronéis" do tempo do "Ciclo do Café". As grandes decisões, aqui eram tomadas, no campo do viver comunitário, depois de ouvido o "seu" Bueno da PRA-7. Ribeirão Preto viveu então, o tempo do estrelismo radiofônico.[7]

Além de montar um transmissor de rádio para a PRA-7 Rádio Clube, de Ribeirão Preto, Bueno construiu um transmissor para a Rádio Hertz, de Franca, registrando-o em seguida. Em conseqüência das negociações com a indústria Philips, de quem passou a importar componentes e transmissores, Louzada e Bueno passaram a representar os produtos Philips na região, inclusive rádios-receptores e toca- discos.

José Cláudio Louzada e José da Silva Bueno foram também responsáveis pela implantação da primeira rede de emissoras de rádio do interior. Além da

---

[3] NO AR a história do rádio. **Jornal A Cidade**, Ribeirão Preto, 13 jul.1982, p. 9.
[4] ROVERI, Wilson. **Rádio bom demais**. Ribeirão Preto : [s.n.], 1986. p. 23 - 75.
[5] Ibid, p. 73.
[6] Ibid, p. 75.
[7] MARINO, Divo. **O populismo radiofônico em Ribeirão Preto**.3. ed. Ribeirão Preto, SP : [s.n.], 1977. p.50.

unesp

PRA7, em Ribeirão Preto, os dois montaram a PRG-4, em Jaboticabal, a PRB-8, em São José do Rio Preto e a ZYD-5, em Catanduva.

A união entre Louzada e Bueno foi interrompida em 1938 com a morte de José Cláudio Louzada, fato que levou Bueno a reestruturar os seus negócios :

> Vendeu a Rádio de Rio Preto e depois Catanduva. 0 filho Jaime dirigia a de Jaboticabal. Rubens, o mais velho, ficava ao lado do pai em Ribeirão Preto.[8]

José da Silva Bueno passou a priorizar a PRA-7 e no Centenário de Ribeirão Preto, em 1956, inaugurou o "Palácio do Rádio", o primeiro prédio do país planejado tecnicamente para abrigar uma emissora de rádio. Concebido pelo arquiteto Secundino Spinola, construído na Rua Barão do Amazonas, nº 35, esquina com a Avenida Francisco Junqueira, o "Palácio do Rádio" abrigou em seus três andares, três estúdios, ampla discoteca, auditório com capacidade para 250 pessoas, salas para departamento artístico, jornalismo, comercial, áreas para os setores administrativos e técnicos :

> No primeiro, a administração, no segundo, estúdios, técnica e fiscalização de publicidade, assim como a direção comercial, e no superior, redação e gravação, esta também para rádio-teatro no estúdio Roquette Pinto. (...) Os fios de todo o prédio eram embutidos, quilômetros e quilômetros, as paredes, onduladas, as janelas, recheadas de material especial para vedar o barulho de fora para dentro, mesmo que fechadas. Os banheiros, então, eram numerosos, quase quarenta ao todo. [9]

Nomes como o Rogério Cardoso, Lima Duarte, Moacir Franco, Maria Augusta Barbosa de Matos (a Guta, da Rede Globo) passaram pela PRA-7, que chegou a contar com 128 funcionários. A eficiência do sistema de inserção comercial da PRA-7, implantado e dirigido por Guta, levou a Agência Lintas, representando a Gessy-Lever, uma dos mais importantes anunciantes do rádio brasileiro na época, a enviar José Bonifácio Sobrinho, o Boni, para um estágio de várias semanas na emissora. Foi a iniciação de Boni no meio de comunicação eletrônico, cujo ápice seria alcançado na Rede Globo, onde se consagrou como um dos mais importantes nomes da televisão brasileira.

Com a chegada dos anos 60, como as demais emissoras de rádio, a PRA-7 levou desvantagem, na concorrência da televisão. Em 1962, com problemas de saúde, que o impossibilitava trabalhar com a mesma desenvoltura, José da Silva Bueno vendeu a PRA-7 para a Cruzada Evangélica, grupo religioso originário dos Estados Unidos.

---

[8] ROVERI, Wilson. **Rádio bom demais**. Ribeirão Preto : [s.n.], 1986. p. 76.
[9] Ibid., p. 82.

unesp

Quatro anos depois, em 1966, a PRA-7 mudou novamente de direção, adquirida por Ticiano Mazzeto. O empresário assumiu o controle acionário da emissora em primeiro de janeiro de 1967, implementando um programa de recuperação que se estenderia até 1970, com a supressão da identificação PRA-7 e a concentração de esforços em torno do nome Rádio Clube:

> Ela sempre foi Rádio Clube, mudou só o prefixo. A diferença é que a Rádio aumentou sua potência, melhorou seu equipamento. Quando assumi a Rádio Clube, ela estava em situação difícil não só em termos de audiência, como também financeira. Aliás, foi por causa disso que ela veio parar em minhas mãos. De 67 a 72 procedemos a uma recuperação financeira e, ao mesmo tempo, contratamos os melhores nomes, os grandes valores do Rádio de Ribeirão Preto.[10]

Em 1976, Ticiano Mazzeto colocou no ar a Clube FM, a primeira emissora FM da cidade e três anos depois, em 1979, vendeu as duas emissoras para os irmãos José Ignácio Gennari Pizani e Paulo de Tarso Gennari Pizani, que em sociedade com Demétrio Luís Pedro Bom e José Roberto Vilela constituíram o Sistema Clube de Comunicação. Inicialmente formado pela Clube AM e Clube FM, o Sistema Clube de Comunicação começou a tomar corpo em 1983, com a mudança das emissoras para a Av. 9 de Julho, 600, onde também foi instalada a SCC Áudio, uma moderna produtora de áudio.

Em 1985, em conseqüência de uma sociedade com a família do empresário Garcia Neto, tendo à frente Fábio Teixeira Cardoso, mais uma emissora passou a fazer parte do Sistema Clube de Comunicação: a Rádio Cultura FM. Um ano depois, em 1986, a Rádio Cultura FM passou a integrar definitivamente o patrimônio do Sistema Clube de Comunicação, após os seus sócios adquirirem as cotas pertencentes à família Garcia. No ano seguinte, a Cultura FM passou a denominar-se FM Cidade, para posteriormente chamar-se Melody FM.

Ainda em 1987, os empresários do Sistema Clube obtiveram a concessão de um canal de televisão. Em maio de 1988, entrou no ar a TV Clube, inicialmente retransmitindo a programação da TV Manchete, para depois filiar-se à Rede Bandeirantes de Televisão. Com a televisão surgiu o SCC Vídeo, produtora de comerciais, vídeos e programas para televisão. Em 1998, mais duas emissoras de rádio foram adquiridas e passaram a integrar o Sistema Clube de Comunicação : Rádio Clube AM e Rádio Clube FM de São Carlos.

---

[10] O DIÁRIO DE NOTICIAS . Ribeirão Preto, 27 jun.1981. p. 5.

unesp

A *Tabela 11* reúne as emissoras, com suas respectivas identificações, freqüências e potências de transmisores e as produtoras que constituem o Sistema Clube de Comunicação.

Tabela 11

Emissoras e Produtoras do Sistema Clube de Comunicação
Rádio Clube AM (Onda Média) - ZYK 639 - 660 Khz, 10.000 watts Rádio Clube (Onda Curta) - ZYE 955 - 15.415 Khz, 19M, 1.000 watts
Rádio Clube FM.- ZYD 812 - Canal 263, 100,5 Mhz, 30.000 watts
Rádio Melody FM - ZYD 904 - Canal 231, 94,1 Mhz, 10.000 watts
TV Clube - ZYB 868 - afiliada à Rede Bandeirantes
Rádio Clube FM - 104,7 Mhz - São Carlos
Rádio Clube AM - 1.400 Khz - São Carlos
Clube Áudio, Vídeo e Multimídia (produtoras de áudio, vídeo e multimídia)

Investindo em tecnologia, marketing e mantendo um quadro de profissionais qualificados, o Sistema Clube vai consolidando-se como um dos mais importantes complexos de comunicação do interior do Estado de São Paulo. As emissoras de rádio do Sistema Clube operam com metas previamente estabelecidas, priorizando as atividades de produzir e vender com qualidade, objetivando a rentabilidade, inserem-se no conceito de rádio-business.

O Anexo I reúne mais informações sobre a rádio Clube AM, Melody FM e sobre as demais emissoras comerciais de Ribeirão Preto, incluindo dados históricos, estrutura operacional, público-alvo, programação, modo de comunicação, ações comerciais e promocionais.

unesp

3. O posicionamento das emissoras no mercado de Ribeirão Preto

Utilizando como referência as informações contidas na Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica do CIC[11], buscaremos estabelecer o posicionamento de cada emissora no mercado radiofônico de Ribeirão Preto. Desse universo macro, estaremos identificando as três emissoras comerciais e as três emissoras comunitárias que detêm o maior índice de audiência e que constituirão o objeto de estudo comparativo de casos da presente pesquisa.

Operam na cidade de Ribeirão Preto, devidamente regulamentadas junto ao Ministério das Comunicações, 16 emissoras de rádio, sendo 10 emissoras que transmitem em Freqüência Modulada (FM) e 6 emissoras que transmitem Amplitude Modulada (AM) na faixa de freqüência de Ondas Médias (OM). A *Tabela 12* relaciona as emissoras de Ondas Médias de Ribeirão Preto, destacando a freqüência e o prefixo que utiliza.

Tabela 12

Emissoras de Rádio AM de Ribeirão Preto		
Emissora	**Freqüência**	**Prefixo**
Rádio 79	590 Khz	ZYE 318
Rádio Clube	660 Khz	ZYK 639
Rádio CMN	750 Khz	ZYK 642
Rádio Show	1.050 Khz	ZYK 601
Rádio Thathi – CBN	1.270 Khz	ZYK 640
Rádio Cultura	1.330 Khz	ZYK 641

A Rádio Clube AM retransmite a sua programação na faixa de freqüência de Ondas Curtas, de 19 metros, em 15.415 Khz. A Rádio 79 AM, também retransmite sua programação, utilizando a faixa de freqüência de Onda Tropical, de 93,6 metros, em 3.205 Khz. A *Tabela 13*, registra as emissoras de Freqüência

[11] O CIC - Centro de Informação em Comunicação é um instituto de pesquisa estruturado e mantido pelo curso de Comunicação Social da Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP).

Modulada, que constituem o universo das rádios comerciais de Ribeirão Preto, discriminando a freqüência em que opera cada emissora e o prefixo que utiliza.

Tabela 13

Emissoras de Rádio FM de Ribeirão Preto		
Emissora	**Freqüência**	**Prefixo**
Regional FM	90,5 Mhz	ZYD 813 Canal 213
Difusora FM	91,3 Mhz	ZYD 988 Canal 217
92 FM	92,3 Mhz	ZYD 826 Canal 222
Melody FM	94,1 Mhz	ZYD 904 Canal 231
Independência FM	93,1 Mhz	ZYD 862 Canal 292
Conquista FM	97,7 Mhz	ZYD 872 Canal 249
Diário FM	99,7 Mhz	ZYD 860 Canal 259
Clube FM	100,5 Mhz	ZYD 812 Canal 263
Líder FM	103,5 Mhz	Opera sem Prefixo
Jovem Pan FM	106,7 Mhz	ZYD 983 Canal 294

Das dez emissoras FMs regulamentadas que operam em Ribeirão Preto, oito concessões pertencem à cidade, uma concessão a Sertãozinho e outra a Brodósqui, cidades que ficam a cerca de 20 quilômetros de Ribeirão Preto. O canal da Rádio Conquista FM foi concedido para a cidade de Sertãozinho. A emissora opera em Ribeirão Preto com um estúdio auxiliar e mantém a torre de transmissão em Sertãozinho. Já o canal da Jovem Pan FM foi concedido para Brodósqui. Ao contrário da Conquista, a Jovem Pan mantém o estúdio em Brodósqui e a torre de transmissão em Ribeirão Preto.

A opção pela Pesquisa de Audiência Radiofônica realizada pelo CIC, deve-se ao fato de ela ser a mais recente e completa pesquisa, aplicada no mercado radiofônico de Ribeirão Preto. A pesquisa, realizada entre os dias 16 e 30 de novembro de 1999 e, divulgada na primeira semana de dezembro, ouviu

unesp

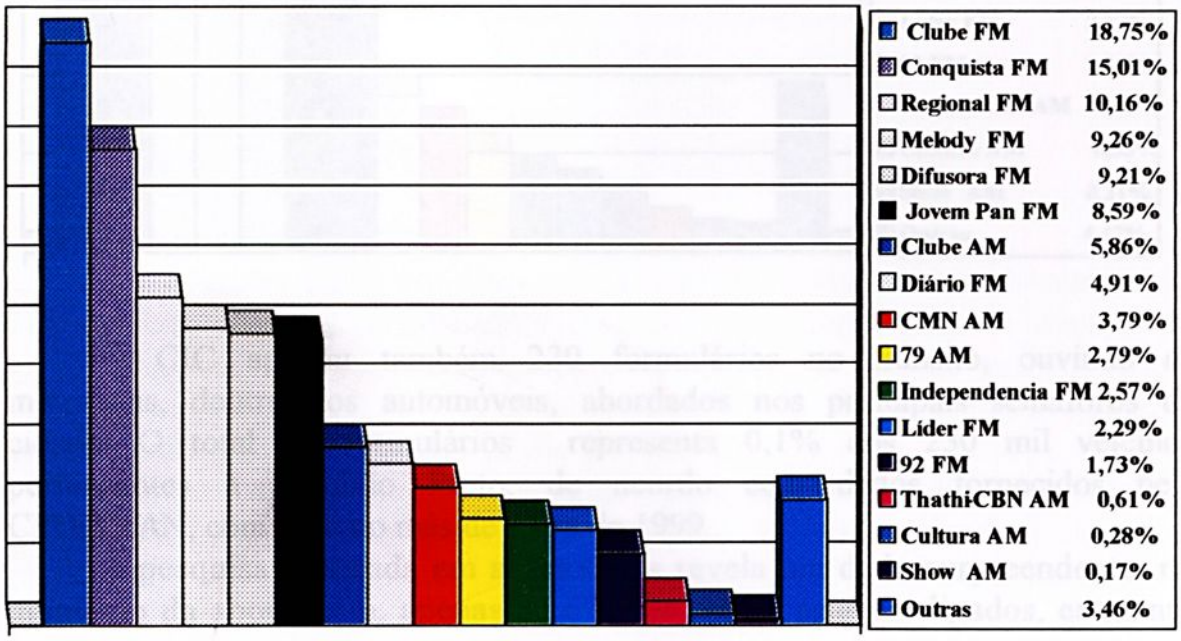
1.250 pessoas em residências e pontos comerciais, distribuídas de acordo com a classificação social de cada bairro, obedecendo aos critérios da Associação Brasileira dos Institutos de Pesquisa Mercadológica (ABIPEME), em 1997. Do total de 1.250 pesquisas, 882 entrevistas foram aplicadas em residências, considerando a população de Ribeirão Preto em 486 mil habitantes, segundo o IBGE. Os demais formulários foram aplicados em pontos-de-venda.

A Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica confirma o hábito de ouvir rádio dos habitantes de Ribeirão Preto. Segundo a pesquisa, 66,1% dos habitantes da cidade ouvem rádio todos os dias; 27,3% quando dá tempo e 6,6% no fim-de-semana. A pesquisa revela que 24,9% ouvem rádio pelo período de duas a quatro horas por dia; 17,7% ouvem entre uma e duas horas; 17,3%, acima de oito horas; 14,4%, uma hora por dia; 12,8% ouvem entre cinco e sete horas e 9,6% meia hora por dia. A pesquisa revela ainda que 0,3 % dos entrevistados ouve rádio o dia todo e que 3% não ouvem rádio todos os dias.

Ainda segundo a pesquisa, as mulheres, com 54,6 %, são maioria entre os ouvintes de rádio, contra 45,4% do sexo masculino.A preferência desses ouvintes recai, em primeiro lugar, na música popular (37,7 %) e depois na música jovem (17,6%). O que menos gostam de ouvir é noticiário policial (4,3%), seguido de programação religiosa (4,4%) e esportiva (4,8%).

A *Tabela 14* demonstra o índice de audiência de cada emissora de Ribeirão Preto (AM e FM), representado na Pesquisa Geral de Audiência.

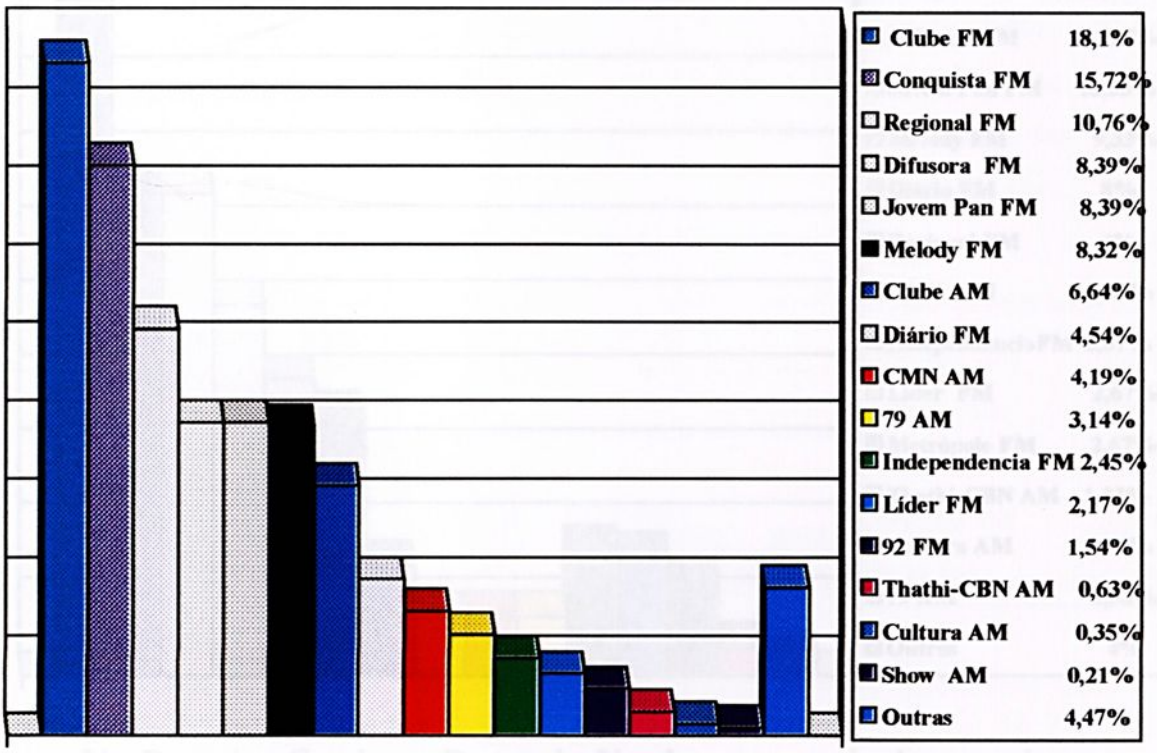
Tabela 14 - Emissoras de Ribeirão Preto
Pesquisa Geral de Audiência AM / FM



O "pico de audiência" de rádio em Ribeirão Preto, ou seja, o horário preferido pelos ouvintes é a manhã, entre 7h e 9h, com 17,2 %. A pesquisa Geral de Audiência Radiofônica do CIC revela que o final da manhã, entre 9h e 11h tem a preferência de 14,1% dos ouvintes, enquanto o horário de menor preferência é a madrugada, entre 0h e 5h, com 1,1% de audiência.

Ainda de acordo com a Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica, as pessoas preferem ouvir rádio em casa , o que assegura um índice de 59, 6% para a audiência em residência, ficando o local de trabalho em segundo lugar, com 20,8% e o automóvel em terceiro, com 19,6%. A *Tabela 15* demonstra o índice de audiência de cada emissora em residências.

Tabela 15 - Emissoras de Ribeirão Preto
Pesquisa Geral em Residências AM / FM

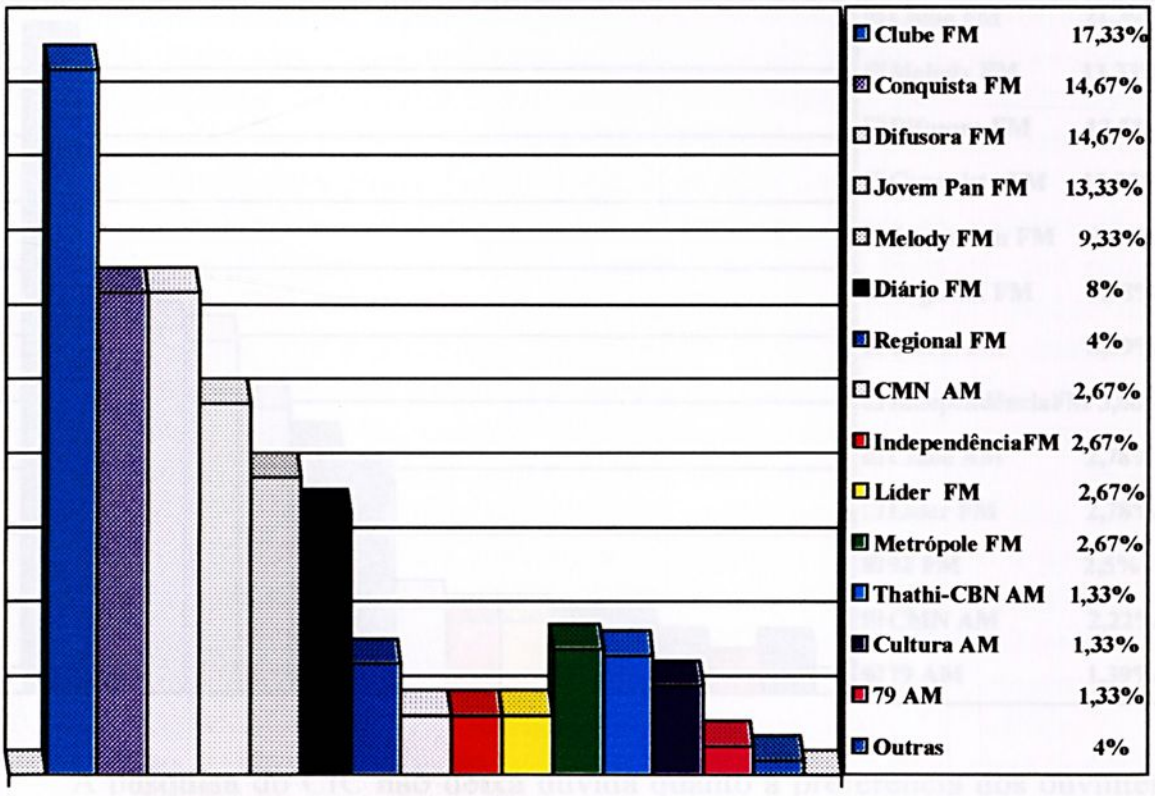


O CIC aplicou também 230 formulários no trânsito, ouvindo os motoristas, dentro dos automóveis, abordados nos principais semáforos da cidade. O total de formulários representa 0,1% dos 230 mil veículos pertencentes a Ribeirão Preto, de acordo com dados fornecidos pela CIRETRAN, com base no mês de julho de 1999.

A pesquisa realizada em automóveis revela um dado surpreendente: no momento da abordagem, apenas 32,6% dos rádios estavam ligados, enquanto

um índice considerado alto, correspondente a 67,4% dos rádios dos automóveis, estava desligado. Fato que pode ser atribuído à programação repetitiva e cansativa, levada ao ar principalmente pelas emissoras FMs, que priorizam as chamadas "músicas de trabalho" das gravadoras, cumprindo acordo comercial, conhecido como "jabaculê". Do total de 67,4% dos automóveis que estavam com o rádio desligado, 75,5% dos motoristas não ouviam nada, enquanto 24,5% ouviam música em tape ou CD.O desempenho de cada emissora no trânsito pode ser observado na *Tabela 16*.

Tabela 16 - Emissoras de Ribeirão Preto
Pesquisa Geral em Automóveis AM / FM

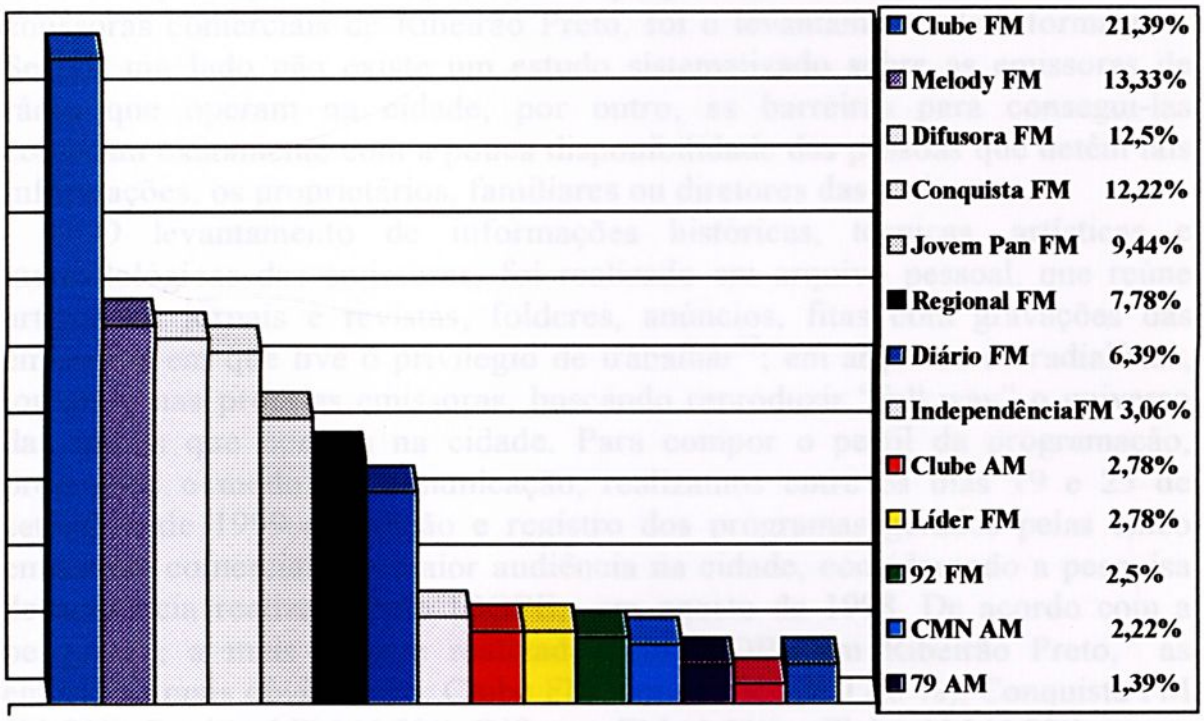


Na Pesquisa Geral em Ponto de Venda, os pesquisadores estiveram em 184 estabelecimentos comerciais. Nesse caso, foi considerado o número de estabelecimentos do comércio varejista, cerca de 13 mil, de acordo com a Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto. Nesse universo macro, a amostra estabelece uma confiabilidade de 98,8%.

A pesquisa detectou que os rádios permanecem ligados todos os dias em 67,8% dos estabelecimentos comerciais. A preferência é maciça pela rádio FM , com índice de 89,5% . Apenas em 10,5% dos estabelecimentos comerciais os receptores encontravam-se sintonizados em emissoras AMs.

Nesse universo, os homens são maioria, constituindo 60,8% da audiência, ficando 39,2% para o sexo feminino. A maioria, 48,3%, encontra-se na faixa etária entre 16 e 30 anos, enquanto 47,8% tem mais de 30 anos de idade. A *Tabela 17* indica o desempenho de cada emissora de rádio de Ribeirão Preto nos estabelecimentos comerciais da cidade.

Tabela 17 - Emissoras de Ribeirão Preto
Pesquisa Geral de Audiência em Ponto de Venda AM / FM



A pesquisa do CIC não deixa dúvida quanto à preferência dos ouvintes de Ribeirão Preto pelas FMs: 83,3% preferem ouvir FM, contra 16,7% , que preferem AM. O resultado da pesquisa reforça o fenômeno da popularização da rádio FM. O péssimo desempenho da rádio AM pode ser explicado pela postura das emissoras: enquanto a FM promove a renovação de profissionais, acompanha as tendências musicais, investe em tecnologia e ações de marketing, a rádio AM é mantida à margem desse processo, inovando e investindo pouco em profissionais, estratégias de comunicação, equipamentos de geração de programação e transmissão.

4. Perfil das rádios comerciais de Ribeirão Preto

Através do seu perfil pretendemos apresentar a estrutura, o funcionamento e a programação das emissoras de rádio comerciais que operam na cidade de Ribeirão Preto. Estaremos concretizando um dos objetivos desta pesquisa, que é identificar e apresentar o perfil das emissoras comerciais de Ribeirão Preto. Trata-se de um universo, conforme já relatado, constituído por 16 emissoras, sendo 10 emissoras de Freqüência Modulada (FM) e 6 emissoras de Amplitude Modulada (AM), que operam na faixa de freqüência de Ondas Médias (OM).

A principal preocupação, ao propor a construção do perfil das emissoras comerciais de Ribeirão Preto, foi o levantamento de informações. Se por um lado não existe um estudo sistematizado sobre as emissoras de rádio que operam na cidade, por outro, as barreiras para consegui-las começam exatamente com a pouca disponibilidade das pessoas que detêm tais informações: os proprietários, familiares ou diretores das emissoras.

O levantamento de informações históricas, técnicas, artísticas e mercadológicas das emissoras, foi realizado em arquivo pessoal, que reúne artigos de jornais e revistas, folderes, anúncios, fitas com gravações das emissoras em que tive o privilégio de trabalhar[12]; em arquivos de radialistas, jornais e nas próprias emissoras, buscando reproduzir "full way" o universo das rádios que operam na cidade. Para compor o perfil da programação, programas e modo de comunicação, realizamos entre os dias 19 e 25 de setembro de 1999 a audição e registro dos programas gerados pelas cinco emissoras comerciais de maior audiência na cidade, considerando a pesquisa de audiência realizada pelo IBOPE, em agosto de 1998. De acordo com a pesquisa[13], a mais recente realizada pelo IBOPE em Ribeirão Preto, as emissoras mais ouvidas são: Clube FM (com índice de 12,6 %), Conquista FM (10,2%), Regional FM (6,5%), Difusora FM (5,5%) e Clube AM (4,8%) .

Uma vez sistematizadas, as informações possibilitaram compor o perfil das 16 emissoras comerciais de Ribeirão Preto. Em razão do grande volume de gravações, superior a 40 horas e, com o objetivo de tornar a sua leitura mais clara, optamos pela *transcrição relevante*[14], promovendo a transcrição de todo texto sonoro, considerado relevante em face dos objetivos da pesquisa, para a linguagem escrita.

---

[12] São 20 anos de atuação no rádio de Ribeirão Preto, como locutor, jornalista, diretor artístico e locutor comercial e passagem por sete das dez emissoras FMs da cidade. As exceções são : 92 FM, Líder, e Jovem Pan.

[13] Pesquisa IBOPE , Rádio FM. Período: Agosto de 1998, Todos os Dias. Faixa das 5h à 0h.

[14] SIGNATES, Luiz. Metodologia da pesquisa sobre programação.In : **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19., 1996, Londrina, PR. p. 14.

Buscando otimizar o processo de leitura, apresentamos o perfil das três rádios comerciais que detém o maior índice de audiência, de acordo com a Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, realizada pelo CIC.[15] As rádios com maior audiência, Clube FM, Conquista FM e Regional FM constituem o objeto do estudo comparativo de casos, juntamente com as três rádios comunitárias mais ouvidas na cidade, que possibilitará contrastar as duas instituições, rádio comercial e rádio comunitária.

O perfil das outras treze emissoras comerciais de Ribeirão Preto, contemplando o público-alvo, estrutura operacional, grade de programação e modo de comunicação encontra-se sistematizado no Anexo I.

Para determinar a seqüência do perfil que segue, adotamos, como critério, o posicionamento da emissora na Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto. Assim, por ser a líder de audiência, a Clube FM é a primeira emissora a ter o seu perfil apresentado, seguido pela Conquista FM e Regional FM.

4.1. Rádio Clube FM

Transmitindo na freqüência de 100,5 Mhz, a Clube é pioneira entre as emissoras de freqüência modulada de Ribeirão Preto e uma das primeiras a entrar em operação no país. Seu sinal foi colocado no ar pela primeira vez no dia 11 de novembro de 1951. Durante o período de 1951 a 1956, exerceu as funções de portadora e retransmissora do sinal da Rádio Clube AM. Em 1956 saiu do ar, para volta a transmitir em 1976, constituindo-se em uma nova opção de mídia, para Ribeirão Preto e região.

Em agosto de 1978, a Clube deu início a uma nova fase no rádio FM de Ribeirão Preto, ao incorporar em sua programação, a locução, embora gravada. Os operadores de áudio, além de música e comerciais, passaram a colocar no ar, num primeiro momento, o noticiário de hora-em-hora e, posteriormente, a identificação das músicas executadas.

Em 1980, a emissora passou a ser dirigida pelo empresário Paulo de Tarso Gennari Pizani e dois anos depois renovou a linguagem e o formato do rádio FM da cidade, adotando o sistema de D.J., onde o locutor exerce, ao mesmo tempo, a função de operador de áudio e a programação 24 horas. Com locução ao vivo, uma programação ágil e descontraída , direcionada ao público jovem e uma campanha de marketing com o tema "Clubeterapia", a Clube FM passou a ser sinônimo de sucesso, estabelecendo a liderança entre as emissoras da cidade.

---

[15] Dados da Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, realizada pelo CIC - Centro de Informação em Comunicação da UNAERP, em dezembro de 1.999, encontram-se disponibilizados na página 169.

Esses podem ser considerados os "Anos de Ouro" da Clube FM, tendo influenciado toda uma geração com uma programação musical "balançada", muitas promoções e a comunicação de locutores como Paulinho Boa Pessoa, Curió Cidade, Gil Santiago, Bill James, Lindolfo Fernandes, Joel Arruda, Paulo Mai, Maurício Martins, Milton Rabelo e Marcelo Zamarian, entre outros. Foi uma época em que a Clube chegou a acumular índices de audiência de até 80%, entre as emissoras de rádio de Ribeirão Preto, o que transformou-a em referência às emissoras da região.

Com a popularização da rádio FM na década de 90 e a explosão da música sertaneja, a Clube FM perdeu a condição de líder absoluta de audiência e o primeiro lugar na pesquisa de audiência para a Conquista FM , a primeira rádio sertaneja da cidade. A partir da metade dos anos 90, reformulou sua programação, optando pelo segmento popular, trocando o ritmo pop-dance e os hits internacionais pelas duplas sertanejas e os sucessos nacionais, como o axé e o pagode e retomou a liderança do mercado radiofônico de Ribeirão Preto.

Pesquisa realizada, em dezembro de 1999, pelo CIC, aponta a Clube FM como a líder absoluta de audiência, entre as emissoras de rádio de Ribeirão Preto, com um índice de 18,75%, na Pesquisa Geral; 18,1% na Pesquisa em Residências; 21,39% na Pesquisa em Pontos de Vendas e 17,33% na Pesquisa de Automóveis. No quadro que segue, apresentamos um resumo da programação da Clube FM , suas características, atrações e locutores .

Programação Base e apresentadores da Rádio Clube FM:

A Clube FM mantém na música popular, nacional e internacional, a base de sua programação musical, mesclando durante todo o dia a participação do ouvinte por telefone, fax e e-mail aos diversos programetes .

Bom Dia Clube - de segunda-feira a sábado, das 6h ás 10h. Música, humor, informação, horóscopo, resumo das novelas e a participação dos ouvintes pelo clube fone, clube fax e e-mail. Apresentação de Beto Espiga.

As Melhores da Manhã - as músicas mais pedidas pelos ouvintes no período da manhã. De segunda a sexta-feira, das 11h às 12h. Apresentação de Olivar "Lili" de Paula.

As Melhores da Tarde - as músicas mais pedidas no período da tarde. De segunda a Sexta-feira, das 18h às 19h. Apresentação de Minduba.

Sweet Love - programa que reúne o melhor da música romântica nacional e internacional, com a participação do ouvinte pelo telefone. De segunda a quinta-feira, das 23h às 2h. Apresentação de Alex.

unesp

Clube Brasil - o melhor do samba, axé e sertanejo e a participação do ouvinte pelo telefone. De terça a domingo, das 2h às 6h. Segunda-feira, o programa começa mais cedo, à 0h, com a apresentação de Mamão.

Festa da Clube - o melhor do dance, axé, flash-back, rock e pagode, com a participação do ouvinte pelo telefone. Toda sexta-feira, das 23h às 2h, com a apresentação de Alex.

Vitamina - programa que reúne dance-music, flash-back, mixagens, lançamentos e especiais com os principais nomes da música pop. Apresentação de Júlio César, Minduba e Mr. Magou.

Clube Disco Dance - programa com o melhor da dance-music dos anos 70, 80 e 90. Programa apresentado domingo à meia-noite.

Axé Brasil - programa que reúne o melhor do samba, axé e pagode, com a participação do ouvinte pelo telefone. Sábado, às 12h e domingo às 11h.

Clube Total - musical com a participação do ouvinte pelo telefone, fax e e-mail. Programa apresentado no sábado, das 9h às 12h.

Clube Mania - musical aberto à participação do ouvinte pelo telefone, fax e e-mail. Programa apresentado no domingo, das 7h às 11h.

As 20 Mais da Semana - as vinte músicas mais pedidas na semana pelos ouvintes por telefone, fax e e-mail. Programa apresentado no domingo, às 20h.

Flashmix - Programa que reúne o melhor do flash-back nacional e internacional. Domingo, às 22h.

Tira Teima - disputa de três músicas da programação, onde o ouvinte escolhe a sua preferida, através do telefone. Programete apresentado de segunda a sexta-feira, em várias edições durante a programação.

Rapidinha - quadro com a participação do ouvinte por telefone, indicando o seu sucesso e dando o seu recado. De segunda à sexta-feira, em três edições: 12h, 17h e 19h; sábados às 19h e, aos domingos, às 18h.

A Rádio Clube FM obteve, através de liminar junto à Justiça, o direito de não retransmitir o programa "A Voz do Brasil". No horário do programa, a Clube FM toca música, dando seqüência à sua programação normal.

A Clube FM, prefixo ZYD 813, Canal 213, é hoje uma das mais modernas emissoras do país, operando com tecnologia digital, na gravação e geração de sua programação, utilizando como suporte o programa Áudio Vault, da empresa norte-americana Broadcast Electronics (BE). A Clube foi a primeira emissora da América Latina a operar na Internet com som e imagem, através do sistema Real Áudio e Live Câmera, possibilitando aos

unesp

internautas, além de ouvir a programação, acompanhar os movimentos dos locutores no estúdio.

Na área comercial, a Clube FM oferece ao anunciante, três opções para divulgar seu produto ou serviço: mensagem gravada (spot ou jingle), inserida nos breaks comerciais, de 15 em 15 minutos; texto ao vivo, através de patrocínio americano e comunicação ao vivo, com locutor transmitindo direto do estabelecimento comercial, utilizando uma unidade móvel.

Com o slogan "Tá na Clube, Tá Legal", utilizando uma linguagem dinâmica, descontraída, interativa e ações de marketing que incluem a inserção de chamadas na televisão, divulgação nos veículos impressos e mídia externa, além de pedágios, shows e sorteios, a Clube FM consolidou-se como a mais importante emissora de rádio de Ribeirão Preto e região. O seu sinal chega a aproximadamente 88 cidades, alcançando um público estimado em 3 milhões de pessoas. Isso é possível, graças ao parque de transmissão da emissora, com potência de 180 mil watts, suficiente para cobrir uma área de 200 quilômetros.

4.2. Rádio Conquista FM

A Rádio Conquista FM entrou no ar no dia 5 de dezembro de 1980, transmitindo de Sertãozinho, cidade que fica cerca de 20 quilômetros de Ribeirão Preto e à qual pertence o seu canal. A sua concessão foi outorgada a Marcelino Romano Machado, empresário e um das principais lideranças políticas de Ribeirão Preto e região.

Instalada inicialmente no Morro da Conquista, junto à torre de transmissão e posteriormente em um prédio, no centro de Sertãozinho, a emissora optou por uma programação variada, mesclando música nacional e internacional, destinada ao público adulto. Não alcançando índices satisfatórios de audiência e, conseqüentemente, atingindo um faturamento muito aquém do esperado, a emissora foi transferida para Ribeirão Preto, instalando-se em um estúdio auxiliar, junto à outra emissora do grupo, a Diário FM, na Rua Américo Brasiliense, 150.

A Conquista renovou a linguagem da rádio FM de Ribeirão Preto, ao implantar em 1986 uma programação popular, com base na música sertaneja. Proporcionando aos ouvintes música popular de sucesso, entretenimento e prêmios, alcançou o primeiro lugar de audiência em abril de 1991, obtendo índice de 29,06% contra 21,46% da Clube FM, segundo pesquisa realizada pelo IBOPE. Uma posição que manteve até 1996, quando perdeu o primeiro

unesp

lugar para a Clube FM, que também optou por uma programação popular, tocando inclusive música sertaneja, gênero que até então abominava.

A Conquista FM ocupa o segundo lugar na Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica, realizada pelo CIC, com índice de 15,01%. É também segundo lugar na Pesquisa de Residências, com 15,72% e na Pesquisa de Automóveis, com 14,67% (posição que divide com a Difusora FM). Já na Pesquisa de Pontos de Vendas, a Conquista aparece em quarto lugar, com 12,22%, atrás da Difusora FM, Melody FM e Clube FM , que lidera o segmento.

Operando com o prefixo ZYD 872, Canal 249, na freqüência de 97,7 Mhz, com uma potência de 33.000 watts, a Conquista cobre uma área de aproximadamente 150 quilômetros, alcançando mais de 180 cidades. Sua diretoria é formada por Marcelino Romano Machado (diretor superintendente), Lilia Márcia Sanches Machado (diretora administrativa), Marcelo Romano Machado (diretor artístico), Thomas Edson Contin (diretor comercial) e José Mauro de Ávila (diretor técnico).

A Conquista FM é uma rádio popular, direcionada a todas as faixas etárias e classes sociais, com uma programação musical 100% nacional, centralizada no sertanejo (70%), pagode, axé e música popular (30%) , aberta à participação do ouvinte que, por telefone, carta ou e-mail, pode solicitar e oferecer música, desde que faça parte do play-list da emissora. Além de música, a programação da Conquista tem notícias, fofocas, horóscopo, charadas, sorteios de CDs, camisetas, convites de shows e promoções, com o objetivo de manter o ouvinte sintonizado. O slogan da emissora é "Sucesso em Primeiro Lugar". O quadro abaixo apresenta um resumo da programação da Conquista FM , suas características, horários, atrações e locutores .

Programação Base da Rádio Conquista FM, de segunda à sexta-feira:

Das 7h às 11h - Sérgio Campos apresenta *Bom Dia Sucessos*.

Das 11h às 15h - Kiko Ribeiro apresenta *As Melhores do Ouvinte - 1ª edição* (11h às 12h) e *Tarde de Sucesso* (12h às 15h).

Das 15h às 19h - Môa apresenta a seqüência da *Tarde de Sucessos* (15h às 18h) e *As Melhores do Ouvinte - 2ª Edição* (18h às 19h).

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil

Das 20h às 23h - Osmar de Mattos apresenta *Noite de Sucessos*.

Das 23h às 3h - Silas Andrade apresenta *Serenata de Amor* (23h às 24h),onde interpreta as cartas dos ouvintes, atendendo seus pedidos musicais e *Madrugada de Sucessos* (24h às 3h).

Das 03h às 07h - Rodrigo Padovan apresenta a seqüência de *Madrugada de Sucessos* (3h às 5h) e os *Clássicos da Conquista* (5h às 6h) .

Programação Base da Rádio Conquista FM , de sábado:

Das 0h às 19h - Sabadão do Ouvinte Conquista.

Das 19h às 20h - Som na Caixa. Uma hora ininterrupta, só com música.

Das 20h às 22h - seqüência do *Sabadão do Ouvinte Conquista.*

Das 22h às 0h - Bailão da Conquista. Seleção de música sertaneja e popular, preparada para dançar, com sorteios para os ouvintes .

Programação Base da Rádio Conquista FM, de domingo:

Das 0h às 19h - Domingão do Ouvinte Conquista.

Das 19h às 20h - Som na Caixa.

Das 20h às 22h - seqüência do *Domingão do Ouvinte Conquista.*

Sábado e domingo entram dois novos locutores na Conquista FM : Michael Jr. e Adriano Guimarães, que cumprem a função de "folguistas", proporcionando descanso (em rodízio) aos demais comunicadores.

O Departamento Comercial da emissora oferece três opções ao anunciante: texto ao vivo, através de Patrocínio Americano; inserção de mensagem gravada (spot ou jingle) nos breaks comerciais, que são de 15 em 15 minutos e comunicação ao vivo, com um locutor, transmitindo do ponto de venda, através da unidade móvel.

A Rádio Conquista opera totalmente informatizada, com todos os departamentos interligados, constituindo uma rede interna. Os estúdios, de produção comercial e o da emissora, operam digitalmente, tendo como suporte o programa Áudio Vault, da empresa norte-americana Broadcast Electronics (BE). Com a informatização e a digitalização, a emissora eliminou os equipamentos analógicos, deixou de utilizar fita magnética e o papel. Informações e produtos trafegam digitalizados, assegurando qualidade com agilidade e segurança.

Idênticos equipamentos são utilizados também pala sua co-irmã, Rádio Diário FM[16]. Incorporando as novas tecnologias disponíveis na gravação, finalização, armazenamento e geração de áudio; constantemente, renovando os equipamentos e sistemas de transmissão, as duas emissoras contam com uma produtora de áudio digital, que assegura o suporte necessário aos segmentos comercial e artístico. Contam, também, com um sistema gerador de energia, que funciona a diesel, com autonomia de 72 horas, o que as mantêm

[16] Veja o Perfil da Rádio Diário FM no Anexo I.

unesp

no ar, quando ocorre queda ou corte no fornecimento de energia elétrica. A Conquista FM está instalada em um prédio na Rua Altino Arantes, nº 932, no Jardim Sumaré, um bairro nobre de Ribeirão Preto.

4.3. Rádio Regional FM

Tendo à frente o empresário João Fernandes Molina e seu filho, José Adolfo Bianco Molina, a Rádio Regional Comunicação Ltda foi inaugurada no dia 4 de dezembro de 1984, utilizando o prefixo ZYD 813 e operando no canal 213.

A Regional FM integra a rede de Emissoras Regionais de Ribeirão Preto, com outras sete emissoras de rádio, todas dirigidas pelo empresário João Fernandes Molina em conjunto com sua filha, Josmara Bianco Molina :

Rádio Regional FM - 90,5 Mhz - Ribeirão Preto

Rádio Difusora FM - 91,3 Mhz - Ribeirão Preto

Rádio Liderson FM - 89,5 Mhz - Orlândia

Rádio Dimensão FM -104,5 Mhz - Ituverava

Rádio Supersom FM - 97,1 Mhz - Uberaba

Rádio São Joaquim AM - 1550 Khz - São Joaquim da Barra

Rádio Difusora AM - 1080 Khz - Batatais

Rádio Clube AM - 1480 Khz - Altinópolis

No seu início, a Regional FM caracterizou-se pela programação segmentada na MPB, direcionada para o público adulto. Com o slogan "Regional FM - A Brasileiríssima", a emissora optou por uma programação gravada, utilizando operador de som, para posteriormente, incorporar a comunicação ao vivo, com D.J. (o locutor também desempenha a função de operador de sistema).

No entanto, atingindo um público limitado, sem perspectivas de alcançar pontuações mais expressivas nas pesquisas de audiência, o que dificultava a comercialização de espaços; com um material de trabalho tornando-se cada vez, mais limitado, em razão da estagnação da MPB, a Regional FM decidiu modificar sua programação. No dia 13 de outubro de 1990, a MPB cedeu lugar à música sertaneja. O slogan da emissora mudou para "Regional FM - A Primeira Sertaneja de Ribeirão Preto", escolhido, por ser a primeira rádio FM de Ribeirão Preto a tocar música sertaneja 24 horas por dia, considerando a Conquista FM, uma emissora de Sertãozinho.

unesp

Sob a direção artística do radialista e jornalista Gil Santiago, a Regional FM iniciou uma nova fase. Passou a explorar o lado romântico da música sertaneja, apostando nas novas duplas que estavam surgindo. Ao mesmo tempo, adotou uma comunicação simples e descontraída; implementou uma estratégia de marketing que incluía sorteios de brindes, prêmios, promoção de shows e uma presença nas mídias impressa e exterior. Em conseqüência desse trabalho, a Regional FM melhorou o seu posicionamento na pesquisa de audiência:de 0,95% de audiência que tinha em 1990 passou para 17,20% em abril de 1991, colocando-se em terceiro lugar, entre as emissoras que operam no mercado de Ribeirão Preto, superada apenas pela Clube FM (21,10%) e pela Conquista FM (29,70%), segundo dados do IBOPE.

No início de 1999, a emissora trocou os estúdios localizados na Rua Paraná 1.761, no Alto do Ipiranga, por modernas instalações na Avenida José Adolfo Bianco Molina, 2.110, no Jardim Itamaraty, proximidades do Ribeirão Shopping. Inaugurado no dia 11 de maio de 1999, com o nome de Central de Radiodifusão José Adolfo Bianco Molina[17], o prédio, com 1.440 metros quadrados de área construída, abriga, em seus três pavimentos, além da Regional FM, a outra emissora do grupo que opera na cidade, a Difusora FM, uma produtora de áudio, discotecas, central de jornalismo, gravadoras de apoio às emissoras e salas para os departamentos administrativo, comercial e técnico.

O quadro abaixo apresenta um resumo da programação da Regional FM, suas características, horários, atrações e locutores .

Programação Base da Rádio Regional FM, de segunda à sexta-feira:

Das 6h às 8h - Pediu Tocou - programação com músicas pedidas pelo telefone. Apresentação : Belê Belê.

*Das 8h às 10h - Programação normal.*Apresentação: Belê Belê.

Das 10h às 11h - Programação normal. Apresentação : Lucinha.

*Das 11h às 12h - As Melhores da Manhã.*Parada musical, reunindo os sucessos do momento. Apresentação : Lucinha.

Das 12h às 13h - Pediu Tocou. Programação com música solicitada pelo ouvinte, através do telefone. Apresentação : Lucinha.

Das 13h às 14h - Programação normal. Apresentação : Lucinha.

*Das 14h às 18h - Programação normal.*Apresentação : Claudinho.

[17] A Avenida e a Central de Radiodifusão levam o nome de José Adolfo Bianco Molina, em homenagem ao empresário, falecido em 12 de agosto de 1996, aos 34 anos de idade.

unesp

Das 18h às 22h - Pediu Tocou. Programação com música solicitada pelo ouvinte, através do telefone. Apresentação : Paulinho Gente Boa.

Das 22h à 0h - *Programação normal*, com apresentação de Alexandre Merxan.

*Das 0h às 2h - CAM - Companheiros e Amigos da Madrugada.*Programa aberto à participação do ouvinte, através de e-mail, mandando recados e opinando em debates . Apresentação de Alexandre Merxan.

Das 2h às 6h - Madrugada de Sucessos. Seleção de musicas que são sucesso, com a participação do ouvinte, por telefone. A apresentação é de Tavinho Jr.

A Rádio Regional FM obteve, através de liminar na justiça, o direito de não retransmitir o programa *A Voz do Brasil*. No lugar do programa, gera uma programação própria, atendendo solicitações musicais dos ouvintes.

Programação Base da Rádio Regional FM, de sábado:

Mantém a mesma programação, levada ao ar de segunda a sexta-feira, com duas alterações :

*Das 11h às 14h - Latinha, Limão e Mel.*Seleção de músicas de sucesso.

*Das 18h às 20h - Axé Legal.*Programa que reúne os grandes sucessos da música baiana, axé e pagode .

Programação Base da Rádio Regional FM, de domingo:

Mantém a mesma programação levada ao ar de segunda a sexta-feira, com a inclusão do programa *Latinha, Limão e Mel*, no horário das 11h às 14h.

O Departamento Comercial da Regional FM oferece, ao anunciante, três opções para inserir sua mensagem comercial: texto ao vivo, através de Patrocínio Americano; inserção de texto gravado (spot ou jingle) nos breaks comerciais, de 15 em 15 minutos, e comunicação ao vivo, com um locutor, que transmite direto do estabelecimento comercial, utilizando uma unidade móvel.

A Regional FM ocupa a terceira posição na Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, com índice de 10,16%. É também o terceiro lugar na Pesquisa em Residências, com 10,78%; a sexta colocada na Pesquisa em Pontos de Vendas, com 7,78% e a sétima emissora mais ouvida na Pesquisa em Automóveis, com 4 %. Utilizando o slogan "Regional é Sucesso", a emissora opera com um transmissor de 10.000 watts, cobrindo com o seu sinal uma área superior a 100 quilômetros, que abrange a região Nordeste do Estado de São Paulo e o Sul de Minas Gerais.

unesp

5. Perfil das rádios comunitárias de Ribeirão Preto

Em Ribeirão Preto, a primeira rádio comunitária a entrar no ar foi a City FM, em setembro de 1992. Instalada no Jardim Paulista, bairro de classe média, a City começou a operar com equipamentos semiprofissionais e um transmissor artesanal, na freqüência de 102,7 Mhz.

Em 1994, a radiodifusão não-regulamentada chegou ao público universitário, através da Foca FM, emissora experimental montada por um grupo de alunos do curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, sob coordenação do prof. Gil Santiago.

Cada vez mais difundido, o movimento da radiodifusão comunitária foi objeto de debate em Ribeirão Preto, em 1995. Reunidos no Teatro Municipal, representantes dos mais diferentes segmentos da sociedade discutiram a democratização do rádio e a implantação de emissoras de baixa potência na cidade.

O surgimento das rádios comunitárias em Ribeirão Preto ocorreu em um momento de expansão das novas tecnologias na área de áudio, caracterizado por uma grande oferta de produtos eletrônicos a um custo acessível. Uma nova realidade de mercado, que acabou possibilitando o acesso de diversos segmentos da sociedade a equipamentos de gravação, geração e transmissão de áudio, viabilizando a montagem de emissoras sem exigir grandes investimentos.

No ano de 1996, funcionavam na cidade, aproximadamente 20 emissoras não-regulamentadas, autodenominadas rádios comunitárias, que transmitiam em Freqüência Modulada, sem qualquer interferência em emissoras comerciais, hospitais, polícia, aeroporto ou serviço de comunicação. O fato de estarem, constantemente, abrindo-se e fechando-se, torna impossível determinar, com exatidão, o número de emissoras comunitárias que operam em Ribeirão Preto. Nem mesmo a Associação Regional das Emissoras de Rádios e TVs Comunitárias (ARERC), a entidade representativa das rádios comunitárias, dispõe de informações concretas sobre o número de emissoras que operam, na sua jurisdição, como revela sua presidente regional, Telma Morgado :

> Na região de Ribeirão Preto temos aproximadamente 150 rádios, muita gente não procura, nem sabe da existência da entidade e trabalha individualmente...outras pessoas já se filiaram, mas não mantêm o movimento, você chama para reunião não comparece...só procura quando a coisa tá pegando. [18]

No presente estudo, trabalhamos com o universo de 17 rádios comunitárias, fruto do levantamento realizado no mercado radiofônico de Ribeirão Preto, entre os dias 1º e 15 de setembro de 1999. A maioria inicia

[18] Telma de Souza, palestra no Senac. Ribeirão Preto, 05 de dez. 1998.

suas transmissões às seis da manhã e encerra às onze da noite. A freqüência de cada uma, denominação, bairro em que está instalada e característica da programação são apresentadas na *Tabela 18*.

Tabela 18

Rádios Comunitárias de Ribeirão Preto			
Freqüência	**Emissora**	**Bairro**	**Programação**
87,9 Mhz	Conexão FM	Sumarézinho	Musical/variedade
88,5 Mhz	Alfa FM	Monte Alegre	Evangélica
89,9 Mhz	Opção FM	Centro	Pop/jovem
94,9 Mhz	Aternativa FM	Sumarézinho	Popular
95,3 Mhz	Vitória FM	Ipiranga	Sertaneja
96,1 Mhz	Stilo FM	Pq Andorinhas	Pop/jovem
96,7 Mhz	Visão FM	Vila Tibério	Popular/sertaneja
98,5 Mhz	Betel FM	Ipiranga	Evangélica
98,9 Mhz	Nova Paz FM	Campos Elíseos	Evangélica
99,1 Mhz	Dimensão FM	J.Centenário	Popular/sertaneja
101,5 Mhz	Metrópole FM	Sumaré	Rock
102.7 Mhz	City FM	J. Paulista	Musical/variedade
103,1 Mhz	Fenix FM	Quintino Facci I	Popular
104,1 Mhz	Encontro FM	J. Aeroporto	Popular
105,9 Mhz	Servidor FM	Campos Elíseos	Musical/variedade
107,5 Mhz	107,5 FM	Ipiranga	Evangélica
107,7 Mhz	Tropical FM	Marinceck	Evangélica

Complementado esse levantamento, estaremos apresentando o perfil de cada uma das 17 emissoras comunitárias, descrevendo a estrutura, o funcionamento, a programação e a estratégia comercial. Assim, devemos concretizar um dos objetivos da presente pesquisa, que é identificar e, posteriormente, traçar um perfil das emissoras comunitárias que operam na cidade de Ribeirão Preto. Como não há qualquer estudo sistematizado sobre as rádios comunitárias de Ribeirão Preto, a construção do perfil das emissoras só foi

possível, após o levantamento de informações em arquivos pessoais e visitas às rádios, através da observação direta e entrevista não estruturada com diretores, locutores e colaboradores. Posteriormente, com a audição e gravação das transmissões das emissoras. Esse procedimento evoluiu juntamente de cada etapa do estudo, que foi aprofundado, após a delimitação do universo da pesquisa, constituído pelas três emissoras comunitárias mais ouvidas em Ribeirão Preto.

No período entre os dias 1º e 15 de setembro de 1999 foram realizadas audição e gravação das transmissões de cinco rádios comunitárias, consideradas referência na cidade. As emissoras foram indicadas por profissionais que militam no mercado radiofônico de Ribeirão Preto, incluindo diretores, programadores, técnicos e locutores de rádios comerciais e comunitárias, considerando a organização, proposta de comunicação, regularidade de transmissão e representatividade junto à comunidade As emissoras comunitárias, qualificadas neste processo, foram: City FM, Conexão FM, Metrópole FM, Servidor FM, Visão FM e Vitória FM. Mais de 40 horas de transmissão, das cinco rádios foram registradas em fita cassete . Em função do grande volume de gravações, com o objetivo de tornar a sua leitura mais clara, optamos pela *transcrição relevante*, o mesmo procedimento adotado com as rádios comerciais, com a transcrição de todo texto sonoro considerado relevante, em face dos objetivos da pesquisa, para a linguagem escrita.

Como ocorreu com as rádios comerciais, recorremos à Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto[19], realizada pelo CIC, para identificar as três rádios comunitárias com maior índice de audiência na cidade. A pesquisa realizada pelo CIC, entre os dias 16 e 30 de novembro de 1999, para aferir a audiência radiofônica de Ribeirão Preto, revelou a presença de três emissoras comunitárias com audiência mensurável : Metrópole FM, Visão FM e Vitória FM.

A pesquisa do CIC aponta a Metrópole FM como a líder absoluta de audiência, entre as emissoras comunitárias da cidade, com o índice de 0,78 %, na Pesquisa Geral de Audiência. O desempenho da Metrópole melhora na Pesquisa de Automóveis, onde atinge o índice de audiência de 2,67%. A Visão FM ocupa a vice-liderança, com o índice de 0,61% na Pesquisa Geral de Audiência e à Vitória FM cabe a terceira posição, com 0,11% de audiência.

Considerando o grande volume de informações, optamos por apresentar, neste momento do estudo, o perfil das três rádios comunitárias que detêm o maior índice de audiência, de acordo com a Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, realizada pelo CIC. As rádios Metrópole FM , Visão FM e Vitória FM constituem o nosso objeto de estudo comparativo, juntamente da Clube FM, Conquista FM e Regional FM, as três rádios

[19] Dados da Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, realizada pelo CIC - Centro de Informação em Comunicação da UNAERP, em dezembro de 1.999, encontram-se disponibilizados na página 169.

unesp

comerciais mais ouvidas na cidade, o que possibilitará o contraste entre as duas instituições de radiodifusão sonora, rádio comercial e rádio comunitária.

O perfil das outras quatorze emissoras comunitárias de Ribeirão Preto, contemplando o público-alvo, estrutura operacional, grade de programação e modo de comunicação, encontra-se sistematizado no Anexo I.

Para determinar a seqüência do perfil que segue, adotamos,como critério, o posicionamento da emissora na Pesquisa de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto. Assim, por ser a líder de audiência, entre as rádios comunitárias, apresentamos primeiro o perfil da Metrópole FM, seguido pela Visão FM e Vitória FM .

5.1. Rádio Metrópole FM

A Rádio Metrópole FM iniciou suas transmissões em junho de 1996, na freqüência de 101,5 Mhz. A emissora foi montada pelo radialista Rodrigo Borges em sociedade com o advogado Paulo Vasconcellos, com estúdio instalado à Rua Tibiriçá, 1440, em Higienópolis, um dos bairros mais nobres de Ribeirão Preto. Os sócios, com o objetivo de atender ao Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária[20], paralelamente à emissora, constituíram a Associação Metrópole de Comunicação Comunitária de Ribeirão Preto.

Rodrigo Borges revela que a Metrópole FM começou "pelo amor à música, não pelo rádio." Responsável pela direção artística da emissora, Rodrigo explica que fez "uma rádio diferente", dirigida ao público jovem, cansado do pagode e da música sertaneja que domina a programação das emissoras comerciais de Ribeirão Preto :

> Rádio comercial...só rola jabá...a gravadora te dá o CD e fala...você vai tocar está música,12 vezes por dia, e vai te pagar...é só sucessinho vagabundo...que toca 15 vezes por dia...O que eu fiz com a Metrópole...eu fiz um trabalho de educação do meu público...Ribeirão Preto é cidade de universitários....eu fiz uma rádio para este público. Você escolheu este público ? Não...eu escolhi o estilo de som. O público é que escolheu a rádio. [21]

Segmentada no público jovem, principalmente universitário, com base no rock, mesclando um pouco de reggae e blues; utilizando slogans como "A Rádio que Toca mais Música por Metro Quadrado" e "A rádio que só toca rock", a

---

[20] "São competentes para executar o RadCom fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, desde que legalmente instituídas e devidamente registradas, sediadas na área da comunidade para a qual pretendem prestar o Serviço, e cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos". Art.11, Capítulo IV. Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária. Decreto nº 2.615, de 3 de junho de 1998.

[21] Depoimento de Rodrigo Borges. Ribeirão Preto, 05 abr. 2000.

Metrópole permanece no ar 24 horas. Investe prioritariamente na música e não tem locutor. Enquanto nas emissoras convencionais prevalece a divisão de horário entre os locutores, que cumprem uma jornada de 4 horas, na Metrópole o horário é dividido entre programadores musicais. São cinco programadores, cada um recebendo o salário mensal de R$ 500,00, valor equivalente ao que pagam as emissoras comerciais da cidade. A Metrópole é a única emissora comunitária de Ribeirão Preto a pagar um salário mensal a seus funcionários. As demais emissoras trabalham com "voluntários", que recebem uma "ajuda de custo", caso consigam anunciantes. Segundo Rodrigo Borges, o pagamento de um salário, resulta no compromisso do radialista com a emissora.

O quadro abaixo apresenta um resumo da programação da Metrópole FM, destacando o horário que vai ao ar e a estilo de música que veicula :

Programação Base da Rádio Metrópole FM, de segunda à sexta-feira:

Das 8h às 10h - *Rock, reggae e blues.*

Das 10h às 12h - *Arquivo do Rock.*

Das 12h às 13h - *Private Music - jazz, blues, balada-rock e new age.*

Das 13h às 19h - Rock, reggae, tecno.

Das 19h às 20h - *Fora do ar* - não retransmite *A Voz do Brasil.*

Das 20h à 0h - *Rock, reggae, tecno, blues, balada-rock..*

Das 00h às 08h - *Rock, reggae, tecno, blues, balada-rock.*

A Metrópole FM estabeleceu outro diferencial, em relação às demais emissoras de Ribeirão Preto : não divulga o telefone e não atende pedido musical de ouvinte. Exatamente o contrário das demais emissoras comunitárias da cidade, que não só divulgam o telefone, como colocam o ouvinte para falar no ar. Rodrigo Borges define a Rádio Metrópole como a "arte de mostrar um som para um amigo":

> A rádio é da galera...a única pessoa que oferece alguma coisa para alguém é a Metrópole....oferece música...enquanto todo mundo fica rolando "jabá" e umas "conversinhas" que não tem pé nem cabeça, no rádio. [22]

Além da direção artística, Rodrigo Borges acumula a direção comercial da emissora. Vai às ruas comercializar as inserções e posteriormente aos estúdios, dirigir a gravação do comercial. O anúncio comercial na Metrópole FM é feito, através de mensagem gravada (spot ou jingle), no máximo quatro inserções em

[22] Depoimento de Rodrigo Borges. Ribeirão Preto, 05 abr. 2000.

unesp

cada break comercial, que vai ao ar, uma vez por hora. Em função dessa estratégia comercial, o custo da inserção na Metrópole é superior ao praticado pelas demais emissoras comunitárias.Cada inserção de 30 segundos custa R$ 4,00, enquanto as demais rádios comunitárias cobram R$ 0,70 por inserção, chegando no máximo a R$ 1,00. A Metrópole reserva ainda o direito de escolher o anunciante e recusar inserção comercial de produto ou serviço que não tenha identificação com o seu target. Como nas demais emissoras comunitárias, a Metrópole denomina seus anúncios comerciais de "apoio cultural".

Pesquisa realizada em dezembro de 1999 pelo CIC, aponta a Metrópole FM, como a líder absoluta de audiência entre as emissoras comunitárias de Ribeirão Preto, com um índice de 0,78 % na Pesquisa Geral de Audiência. O nome da emissora foi citado espontaneamente, sobressaindo-se, na alternativa "Outras". O melhor desempenho da Metrópole FM, é registrado na Pesquisa em Automóveis, onde ocupa a 11ª posição, com índice de audiência de 2,67%, superior às rádios Thathi AM (1,33 %), Cultura AM (1,33%) e 79 AM (1,33%), todas emissoras comerciais .

5. 2. Rádio Visão FM

A Visão FM entrou no ar no dia 30 de maio de 1998, transmitindo na freqüência de 96,7 Mhz. A emissora foi montada pelo radialista Dione Rodrigues, com apoio da Associação Comunitária dos Amigos da Vila Tibério, também por ele criada, no bairro de Vila Tibério. Operando com transmissor de 1.000 watts, encontra-se instalada provisoriamente no Jardim Paulistano, à rua Ermelindo Conrado, nº 53.

A emissora leva ao ar uma programação popular, com base na música sertaneja e na interatividade com o ouvinte, que pode participar através do telefone ou carta. A proposta da emissora, segundo Dione Rodrigues, é "servir à comunidade",[23] divulgando suas atividades, eventos, realizando campanhas filantrópicas e atendendo pedidos musicais, daí o slogan "O que toca no coração, toca na Visão". Direcionada a um público heterogêneo, de todas as idades, a Visão FM transmite das 7h da manhã à meia-noite, com locução ao vivo e a programação constituída por 80% de música sertaneja e 20 % de samba, pagode, axé ,música popular e sucesso internacional. Sua comunicação é direta e objetiva; seus locutores utilizam uma linguagem simples, objetivando atingir todos os segmentos da comunidade. O quadro abaixo demonstra como é a

[23] Depoimento de Dione Rodrigues. Ribeirão Preto, 05 abr. 2.000.

unesp

programação da Metrópole FM, destacando os programas, horários, as atrações de cada um e os locutores:

Programação da Rádio Visão FM , de segunda à sexta-feira :

Das 5h às 7h - Desperta Ribeirão. Programa sertanejo, apresentado por Príncipe do Brasil, cuja principal característica é a informação da hora certa a todo o momento e a participação do ouvinte, por telefone ou carta.

Das 7h às 9h - Corauci Neto Show. Musical variado, com destaque para as noticias da cidade e prestação de serviço. A apresentação é do radialista Corauci Neto, vereador da Câmara Municipal de Ribeirão Preto. O programa também é aberto à participação do ouvinte, através de telefone ou carta.

Das 9h às 12h-Musical Variado. Apresentação: Dione Rodrigues.

Das 12h às 15h - Musical Variado. Apresentação: Diogo Sousa.

Das 15h às 16h - Musical Variado. Apresentação:Beto Funchal.

Das 16h às19h -Duelo de Cowboys. Programa apresentado por Django, reproduzindo o clima de um rodeio.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil. A emissora permanece fora do ar.

Das 20h às 21h - Musical Variado. Apresentação: Anderson Cebolinha.

*Das 21h às23h - Musical Romântico Internacional.*Apresentação: Anderson Cebolinha.

Das 23h à 0h - Hare Crsna. Programa religioso, produzido e apresentado por Danilo Nicolatti.

Aos sábados e domingos os programas são substituídos por horários, cabendo a ao locutor a organização e apresentação de sua programação, na mesma linha musical adotada nos outros dias da semana.

A Visão FM ocupa vice-liderança entre as emissoras comunitárias, com índice de audiência de 0,61%, segundo revela a Pesquisa Geral de Audiência, do CIC.

Ao anunciante, a Visão FM oferece duas opções de inserção de mensagem publicitária, que denomina "apoio cultural": texto ao vivo, através de Patrocínio Americano e inserção de mensagem gravada (spot ou jingle) no break comercial, de 30 em 30 minutos. O custo de cada inserção é em média de R$ 0,70. Os locutores trabalham como voluntários na emissora e recebem, a título de ajuda de custo, 50% do valor dos contratos comerciais agenciados.

unesp

5. 3. Rádio Vitória FM

A Vitória é uma das mais novas emissoras comunitárias de Ribeirão Preto. Foi montada por Wagner Eustáquio da Silva e Inaldo Dias, no Ipiranga, um dos bairros mais carentes de Ribeirão Preto. Inaldo e Wagner, ficaram conhecidos na cidade, por formarem a dupla sertaneja Iran e Iramar. Os dois, também são responsáveis pela Associação Ribeirãopretana de Auxilio às Famílias Carentes (ARPAFAC), criada com o objetivo de atuar em conjunto com a rádio comunitária e, desta forma, atender ao Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária. Tanto a rádio, quanto a Associação funcionam na residência de Iramar, situada à Rua Itaguaçu, nº 1.537:

> A rádio é embaixo e eu moro em cima...um sobrado...tem um espaço grande, onde construí o estúdio...onde fico praticamente 24 horas.[24]

A Vitória FM entrou no ar no início de setembro de 1999, na freqüência de 95,3 Mhz. É uma rádio popular, direcionada a todas as faixas etárias, com uma programação musical 100% nacional, centralizada no sertanejo (90 %), pagode, axé e música popular (10%); aberta à participação do ouvinte, que por telefone ou carta, pode solicitar e oferecer a sua música preferida. Além de música, a programação da Vitória FM tem como atrações, prestação de serviço, horóscopo e charadas. O slogan da emissora é "Vitória FM - uma nova onda no ar". Para atingir o seu público, a Vitória FM optou por uma linguagem simples. Como afirma Iramar, "é uma AM no FM".[25] O quadro abaixo, apresenta a programação da Metrópole FM, destacando os programas, suas características, os horários que são levados ao ar e os locutores:

Programação Base da Rádio Vitória FM, de segunda-feira a sábado:

*Das 5h às 8h - Das Raízes à Atualidade.*Programa sertanejo, com música raiz e os sucessos da atualidade, apresentados por Zezão. O ouvinte participa pelo telefone ou carta, pedindo e oferecendo a sua música preferida.

Das 8h às 11h - Estilo Sertanejo. Programa sertanejo autêntico, com música raiz. Apresentação : Maurão.

*Das 11h às 14h - Vitória Total.*Programa de variedades, música sertaneja, pagode e sucessos. Apresentação : Dênis Rogério.

---

[24] Depoimento de Iramar. Ribeirão Preto, 05 abr. 2.000.
[25] Ibid.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Das 14h às 17h - Programa do Iramar. Programa sertanejo, apresentado por Iramar. O ouvinte participa pelo telefone ou carta, pedindo e oferecendo a sua música preferida, dando seu recado à comunidade.

*Das 17h às 17h30min - Tchurminha do Rádio.*Programa dirigido às crianças, apresentado por Auristela, que é filha de Iramar (diretor da emissora) e tem 9 anos de idade. A espontaneidade é a principal característica do programa.

Das 17h30min às 19h - Ave Maria em Sintonia com o Senhor. Programa religioso apresentado por Sueli, esposa de Inaldo, diretor da emissora. O programa reúne mensagens religiosas, orações e musicas de Padre Marcelo Rossi, padre Zezinho e outros representantes da Igreja Católica.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil. A emissora permanece fora do ar.

Das 20h às 23h - Noite de Sucesso. Musical popular, apresentado por Antônio Araújo .

Das 23h às 0h30min - Vitória muito mais Romântica. Programa musical romântico, com mensagens de amor, apresentado por Antônio Araújo .

Das 0h30min às 5h - Show da Madrugada. Programa que reúne música e bate-papo, na madrugada. Apresentação : Ivo Custódio.

A Vitória FM mantém, aos sábados e domingos, a mesma programação dos demais dias da semana, com algumas alterações nos horários e apresentadores.

A emissora não possui um Departamento Comercial estruturado, ficando a cargo dos sócios, Iramar e Inaldo, a responsabilidade pela administração e comercialização de horários, o que é realizado em conjunto com os apresentadores de programas, sob o formato de "apoio cultural". A inserção de anúncio na Vitória FM é feita através de texto ao vivo ou mensagem gravada (spot ou jingle) no break comercial, de 20 em 20 minutos. Os locutores trabalham na emissora como voluntários, e recebem uma ajuda de custo mensal, equivalente a 50% dos contratos comerciais agenciados. O valor da inserção comercial, na Vitória FM, varia de R$ 0,70 a R$ 1,00.

A Vitória FM ocupa a terceira posição, entre as emissoras comunitárias, na Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, com índice de 0,11%.

unesp

6. Um novo conjunto de signos sonoros

A radiodifusão sonora é um bem público e por isso mesmo, deveria estar a serviço da sociedade. No entanto, o que se verifica na prática, é que o meio rádio, foi transformado em um sistema "top-down",[26] onde um único emissor - o concessionário do canal - tem o poder de definir as mensagens que serão enviadas para inúmeros receptores. Dessa forma, o rádio constituiu-se em um *mass media,* explorado por um pequeno segmento da sociedade, que passou a utilizá-lo na consolidação do poder político e econômico, exercendo o domínio sob a produção e transmissão de informações e de bens culturais de massa.

Convivemos com um universo radiofônico, salvo algumas exceções, arquitetado, planejado e produzido, de acordo com as necessidades de seus concessionários, um *mass media* compromissado e comprometido com a sociedade de mercado e de consumo; considerando o homem, enquanto consumidor e não enquanto "agente social", como afirma Décio Pignatari.[27]

Contrapondo a esse sistema, a rádio comunitária organiza-se com a proposta de concretizar o processo de comunicação de forma plural e interativa , apresentando-se como meio para a livre expressão da comunidade.

É preciso considerar que, antes de estar moldada em qualquer legislação, norma, estatuto, código de ética, a rádio comunitária deve estar em sintonia com a comunidade. Uma emissora comunitária deve ser uma rádio da comunidade, feita pela comunidade, para a comunidade.

Décio Pignatari observa que, por sua própria natureza comunicativa, o mundo dos signos, isto é, a linguagem, não pode ser propriedade de ninguém e de nenhum grupo isolado. Quando alguém tem acesso a um certo conjunto de signos sonoros, afirma o autor, "isto indica que esses signos se tornaram inteligíveis para esse leitor e intérprete - vale dizer que esses signos se tornaram capazes de significados para esse usuário".[28]

O rádio caracteriza um conjunto de signos sonoros, que aos poucos foi se tornando propriedade de pequenos grupos de usuários. No Brasil, esse grupo de usuários, constituído em primeiro plano por políticos, empresários e pela igreja católica; em segundo plano, por técnicos de som, locutores, programadores musicais, jornalistas, artistas e pela indústria fonográfica, vêm emprestando e fixando certos significados a esses signos, até um ponto tal de congelamento que acabam por confundir os significados que emprestaram aos signos com os próprios signos. É dessa forma, segundo Pignatari, que de iniciados passam a

---

[26] O termo "top-down" é utilizado por Gustavo Gindre e equivale à expressão "de cima para baixo".

[27] PIGNATARI, Décio. Simbologia do consumo na tv. In : NOVAES, Adauto (Org.).**Rede imaginária** : televisão e democracia. São Paulo : Companhia das Letras : São Paulo, 1991. p. 142.

[28] PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação**. São Paulo : Cultrix, 1997. p. 107.

unesp

"emprestadores de significados e, em seguida, a "proprietários" dos signos,"[29] passando a definir o que pode ser ouvido, em que hora e como deve ser ouvido:

> Este é um dos aspectos da revolução do nosso tempo: de proprietários passamos a consumidores. Quanto mais fechado e imutável for o "sistema" ou a cooperativa de consumidores de signos, mais cresce a tendência dos usuários de se julgarem proprietários dos mesmos, mais redundantes se tornam os signos, mais se reduz o teor de informação desses mesmos signos. [30]

Entretanto, Pignatari chama atenção para o fato de convivermos com "a explosão da informação sonora", o que torna o rádio tradicional absoleto (como diz o ouvinte "cansativo" ou "chato"), daí a necessidade de novos signos, para consolidar uma efetiva comunicação. Observa o autor que o mundo das coisas vai-se dissolvendo e cedendo lugar ao mundo dos signos e da comunicação vital e vivencial:

> O mundo das coisas é feito para a posse, o mundo dos signos para a comunicação e a cultura. Os objetos industriais, hoje, participam também da natureza da linguagem. O caos da informação sonora que nos aturde está a exigir uma ordem (não definitiva - mas probabilística e mutável). Ordenar é selecionar e codificar. Codificar é transformar em signo - é significar, é tomar inteligível. Portanto, é comunicar. [31]

Constitui-se um universo, marcado, de um lado, pelas ações dos usuários-proprietários (os concessionários da radiodifusão) na manutenção dos significados que estabeleceram para a mídia rádio; de outro, pela determinação de vários segmentos da sociedade (que não aceitam mais a condição de "consumidores de signos") em implantar o rádio comunitário, sem perder de vista o seu maior desafio: atuar para e dentro do mass media, até que o sistema tradicional transforme-se e seja absorvido.

Como todos os signos, os signos radiofônicos só poderão adquirir real significado histórico no seu uso e consumo. Não por acaso, afirma Pignatari, somente a quantidade e a multiplicidade permitem a criação de novas realidades inteligíveis.[32]

Não podemos deixar de considerar a possibilidade de reestruturação da radiodifusão sonora praticada no Brasil, a partir de elementos colocados em discussão e experimentados pelas rádios comunitárias. Estamos tratando da possibilidade do surgimento de um novo modelo de rádio, plural, interativo, comprometido com a sua comunidade, fruto da produção de idéias, o que

---

[29] PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação**. São Paulo : Cultrix, 1997. p. 107.
[30] Ibid., p. 108.
[31] Ibid., p. 113.
[32] Ibid., p. 113.

unesp

caracteriza "um exercício e um esforço direcionados para a produção do novo" [33], nas considerações de Lucrécia D' Aléssio Ferrara.

No momento em que vai se estabelecendo um novo paradigma de funcionamento das comunicações, onde a produção e transmissão de informação ocorrem em tempo real e globalizada, torna-se fundamental o estabelecimento de um meio de representação local e de fácil acesso. Caso contrário, corremos o risco de saber mais sobre os habitantes de Hollywood do que conhecer as manifestações e necessidades de nossa comunidade ; de participar da solução de problemas internacionais, enquanto os que nos cercam tendem a agravar-se. A oferta, cada vez maior, de produtos internacionalizados de comunicação permite-nos, por exemplo, participar de debates sobre a violência de gangs americanas, ao mesmo tempo em que permanecemos passivos, perguntando por que a violência aumenta à nossa volta.

7. O rádio como imitação e simulação da comunidade

Ao procedermos à análise comparativa, entre as emissoras comerciais e comunitárias de Ribeirão Preto, faz-se necessário abordar alguns pressupostos teóricos que envolvem a construção das identidades e relacioná-los com a proposta de radiodifusão comunitária.

Roberto Cardoso de Oliveira, utilizando conceitos estabelecidos por Grimberg e Grimberg aponta como um dos elementos importantes para a consolidação do sentimento de identidade, "o jogo dialético entre a semelhança e a diferença", [34] entendidas, aqui, como semelhanças e diferenças de algum objeto consigo mesmo no curso do tempo, ou com outro, no plano grupal e com os outros.

Na concepção de Manuel Castells[35], a construção de identidades vale-se da matéria-prima, fornecida pela história, geografia, memória coletiva, fantasias pessoais e conteúdos oferecidos pelas instituições produtivas. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado, em função de tendências sociais e projetos culturais, enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo e espaço.

De acordo com Castells, uma vez que a construção social da identidade sempre ocorre em um contexto marcado por relações de poder, destacam-se três formas e origens de construção de identidades: a *identidade legitimadora*, que,

[33] FERRARA, Lucrécia Dáléssio. **Olhar periférico**. 2.ed. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 1999. p. 170 et seq.
[34] OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **Identidade, etnia e estrutura social**. São Paulo : Pioneira, 1976. p. 36.
[35] CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo : Paz e Terra, 1999. p. 23 et seq.

unesp

segundo ele, é introduzida pelas instituições dominantes da sociedade, no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais; a *identidade de resistência,* criada por atores que se encontram em posições, condições desvalorizadas e (ou) estigmatizadas pela lógica da dominação, constroem, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência, com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade, ou mesmo opostos a estes últimos; e *identidade de projeto,* quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, buscam a transformação de toda a estrutura social. É nesse contexto que se enquadra a rádio comunitária, ao abandonar as trincheiras de resistência da identidade da rádio livre e pirata, para construir uma identidade própria e tornar-se social e historicamente reconhecida. A rádio comunitária é um caso de identidade que começou como resistência, resultando em projeto de mass media local.

As emissoras comunitárias de Ribeirão Preto surgiram como alternativa ao universo radiofônico comercial da cidade, constituído por 16 emissoras de rádio, devidamente regulamentadas junto ao Ministério das Comunicações, sendo 10 emissoras de Freqüência Modulada (FM) e 6 emissoras de Ondas Médias (AM). O universo das rádios comunitárias de Ribeirão Preto é constituído por 17 emissoras não-regulamentadas, todas transmitindo em freqüência modulada.

Desse universo radiofônico, selecionamos as três emissoras comerciais e as três comunitárias que reúnem os maiores índices de audiência, segundo a Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, realizada pelo CIC em dezembro de 1.999 [36]: Rádio Clube FM, Conquista FM, Regional FM (emissoras comerciais), Rádio Metrópole FM, Visão FM e Vitória FM (rádios comunitárias).

As amostras para a análise comparativa de casos, base da abordagem qualitativa, proposta no presente estudo, que entendemos ser determinante para a fundamentação genérica do assunto e composição das considerações finais, foram coletadas no momento da emissão, nos períodos de 1º e 15 de setembro de 1999. Durante os quinze dias, foram realizadas a audição e a gravação das transmissões das rádios City FM, Conexão FM, Metrópole FM , Servidor FM, Visão FM e Vitória FM.

As cinco rádios comunitárias foram selecionadas pela organização, proposta de comunicação, regularidade de transmissão e representatividade junto à comunidade, seguindo indicações de profissionais que militam no mercado radiofônico de Ribeirão Preto, incluindo diretores, programadores, técnicos e locutores de rádios comerciais e comunitárias. Na semana seguinte, entre os dias 19 e 25 de setembro, igual procedimento foi aplicado às emissoras comerciais,

---

[36] Dados da Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, realizada pelo CIC - Centro de Informação em Comunicação da UNAERP, em dezembro de 1.999, encontram-se disponibilizados na página 169.

unesp

com a audição e registro dos programas gerados pelas cinco emissoras comerciais de maior audiência na cidade, considerando a pesquisa de audiência realizada pelo IBOPE, em agosto de 1998 : Clube FM, Conquista FM , Regional FM, Difusora FM e Clube AM. De cada um dos segmentos, rádio comercial e comunitária, foram registradas mais de 40 horas de transmissões.

O método comparativo foi utilizado para contrastar as duas instituições, rádio comercial e rádio comunitária, a partir de suas combinações sintagmáticas. Estaremos dessa forma, abordando os principais paradigmas que constituem o sintagma radiofônico: grade de programação, programas, modo de comunicação, estratégia comercial e ações promocionais.

Ao estudar as diferenças e semelhanças entre elas, esperamos encontrar elementos que indiquem respostas para os questionamentos relacionados ao fenômeno da radiodifusão comunitária em Ribeirão Preto. A preferência pelo método comparativo decorre da abordagem qualitativa e deve-se ao fato de ele permitir "analisar o dado concreto, deduzindo do mesmo os elementos constantes, abstratos e gerais".[37] Com o objetivo de tornar mais claro o processo comparativo e otimiza-lo, estamos disponibilizando o texto sonoro na linguagem escrito. Neste sentido, optamos por sistematizar as informações em tabelas distintas e seqüenciais, buscando realçar as diferenças e semelhanças, inerentes a cada emissora e instituição.

A *Tabela 19* apresenta um perfil das seis emissoras, três rádios comerciais e três comunitárias, expresso no slogan que elas utilizam, sintetizando a sua proposta de ação, a função que desempenham e o target.

Tabela 19

Emissoras Comerciais de Ribeirão Preto			
Emissora	**Slogan**	**Função**	**Target**
Clube FM	Tá na Clube, Tá Legal !	Comercial / Entretenimento	Jovem / Popular
Conquista FM	Sucesso em Primeiro Lugar	Comercial / Entretenimento	Jovem/Adulto Popular
Regional FM	Regional é Sucesso	Comercial / Entretenimento	Jovem/Adulto Popular

[37] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina. **Fundamentos de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo : Atlas, 1990. p. 107.

Emissoras Comunitárias de Ribeirão Preto			
Emissora	**Slogan**	**Função**	**Target**
Metrópole FM	A Rádio que Toca Mais Música Por Metro Quadrado	Entretenimento Transmitir música	Jovem / Universitário
Visão FM	O que Toca no Coração, Toca na Visão	Prestar serviços à Comunidade	Jovem/Adulto Popular
Vitória FM	Uma Nova Onda no Ar	Prestar serviços à Comunidade	Jovem/Adulto Popular

Uma leitura dos slogans utilizados pelas rádios, revela harmonia e incoerência entre a imagem que tentam divulgar e o que propõem oferecer ao público.

Os slogans utilizados pelas rádios comerciais – "Tá na Clube, Tá Legal" , "Sucesso em Primeiro Lugar" e "Regional é Sucesso" - indicam suas propostas (música, entretenimento e espetáculo), em função de seu objetivo principal, que é o sucesso e a audiência (rádio *bussines).*

Os slogans utilizados pelas rádios comunitárias Visão FM e Vitória FM indicam o distanciamento entre o conceito expresso e a função que as emissoras afirmam exercer junto a comunidade. As duas emissoras, Visão e Vitória mostram-se incoerentes ao afirmar que têm como principal objetivo prestar serviço aos ouvintes, mas adotam slogans que remetem ao entretenimento e ao espetáculo – "O que Toca no Coração, Toca na Visão" e "Uma Nova Onda no Ar". Já o slogan "A Rádio que Toca Mais Música Por Metro Quadrado", representa o objetivo da Metrópole FM, que é transmitir música. Mais do que expressar a qualidade ou vantagem do produto, o slogan[38] projeta o conceito da instituição.

A *Tabela 20* indica o posicionamento das emissoras na Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, realizada pelo CIC - Centro de Informação em Comunicação da UNAERP, em dezembro de 1.999.

[38] O publicitário e professor Armando Sant'Anna define slogan como sendo uma sentença ou máxima que expressa uma qualidade, uma vantagem do produto, ou uma norma de ação do anunciante ou do produto para servir de guia ao consumidor. SANT'ANNA, Armando. **Propaganda** : teoria, técnica e prática. 7.ed. São Paulo: Pioneira, 1998. p. 223.

unesp

Tabela 20

Audiência Radiofônica - Emissoras Comerciais de Ribeirão Preto			
Emissora	**Freqüência**	**Índice Geral de Audiência**	**Posição na Pesquisa**
Clube FM	100,5 Mhz	18,75 %	1º lugar
Conquista FM	97,7 Mhz	15,01 %	2º lugar
Regional FM	90,5 Mhz	10,16 %	3º lugar

Audiência Radiofônica - Emissoras Comunitárias de Ribeirão Preto			
Emissora	**Freqüência**	**Índice Geral de Audiência**	**Posição na Pesquisa**
Metrópole FM	101,5 Mhz	0,78 %	1º lugar
Visão FM	96,7 Mhz	0,61 %	2º lugar
Vitória FM	95,3 Mhz	0,11 %	3º lugar

Faz-se necessário ressaltar que a classificação das rádios Metrópole FM, Visão FM e Vitória FM, reflete exclusivamente, o posicionamento de cada uma no universo de emissoras comunitárias em Ribeirão Preto. De acordo com a Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto, a Clube FM é a emissora comercial mais ouvida na cidade, com índice de 18,75%. A Clube também é primeiro lugar na Pesquisa Geral em Residências (18,1 %), na Pesquisa Geral em Pontos de Vendas (21,39%) e na Pesquisa Geral de Automóveis (17,33%).

No segmento das rádios comunitárias, a liderança é da Metrópole FM, com índice de 0,78 %. O melhor desempenho da Metrópole FM é registrado pela Pesquisa Geral de Automóveis, em que ocupa a 11ª posição, com 2,67%, índice de audiência superior ao obtido pelas rádios Thathi AM (1,33%), Cultura AM (1,33%) e 79 AM (1,335), todas emissoras comerciais. As duas emissoras não são concorrentes diretas, disputando públicos diferentes. Enquanto a Clube FM é uma emissora direcionada para as classes C,D e E, atingindo todas as faixas etárias, a

Metrópole FM concentra a sua programação e audiência nos jovens das classes A e B, especialmente entre os universitários. Este fato pode ser constatado na *Tabela 21*, que expõe o segmento e o formato de programação de cada emissora.

Tabela 21

Formato de Programação		
Clube FM	**Conquista FM**	**Regional FM**
Formato: Musical	Formato : Musical	Formato : Musical
Segmento : Popular	Segmento : Popular	Segmento : Popular

Metrópole FM	**Visão FM**	**Vitória FM**
Formato : Musical	Formato : Musical/Variedade	Formato: Musical/Variedade
Segmento : Rock	Segmento : Popular	Segmento : Popular

Uma leitura da Pesquisa Geral de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto e das estratégias de comunicação das emissoras indica que predomina, em Ribeirão Preto, o rádio segmentado na música e no target popular. Os especialistas em marketing utilizam a segmentação, como estratégia para atingir um target específico. Dentro dessa estratégia, a programação musical, comunicação, eventos, promoções, enfim, todas as ações da emissora são direcionadas para um determinado público, observando as características dele.

De acordo com Schewe e Smith, a segmentação "divide o mercado heterogêneo maior em pequenos segmentos homogêneos",[39] O conceito de segmentação surgiu pela primeira vez em 1956, nos Estados Unidos, com Wendell Smith, em conseqüência da mudança da orientação do marketing profissional, que deixou de voltar-se prioritariamente para o produto e passou a orientar-se ao mercado, objetivando atingir diretamente os grupos de consumidores.[40]

Estrategicamente estruturadas, as emissoras que operam no segmento popular, são responsáveis, por quase a metade da audiência radiofônica na

[39] SCHEWE, Charles; SMITH, Reubens M. **Marketing - conceitos, casos e aplicações**. São Paulo : MCGRAW HILL, 1982. p. 112.
[40] Veja BERRIGAN, John; FINKBEINER, Carl. **Marketing de segmentação**. São Paulo : Makron Books, 1994.

cidade. A Clube, Conquista e Regional são responsáveis por 43,92 % da audiência de rádio em Ribeirão Preto. As três emissoras detêm mais da metade da audiência do rádio FM de Ribeirão Preto, considerando que 83,3 % dos ouvintes da cidade preferem ouvir FM, contra 16,7 % que preferem a rádio AM, de acordo com dados da Pesquisa de Audiência Radiofônica de Ribeirão Preto.

O sucesso da rádio popular comercial influenciou a formatação da programação das rádios comunitárias de Ribeirão Preto de tal forma, que podemos considerar as Rádios Visão e Vitória FM, simulacros das Rádios Clube,Conquista e Regional, na medida que reproduzem o formato e o conteúdo dessas emissoras. A Metrópole FM direcionou sua programação para o segmento jovem, explorado por duas emissoras: Difusora FM e Jovem Pan FM. Enquanto a Difusora FM ocupa a quinta posição na Pesquisa Geral de Audiência, com 9,21 %, a Jovem Pan FM é a sexta colocada, com um índice de 8,59 %.

No contexto capitalista, a segmentação significa, de um lado, uma eficiente estratégia mercadológica, por outro, representa a manutenção da comunicação verticalizada, à medida que considera o rádio um produto. Ao adotar a segmentação, a rádio comercial reafirma sua opção pelo capital, desconsiderando sua função cultural, política e social. Já a rádio comunitária, ao segmentar, promover a fragmentação entre forma e conteúdo, estará adotando, aparentemente uma "formatação de rádio comunitária", isto é, irá entender forma como formatação de conteúdo da rádio comercial.

A formatação entre forma e conteúdo é que abre a brecha para o todo o tipo de apropriação (histórico, político ou social), que caracteriza o superaquecimento da rádio comercial. Fragmentada, como se apresenta em Ribeirão Preto, a rádio comunitária descaracteriza-se como meio de desaquecimento da rádio comercial, de reversão da mídia rádio.

Um outro aspecto é que podemos considerar a rádio uma representação da sociedade para a qual se dirige, à medida que produz um simulacro dessa sociedade, recriando não o seu dia-a-dia, a sua cultura, seu hábito, mas a sua aparência, de acordo com a sua perspectiva.Consideramos, aqui, representação como imitação, o que significa dizer : a não construção de uma identidade própria. A linguagem é uma mera expressão, veículo ou embalagem de uma idéia que lhe é exterior.

Como já dissemos, Clube FM ,Conquista FM e Regional FM são emissoras que se consolidaram na liderança do mercado radiofônico de Ribeirão Preto, com a popularização da rádio FM e a explosão da música sertaneja e do pagode. As três emissoras construíram uma grade de programação segmentada no popular, direcionada a todas as faixas etárias e classes sociais, objetivando a audiência e um faturamento maior, a mesma estratégia adotada pela Visão e Vitória, embora se apresentem como "rádios comunitárias". A opção pela programação de conteúdo popular pode ser verificada na *Tabela 22*.

unesp

Tabela 22

Principais Programas – Rádios Comerciais		
Clube FM	**Conquista FM**	**Regional FM**
Bom Dia Clube - de segunda-feira a sábado das 6h às 10h. Música, humor, informação,horóscopo, resumo das novelas e a participação dos ouvintes por telefone, fax e e-mail.	***Bom Dia Sucesso*** - de segunda-feira à sexta das 7h às 11h. Música, informação, horóscopo, resumo das novelas e a participação dos ouvintes por telefone, fax e-mail.	***Pediu Tocou*** – programação com músicas pedidas por telefone e a participação do ouvinte no ar. De segunda-feira a sábado das 6h às 8h, das12h às 13h e das 18h às 22h.
As Melhores da Manhã as músicas mais pedidas pelos ouvintes no período da manhã. De segunda à sexta-feira, das 11h às 12h.	***As Melhores do Ouvinte - 1ª edição*** - as músicas mais pedidas pelos ouvintes no período da manhã.De segunda à sexta, das 11h às 12h.	***As Melhores da Manhã-*** parada musical, reunindo os sucessos do momento. De segunda a sábado, das 11h às 12h.
Tira Teima -disputa entre três músicas. O ouvinte escolhe a preferida, por telefone. ***Rapidinha*** -ouvinte, por telefone, indica o sucesso e dá o seu recado. Várias edições na programação.	***Tarde de Sucesso*** - música, informação e a participação dos ouvintes por telefone, fax e e-mail. De segunda à sexta, das 12h às 18h.	***Programação Normal -*** música sertaneja e popular, com sucessos e lançamentos. De segunda a sábado, das 13h às 18h e das 22h à 0h.
As Melhores da Tarde - as músicas mais pedidas pelos ouvintes no período da tarde. De segunda à sexta-feira, das 18h às 19h.	***As Melhores do Ouvinte - 2ª Edição*** - as músicas mais pedidas pelos ouvintes no período da tarde. De segunda à sexta, das 18h às 19h.	***Companheiros e Amigos da Madrugada*** – ouvinte participa por e-mail de debates e manda o seu recado.De segunda a sábado, das 0h às 2h
Sweet Love - o melhor da música romântica, com a participação do ouvinte por telefone. De segunda à quinta-feira, das 23h às 2h.	***Serenata de Amor*** - de segunda à sexta, das 23h às 24h. O locutor interpreta as cartas dos ouvintes, atendendo seus pedidos musicais	***Madrugada de Sucessos*** só músicas de sucesso, com a participação do ouvinte por telefone. De segunda a sábado, das 2h às 6h.

unesp

Principais Programas – Rádios Comunitárias		
Metrópole FM	**Visão FM**	**Vitória FM**
Rock, reggae e blues - programação musical, sem locução e com um intervalo comercial, na hora cheia. De segunda à sexta feira, das 8h às 10h.	***Desperta Ribeirão*** – programa sertanejo apresentado por Príncipe do Brasil, com a informação da hora certa, a todo o momento. Participação do ouvinte por telefone ou carta. De segunda a sábado, das 5h às 7h.	***Das Raízes à Atualidade*** programa sertanejo autêntico, música raiz e sucessos da atualidade. Ouvinte participa por telefone ou carta, pedindo e oferecendo a sua música preferida. De segunda a sábado, das 5h às 8h.
Arquivo do Rock – programa musical sem locução. Seleção com os grandes sucessos do rock. De segunda à sexta feira, das 10h às 12h.	***Corauci Neto Show*** - musical variado, com notícias da cidade e prestação de serviço. Participação do ouvinte, por telefone ou carta Apresentação: Corauci Neto. De segunda a sábado, das 7h às 9h.	***Estilo Sertanejo*** - programa sertanejo autêntico, só com música raiz. Apresentação : Maurão.De segunda a sábado, das 8h às 11h
Private Music - jazz, blues, balada-rock e new age. Só música, sem locução. De segunda à sexta feira, das 12h às 13h.	***Musical Variado***- música, informação, com a participação dos ouvintes por telefone.De segunda a sábado, das 9h às 16h e das 20h às 21h.	***Vitória Total*** - programa de variedades, com música sertaneja, pagode e sucessos. De segunda a sábado, das 11h às 14h.
Rock, reggae, tecno – horário exclusivo de música, sem locução. De segunda à sexta feira, das 13h às 19h.	***Duelo de Cowboys***- programa apresentado por Django, reproduzindo o clima de um rodeio. De segunda à sexta, das 16h às 19h.	***Programa do Iramar*** - programa sertanejo, com participação do ouvinte por telefone ou carta, pedindo e oferecendo música. De segunda a sábado, das 14h às 17h.
Rock, reggae, tecno, blues, balada-rock. – programação musical, sem locução e com um intervalo comercial a cada 60 minutos. De segunda à sexta feira, das 20h às 8h.	***Musical Romântico Internacional – de*** segunda a sexta, das 21h às 23h. ***Hare Crsna*** - programa religioso, produzido e apresentado por Danilo Nicolatti. De segunda à sexta, das 23h à 0h.	***Tchurminha do Rádio*** – programa infantil apresentado por Auristela, de 9 anos. De segunda a sábado, das 17h às 17h30min. ***Ave Maria em Sintonia com o Senhor*** - religioso com mensagens, orações e música católica. De segunda a sábado, das 17h30min às 19h.

Estruturadas em função de audiência, as FMs populares investem no relacionamento interativo com o ouvinte, uma de suas principais características mais marcantes. O ouvinte é condicionado a participar da programação por telefone, carta ou e-mail de sorteios (CDs, camisetas, convites para shows, cinema...), promoções (cujos prêmios variam de um simples almoço com artistas, a viagens, computadores, carro e até dinheiro vivo) ou mesmo indicar e oferecer uma música.

Utilizando uma linguagem dinâmica, descontraída e ações de marketing que incluem "chamadas" na televisão, cinema, divulgação nos veículos impressos, mídias exteriores e a realização de pedágios, as emissoras FMs não só dominam o mercado de Ribeirão Preto, como influenciam as demais emissoras da cidade e região. Os programas, como indica a *Tabela 22*, apresentados ao vivo, mesclam músicas, notícias, fofocas, horóscopo, humor, charadas e prêmios, com um único objetivo : manter o ouvinte sintonizado e assegurar o índice de audiência. Lembra Paulo Neves, que o rádio não é um mero desfile de músicas, mas um discurso sonoro organizado:

> Requer uma coordenação permanente de tempos, tendências e interesses, tanto estéticos como comerciais, de modo que a canção de sucesso também está subordinada ao sucesso do estilo da emissora, medido pelos índices de audiência.[41]

Os programas utilizam como ponto de referência a "hora cheia", incorporando dessa forma, os hábitos horários institucionalizados pela sociedade. Quanto a isso, assinala Mônica Nunes que "o controle do tempo natural, social e o controle do poder sempre estiveram juntos".[42] De forma geral, as emissoras mantêm a mesma grade de programação, entre a segunda e a sexta-feira, promovendo algumas alterações ou adequações de programas para o final-de-semana, que inclui a sexta-feira à noite, o sábado e o domingo. Dessa forma, a emissora mantém uma programação padronizada, voltada para o seu target.

Uma análise das informações disponibilizadas na *Tabela 22*, revela uma grande semelhança entre a grade de programação das emissoras comunitárias e a grade de programação das emissoras comerciais. Os principais programas das rádios Visão FM e Vitória FM utilizam os mesmos elementos e estratégias presentes nos programas das rádios Clube FM, Conquista FM e Regional FM : música sertaneja e pagode; participação de ouvintes por telefone ou carta solicitando e oferecendo música; notícias, horóscopo, fofocas, charadas, humor, sorteios e promoções. Como ocorre nas rádios comerciais, os programas são

---

[41] NEVES, Paulo. **Mixagem** : o ouvido musical do Brasil. São Paulo : Max Limonad, 1985. p. 38.

[42] NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no rádio**: a voz e os signos de renovação periódica. São Paulo : Annablume, 1993.p. 27.

unesp

apresentados ao vivo e estruturados em torno da "hora-cheia", seguindo uma padronização semanal, que se alterna nos fins-de-semana. A semelhança faz-se presente inclusive nos nomes, aberturas e vinhetas de identificação dos programas. Esses pormenores indicam que as rádios Visão FM e Vitória FM valem-se de fragmentos das rádios comerciais com o objetivo de capitalizar ouvintes e construir a sua própria audiência. Essa imitação verossímil agrega um maior poder de persuasão e conseqüentemente facilita a aceitação social da rádio não-regulamentada, à medida que essa mimese é legitimada pela sociedade. Essa constatação ofereceu-nos elementos para considerar as rádios livres e comunitárias de Ribeirão Preto, como simulacros das rádios comerciais que operam na cidade.

Mais uma vez, a Metrópole FM apresenta-se como uma exceção. Segmentada no público jovem, principalmente no universitário, com base no rock, mesclando um pouco de reggae e blues, a emissora apresenta alguns diferencias, em relação às demais emissoras de Ribeirão Preto : não tem locutor, não divulga o telefone e não atende pedido musical. Falar no ar, então, nem pensar. Em função dessas características, Rodrigo Borges, seu diretor , define a Rádio Metrópole como a "arte de mostrar um som para um amigo" e faz questão de afirmar que a Metrópole começou "pelo amor à música, não pelo rádio."

A *Tabela 23* destaca o modo, ou aquilo que se conhece pelo senso comum como "estilo" de comunicação, que caracteriza cada emissora.

Tabela 23

Modo de Comunicação – Rádios Comerciais		
Clube FM	**Conquista FM**	**Regional FM**
Popular	Popular	Popular
DJ	DJ	DJ
Popular	Popular	Popular

Modo de Comunicação – Rádios Comunitárias		
Metrópole FM	**Visão FM**	**Vitória FM**
Jovem	Popular	Popular
Operador de Som	DJ	DJ
Não Tem Locução	Locução ao Vivo	Locução ao Vivo

Tratando-se de programação popular, a apresentação do programa é fundamental para o seu sucesso, razão pela qual todas as emissoras deste segmento investem na comunicação ou "locução ao vivo", utilizando o DJ.[43] Ressalta Paulo Neves que, "o sucesso atual do FM deve-se, em grande parte, à sua habilidade em combinar interesses e costurar música e locução num discurso sempre alegre e ritmado, que define um estilo de comunicação".[44] A exceção fica com a Metrópole FM, emissora direcionada ao público jovem, que se caracteriza pela ausência total de locução. Essa emissora leva ao pé-da-letra o slogan "A Rádio que Toca Mais Música Por Metro Quadrado", priorizando a geração de música. No lugar de locutores, a Metrópole FM mantém uma equipe de cinco programadores e utiliza a estratégia de inserir apenas um break comercial por hora, como demonstra a *Tabela 24*. Através dela, procuramos demonstrar como cada emissora organiza-se enquanto mídia publicitária, destacando as possibilidades de inserções comerciais e o tempo destinado a essas inserções, expressas, através de seus "breaks" ou "blocos de comerciais" :

Tabela 24

Estratégia Comercial – Rádios Comerciais		
Clube FM	**Conquista FM**	**Regional FM**
Break Comercial de 15 em 15 minutos	Break Comercial De 15 em 15 minutos	Break Comercial de 15 em 15 minutos
Inserção de 5 a 8 comerciais por Break	Inserção de 5 a 8 comerciais por Break	Inserção de 5 a 8 comerciais por Break
Custo por Inserção de 30" - R$ 15,00	Custo por Inserção De 30" - R$ 15,00	Custo por Inserção de 30" – R$ 15,00
Inserção de Mensagem Comercial ao Vivo / Patrocínio Americano	Inserção de Mensagem Comercial ao Vivo / Patrocínio Americano	Inserção de Mensagem Comercial ao Vivo / Patrocínio Americano
Merchandising ao Vivo do Ponto de Venda / Unidade Móvel	Merchandising ao Vivo do Ponto de Venda / Unidade Móvel	Merchandising ao Vivo do Ponto de Venda / Unidade Móvel

[43] DJ é a abreviatura de disc-jóquei. Profissional originário das pistas de dança, foi incorporado ao rádio no início da década de 80 onde exerce a função, ao mesmo tempo, de locutor e operador.
[44] NEVES, op.cit., p. 38.

unesp

Estratégia Comercial – Rádios Comunitárias		
Metrópole FM	**Visão FM**	**Vitória FM**
Break Comercial de 60 em 60 minutos	Break Comercial De 30 em 30 minutos	Break Comercial de 20 em 20 minutos
Inserção de 2 a 4 comerciais por Break	Inserção de 5 a 8 comerciais por Break	Inserção de 5 a 8 comerciais por Break
Custo por Inserção : 30" - R$ 4,00 a R$5,00	Custo por Inserção : 30" - R$ 0,70 a R$ 1,00	Custo por Inserção : 30" - R$ 0,70 a R$ 1,00
Não tem Inserção de Mensagem Comercial ao Vivo /	Inserção de Mensagem Comercial ao Vivo / Patrocínio Americano	Inserção de Mensagem Comercial ao Vivo / Patrocínio Americano
Não oferece : Merchandising ao Vivo do Ponto de Venda	Não oferece : Merchandising ao Vivo do Ponto de Venda	Não oferece : Merchandising ao Vivo do Ponto de Venda

O valor cobrado por cada inserção é a única diferença entre a rádio comunitária e a comercial, no que se refere ao segmento comercial. As emissoras comunitárias prospectam anunciantes em toda a cidade e vendem abertamente inserções comerciais, apesar da legislação que trata das Rádios Comunitárias não permitir. Ela estabelece que "as prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida".[45] Outro diferencial no aspecto comercial é a qualidade da mensagem publicitária. Enquanto as emissoras comerciais possuem estúdios de gravação modernos e bons locutores, as rádios comunitárias gravam seus spots no mesmo equipamento que gera sua programação, utilizando o horário da "Voz do Brasil", quando a emissora permanece fora-do-ar ou em estúdios caseiros. A essa baixa qualidade de gravação soma-se a limitação do texto publicitário e dos locutores comerciais de que dispõe. A rádio Metrópole novamente destaca-se entre as emissoras comunitárias de Ribeirão Preto, não só pelo custo de inserção comercial, três

[45] BRASIL. Lei n.º 9.612, de 19 de fev. 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária. **Diário Oficial**, Brasília, 20 fev.1998. Art.18.

vezes o valor cobrado pelas outras comunitárias, mas também pela qualidade de seus textos comerciais, produzidos e gravados em estúdio profissional. Conduzindo a área comercial com profissionalismo, a Metrópole FM concorreu diretamente com as FMs comerciais de Ribeirão Preto e obteve sucesso, ao fechar contratos com clientes considerados tradicionais na mídia, entre os quais Boates, Lanchonetes, Revenda de Veículos, Lojas de Moda, Escolas e Universidades.

8. O desafio da linguagem

Não devemos perder de vista que linguagem é signo, e representação é a idéia. Ao contrário da linguagem verbal, que é de imediata percepção, a linguagem sonora, portanto não-verbal, exige participação do receptor e sua mediação preceptiva. O canadense Marshall McLuhan[46] divide os sistemas de comunicação e informação em alta definição, fazendo referência à saturação de dados e baixa definição, referindo-se a sistemas de dados difusos ou pouco explícitos. Nesse contexto, qualifica o rádio como "meio quente", por prolongar em alta definição um único órgão sensório, diferente do "meio frio", caracterizado por prolongar mais de um órgão sensório, em baixa definição de dados.

Lucrécia Ferrara, por sua vez, relaciona o sistema de comunicação em alta definição a associação por contigüidade, a percepto , isto é, a automatização perceptiva, caracterizada por solicitar pouco a operação perceptiva do receptor, por ser "imediata e total, amparada em um código ou nas vibrações de um só sentido, que atuam como meio de relação do receptor com o seu universo".[47]

A associação por contigüidade, "marcada pela recorrência ou pelo hábito de associar idéias correlacionadas no nível da experiência",[48] faz-se presente na linguagem da rádio comunitária, à medida que se apresenta com a estrutura carregada de elementos identificadores da rádio comercial, tais como a grade de programação, opção musical, locução e estratégias de inserção de patrocínio.

À luz das concepções de McLuhan, encontramos a rádio comercial fragmentada e especializada, cuja programação musical combina ações que induzem a participação do ouvinte, trabalhando a interação em alta definição, operando como meio quente superaquecido.

Já a rádio comunitária, embora sustente a informação em alta definição, trabalha a interação em baixa definição, com uma programação que possibilita

---

[46] MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 10. ed. São Paulo : Cultrix, 1995. p. 38.
[47] FERRARA, Lucrécia Dáléssio. **Olhar periférico**. 2.ed. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 1999. p. 175.
[48] Ibid., p. 172.

unesp

uma maior participação do ouvinte, atuando como meio de desaquecimento da rádio comercial. Nesse contexto, podemos considerar a rádio comunitária como uma experiência inovadora que assinala outro momento perceptivo para a audiência. Na condição de emissora local, aberta à comunidade, sem compromisso comercial e mercadológico, a rádio comunitária poderá introduzir novos elementos na radiodifusão convencional, tais como : participação de não-especialistas na produção de programação e apresentação de programas; abertura de espaço comercial para pequenos anunciantes (mercados, lojas, prestadores de serviços); divulgação de cantores e bandas alternativas (que não pertencem ao esquema das grandes corporações fonográficas) e a projeção de novos líderes, abrangendo os mais diferentes segmentos da sociedade.

Um outro aspecto a ser considerado, quanto à rádio comercial, é que vai se tornando especialista em promover a mimese da realidade e o reconhecimento dessa mesma realidade, cada vez mais comprometida com o entretenimento, a audiência e o lucro. Atuando como um meio superaquecido,ela transforma a realidade numa extensão sensorial da audição e determina que o processo perceptivo seja, apenas um reconhecimento. Para Ferrara, "perceber é ver e reconhecer, em conseqüência, a informação não é criada ou processada, mas simplesmente absorvida".[49] Nesse sentido, a representação da natureza, como "extensão sonora", transforma-se em extensão do ideológico, à medida que reproduz o modo de ser dessa natureza. Essa foi uma relação amplamente abordada por Bakhtin, que o levou a relacionar a ideologia aos sistemas e concluir que todo signo é ideológico e que a ideologia é um reflexo das estruturas sociais:

> O signo e a situação social estão indissoluvelmente ligados. Ora, todo signo é ideológico. Os sistemas semióticos servem para exprimir a ideologia e são, portanto, modelados por ela. A palavra é o signo ideológico por excelência; ela registra as menores variações das relações sociais, mas isso não vale somente para os sistemas ideológicos constituídos, já que a "ideologia do cotidiano", que se exprime na vida corrente, - é o cadinho onde se formam e se renovam as ideologias constituídas.[50]

Ao lembrarmos que o signo representa algo que não é ele próprio, Arlindo Machado chama a atenção para a concepção formulada por Bakhtin, onde essa "representação das coisas" dá-se de forma dupla e contraditória, uma vez que "os signos, ao mesmo tempo refletem e refratam a realidade, visada pela representação".[51]

---

[49] FERRARA, op.cit., p. 177.
[50] BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia de linguagem**. 8.ed. São Paulo : Editora Hucitec, 1997. p. 16.
[51] MACHADO, Arlindo. **A ilusão espetacular**. São Paulo: Brasiliense, 1984. p. 20.

unesp

Essa constatação, nos remete ao quadro atual da radiodifusão brasileira, onde, de um lado, temos a rádio comercial, regulamentada e organizada, reflexo da política de radiodifusão, adotada pelos diversos governos que vêm se sucedendo. Uma rádio, portanto, que se caracteriza como um fenômeno sígnico e ideológico, produzido de acordo com os interesses e estratégias dos grupos que se encontram próximos ao poder.

Simultaneamente, emerge um sistema que refrata essa realidade, constituído pelos segmentos excluídos deste processo oficial de comunicação, que utilizam o rádio não-regulamentado para exteriorizar sua produção sígnica, construindo, através de emissoras comunitárias o seu sistema de representação. Esse sistema poderá vir a agregar um novo significado à radiodifusão, atribuindo um caráter "transfigurador" aos signos, aproximando-se mais da comunidade, possibilitando ao receptor atuar também como emissor. Quanto a isso, lembra Bakhtin que "cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade".[52]

Assim, o rádio brasileiro, enquanto sistema de representação sígnica, manifesta-se, nesse momento, de forma dupla e contraditória, conseqüência da luta ideológica, que envolve dois segmentos sociais : os concessionários da radiodifusão (empresários, políticos e religiosos católicos), autorizados pelo Estado a explorar o sistema de radiodifusão e os radiodifusores comunitários (cidadãos e instituições representativas da sociedade), que invocando o direito de "expressão", assegurado pela Constituição, instalaram emissoras de baixa potência, em suas comunidades, e transmitem, sem ter a concessão de um canal de rádio, ou seja, sem autorização do Governo Federal para explorar o serviço de radiodifusão, longe, portanto, de constituir-se um sistema de signos como uma estrutura estável.

9. A manutenção do sintagma radiofônico convencional

Uma das mais insistentes críticas formuladas às emissoras comerciais está relacionada ao elevado índice de repetição de música na programação, fator que tem se acentuado nos últimos anos com a institucionalização do "jabá". Através desse protocolo, a rádio (especialmente a FM) colocou-se a serviço da indústria fonográfica que, mediante pagamento, determina a música que deve ser executada na programação, o número de inserções e os horários. Um procedimento clássico da indústria cultural, que controla, elabora e distribuí produtos do centro para a periferia, impondo valores, costumes e hábitos dos grandes centros para o restante do país. A adesão dos concessionários de rádio de

[52] BAKHTIN, op.cit., p. 33.

unesp

Ribeirão Preto a este "procedimento" tornou a programação das emissoras FMs excessivamente repetitivas e, por isso mesmo, cansativas.

Essa repetição de músicas ocorre também nas rádios comunitárias da cidade, embora em menor escala, uma vez que não há a formalização de um acordo de execução de músicas com a indústria fonográfica (o "jabá"). Caracteriza-se um procedimento estratégico, se o considerarmos, sob a ótica das regras sintáticas, que prevêem a introdução da redundância na mensagem, a fim de assegurar o seu sucesso, o que no contexto da programação musical tem o objetivo de construir e assegurar uma audiência. O risco está no emprego da redundância, que poderá se transformar em repetição sistemática. Lembra Décio Pignatari que "quanto maior a redundância, maior a previsibilidade, isto é, sinal redundante é sinal previsível".[53] No entanto, em alguns casos, a rádio comunitária significa uma nova opção de programação ao ouvinte, como a Metrópole FM, que conquistou seu espaço no mercado, oferecendo ao público jazz, blues e rock .

A rádio comunitária, ao reproduzir a programação musical da rádio comercial, faz opção pelo repertório reduzido , na tentativa de atingir um maior número de receptores. Adota a mesma estratégia na escolha dos nomes de seus programas, que reproduzem títulos de programas de emissoras comerciais. Como afirma Pignatari são signos vagos, "abertos", prestam-se à "circulação redundante e mantém certas analogias com os signos-síntese".[54]

Ao adotar a estrutura e organização de programação da rádio comercial, a rádio comunitária reproduz o previsível : oferece ao público o mesmo discurso sonoro. Um fenômeno que Leonardo Sá denomina de "pré –auditibilidade", caracterizado pela tendência a apresentar quase sempre as mesmas imagens acústicas, com pouquíssimas variantes :

> Passamos boa parte de nosso tempo ouvindo cada vez menos num índice cada vez maior de repertório difundido, quer dizer, cada vez mais vivenciamos menos experiências reais e, sempre mais, recebemos produtos menos diferenciados. Isto vai moldando a expectativa da massa consumidora no sentido de identificar-se em profundidade com um certo tipo de produção, e nem tanto como os resultados em si dessa produção.[55]

Esse procedimento leva Sá a concluir que "passamos, assim, a transitar, somente , no espaço exíguo das imagens sonoras permitidas ou concebidas, e não no amplo espaço de um imaginário no qual a imaginação exerça a sua vocação".

---

[53] PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação**. São Paulo : Cultrix, 1997. p. 40.
[54] Ibid, p. 80.
[55] SÁ, Leonardo.O sentido do som. In : NOVAES, Adauto (Org.). **Rede imaginária** : televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras; São Paulo : Secretaria Municipal de Cultura, 1991. p. 133 et seq.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Diante das constatações apresentadas, podemos afirmar que o sintagma radiofônico não apresenta alteração significativa, quando comparamos a linguagem do rádio comercial com a da rádio comunitária de Ribeirão Preto.

Através dos paradigmas característicos das emissoras comerciais, as rádios comunitárias de Ribeirão Preto construíram o seu sintagma radiofônico. Utilizaram programação, programas, locução, estratégias comerciais e ações promocionais que as caracterizam como simulacros das rádios comerciais. Na origem desse percurso, encontra-se o personagem responsável pela montagem e manutenção da emissora. De forma geral, um comunicador ou técnico, com experiência adquirida no rádio comercial mas, com pouca informação sobre o papel da radiodifusão comunitária; um colecionador de música ou um líder religioso ávido em propagar sua instituição religiosa, que utilizou o dinheiro que pagava, mensalmente, por um horário em uma emissora comercial, para montar e manter no ar uma emissora de rádio, que classifica como "comunitária". Frutos dessa simbiose, as rádios comunitárias instaladas em Ribeirão Preto, caracterizam-se pela individualidade, por pertencerem a uma pessoa ou instituição religiosa, por terem um ou mais "donos", ao invés de pertencerem à comunidade e serem gerenciadas por um conselho de moradores, como determina a Legislação da Radiodifusão Comunitária.

A rádio comunitária por sua qualidade de mídia local, plural e interativa, em princípio, caracterizar-se-ia pela reversão, pelo desaquecimento da própria mídia rádio . No entanto, diante do processo de apropriação histórico, político e social que sofreu, como tentamos explicitar no percurso desta dissertação, percebemos que a segmentação da forma e conteúdo abre espaço àquilo que G.C.Argan chamou de "assemblage" e "dissemblage"[56], isto é, fragmentar e apropriar, construindo uma outra sintaxe que, aparentemente, é possível "se conhecer", índices, pedaços de uma realidade anterior, mas, agora, construída numa outra sintaxe, por signos e valores diferentes.

Entretanto, o papel desempenhado, junto às suas comunidades, por emissoras como a Favela FM, Rocinha FM e Acadêmica FM[57], demonstra a importância da radiodifusão comunitária. A experiência de emissoras como essas indica que a determinação e a participação efetiva de seu público, quanto à sua finalidade, poderá assegurar-lhe uma identidade própria, com forma e conteúdo que contemplem as necessidades e as expectativas de seus receptores.

---

[56] ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna** : do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo : Companhia das Letras, 1992. p. 559.

[57] Veja o perfil e a atuação das rádios Favela FM, Rocinha FM e Acadêmica FM, no Capítulo III, p. 118 – 126.

unesp

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estabelecido como um dos objetivos específicos da pesquisa, dedicamos o primeiro capítulo à compreensão dos principais fatores que nortearam a implantação do rádio no Brasil e, o seu desenvolvimento, com a mediação da indústria cultural. Estruturadas na década de vinte, a partir de clubes e sociedades, as estações de rádio não tinham caráter comercial, mesmo porque os anúncios não eram permitidos oficialmente. Eram mantidas, através de colaborações financeiras e do trabalho de voluntários, que emprestavam discos, produziam e apresentavam programas. Essa fase do rádio é semelhante ao momento vivenciado hoje, pelas rádios comunitárias.

Ao optar pelo formato comercial, em 1931, o rádio adquiriu características de meio de comunicação de massa, reformulou sua programação, com o objetivo de agradar ao maior número de ouvintes e conseqüentemente ampliar a sua presença no mercado. As emissoras adotaram programas com horários, formatos e linguagem própria.O rádio renunciou ao conteúdo cultural e educativo e voltou-se para a produção de cultura de massa, ou seja, por um conteúdo de fácil reconhecimento e consumo, pelo receptor. Em conseqüência, na década de 40 viveu a sua "época de ouro", transformando-se na melhor opção de informação, entretenimento e lazer. Todas as coisas acabavam de uma forma ou outra ligada, disseminada ou influenciada pelo rádio. Sua supremacia só foi abalada com a consolidação da televisão. Considerado um meio ultrapassado, o rádio reconquistou a sua importância, mediado pelas novas tecnologias: o transistor; o aperfeiçoamento

unesp

dos suportes de gravação e reprodução, a expansão da indústria fonográfica e a freqüência modulada.

Planejado e produzido, de acordo com as características de mercado, o rádio passou a considerar o homem, enquanto consumidor e não enquanto "agente social", estabelecendo o sistema "top-down", em que um único emissor tem o poder de definir as mensagens que serão enviadas para inúmeros receptores. O rádio constituiu-se em um *mass media* a serviço de um pequeno segmento da sociedade, que passou a utilizá-lo na consolidação do poder político e econômico, exercendo o domínio sob a produção e transmissão de informações e de bens culturais de massa.

Uma postura muito questionada por vários segmentos representativos da sociedade civil que, excluídos do processo de comunicação, organizaram-se em torno do movimento das rádios livres e comunitárias e, mais do que defender, passaram a instalar e incentivar a implantação de emissoras de baixa potência em todo o país, a partir de uma proposta de programação, sintonizada aos interesses e às manifestações sociais e culturais da comunidade.

Todo esse processo foi permeado por ações políticas, como demonstra o estudo do conjunto de leis e normas que regem a radiodifusão e sua aplicação na prática, apresentado no segundo capítulo. De acordo com a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, a Lei Geral das Telecomunicações Brasileiras, o espectro eletromagnético é "um bem natural, público e limitado", cabendo ao Estado a prerrogativa de outorgar concessões e permissões para a sua exploração. Utilizando este instrumento jurídico, os presidentes Figueiredo e Sarney estabeleceram as concessões de rádio como "moeda política". O governo do presidente João Figueiredo concedeu 634 canais de rádio e tv, praticamente duplicando o número de emissoras, então existentes no país. O governo do presidente José Sarney, no período entre 1985 a 1989, autorizou o funcionamento de 632 emissoras de freqüência modulada e 314 de ondas médias. Juntos, Figueiredo e Sarney distribuíram um total de 1.662 concessões de canais de radiodifusão, mais do que todos os presidentes autorizaram no período de 1934 a 1979.

Ao reservar os canais de radiodifusão a seus correligionários, os governantes brasileiros procuraram estabelecer e sustentar o que Thompson denomina de "relações sistematicamente assimétricas de poder", no sentido de "reproduzir a ordem social que favorece indivíduos e grupos dominantes".[1]

Em conseqüência desse procedimento político, enquanto a radiodifusão sonora norte-americana destaca-se pela concentração de emissoras entre grupos empresariais e financeiros e pela formação de grandes redes nacionais, a

[1] THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis : Vozes, 1995. p. 25.

unesp

radiodifusão brasileira é marcada pela divisão do monopólio entre políticos, empresários e a Igreja Católica. A concentração de emissoras de rádio, sob controle de políticos, famílias e grupos financeiros só é inferior ao número de emissoras controladas pela Igreja Católica: um total de 175 emissoras.[2] Ao lado dos católicos, outra força religiosa começa a se destacar na disputa pelo domínio do dial: os evangélicos. Só a Igreja Universal do Reino de Deus, do Bispo Edir Macedo, controla pelo menos 80 emissoras de rádio em todo o país.

As rádios livres e comunitárias brasileiras surgiram, primeiramente, como forma de questionamento à política de radiodifusão exercida pelo governo, onde conveniências de natureza política e econômica continuam a sobrepor-se aos interesses do cidadão comum e, posteriormente, com a proposta de um rádio plural e comunitário.

A reação ao monopólio de radiodifusão é objeto de análise do terceiro capítulo, onde registramos as diferentes ações pela democratização do rádio. Manifestações que passam pela rádio local, em seus diversos formatos: rádio pirata, que desde a década de sessenta reivindica o direito ao mercado radiofônico; rádio livre, pela liberdade de expressão e rádio comunitária, que preconiza o rádio como um veículo de comunicação de uma comunidade.

Historicamente, a proposta de implantação da radiodifusão comunitária no Brasil encontra-se diretamente relacionada ao rádio livre. O movimento adquiriu amplitude nacional com o episódio da Rádio Livre Reversão, de São Paulo. Fechada em 9 de abril de 1991, pela Polícia Federal, por realizar transmissões sem autorização, a emissora foi reaberta no dia 3 de março de 1994, mediante sentença do juiz Casem Mazloum, da Justiça Federal de São Paulo. O juiz considerou que o uso de aparelhos de potência reduzida para atividades culturais, como fez a Reversão, "não constitui atividade que afronta as normas vigentes".[3] O episódio fortaleceu a radiodifusão livre e impulsionou o movimento da radiodifusão comunitária, incentivando a montagem de rádios de baixa potência por todo o país, sob o argumento de exercício da Liberdade de Expressão, assegurado pela Constituição Federal, através do artigo 5º, inciso 9º, dos Direitos e Garantias Individuais.

Com as emissoras de baixa potência, ocupando cada vez mais o dial, foi inevitável o confronto entre os concessionários da radiodifusão, representados pela Associação das Emissoras de Rádio e Televisão de São Paulo (AESP), Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (SERTESP) e Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão

---

[2] CATÓLICOS tentam aumentar participação na TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 jan. 1999, Especial de Domingo.

[3] GIRON, Luiz Antônio. Justiça Federal absolve emissora clandestina. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 mar.1994, cad.1, p.15.

unesp

(ABERT) e os segmentos da sociedade brasileira que defendem o direito de cada comunidade ter a sua própria emissora, organizados em torno de entidades como a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO), Associação Nacional Católica de Rádios Comunitária (ANCARC) e Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

Depois de muita discussão, o formato de rádio "comunitário" foi transformado em modelo, através da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, recebendo a denominação de Serviço de Radiodifusão Comunitária (RadCom), caracterizado como a radiodifusão sonora em freqüência modulada, outorgada a fundações e associações sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço.

Mesmo longe de representar o ideal da radiodifusão livre, a regulamentação do rádio comunitário representa uma abertura no modelo monopolista que prevalece na radiodifusão brasileira. Com o serviço de radiodifusão sonora executado no país cada vez mais direcionado para o bussines, a rádio comunitária apresenta-se como opção de mídia local e participativa, podendo contribuir efetivamente para o desenvolvimento social e construção a da cidadania[4]. Uma vez respeitado o seu caráter coletivo, desvinculando-a de grupos políticos, empresariais ou religiosos, a rádio comunitária reúne as condições fundamentais para tornar-se um instrumento de ação, expressão cultural e do livre pensamento da comunidade em que se encontra inserida. Nessa linha de atuação, comprometidas com a comunidade, várias emissoras vêm obtendo o reconhecimento popular pelas atividades desenvolvidas, entre as quais a Rádio Rocinha FM, do Rio de Janeiro, a Rádio Favela FM, de Belo Horizonte e a Acadêmica FM, de Sertãozinho, interior de São Paulo. Através da programação dessas emissoras, milhares de pessoas estão recebendo informações sobre saúde, cultura e lazer, conhecendo seus direitos e acompanhando em tempo real, o que ocorre em sua comunidade. Experiências como estas demonstram ser possível confiar ao rádio o papel integrador que o caracterizou nos tempos áureos.

O brasileiro vai aos poucos rompendo a condição de receptor passivo, em conseqüência de um processo comunicacional em que o tempo histórico hegemônico e os espaços uniformes, lineares, vãos sendo derrotados pela pluralidade e interatividade, influenciados pela globalização ou transculturação. Esse processo tornou-se possível, com a abertura democrática e o desenvolvimento tecnológico, que provocou o barateamento dos produtos eletrônicos, viabilizando a implantação de emissoras de baixa potência.

No quarto capítulo, apresentamos o perfil das emissoras comerciais e comunitárias que atuam na cidade de Ribeirão Preto, destacando a origem,

---

[4] PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares** : a participação na construção da cidadania. Petrópolis, R.J. : Vozes, 1988. p. 253.

unesp

estrutura, público-alvo, programação, comunicação, opções de inserções comerciais, promoções, ações de marketing e o posicionamento no mercado. Em função do grande volume de informações[5], optamos por apresentar no capítulo o perfil das três rádios comerciais e das três rádios comunitárias com o maior índice de audiência, que constituem nosso objeto de análise comparativa, e sistematizar no Anexo I, o perfil das demais rádios comerciais e comunitárias. Assim procedendo, o capítulo traz especificamente o perfil das rádios Clube FM, Conquista FM, Regional FM (comerciais), Metrópole FM, Visão FM e Vitória FM (comunitárias).

Mais do que alcançar outro objetivo específico da pesquisa, ao identificar e construir o perfil das emissoras de rádio que operam em Ribeirão Preto, acreditamos estar disponibilizando à sociedade um fragmento da história do rádio no Brasil, ao resgatar a história da PRA 7 - Rádio Clube. A emissora que começou a transmitir no dia 23 de dezembro de 1924, além de ser a primeira rádio de Ribeirão Preto, é a primeira emissora a operar no interior do Estado de São Paulo e do Brasil, sendo a sétima a entrar no ar em todo o país.

Foi possível situar a especificidade do rádio comunitário na perspectiva da teoria da representação e dos processos de apropriação sígnicos. O rádio caracteriza um conjunto de signos sonoros, que aos poucos foi se tornando propriedade de pequenos grupos de usuários, constituído em primeiro plano, pelos concessionários da radiodifusão e, em um segundo plano, por executivos, radialistas, jornalistas e a indústria fonográfica. Na condição de "proprietário" dos signos, os concessionários revestiram-se do direito de definir o que o público deve ouvir. Contrapondo a esse domínio, os segmentos da sociedade, que não aceitam mais a condição de "consumidores de signos", passaram a atuar no sentido de implantar um rádio alternativo, o rádio comunitário.

Por outro lado, podemos considerar o rádio uma representação da sociedade para a qual se dirige, à medida que produz um simulacro dessa sociedade, recriando não o seu dia-a-dia, a sua cultura, seu hábito, mas a sua aparência, de acordo com a sua perspectiva. A sua representação faz-se no sentido de imitar, o que significa dizer a não construção de uma identidade própria. A linguagem é uma mera expressão, veículo ou embalagem de uma idéia que lhe é exterior.

Buscando compreender como ocorre a representação da sociedade, mediada pela mídia rádio, recorremos a Arlindo Machado, que chama a atenção para a concepção formulada por Bakhtin, onde a "representação das coisas" dá-se de forma dupla e contraditória, uma vez que "os signos, ao mesmo tempo

[5] No geral, o estudo contempla 16 emissoras regulamentadas junto ao Ministério das Comunicações, sendo 10 emissoras que transmitem em freqüência modulada (FM), 6 emissoras que transmitem ondas médias (AM) e 17 emissoras comunitárias.

unesp

refletem e refratam a realidade visada pela representação"[6]. Conseqüência desse processo, com raras exceções, é um rádio direcionado para favorecimentos pessoais. Um rádio, portanto, que se caracteriza como um fenômeno sígnico e ideológico, produzido de acordo com os interesses e estratégias das classes que se encontram próximas ao poder.

Porém, presenciamos o surgimento de um sistema que refrata essa realidade, constituído pelos segmentos excluídos do processo oficial de comunicação, que utilizam o rádio não-regulamentado para exteriorizar sua produção sígnica, construindo, através de emissoras comunitárias, o seu sistema de representação. Esse sistema poderá vir a agregar um novo significado à radiodifusão, atribuindo um caráter "transfigurador" aos signos, aproximando-se mais da comunidade, possibilitando ao receptor atuar também como emissor.

Assim, o rádio brasileiro, enquanto sistema de representação sígnica, manifesta-se, nesse momento, de forma dupla e contraditória, conseqüência da luta ideológica, que envolve dois segmentos sociais : os concessionários de radiodifusão, autorizados pelo Estado a explorar os canais de rádio e os radiodifusores comunitários, que operam com emissoras de baixa potência, sem autorização do governo.

Recorremos ao estudo de caso, com a finalidade de determinar como opera na prática, a rádio comunitária, estabelecendo como universo de pesquisa o mercado radiofônico de Ribeirão Preto. Na mesma proporção em que as emissoras comunitárias afirmam promover ações sociais, artísticas, culturais, educativas e informativas em benefício da comunidade em que se encontram instaladas, procurando justificar sua permanência no ar, são questionadas quanto à forma, conteúdo e o papel que desempenham na sociedade. Observados esses fatores, a presente pesquisa buscou investigar se o rádio comunitário de Ribeirão Preto tem uma identidade própria ou reproduz o modelo institucionalizado da rádio comercial. Com a aplicação do método comparativo, foi possível contrastar as duas instituições, rádio comercial e rádio comunitária, a partir de suas combinações sintagmáticas, considerando os seus principais paradigmas – grade de programação, programas, modo de comunicação, estratégia comercial e ações promocionais – e, chegar às seguintes afirmações :

- O rádio comunitário, praticado em Ribeirão Preto, caracteriza-se pelo predomínio da contigüidade, à medida que se aproxima, pela imitação, da grade de programação do rádio comercial.

- Como ocorre nas rádios comerciais, os programas das rádios comunitárias são estruturados em torno da "hora-cheia". A semelhança se faz presente

---

[6] MACHADO, Arlindo. **A ilusão espetacular**. São Paulo: Brasiliense, 1984.p. 20.

unesp

também nos nomes, aberturas, vinhetas de identificação e atrações dos programas.

- Comum entre as rádios comerciais, a prática de veiculação do slogan foi incorporada pelas emissoras comunitárias. O texto do slogan, ao mesmo tempo em as tornam conhecidas no mercado, denota o distanciamento das mesmas com a comunidade onde se encontram inseridas.

- As rádios comunitárias apresentam-se ao mercado como opção de mídia, oferecendo inserções comerciais em "breaks" sistematizados pela programação ou comunicados ao vivo, estratégias características das emissoras comerciais da cidade.

- Os programas das rádios comunitárias são estruturados em função da audiência e tem no pseudo-relacionamento interativo com o ouvinte, sua principal característica. O ouvinte é motivado a participar por telefone, carta ou e-mail de sorteios (CDs, camisetas, etc) e promoções (shows, encontros, passeios, etc.), como ocorre na rádio comercial. Esse procedimento, torna o acesso do ouvinte dentro dos padrões estabelecidos pela rádio comercial. Um acesso limitado e monitorado, já que essa interação é induzida pela própria persuasão, que se caracteriza como linguagem dominante

Em outras palavras, essa indução dá-se pelo predomínio da associação por contigüidade, já que a rádio comunitária utiliza a linguagem convencionada pela rádio comercial para estabelecer relação com seu público. Investe na comunicação ao vivo, utilizando a habilidade de um D.J. para costurar música e locução num discurso sempre alegre e ritmado. As exceções são as rádios evangélicas, onde pastores e membros da Igreja ocupam a função de locutor.

- A repetição de músicas é um procedimento estratégico, com objetivo de construir e assegurar uma audiência. Ao reproduzir essa estratégia, de programação musical da rádio comercial, a rádio comunitária faz opção pelo repertório reduzido , na tentativa de atingir um maior número de receptores.

- Ao adotar a estrutura e organização de programação da rádio comercial, a rádio comunitária reproduz o previsível, oferecendo ao público um discurso sonoro organizado, com o mesmo timbre, a mesma direção, o mesmo significado, a mesma estrutura, caracterizando o fenômeno da "pré –auditibilidade".[7]

- Esse quadro indica que as rádios comunitárias de Ribeirão Preto valem-se de fragmentos das rádios comerciais, para a construção de sua audiência. Essa imitação verossímil agrega um maior poder de persuasão e, conseqüentemente,

---

[7] SÁ, Leonardo.O sentido do som. In : NOVAES, Adauto (Org.). **Rede imaginária** : televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras; São Paulo : Secretaria Municipal de Cultura, 1991. p. 133 et seq.

unesp

facilita a aceitação social da rádio não- regulamentada, à medida que essa mimese é legitimada pela sociedade.

Através de paradigmas característicos das emissoras comerciais, as rádios comunitárias de Ribeirão Preto construíram o seu sintagma radiofônico. Na composição de sua grade de programação, utilizaram a estrutura de programas, modo de comunicação (locução), estratégia comercial e ações promocionais institucionalizadas no sintagma radiofônico comercial, o que as caracterizam como simulacros das rádios comerciais da cidade.

Na origem desse percurso, encontra-se a personagem responsável pela montagem e gerenciamento da emissora comunitária: um locutor ou técnico, com pouca informação sobre o papel da radiodifusão comunitária, portanto, ausente de consciência da própria linguagem; um colecionador de música ou um líder religioso ávido em propagar sua instituição religiosa, que utilizou o dinheiro que pagava, mensalmente, por um horário em uma emissora comercial, para montar e manter no ar uma emissora de rádio, que denomina de "comunitária". Frutos dessa simbiose, as rádios comunitárias instaladas em Ribeirão Preto, caracterizam-se pela individualidade, por pertencerem a uma pessoa ou instituição religiosa, por terem um ou mais "donos", ao invés de pertencerem à comunidade onde se encontram instaladas.

Essas constatações vêm comprovar a hipótese, de que, a programação das rádios comunitárias de Ribeirão Preto, assemelha-se no formato e conteúdo às institucionalizadas pelas emissoras comerciais, o que indica a ausência de uma identidade consolidada. A rádio comunitária situa-se na transição entre o que Castells[8] chama de *identidade de resistência,* criada por atores que se encontram em posições desvalorizadas e estigmatizadas pela lógica da dominação e, *identidade de projeto,*onde os atores sociais, utilizando o material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade, capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-la, buscam a transformação de toda a estrutura social.

Em relação ao principal questionamento estabelecido nessa investigação, podemos afirmar que as rádios comunitárias de Ribeirão Preto são simulacros das rádios comerciais, à medida que, na busca de uma identidade própria, reproduzem o formato e o conteúdo institucionalizados por essas emissoras. Conseqüentemente, não preenchem as expectativas do público e não atendem a finalidade estabelecida para o Serviço de Radiodifusão Comunitária. A Lei nº 9.612, artigo terceiro, determina, entre outros pontos, que o Serviço de Radiodifusão Comunitária tem, por finalidade, dar oportunidade à difusão de

[8] CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo : Paz e Terra, 1999. p. 23 et seq.

unesp

idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; prestar serviços de utilidade pública e assegurar a qualquer cidadão da comunidade o direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações. O artigo proíbe o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras comunitárias.[9]

Como tentamos explicitar no percurso desta dissertação, a rádio comunitária, na sua qualidade de mídia local, plural e interativa, a princípio caracterizar-se-ia pela reversão, pelo desaquecimento da própria mídia rádio. No entanto, na prática, diante do processo de apropriação histórico, político, social que sofreu, o que percebemos foi a constituição de uma outra sintaxe com signos e valores diferentes.

Entretanto, não podemos deixar de considerar a possibilidade de reestruturação do rádio praticado em Ribeirão Preto, a partir de elementos colocados em discussão e experimentados pelas emissoras comunitárias, tais como : a participação de não-especialistas na produção da programação e apresentação de programas, abertura de espaço comercial para pequenos anunciantes, divulgação do trabalho de artistas locais e a prestação de serviços de utilidade pública. Esses elementos, auxiliam na representação da sociedade, uma vez que refletem a realidade dela. Já num aspecto mais amplo, diante do processo de globalização, a rádio comunitária poderá constituir-se, juntamente com as emissoras comerciais e os canais de televisão local, em mediadores dos movimentos de construção e reconstrução de identidades.[10]

Estamos tratando da possibilidade do surgimento de um novo modelo de rádio, plural, comprometido com a sua comunidade, fruto da produção de idéias, o que caracteriza um exercício e um esforço direcionados à produção do novo. Parafraseando Lucrécia D' Aléssio Ferrara, deste "espaço degradado e desorganizado, é possível surgir um outro tempo criativo",[11] um novo meio que reúna elementos capazes de modificar o cenário linear da comunicação brasileira, que venha estabelecer o homem como objeto central e auxiliar no exercício da cidadania.

---

[9] Veja Art. 3º , da Lei nº 9.612, que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária, no Capítulo III, p. 106-107.

[10] Para a pesquisadora Valci Zuculoto o rádio brasileiro pode constituir-se em "alternativa para responder justamente a algumas das ameaças da globalização como, por exemplo, a de perdas das identidades. Ou, quem sabe, para participar da construção das novas identidades que surgirão na sociedade globalizada". ZUCULOTO, Valci Regina M. As tendências do rádio na globalização e sob o impacto das novas tecnologias: a experiência da Rede Universitária de Rádio como exemplo de busca de espaço e função. In: ZUCULOTO, Valci Regina M. As tendências do rádio na globalização e sob o impacto das novas tecnologias: a experiência da Rede Universitária de Rádio como exemplo de busca de espaço e função. In: **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19., 1996, Londrina, PR..

[11] FERRARA, Lucrécia Dáléssio. **Olhar periférico**. 2.ed. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 1999. p. 170.

unesp

BIBLIOGRAFIA

LIVROS

ALCIDES, Jota. **PRA-8** : o rádio no Brasil. Brasília : Fatorama, 1997.

ALMEIDA , Mauro. **Comunicação de massa no Brasil**. São Paulo : Júpiter, 1971.

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna**: do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo : Companhia das Letras, 1992.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia de linguagem**.8.ed. São Paulo : Editora Hucitec, 1997.

BELTRÁN, Luís Ramiro; CARDONA, Elizabeth Fox de. **Comunicação dominada** : os Estados Unidos e os meios de comunicação na América Latina. Rio de Janeiro : Paz e Terra,1981.

BERRIGAN, John; FINKBEINER, Carl. **Marketing de segmentação** . São Paulo : Makron Books, 1994.

BRECHT, Bertolt. **Teoria de la radio** (1927 – 1932) . [S.l. : s.n.], 1970.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. 3. ed. São Paulo : Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação; v.10).

CARAMELLA, Elaine. **História da arte** : fundamentos semióticos : teoria e método em debate. Bauru, SP : EDUSC, 1998.

CASÉ, Rafael. **Programa Casé** : o rádio começou aqui. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo : Paz e Terra, 1999. (A era da informação : economia, sociedade e cultura, v.2).

_____. **A sociedade em rede**. 2. ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo : Paz e Terra, 1999. (A era da informação : economia, sociedade e cultura, v.1).

COHN, Gabriel, (Coord.). **Comunicação e indústria cultural**. 5. ed. São Paulo : T.A. Queiroz, 1987.

COMISSÃO INTERNACIONAL PARA O ESTUDO DOS PROBLEMAS DA COMUNICAÇÃO. **Um mundo e muitas vozes**: comunicação e informação na nossa época.Tradução de Elaine Zagur. Rio de Janeiro : Editora Fundação Getulio Vargas, 1983.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Comunicação e Igreja no Brasil**. São Paulo : Paulus, 1994. (Estudos da CNBB,72).

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Igreja e comunicação,rumo ao novo milênio**. São Paulo : Paulus, 1997. (Estudos da CNBB,75).

COSTELLA, Antônio.**Comunicação - do grito ao satélite** (história dos meios de comunicação). São Paulo : Ed. Mantiqueira, 1978.

COGO, Denise Maria. **No ar...uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998. (Coleção : Comunicação e Estudos).

DE FLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teoria da comunicação de massa**.Tradução de Otávio Alves Velho. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

DEL BIANCO, Nélia; MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). **Rádio no Brasil**: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro : EdUERJ; Brasília, D.F.: UnB, 1999.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Tradução de Geraldo Gerson de Souza. São Paulo : Perspectiva, 1970. (Coleção Debates, v.19).

_____. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva,1985.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios da comunicação**. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1978.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da comunicação** : rádio e tv no Brasil. Petrópolis : Vozes, 1982.

FERRARA, Lucrécia Dáléssio. **Olhar periférico**. 2.ed. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 1999.

_____. **Leituras sem palavras**. São Paulo : Ática, 1986.

FERRAZ SAMPAIO, Mário. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo** (memórias de um pioneiro). Rio de Janeiro : Achiamé, 1984.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1975.

FORNARI, Ernani. **O "incrível" padre Landell de Moura**.2.ed., Rio de Janeiro : Biblioteca do Exército, 1984.

GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na comunicação**: do sílex ao silício.Tradução de Wilma Freitas Ronald de Carvalho. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1987.

GOLDFEDER, Míriam. **Por trás das ondas da Rádio Nacional** . Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1981.

GRINBERG, Máximo S. (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis :Vozes, 1987.

GUATTARI, Felix. **Revolução molecular**: pulsações políticas do desejo. 3.ed. São Paulo : Brasiliense, 1987.

KLIPPERT,Werner. **Introdução à peça radiofônica**. Tradução de George Sperber. São Paulo: Editora E.P.U., 1980

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina. **Fundamentos de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo : Atlas, 1990.

_____. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo : Atlas,1988.

LIMA, Luiz Costa, (Coord.). **Teoria da cultura de massa**. 3. ed. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1982.

LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Radiodifusão hoje**. Rio de Janeiro : Temário,1970.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão espetacular**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres** : a reforma agrária no ar. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

MARINO, Divo. **O populismo radiofônico em Ribeirão Preto**.3. ed. Ribeirão Preto, SP : [s.n.], 1977.

MARCONDES, Pyr; RAMOS, Ricardo. **200 anos de propaganda no Brasil**: do reclame ao cyber-anúncio. São Paulo : Meio & Mensagem, 1995.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo : Ática. 1989.

MANSUR, Fernando. **No ar o sucesso da Cidade**: a que pegou todo mundo de surpresa. Rio de Janeiro : JB Editora, 1984.

MELO, José Marques de (Org.). **Comunicação na América Latina**. Campinas: Papirus, 1989.

MENDES DE ALMEIDA, André. **Mídia eletrônica** : seu controle nos EUA e no Brasil. Rio de Janeiro : Forense, 1993.

MOLES, Abraham; ZELTMANN, Claude.. **La comunicación y' los mass media**. Bilbao, Espanha : Ediciones Mensajero, 1975.

MORAIS, Fernando. **Chatô** : o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand. 2. ed.São Paulo : Companhia das Letras, 1994.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro : Rio Fundo, 1991.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX.**. O espírito do tempo.Rio de Janeiro : Forense, 1975

MURCE, Renato. **Bastidores do rádio**. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1976.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 10. ed. São Paulo : Cultrix, 1995.

NEVES, Paulo. **Mixagem** : o ouvido musical do Brasil. São Paulo : Max Limonad, 1985.

NOVAES, Adauto (Org.).**Rede imaginária** : televisão e democracia. São Paulo : Companhia das Letras; São Paulo : Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no rádio**: a voz e os signos de renovação periódica. São Paulo : Annablume, 1993.

NUSDEO LOPES, Vera Maria . **O direito à informação e as concessões de rádio e televisão**. São Paulo : Edirora Revista dos Tribunais, 1997.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **Identidade, etnia e estrutura social**. São Paulo : Pioneira, 1976.

unesp

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo : Brasiliense, 1988.

_____.**Mundialização e cultura**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense,1996.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo : Brasiliense, 1985

ORTRIWANO, Gisela S. **Informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos . São Paulo : Summus, 1985.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares** : a participação na construção da cidadania. Petrópolis, R.J. : Vozes, 1988.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**. São Paulo : Cultrix, 1975.

_____. **Semiótica**. São Paulo : Perspectiva, 1977. (Coleção Estudos).

PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação**. São Paulo : Cultrix, 1997.

_____. **Semiótica e literatura**. São Paulo : Cortez e Moraes, 1979.

PINHO, José B.. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus,1996.

PRIGOGINE, Ilya. **O nascimento do tempo**. Lisboa: Edições 70, 1988.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. São Paulo : Ática, 1987.

ROVERI, Wilson. **Rádio bom demais**. Ribeirão Preto : [s.n.], 1986.

SAMPAIO, Walter. **Jornalismo audiovisual** : teoria e prática do jornalismo no rádio, tv e cinema. Petrópolis, R. J.: Vozes, 1971.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda** : teoria, técnica e prática. 7.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, SôniaVirgínia. **Rádio Nacional**: o Brasil em sintonia. 2.ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes/Funarte.1988.

SERVA, Leão P. **Babel**: a mídia antes do dilúvio e dos últimos tempos. São Paulo: Mandarim, 1997.

SCHEWE, Charles; SMITH, Reubens M. **Marketing** — conceitos, casos e aplicações. São Paulo: MCGRAW HILL, 1982.

SCHILLER, Herbert. **O império norte-americano das comunicações**. Petrópolis :Vozes, 1976.

SHINGLER, Martin; WIERINGA, Cindy. **On air** : methods and meanings of radio. London : Arnold, 1998.

SQUIRRA, Sebastião. **O século dourado a comunicação eletrônica nos EUA**. São Paulo: Summus,1995.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo : Negócio Editora,1997.

TERRERO, José Martinez. **Comunicação grupal e libertadora**.São Paulo : Paulinas, 1988.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular**: do gramofone ao rádio e TV. São Paulo: Ática,1981.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis : Vozes, 1995.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA. **Normas para publicações da UNESP**. São Paulo : Editora UNESP, 1994. 4 v.

VAMPRÉ, Octavio Augusto. **Raízes e evolução do rádio e da televisão**. Porto Alegre : FEBLAM/RBS,1979.

MONOGRAFIAS

MADRID, André Casquel. **Aspectos da teleradiodifusão brasileira**. 1972. 169 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação)- Departamento de Teatro, Cinema,Rádio e Televisão da ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo.

MEDITSCH. Eduardo Barreto. **A especificidade do rádio informativo** : um Estudo da construção, discurso e objetivação da informação jornalística no rádio, a partir de emissoras especializadas de Portugal e do Brasil em meados da década de 90. 1996.269 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação, Jornalismo) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova Lisboa, Lisboa.

NAHRA, Cintia Maria Leite. **Rádio institucional e rádio livre** : rupturas no modelo comunicacional dominante.1988.355 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

NUNES, Marisa Ap. Meliani. **Rádios livres.** O outro lado da Voz do Brasil.1995. 241 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo.

ORTRIWANO, Gisela S. **Os (des)caminhos do radiojornalismo**.1990. 210 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo.

TEIXEIRA, Teresa de Sá. **Todas as vozes** : diferentes abordagens para um conceito de rádio local.1998.140 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) Programa de Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

TRABALHOS APRESENTADOS EM EVENTOS

DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. In: **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19.,1996,Londrina, PR.

IANNI, Octavio. Globalização e Transculturação. In: **IX Encontro Nacional da ANPAP**, 9.,1997, São Paulo.

JOSÉ, Carmen Lúcia. Cultura das mídias e regionalização.In : **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19., 1996, Londrina, PR.

MAIA, Marta Regina . Rádio Livre Paulicéia : possibilidade de contra-informação. In : **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 16., 1993, São Paulo, SP.

MEDITSCH, Eduardo. A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. In : **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 20., 1997, Santos, SP.

SIGNATES, Luiz. Metodologia da pesquisa sobre programação.In : **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19., 1996, Londrina, PR.

ZUCULOTO, Valci Regina M. As tendências do rádio na globalização e sob o impacto das novas tecnologias: a experiência da Rede Universitária de Rádio como exemplo de busca de espaço e função. In: **INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 19., 1996, Londrina, PR.

ARTIGOS E MATÉRIAS DE PERÍODICOS, JORNAIS E OUTROS

BREGUÊZ, Sebastião Geraldo. Favela FM 104.5 - Uma experiência de rádio comunitária em Belo Horizonte . **Instituto Gutenberg**, Boletim n.25, Série eletrônica, Março-Abril, 1999

BROCANELLI, Rodney .Rádio livre : breve história. **Fanzine Brujeria**, Rio de Janeiro,1996.

CAPARELLI, Sérgio. Política de radiodifusão no Brasil. **Cadernos Intercom**, São Paulo : Cortez, n.8, p. 15-24, dez. 1985.

CASTRO, Daniel. Lobão hasteia a bandeira dos piratas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 jan. 2000, Ilustrada, p.14.

DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n. 20, p.133-147, dez.1993.

GINDRE, Gustavo. O papel das telecomunicações nas sociedades de crise. **Observatório da Imprensa**, n.93, 05 julho 2000.

GIRON, Luiz Antônio. Justiça Federal absolve emissora clandestina. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 mar.1994, cad.1, p.15.

_____. Evangélicas querem legalização. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 9 abr. 1994, Ilustrada, p.5-1.

GUATTARI, Felix.As rádios livres populares.**Singular & Plural**, São Paulo : Global, n. 05, p. 66-67, 1979.

MANZANO, Nivaldo T. Escândalo no ar. **Caros Amigos**, São Paulo : Casa Amarela, no 2, p.13, maio 1997.

_____. Rádio: na rabeira do mundo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 mar. 1996, Cotidiano, p.3.

MENDES,Lucas. O longo despertar do gigante.As concessões de rádio e tv no mundo. **Revista Imprensa**, São Paulo : Feeling Editora, n. 91, p. 10, 1996.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Rádio Comunitária**. Informe n. 9, janeiro de 1998.

MOTTER, Paulino. O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro: Cebela, v.1, n.1, p. 98 –116, ago.- nov.1994.

PAIVA, Fred Melo. Voz que vem do morro. Rádio pirata montada em favela de BH já foi até premiada pela ONU. **Isto É**, São Paulo : Editora Três, 28 out. 1998.

PIGATTI, Valionel Tomaz, O que é uma rádio pirata? **Caros Amigos**, São Paulo : Editora Casa Amarela, [1998?]

PIMENTEL, Spensy. Microfone aberto à população. **Caros Amigos**, São Paulo:Casa Amarela, n.3, set. p.9, set.1998.

SANTORO, Luiz F. Rádios livres : o uso popular da tecnologia. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo : Cortez, n. 6, p. 97-103, set.1981.

_____.O rádio como instrumento mágico da fé.**Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo:IMES/Cortez, n.12, p.23 – 28, out.1984.

SCHLEGEL, Rogério. Rádios piratas colocam aviões em risco. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 21 jul. 1996, cad. 3, p.5.

SPINDEL, Arnaldo.A crônica da palavra assassina.**Singular & Plural**, São Paulo : Global, n.5, p.63-65,1979.

VIEIRA, Amaral.A contradição do público versus privado e a construção da realidade pelos meios de comunicação de massa. **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro, v.1-2, n. 2, p.53-62, mar. – jun. 1984.

VIEIRA, Isabel. Rádio : ele nunca esteve tão vivo. **Singular & Plural**, São Paulo : Global, n.5, p.62, abril 1979.

A PROPOSTA do Minicom para a radiodifusão comunitária. **Jornal da AESP**, São Paulo : AESP, n. 139, p.26, ago.1995.

AESP pede fechamento das ilegais. **Jornal da AESP**, São Paulo : AESP, n.141. out. 1995.

AESP lança campanha antipirataria. **Jornal da AESP**, São Paulo : AESP, n.149, p.15, dez. 1996.

AESP quer repressão constante à pirataria. **Jornal da AESP**, São Paulo : AESP, n. 135, mar. 1995.

ABERT defende a criação de rádios comunitárias. **Jornal da AESP**, São Paulo: Aesp, n.147, p.20, set. 1996.

AMEAÇA à informação independente. **Jornal da Tarde**, São Paulo, 29 mar. 1999.s.p.

CARTA pede licença provisória às piratas. **Jornal da AESP**, São Paulo: AESP, n.139, p.25, agosto 1995.

CARTA de Águas de Lindóia. **Jornal da AESP**, São Paulo: AESP, n.141, p. 22, out. 1995.

CATÓLICOS tentam aumentar participação na TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 jan. 1999, Especial de Domingo.

FALA ACADEMICA !. **Informativo da Associação Comunitária e Cultural Acadêmica de Sertãozinho**, Sertãozinho, n.1, 1999, editorial., p.1.

unesp

IGREJA tem a maior rede de rádios do país. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 10 mar. 1996, cad. 1, p. 10.

INDUÇÃO a erro. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 set.1996, cad.1, p.3.

JUIZ do contra é a favor da liberdade total. **Revista Imprensa**, São Paulo : Feeling Editora, n.144, p.48-49, dez. 1999.

NEM um ET abriria o reverso com ondas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 06 nov. 1996, Cotidiano, p.3.

NO AR a história do rádio. **Jornal A Cidade**, Ribeirão Preto, 13 jul.1982, p.9.

ONDAS renovadas. **Veja**, São Paulo, n. 19, edição 1.130, p.70, 16 maio 1990.

RÁDIO lidera audiência durante o dia. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 15 dez.1993, Caderno 5, p.1.

SUPREMACIA do rádio cresce no interior, diz diretor da Globo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 17 dez. 1993, Caderno 5, p.7.

70 ANOS de rádio no Brasil. **Revista da ABERT**, Brasília, n. 76, p. 29, set.1992.

DOCUMENTOS E ARTIGOS DE ACESSO EM MEIO ELETRÔNICO

A MENTIRA das interferências. Disponível em <http://www.hipernet.ufsc.br/foruns/vozes/documentos/radios/>

ARAUJO, Tânia. Favela festeja concessão. **Jornal Hoje em Dia**, Belo Horizonte, 26 jan.2000. Disponível em < http://www.hojeemdia.com.br/ Hojedia.cgi>

ROCINHA, um retrato do Brasil. **Revista Raça Brasil**, janeiro2000. Disponível em < http://www2.uol.com.br/simbolo/raca/>

SILVA, Paulo Henrique. Rádio ganha concessão e não perde o caráter. **Jornal Hoje em Dia**, Belo Horizonte, 25 jan.2000. Disponível em < http://www.hojeemdia.com.br/hojedia.cgi>

OS MENINOS e as meninas da favela: um programa de prevenção e mudança de comportamento em relação às DSTs/Aids . **Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro**. Disponível em < http:// www.cfch.ufrj.br/Nucleos/rocinha.html>

ABREU, Claudia de . **Rádios Livres** - um breve histórico. Disponível em < http://www.alternex.com.br/~claudiaverde/radhisto.htm >

TOMAZ, Léo. **Que rádio se pretende legalizar?** Disponível em < http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/7543/>

SILVA, Paulo Henrique. Rádio ganha concessão e não perde o caráter. **Jornal Hoje em Dia**, Belo Horizonte, 25 jan.2000. Disponível em < http://www.hojeemdia.com.br/hojedia.cgi>

ARAUJO, Tânia. Favela festeja concessão. **Jornal Hoje em Dia**, Belo Horizonte, 26 de jan. 2000. Disponível em < http://www.hojeemdia.com.br/hojedia.cgi>

SITES PESQUISADOS - ACESSO EM MEIO ELETRÔNICO

ASSOCIAÇÃO DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO DE SÃO PAULO (AESP). Disponível em <http:// www.aesp.com.br.>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO (ABERT) . Disponível em <http:// www.abert.org.br>

CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. Disponível em < http:// www.cfch.ufrj.br/Nucleos/rocinha.html.>

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Disponível em <http:// www.observatoriodaimprensa.com.br.>

COMMUNITY BROADCASTING ASSOCIATION OF AUSTRALIA. Disponível em <http://www.cbaa.org.au>

RÁDIO FAVELA. Disponível em <http://radiofavelafm.com.br>

unesp

ASSOCIAÇÃO MUNDIAL DE RADIODIFUSORES COMUNITÁRIOS (AMARC). Disponível em <http://www.amarc.org/europe>

REDE GLOBO DE TELEVISÃO. Disponível em >http://www.redeglobo.com.br/>

NCR. Disponível em <http://www.well.com/user/jhs/free/ncra/history>

NATIONAL FEDERATION OF COMMUNITY BROADCASTERS. Disponível em <http://www.nfcb.org/whatshot.html.>

NATIONAL CAMPUS AND COMMUNITY RADIO. Disponível em <htpp://www.well.com/user/jhs/free/ncra/>

LEIS E DECRETOS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. São Paulo : Saraiva, 1988.

BRASIL. Lei n.º 4.117, 27 ago.1962, modificada pelo Decreto - Lei n.º 236, 28 fev.1967.Institui Código Brasileiro de Telecomunicações.**Vade Mecum Jurídico da Radiodifusão**, ABERT,1997.

BRASIL. Decreto nº 52.795, 31 out.1963. Regulamento dos Serviços de Radiodifusão. **Vade-Mecum Jurídico da Radiodifusão**, ABERT,1997.

BRASIL. Decreto nº 2.338, 07 out.1997. Aprova o Regulamento da Agência Nacional de Telecomunicações e dá outras providências. **Diário Oficial,** Brasília, 7 out. 1997.

BRASIL. Lei n.º 9.612, de 19 de fev. 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária. **Diário Oficial**, Brasília, 20 fev.1998.

BRASIL. Decreto n.º 2.615, 3 de jun. de 1998.Aprova o Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária. **Ministério das Comunicações**, Disponível em <http//www.mc.gov.br/>

BRASIL. Portaria nº 176, 22 jun.1998. Norma Complementar do Serviço de Radiodifusão Comunitária. **Ministério das Comunicações**, Disponível em <http//www.mc.gov.br/>

ANEXOS

ANEXO 1

Perfil das emissoras de rádio AM de Ribeirão

1.1. Rádio Clube

Sucessora da PRA-7, a primeira emissora do interior brasileiro[1], a Rádio Clube opera com o prefixo ZYK 639, na freqüência de 660 Mhz, com uma potência de 10.000 watts. É a emissora de onda média mais ouvida em Ribeirão Preto, com 5,86% de audiência, segundo revela pesquisa realizada pelo CIC, em dezembro de 1999.Sua programação pode ser sintonizada em vários países, através das ondas curtas, geradas pela ZYE 955, 19 metros, emissora que opera nos 15.416 Khz.

Uma das mais importantes emissoras do Sistema Clube de Comunicação, a Rádio Clube é dirigida artisticamente pelo empresário Paulo de Tarso Gennari Pizani e tem uma programação popular, um mix de música, entretenimento e prestação de serviço. Essa programação inclui a participação do ouvinte oferecendo música, brincadeiras comandados pelos apresentadores, pedidos de ajuda, notícias da cidade e cobertura dos dois principais times de futebol da cidade, o Botafogo e Comercial. Aliás, os programas populares, nos últimos vinte anos, constituíram-se no ponto alto da rádio Clube AM, revelando grandes comunicadores como Paulinho Boa Pessoa, Silvio Rocha, Compadre Mineiro e Léo Oliveira.

Programação Base da Rádio Clube AM, de segunda a sexta-feira :

Das 6h às 10h - Clube Verdade. Programa apresentado por Wilson Toni, que tem como principal atração, o noticiário policial, cujos repórteres cobrem as delegacias da cidade e relatam as ocorrências policiais. Enfoca também os problemas relacionados à cidade e à população, mesclando denúncias, cobranças políticas e ações assistencialistas, como pedido de ajuda financeira e medicamentos.

*Das 10h às 12h - Programa Léo Oliveira.*Programa popular apresentado pelo comunicador e ex-deputado estadual Léo Oliveira. Direcionado à dona-de-casa, tem como atrações os pedidos musicais, brincadeiras com os ouvintes, fofocas, simpatias, horóscopo, relatos de dramas pessoais e oração.

Das 12h às 13h - Clube Verdade Esportivo 1ª edição. Programa esportivo, com prioridade à cobertura do futebol profissional de Ribeirão Preto. A equipe esportiva é comandada pelo narrador César Bruno.

---

[1] Não há consenso entre os pesquisadores quanto ao posicionamento da Rádio Clube no cenário nacional da radiodifusão. De acordo com o jornalista Jota Alcides (PRA-8 – O Rádio no Brasil, p.36) é a oitava emissora a entrar em operação no Brasil. Para Wilson Roveri (Rádio Bom Demais, p. 75) é a sexta emissora. Já Demétrio Pedro Bom, diretor do Sistema Clube de Comunicação, afirma ser a PRA-7 a quarta emissora de rádio a entrar em operação no país.

unesp

Das 13h às 15h - Programa Altemar Oliveira. Programa de entretenimento e variedades, semelhante ao apresentado por Léo Oliveira.

Das 15h às 18h - Clube do Apolinário. Programa sertanejo apresentado por Apolinário.

Das 18h às 19h - Clube Verdade Esportivo 2ª edição. Programa esportivo.

Das 19h às 6h - A emissora retransmite a programação da Clube FM. Como a Rádio Clube FM, a Clube AM obteve através de liminar na justiça, o direito de não retransmitir o programa "A Voz do Brasil".

Programação Base para o sábado :

A Clube AM leva ao ar a mesma programação diária, só alternando, quando há jogo de futebol. Nesse caso, realiza a transmissão e a cobertura da partida, colocando no ar o programa Lance Final, onde comenta os jogos realizados. Das 19h às 7h, entra em cadeia com a Clube FM, retransmitindo sua programação.

Programação Base para o domingo:

Das 7h às 11h - Bom Dia Clube. Programa musical.

Das 11h às 14h - Clube Total. Programa esportivo.

*Das 14h às 15h – Vestiário.*Cobertura do futebol.

*Das 15h às 18h - Jornada Esportiva.*Transmissão de partida de futebol e cobertura dos demais jogos programados para o domingo.

Das 18h às 20h - Lance Final. Programa esportivo, que reúne informações e comentários sobre os jogo realizados.

*Das 20h às 6h – R*etransmissão da programação da Rádio Clube FM.

O estúdio da Rádio Clube AM está instalado em um prédio,na Avenida 9 de julho, 600, que tornou-se conhecido em Ribeirão Preto como a "Casa da Clube".

1.2. Rádio CMN

A CMN, Central Mogiana de Notícias, ocupa vice-liderança entre as emissoras de ondas médias da cidade, com índice de audiência de 3,79%, segundo revela a Pesquisa Geral de Audiência, realizada pelo CIC. A emissora é a sucessora da Rádio Renascença, a mais nova das emissoras AM de Ribeirão Preto. Sua concessão foi outorgada a um grupo de empresários e profissionais liberais de Ribeirão Preto, constituído por José Maria Morgade de Miranda,

Osmani Emboaba, Wilson Roveri, Sebastião Porto, Francisco Degani, Adolfo Ueiad, Winslow Ignati, Jacintho Rodrigues Silva, Edenilson Rodrigues, Jarbas Viana e Sérgio Peres, que a colocou no ar pela primeira vez no dia 2 de março de 1969. Em 1973, já com a sociedade desfeita, a rádio foi vendida à família Bonini, proprietária da Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP). Hoje, o controle acionário da emissora pertence à Prof[a]. Elmara Lucia Bonini Corauci, Reitora da Universidade de Ribeirão Preto, que exerce a direção geral da emissora, em conjunto com seu marido, o deputado federal Valdemar Corauci Sobrinho.

A rádio Renascença passou a denominar-se CMN Canal 750 no dia 5 de julho de 1993, como parte de uma estratégia de revitalização de sua programação. Adotando como slogan "O rádio na velocidade da notícia", a CMN passou a priorizar a notícia e a prestação de serviço.

Buscando aproximar-se ainda mais do seu ouvinte, a emissora implantou em julho de 1996, o Teleserviço CMN, um sistema desenvolvido para atender à população, recebendo e fornecendo informações; denúncias, utilidades públicas, reclamações, pedidos, dúvidas, perguntas, esclarecimentos e sugestões. O sistema opera 24 horas, através de linhas telefônicas e um fax, que recebem e encaminham as informações para os diversos programas jornalísticos que compõem a programação da emissora. As denúncias e reclamações recebidas, além de serem divulgadas, são enviadas aos órgãos competentes, cujas respostas, posteriormente, são encaminhadas aos ouvintes.

Transmitindo, sob o prefixo ZYK 642, em Onda Média, na freqüência de 750 Khz, a Rádio CMN opera com uma potência de 10 mil watts. Desde agosto de1998, integra a Rede Jovem Pan Sat, retransmitindo os seus principais programas jornalísticos, reforçando, com qualidade, o conteúdo de sua programação local.

Programação Base da Rádio CMN , de segunda à sexta-feira :

Das 4h às 5h55min - Programa Luís Paraguai. Programa sertanejo, com oferecimento de músicas, piadas e sorteios.

Das 5h55min às 6h - Estou Pensando. Crônicas apresentadas por Cônego Arnaldo, da Igreja Católica.

Das 6h às 7h - Jornal da Manhã. Noticiário sobre os acontecimentos do Brasil e do mundo, além da participação de repórteres e entrevistados da área política, econômica e social do país. Participação dos correspondentes internacionais. Produção: Departamento de Jornalismo da Jovem Pan. Locução: Franco Neto, Oliveira Junior, Roberto Muller, Antônio Freitas. Comentários de Anchieta Filho e Paulo Pontes

Das 7h às 7h10min - Bom Dia Torcedor. Comentário esportivo de João Gilberto, cronista esportivo que cobre os clubes de futebol de Ribeirão Preto.

Das 7h10min às 9h30min - Larga Brasa. Programa apresentado pelos jornalistas Antônio Carlos Morandini, vereador da Câmara Municipal de Ribeirão Preto, e J. Beschisa, abordando os fatos que são notícias, a análise política da cidade, com reportagens e entrevistas ao vivo.

Das 9h30min às 10h30min - CMN Hoje. Programa de entretenimento e informação, apresentado pelo radialista e jornalista J. Beschisa.

*Das 10h30min às 12h - Bom Dia Ribeirão.*Programa apresentado pelo radialista e vereador Sebastião Xavier, mesclando informação e prestação de serviço, com a participação do ouvinte, através de carta ou telefone.Sorteios, anúncios de empregos, solicitação de ajuda, etc.

Das 12h às13h - Bola Total. Programa que destaca os principais fatos esportivos, por meio de entrevistas e comentários, além de reportagens. Participação da equipe de esportes, com transmissão dos clubes, sob o comando de Wilson Rocha.

*Das 13h às 15h - Balcão de Anúncios.*Programa apresentado por Renê Andrade. Como o próprio nome diz, o programa funciona como um "balcão de anúncio", aberto ao ouvinte, para que possa levar ao ar o anúncio da venda de algum produto, oferta de um serviço, aluguel de casa, etc.

Das 15h às 17h30min - Programa Compadre Mineiro. Programa sertanejo, com muito humor e piadas, apresentado por Compadre Mineiro.

Das 17h30min às 19h - Bola Total 2ª edição. Programa que resume os principais fatos esportivos do dia. Participação da equipe de esportes que cobre Botafogo e Comercial F.C. Comando de Wilson Rocha.

Das 18h às 19h - Hora da Verdade. Programa jornalístico informando sobre os acontecimentos do país e do mundo. Balanço geral da atuação do mercado financeiro. A produção é do Departamento de Jornalismo da Jovem Pan, com participação do Departamento de Jornalismo da CMN.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

*Das 20h às 21h - Noites Sertanejas.*Programa apresentado por João Brassarola, reunindo o melhor da música sertaneja e muito humor.

*Das 21h às 23h - Programa Ciro Marçal.*Programa musical apresentado por Ciro Marçal, com participação do ouvinte, através do telefone.

unesp

Das 23h às 0h - Igreja Viva . Programa religioso.

Das 0h à 0h30min - Jornal da Meia Noite. Informativo que reúne os fatos que marcaram o dia no Brasil e no mundo. O programa apresenta, também, as últimas notícias da noite e fornece uma agenda do dia seguinte, incluindo economia, política e assuntos internacionais. A produção é do Departamento de Jornalismo da rádio Jovem Pan ,de São Paulo.

Programação Base para o sábado :

Das 4h às 6h - Amanhecer do Sertão. Programa sertanejo apresentado por João Brassarola.

Das 6h às 7h - Jornal da Manhã. Noticiário que reúne os principais acontecimentos do Brasil e do mundo. A produção é do Departamento de Jornalismo da Jovem Pan, de São Paulo.

Das 7h às 9h - Larga Brasa. Programa apresentado pelo jornalista e vereador Antônio Carlos Morandini, com notícias e a análise dos fatos políticos e ocorrências policiais registrados na cidade.

Das 9h às 12h - O Sucesso que Virou Saudade. Programa de música e variedades, apresentado pelo radialista J. Beschisa, com a participação especial do deputado federal Valdemar Corauci Sobrinho.

Das 12h às13h - Bola Total. Programa que reúne os principais fatos esportivos, por meio de entrevistas e comentários, além de reportagens envolvendo jogadores e dirigentes do esporte de Ribeirão Preto, incluindo as modalidades amadoras. Comando de Wilson Rocha.

Das 13h às 14h – Sandotran. Programa de informação e prestação de serviço.

Das 14h às 15h - Programa Mundo Musical. Programa musical apresentado por Flavio Guidoni.

Das 15h às 18h - Jornada Esportiva. Transmissão de futebol local, comandado pelo narrador Wilson Rocha ou retransmissão em cadeia pela Rede Jovem Pan Sat. No intervalo e. depois dos jogos, análise do desempenho dos jogadores,reportagens nos vestiários, apresentando os bastidores do futebol com a palavra dos atletas e dirigentes.

Das 18h às 18h15min – Loterias. Divulgação dos números sorteados nas loterias. Produção e apresentação de Rene Andrade .

Das 18h15min às 20h - Jornada Esportiva. Cobertura da rodada de futebol, com ênfase aos jogos do Botafogo e do Comercial FC.

unesp

Das 20h às 21h - Igreja Adventista do 7º Dia. Programa religioso.

Das 21h às 22h - Freqüência Universitária. Programa produzido pelos alunos do Curso de Jornalismo da UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto. Um mix de notícias, entrevistas e matérias jornalísticas.

Das 22h às 22h30min - Sindicato dos Empregados em Condomínios e Edifícios. Programa segmentado na informação e serviço, sob responsabilidade do Sindicato dos Empregados em Condôminos e Edifícios de Ribeirão Preto.

Das 22h30min à 0h - Jovem Pan e Nossa Música MPB. Programa que reúne as músicas da atualidade e as que fizeram sucesso no passado, com prioridade para a MPB. A produção é da rádio Jovem Pan ,de São Paulo.

Programação Base para o domingo :

Das 5h às 6h - Amanhecer do Sertão. Programa sertanejo apresentado por João Brassarola.

Das 6h às 10h30min - Bom Dia Ribeirão. Programa apresentado pelo radialista e vereador Sebastião Xavier, mesclando informação e prestação de serviço. O ouvinte participa através de carta ou telefone.

Das 10h30min às 13h - Esporte Amador. Programa dedicado à cobertura do esporte amador de Ribeirão Preto, com ênfase no futebol.

Das 13h às 20h - Jornada Esportiva. Transmissão do principal jogo de futebol, envolvendo time de Ribeirão Preto.Ao final, análise do desempenho dos jogadores e da arbitragem, além de reportagens diretamente dos vestiários, apresentando os bastidores do futebol com a palavra dos atletas e dirigentes. Comando de Wilson Rocha

Das 20h à 0h - Plantão de Domingo 2a Edição. Programa que encerra o domingo, apresentando comentários e entrevistas, reunindo personalidades do esporte e reportagens realizadas depois dos jogos, ouvindo jogadores e dirigentes de clubes sobre os resultados das partidas, situando os times na tabela do campeonato e sua expectativa sobre o andamento da competição. Análise dos jogos e desempenho dos jogadores, incluindo partidas internacionais e demais resultados de outras modalidades esportivas no Brasil e no mundo. A produção é do Departamento de Jornalismo da Jovem Pan e a apresentação, de Mauro Machado.

A Rádio CMN está instalada em um prédio no Jardim Paulista, na Rua Ramos de Azevedo, 622, onde mantém, além de seus estúdios, o departamento de jornalismo e os setores comercial, técnico e administrativo.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

1.3. Rádio 79

A rádio Ribeirão Preto, mais conhecida como Rádio 79, foi a segunda emissora a entrar no ar em Ribeirão Preto. Começou a operar no dia 22 de dezembro de 1953, em ondas médias, com o prefixo ZYR-79. A concessão, assinada por Getúlio Vargas outorgou a emissora a Salvador Salermo, José Vieira de Souza, Antônio Bonaparte de Moraes e Mário Fiori, irmão do então deputado pelo PTB, Romeu José Fiori. O controle acionário da emissora foi adquirido por empresários ligados à Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto e, posteriormente, transferido a um grupo de funcionários e empresários, entre os quais Octávio de Souza Silveira, Welson Gasparini e Miguel Leporassi, que a mantêm no ar.

A Rádio 79 obteve o índice de 2,79%, na pesquisa de audiência realizada pelo CIC entre as emissoras que operam em Ribeirão Preto, o que a coloca em terceiro lugar entre as rádios de Onda Média. Operando na freqüência de 590 Khz, com uma potência de 5.000 Watts, a emissora retransmite sua programação, através de onda tropical, na freqüência de 3.205 Khz, onda de 93,6 metros.

A Rádio 79 sempre se caracterizou pela programação popular, direcionada para ouvintes das classes C, D e E. Por essa razão, os programas são produzidos com a participação direta dos ouvintes, mesclando música, notícias da cidade, esportes, prestação de serviço, política e religião. A emissora tornou-se famosa por eleger seus locutores : Welson Gasparini foi Prefeito de Ribeirão Preto por três legislaturas[2] e uma vez Deputado Federal; Corauci Neto, Antônio Carlos Morandini e Vicente Seixas vêm se reelegendo no cargo de vereadores há várias legislaturas, além de Gasparini Jr., que fez sua estréia na emissora e na Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

Programação Base da Rádio 79, de segunda à sexta-feira :

Das 4h às 4h50min - Compadre J. Nelson. Programa Sertanejo.

Das 4h50min às 6h55min – Momentos com Maria. Religioso Católico.

Das 6h55min às 7h - Bom Dia Esporte. Noticiário Esportivo.

Das 7h às 10h - Fala Ribeirão. Programa comandado por Welson Gasparini e Gasparini Jr. que têm, como principal atração, a cobertura e o comentário dos acontecimentos políticos e administrativos da cidade . Enfatiza,

---

[2] A utilização do rádio AM de Ribeirão Preto, com fins políticos e o fenômeno político Gasparini, inspirou o professor Divo Marino, a escrever o ensaio "O populismo radiofônico em Ribeirão Preto", cuja primeira edição foi publicada em 1975.

unesp

principalmente, os problemas relacionados à população carente, mesclando denuncias, cobranças políticas a ações assistencialistas, como pedido de ajuda financeira, doação de alimentos, roupas e problemas de saúde, entre outros.

Das 10h às 11h20min - Show do Corauci. Musical variado, apresentado pelo radialista Corauci Neto, com participação do ouvinte, por telefone ou carta. O programa apresenta quadros populares como "Parabéns ao Aniversariante".

Das 11h20min às 12h30min - Matinal Esportiva. Programa esportivo com prioridade à cobertura do futebol profissional de Ribeirão Preto.

Das 12h30min às 14h30min - Programa Márcia Heloisa Schiavone. Direcionado ao público feminino, o programa mescla musica, horóscopo, fofocas e informações diversas. Entre os quadros estão : Resumo de Novelas, Vida de Artista, Momento do Rei, Falando de Saúde e Conversa ao Pé-de-Fogão.

Das 14h30min às 16h30min - Corauci Neto Show. Musical variado, também apresentado pelo radialista Corauci Neto, com participação do ouvinte. Entre as atrações do programa, estão música, piada, charadas e os quadros "Desafio Musical pai e Filho" e "Corrente do Pensamento Positivo".

Das 16h30min às 17h45min - Ronda da Cidade. Programa jornalístico apresentado pelo radialista Antônio Magrini. Cobertura dos acontecimentos da cidade, ocorrências policiais e comentários dos principais fatos políticos.

Das 17h45min às 18h10min - Igreja Internacional da Graça de Deus. Programa religioso evangélico.

Das 18h10min às 19h - Antenas Esportivas. Programa esportivo, direcionado à cobertura do futebol profissional de Ribeirão Preto.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

Das 20h às 21h30min - Noite Sertaneja. Programa sertanejo, produzido e apresentado pelo comunicador Sabido.

Das 21h30min às 22h30min - *Associação Nova Geração*. Programa religioso.

Das 22h30min à 1h - Romântico . Programa musical, segmentado no estilo romântico, apresentado por Irene Francisco.

1h - Encerramento das transmissões da emissora.

Programação Base para o sábado :

A programação matinal é a mesma, levada ao ar de segunda à sexta-feira. As alterações ocorrem no período da tarde, com Luiz Eduardo apresentando, das 17h45min às 19h30min, o musical variado "Planeta Vida" e na seqüência, o

programa religioso "A Voz de Wesleyana", com duração de meia hora. Quando se realiza uma partida, envolvendo um dos dois times de futebol profissional de Ribeirão Preto, Botafogo ou Comercial, entra no ar a Jornada Esportiva.

Programação Base para o domingo :

Das 6h às 7h - Verdade e Luz.Programa religioso, apresentado sob a responsabilidade da Sociedade Espírita de Ribeirão Preto.

Das 7h às 8h - Programa Vicente Seixas. Musical-variado apresentado pelo radialista e vereador Vicente Seixas.

Das 8h às 11h30min - Programa J.C.Caparelli. Musical variado, aberto à participação do ouvinte, apresentado pelo radialista José Carlos Caparelli.

Das 11h30min às 13h - Boa Música Italiana. Musical apresentado pelo ex-vereador Antônio Lorenzato.

Das 13h às 14h - Palpitão Premiado. Programa esportivo apresentado pelo radialista Ricardo Tardelli, onde o ouvinte participa, dando por telefone, seu palpite sobre o resultado de uma partida.

Das 14h às 19h30min - Jornada Esportiva. Transmissão esportiva.

Das 19h30min às 21h - Programa J.C.Caparelli. Musical-variado apresentado pelo radialista José Carlos Caparelli.

Das 21h à 1h - Igreja Internacional da Graça de Deus. Programa religioso evangélico.

Os escritórios, estúdios e auditório da Rádio 79 estão localizados na Av. Jerônimo Gonçalves nº 640, no Shopping Center da Estação Rodoviária de Ribeirão Preto. Os transmissores da emissora estão instalados na Av. Patriarca s/n, no Parque Ribeirão Preto.

1.4. Rádio Thathi-CBN

A Rádio Thathi pertence ao empresário Chain Zaher e integra o grupo COC de Comunicação e Ensino, que também mantêm a TV Thathi. No entanto, sua origem remonta a 4 de setembro de 1959, quando começou a transmitir do alto da Livraria Eldorado, na Rua Tibiriçá, centro da cidade, com o nome de Rádio Brasiliense.

O responsável pela montagem da emissora, a quarta, em onda média de Ribeirão Preto, foi Pedro Worms, que transferiu seu controle acionário para a Rede Piratininga de Rádio. Em 1970, foi adquirida pelo empresário Cid José

unesp

Machado dos Santos, que por sua vez, em 1984, transferiu seu controle acionário para o grupo empresarial liderado pelo então Prefeito de Ribeirão Preto João Gilberto Sampaio. A emissora passou a denominar-se Rádio Tropical e em 1996, Rádio Tropical-Jovem Pan, integrando a Rede Pan Sat. Em 1997, foi adquirida pelo empresário Chain Zaher e passou a chamar-se Rádio Thathi. Um ano depois, desligou-se da Rede Pan Sat e passou a retransmitir a programação da Central Brasileira de Notícias (CBN), emissora do Sistema Globo de Rádio. A estréia da nova programação ocorreu no dia 01 de agosto de 1998, marcando o nascimento da Rádio Thathi-CBN, adotando o slogan "A Rádio que Toca Notícia".

Operando em onda média, nos1270 Khz, com uma potência de 5.000 watts, a Thathi-CBN é uma emissora que transmite notícias 24 horas por dia. Em Ribeirão Preto, opera, por meio de uma equipe de jornalismo, formada por um âncora e três repórteres, sob a direção do jornalista Marcos de Assis, responsável pela cobertura das informações da cidade e da região e uma equipe de esportes, que também acumulam a produção de notícias para a TV Thathi.

Programação Base da Rádio Thathi-CBN, de segunda à sexta-feira :

Das 0h às 4h - CBN Madrugada. Programa jornalístico interativo, onde de todo o país, os ouvintes participam, através do telefone, fax e Internet. Na pauta, os assuntos mais importantes do dia. Apresentação de Alves de Mello.

Das 4h às 6h - CBN Primeiras Notícias. Informativo, reunindo os assuntos de maior interesse para o dia-a-dia do ouvinte. Programa comandado por Everson Passos.

Das 6h às 9h - Jornal da CBN . As notícias mais importantes do país e do mundo. Apresentação de Heródoto Barbeiro e participação dos principais comentaristas das áreas econômica, política e esportiva.

Das 9h às 11h - CBN Ribeirão. Notícias e prestação de serviço. A cobertura dos fatos que acontecem em Ribeirão Preto e região.

Das 11h às 12h - Thathi Esportes. Os acontecimentos do esporte, analisados e comentados pela equipe de Esportes da Rádio Thathi.

Das 12h às 14h - CBN Brasil . As notícias recentes. O balanço do que foi destaque na manhã, no Brasil e no mundo. Participação dos comentaristas e correspondentes da CBN. Apresentação do jornalista Hermano Henning.

*Das 14h às 17h - CBN Total .*Noticiário variado, reunindo entrevistas sobre comportamento, saúde e cultura. Programa apresentado por Maria Lídia.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Das 17h às 19h - Jornal da CBN 2a Edição. As últimas informações do dia, entrevistas, serviços e utilidade pública.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

Das 20h às 23h - CBN Noite Total. A repercussão dos principais fatos do dia, com entrevistas, serviços e utilidade pública.

Das 23h à 0h - CBN Primeira Edição . As principais notícias da manhã.

Programação Base para o sábado e o domingo :

Das 0h às 4h - CBN Brasil. Noticiário nacional (sábado).

*Das 4h às 6h - CBN Primeiras Notícias.*Noticiário geral (sábado).

Das 0h às 4h - CBN Madrugada (domingo).

Das 4h às 6h - CBN Palavras (domingo).

Das 6h às 9h - Jornal da CBN . Noticiário nacional.

*Das 9h às 10h - CBN Ribeirão.*Noticiário local.

Das 10h às 11h – Polêmica. Programa de entrevista, com personalidade local, enfatizando temas culturais, sociais e políticos. Apresentação de Antônio Cassone.

Das 9h às 11h - CBN Ribeirão (domingo).

Das 11h às 12h - Thathi Esportes.

Das 9h às 12h - Notícias da Manhã (domingo).

Das 12h às 12h30min - CBN Brasil.

Das 12h30min às 13h - Certas Palavras.

Das 13h às 16h - Sintonia CBN.

Das 16h às 19h - Show da Notícia..

Das 19h às 23h - CBN Noite Total.

Das 23h às 23h30min - CBN Primeira Edição.

Das 23h30min à 0h - CBN Palavras.

Das 19h às 20h - CBN Esporte Brasil (domingo).

Das 20h às 23h - CBN Noite Total (domingo).

Das 23h à 0h - CBN Primeira Edição (domingo).

A CBN conta, ainda, em seu quadro de profissionais, com correspondentes nos EUA, Inglaterra, França, Alemanha, Japão e Argentina. No Brasil tem

suporte de consagrados jornalistas: Heródoto Barbeiro, Hermano Henning, Álvaro Pereira, Miriam Leitão, Carlos Alberto Dardenberg, Gilberto Dimenstein, Salete Lemos, entre outros. Possui um estilo de programação próprio, que visa atender às necessidades de informação de um público qualificado, formador de opinião e com alto poder aquisitivo. A Thathi-CBN está localizada na Avenida 13 de maio, 650, no Jardim Paulista e ocupa, segundo pesquisa realizada pelo CIC, o quarto lugar entre as emissoras de ondas médias, no ranking de audiência das rádios de Ribeirão Preto, com 0,61 %.

1.5. Rádio Cultura

A Rádio Cultura foi a quinta emissora a entrar em operação na cidade de Ribeirão Preto, no dia 25 de agosto de 1960, através de uma concessão outorgada a José da Silva Bueno e os filhos Jaime e Rubens Bueno. No início, a Rádio Cultura transmitia de um prédio da rua Américo Brasiliense, altura do número quatrocentos (onde hoje é a Ceterp), transferindo-se para a Rua Visconde do Rio Branco, também no centro da cidade, e depois, para a Avenida Costábile Romano, 2201, nas dependências da UNAERP, uma vez adquirida pela Família Bonini.

A Rádio Cultura foi uma das mais importantes emissoras da cidade na década de 70, revelando vários profissionais; não conseguiu o mesmo desempenho na década seguinte. Em julho de 1993, passou a retransmitir a programação da Rádio CMN. Três anos depois, foi arrendada à Legião da Boa Vontade (LBV), passando a gerar uma programação baseada na música e mensagem religiosa, seguindo a orientação de Paiva Neto. Em 1988, a LBV arrendou a Rádio Cultura de Sertãozinho, deixando o canal da Cultura, aberto à Igreja Universal do Reino de Deus, do Bispo Edir Macedo.

Operando com o prefixo ZYK 641, com potência de 5.000 watts, a Rádio Cultura de Ribeirão Preto transmite em onda média, na freqüência de 1.330 Khz e tem seus estúdios instalados no Jardim Paulista, à Rua Batatais, nº 36.

Direcionada para o segmento evangélico, a programação da emissora é apresentada por bispos e pastores, que convidam os ouvintes a freqüentarem os diversos núcleos da Igreja Universal do Reino de Deus, espalhados por Ribeirão Preto e região.Essa mensagem é reforçada, durante todo a programação, através de spots, que orientam a localização dos templos e horários dos cultos.

Os hinos e as músicas religiosas ocupam a maior parte da programação da emissora, que permanece 24 horas no ar. De hora em hora, são apresentados testemunhos de conversão à igreja. Os bispos e pastores-locutores, fazem orações pelos drogados, aidéticos e prostitutas; benzem o "copo de água" dos ouvintes e fazem a "consagração do óleo, para ungir os membros da igreja".

unesp

O ouvinte pode ligar para a emissora e solicitar a inclusão do nome no livro de orações às 18 horas. À noite, são transmitidos, ao vivo, os cultos da Igreja Universal.

Com o slogan "24 horas transmitindo vida", a Rádio Cultura utiliza os demais meios de comunicação de massa, sob controle da Igreja Universal do Reino de Deus[3], para divulgar sua programação. Um filme institucional, veiculado diariamente pela TV Record e Rede Família de Televisão anuncia que a Cultura transmite a "Palavra de Deus", ao mesmo tempo em que convida os telespectadores a ligarem para a emissora de rádio, pedir e oferecer música. Na pesquisa de audiência radiofônica, realizada pelo CIC, a Rádio Cultura AM detém um índice de audiência de 0,28%, ocupando o penúltimo lugar, tanto entre as emissoras de ondas médias, quanto na classificação geral, que reúne todas as emissoras que operam em Ribeirão Preto.

1.6. Rádio Show

A Rádio Show é a herdeira do prefixo da Rádio Colorado, e a terceira emissora a entrar em operação em Ribeirão Preto. Aberta em 17 de setembro de 1957, por Salvador Salermo e Mário Fiori, que haviam vendido a rádio Ribeirão Preto para um grupo ligado à Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto, a Rádio Colorado começou a operar, a partir de um prédio na rua General Osório, onde hoje funciona o Black Stream Hotel. Isso aconteceu, apesar de sua concessão ter sido outorgada para o Município de Jardinópolis. Posteriormente, transferiu seus estúdios para um prédio, localizado na Rua Duque de Caxias, entre a Av. Jerônimo Gonçalves e a Rua José Bonifácio, transformado-se em uma verdadeira "escola para locutores". Todo jovem que sonhava com a carreira de locutor, encontrava na Colorado a oportunidade para mostrar o seu talento.

Depois de anos, praticamente marginalizada pelo mercado radiofônico de Ribeirão Preto, o prefixo da Colorado foi negociado com empresários de São Paulo, passando a ser denominada de Rádio Tupi. Em 1993, a emissora foi instalada no Conjunto 1504, no Edifício Monte Líbano, localizado na Rua Cerqueira César, 481 e arrendada à Legião de Boa Vontade, que a utilizou para retransmitir seus programas religiosos.

Dois anos depois, em 1995, a emissora foi adquirida pelo então deputado federal Wagner Rossi e recebeu o nome de Rádio Show. A nova rádio foi instalada em uma casa na Rua Elpídio Gomes, 366, na Vila Amélia, especialmente preparada para abrigar dois estúdios (um para geração da programação e outro para gravação de comerciais) e toda infra-estrutura

[3] Além da Rádio Cultura AM, a Igreja Universal do Reino de Deus controla em Ribeirão Preto outra emissora de rádio, a FM 92 e duas emissoras de televisão, (TV Record e Rede Família de Televisão.

unesp

necessária para o funcionamento da emissora. Mesclando novos comunicadores, como Baleia Rossi (filho do deputado Wagner Rossi) e radialistas consagrados, como Antônio Carlos Morandini e Compadre Mineiro, a Rádio Show passou a representar uma nova opção, não apenas aos ouvintes de rádio, mas também aos profissionais de Ribeirão Preto. Uma expectativa que durou pouco tempo, terminando em 1997, com o arrendamento da rádio para a Igreja Pentecostal Deus é Amor, liderada pelo Missionário Davi Miranda.

Transmitindo na freqüência de 1.050 Khz, com potência de 10.000 watts, a ZYK 601, a Rádio Show é utilizada como meio de evangelização da Igreja Pentecostal Deus é Amor. A programação da emissora é apresentada por pastores, marcada por testemunhos e depoimentos de "irmãos curados pela intervenção divina", uma vez libertados dos "satanás, diabos, capetas e demônios". Seu ponto alto é a participação inflamada do Missionário Davi Miranda, apresentando inúmeros e variados casos de curas e milagres.

Programação Base da Rádio Show :

Das 7h às 8h - Mensagem do Missionário Davi Miranda .

Das 8h às 12h - Voz da Libertação. Programa apresentado por "obreiros" da igreja, reunindo depoimentos, testemunhos, orações e hinos religiosos.

Das 12h às 14h - Mensagens Cantadas. Programa comandado pelo Irmão Lourival de Almeida , seguindo a mesma linha do anterior.

Das 14h às 18h - Espaço Família Cristã. Programa apresentado pela Irmã Eni Oliveira de Miranda, reunindo mensagens, orações, testemunhos e hinos.

Das 18h às 19h - Voz da Libertação. Programa com a participação de missionários e da comunidade religiosa, na mesma linha dos outros programas.

Durante todo a programação, o ouvinte é incentivado a telefonar, a oferecer música ou solicitar uma oração, como também é convidado a participar dos cultos da Igreja Pentecostal Deus é Amor. Com 0,17% de audiência, a Rádio Show é a última colocada entre as emissoras de Ribeirão Preto, segundo a Pesquisa Geral de Audiência do CIC, realizada em dezembro de 1999.

unesp

ANEXO 2

Perfil das emissoras de rádio FM de Ribeirão

2.1. Rádio Melody FM

A trajetória da Melody FM não pode ser traçada, sem que se mencione duas referências históricas do rádio FM de Ribeirão Preto, Cultura FM e FM Cidade. As duas são antecessoras da Melody, tendo ocupado o mesmo prefixo, ZYD 904, Canal 904, embora em momentos e condições diferenciadas.

A Rádio Cultura FM iniciou suas transmissões no dia 15 de junho de 1984, sob a direção de Fábio Teixeira Cardoso. Em pouco tempo, a emissora conquistou seu espaço na cidade, graças a uma programação simples, porém inovadora para a época, mesclando sucessos românticos e flash-backs, apresentados por comunicadores experientes como Dirceu Coelho, Milton Rabelo e Moacir "Jatobá" Thomazine.

O sucesso propiciou à pequena emissora a oportunidade de integrar o Sistema Clube de Comunicação, o que ocorreu em 1985, através da formalização de uma associação entre o empresário Fábio Teixeira Cardoso e os sócios-proprietários do Sistema Clube. No ano seguinte, a emissora trocou o estúdio, que funcionava junto à sua torre de transmissão, próximo do bairro Adelino Simione, por modernas instalações na Avenida 9 julho e ganhou novos equipamentos. A sociedade durou pouco mais de um ano e, ainda em 1986, a Rádio Cultura passou a integrar, definitivamente, o patrimônio do Sistema Clube de Comunicação.

Em 1987, sob a nova administração, a Cultura FM passou a denominar-se FM Cidade, assim permanecendo até 1992, quando mudou para Melody FM, atendendo solicitação dos detentores da marca "Cidade", proprietários da Rádio Cidade FM, do Rio de Janeiro.

Apesar das mudanças de nome, a emissora sempre manteve sua essência: a programação leve e romântica, alternando sucesso e flash-back, sem sorteios, promoções e fechada à participação do ouvinte. Segmentada no público adulto, no estilo das emissoras "adult" norte-americanas, com grande aceitação em consultórios, escritórios e estabelecimentos comerciais, a Melody é utilizada como sistema de som ambiente. Aliás, pesquisa de audiência do CIC, realizada em Pontos de Vendas, indica a Melody como a vice-líder no segmento, com 13,33%, atrás apenas da Clube FM, que tem 21,39%. Já na Pesquisa Geral de Audiência, a Melody é a quarta colocada, com 9,26%; a Quinta na Pesquisa Geral em Automóveis, com 9,33% e a sexta colocada na Pesquisa Geral em Residências, com 8,32%.

Com o slogan "A Emissora dos Grandes Momentos", a Melody FM tem programação ao vivo, de segunda à sexta-feira, das seis da manhã à meia-noite, operando através de um sistema informatizado, durante a madrugada, entre a meia-noite e seis da manhã. O computador também é responsável pela manutenção da emissora no ar no final-de-semana, no período entre as 19 horas

unesp

de sábado até às 6 horas da manhã de segunda-feira. Para isso, a Melody utiliza como suporte o sistema Áudio Vault, desenvolvido pela empresa norte-americana Broadcast Electronics.

Programação Base e locutores da Rádio Melody FM :

Das 6h às 10h - Paulinho Paradise apresenta *Momentos da Música Brasileira* (6h às 7h) e programação normal até às 10 horas

Das 10h às 14h30min - Vânia Mara dá seqüência à programação até às 12 horas, quando apresenta T*oque de Amor* (12h às 13h), retomando depois a programação normal da emissora.

Das 14h30min às 19h - Fran Morena segue com a programação normal até às 18 horas, quando apresenta *Flash Back Golden Hits* até às 19 horas.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

Das 20h à 0h - Carlos Furlaneto apresenta *Music in the Night.*

Das 0h às 6h - seqüência da programação *Music in the Night*, gerada por computador .

A Melody FM opera na freqüência de 94,1Mhz, com um transmissor de 10.000 watts, cobrindo uma área de 100 quilômetros ao redor de Ribeirão Preto e sul de Minas. A emissora é dirigida artisticamente pelo empresário Paulo de Tarso Gennari Pizani. Ao anunciante da Melody são oferecidas duas opções de inserção da mensagem publicitária: texto ao vivo, através de Patrocínio Americano e inserção de mensagem gravada (spot ou jingle), nos breaks comerciais, de 15 em 15 minutos.

2.2. Rádio Difusora FM

Inaugurada no dia 28 de setembro de 1989, a Difusora FM - 91,3 Mhz, cobre uma área de 260 quilômetros do nordeste paulista e sul de minas, abrangendo cerca de 98 municípios, com uma potência irradiada de 75.000 watts.

A emissora que utiliza o prefixo ZYD 988, canal 217, tem a razão social de Rádio Difusora Mogiana Comunicação Ltda e integra as Emissoras Regionais de Ribeirão Preto, conglomerado de oito emissoras de rádio dirigidas por João Fernandes Molina e Josmara Bianco Molina.

A Difusora FM entrou no ar, segmentada no público jovem, que gosta de música pop, dance, rock e os melhores gêneros brasileiros e de pouca conversa, tanto é que adotou o slogan "Chega de Blá, Blá, Blá". Com a programação dinâmica, ágil e grandes promoções, entre shows, competições esportivas,

unesp

sorteios de brindes e prêmios, sempre através da participação direta do ouvinte, alcançou a liderança do público jovem, em abril de 1991, ficando com 57% da audiência, na faixa etária de 15 a 19 anos, de segunda a sexta-feira, contra 37% da Clube FM, a segunda colocada, de acordo com a pesquisa IBOPE. Essa liderança se repetiu na pesquisa realizada todos os dias (de segunda a segunda), embora os números fossem diferentes: 54% da audiência, contra 38% da emissora segunda colocada, a Clube FM. Nessa época, a emissora funcionava junto à torre de transmissão, na Rua Paraná, 1761, Alto do Ipiranga. Tinha a direção geral do empresário José Adolfo Bianco Molina e a coordenação artística do radialista e jornalista Gil Santiago.

Uma vez concluída essa fase de implantação, a emissora consolidou-se, entre as melhores do mercado de Ribeirão Preto, posicionando-se todas as vezes, entre as cinco maiores audiências da cidade.

Em 1999, transferiu-se para a Central de Radiodifusão José Adolfo Bianco, localizada na Avenida José Adolfo Bianco Molina, 2.110, no Jardim Itamaraty. Utilizando equipamentos de última geração, estúdio totalmente informatizado com qualidade digital a emissora iniciou uma nova fase, aproximando-se ainda mais da juventude e de seus anunciantes. Uma das estratégias foi a criação do "Comando Difusora", unidade de transmissão móvel que fala ao vivo de qualquer parte da cidade, promove eventos e produtos, movimentando o público-alvo.Um outro aspecto é que a entrada da emissora na internet abriu um novo espaço à participação do ouvinte, que interfere diretamente na programação, é claro, dentro de limites pré-estabelecidos. Mantendo-se no ar 24 horas, com locutores (D.J.) ao vivo, a emissora trabalha com uma grade de programação padrão, fazendo poucas alterações no final-de-semana.

Programação Base da Rádio Difusora FM, de segunda à sexta-feira:

Das 7h às 9h - Sem Parar. Programação musical, aberto às indicações do ouvinte. Apresentação : Manzano.

Das 12h às 14h - Casa da Sogra. Música e a participação direta do ouvinte por telefone, fax ou e-mail. Apresentação : Jason.

Das 14h às 15h - News Beat. Programa mostra os lançamentos e as novidades das gravadoras. Apresentação : Rui Bala.

Das 15h às 17h - Mandando Bala. Programa que tem a participação do ouvinte, emitindo sua opinião sobre temas diversos, através de telefone, fax ou e-mail. Apresentação :Rui Bala.

Das 17h às 17h30min - Top 5. As melhores músicas do dia.Apresentação: Rui Bala.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

Das 20h às 21h - Toca Toca. Participação do ouvinte, indicando sua música pelo telefone . Apresentação: Fabiano.

Das 22h à 0h - Insônia . Músical que tem a participação do ouvinte, emitindo sua opinião sobre assuntos diversos e oferecendo música.Apresentação: Luciano.

Das 0h às 2h - Difusora on line. Música e a participação do ouvinte, através de e-mail. Apresentação: Luciano.

Das 2h às 6h – Disparada. Música que é sucesso. Apresentação: Marinho.

Das 6h às 7h – *Disparada.* Seqüência da programação, com a apresentação de Manzano.

Programação para a sexta-feira :

Entra na programação, das 22h às 23h, o programa *Energy*, com os DJs Tom, Waltinho e Rui Bala, tocando músicas thecno e house.

Programação para o sábado:

Programação normal, até o início da tarde.

Das 17h00 às 19h00 -Top 20 Difusora - as vinte melhores músicas da semana.

Das 20h às 21h - Toca Toca. Através do telefone ou e-mail, *o* ouvinte indica a música e faz a programação do horário.

Das 22h à 0h - Balança Ribeirão. Músicas mixadas, para dançar.

Programação para o domingo :

Das 2h às 6h – *Disparada*.Programação musical .

Das 6h às 8h - Arquivo 91. Programação com músicas do passado: Flash e Mid Back .

Das 11h às 12h - Território Nacional. Programação com música nacional.

Das 19h às 21h - Toca Toca. Participação do ouvinte, indicando sua música pelo telefone.

Das 22h às 2h - *Difusora on line.* Música e a participação do ouvinte, através de e-mail.

A Difusora FM estabeleceu um diferencial, em relação às demais emissoras, ao implantar breaks comerciais com horários diferenciados, alternando entre 15 a 15 minutos, 20 a 20 minutos ou até 30 minutos.As

outras opções de inserção de mensagem publicitária na emissora são, através de Patrocínio Americano, por meio de comunicação ao vivo, em horário determinado e sem concorrência direta e comunicação ao vivo, com a entrada de um locutor do ponto de venda, utilizando as unidades móveis da emissora.

No que diz respeito à pesquisa de audiência, a Difusora FM é a quinta colocada na Pesquisa Geral de Emissoras, com 9,21%, segundo apurou o CIC. Na Pesquisa Geral em Residências, a emissora ocupa o quarto lugar, com 6,39%; o terceiro lugar na pesquisa Geral em Pontos de Vendas, com 12,5% e divide o segundo lugar da Pesquisa Geral em Automóveis com a Conquista FM, registrando índice de 14,67% .

2.3. Rádio Jovem Pan FM

É a mais nova emissora a entrar no mercado radiofônico de Ribeirão Preto. Começou a transmitir em junho de 1.996, utilizando o canal pertencente à Rádio Universal FM de Brodósqui, cidade que fica há 20 quilômetros de Ribeirão Preto. A emissora foi arrendada pelo empresário Bento Vidal de Andrade, junto do empresário Antônio José Fabri, que ainda é o concessionário da emissora. Fabri, que é político filiado ao PTB, foi prefeito de Brodósqui, no período de 1989 a 1992; também é concessionário da TV Universal de Brodósqui (UHF), que retransmite a programação da TV Educativa do Rio de Janeiro

Com estúdio em Brodósqui, à Rua Antônio Gotardo Bernardes, s/n, no Distrito Industrial, a emissora retransmite a programação da Rede Jovem Pan Sat e comercializa seus produtos em Ribeirão Preto, adquirindo dessa forma, a característica ribeirãopretana, autodenominando-se Rádio Jovem Pan de Ribeirão Preto. Para reforçar esse vínculo, desde 1998 mantém um estúdio de gravação e apoio em Ribeirão Preto, instalado na Avenida Presidente Vargas, 1.100, sala 7. Com o objetivo de reforçar o sinal da emissora na cidade, a nova direção também transferiu a torre de transmissão para Ribeirão Preto, instalando-a no anel viário, rodovia Ribeirão-Araraquara.

A Jovem Pan opera em 106,7 Mhz, com potência de 1.000 watts, cobrindo uma área superior a 30 quilômetros, com uma programação musical direcionada ao público jovem, explorando o humor e promoções.

Programação Base da Rádio Jovem Pan FM :

Clássicos da Pan - programa que traz os melhores "Flash Backs". De segunda à sexta-feira, das 6h às 7h.

unesp

Paulo Jalaska - programa apresentado por Paulo Jalaska, cujas maiores características são irreverência e improviso, com o objetivo de aproximação do ouvinte, usando muito humor. De segunda à sexta-feira, das 7h às 9h.

Pânico - programa ancorado por Emílio Surita com muitas brincadeiras e gozações, onde a diversão do ouvinte é o principal objetivo. Entre as várias personalidades já entrevistadas destacam-se: Xuxa, Alanis Morissete, Rita Lee e Hebe Camargo. De segunda à sexta-feira, das 12h às 14h.

Power Tracks – programa que mostra os lançamentos em todo o mundo, além de informações sobre cinema, comportamento, música, etc. De segunda à sexta-feira, das 14h às 15h e sábado, das 21h às 23h.

Seqüência Máxima - seqüência musical de uma hora. De segunda à sexta-feira, das 17h às 18h e domingo, das 18h às 19h.

As Sete Melhores - as melhores músicas da programação Pan. Seqüência de sete músicas mais pedidas, mais tocadas e mais executadas nas principais casas noturnas do Brasil. De segunda a sexta (3 edições), sábado (4 edições), domingo (2 edições).

A melhor da Semana - uma música de sucesso recente ou lançamento mundial exclusivo, que recebe um destaque especial na programação. De segunda a sábado (6 edições) / domingo (4 edições).

Na Lata - enquete da Rede Jovem Pan SAT, realizada com jovens dos diversos pontos do Brasil. O quadro aborda temas atuais, apresentados de maneira informal e com uma roupagem dirigida ao público jovem. Diariamente em 11 edições.

Café com Bobagem - Café com Bobagem é o nome do grupo de humor que atua na Jovem Pan. Os humoristas Oscar Pardini, José Américo, Ivan de Oliveira, René Vanorden e Ênio Vivona satirizam os acontecimentos de cada dia. Muita música, imitações e improvisos. Sexta-feira, das 18h às 19h.

Só as Melhores - pouco papo e muita música. Duas horas de músicas, sem intervalos comerciais. Sábado e domingo, das 10h às 12h.

Hit Parade Brasil - um programa de variedades, que mostra além das 20 músicas mais pedidas, os lançamentos da semana, a agenda cultural das emissoras afiliadas à Rede Jovem Pan SAT e entrevistas com convidados especiais. Domingo, das 12h às 14h.

Torpedo - programa semanal, apresentado por Adriane Galisteu e Luciano Huck, aberto à participação de ouvintes da Pan em todo o Brasil, através do toll free 0800 111 109. Domingo, das 19h às 22h.

unesp

Na Pesquisa Geral de Audiência, realizada pelo CIC, a Jovem Pan ocupa a sexta posição, com o índice de 8,59%. A emissora mantém-se, também, na quinta posição nas pesquisas realizadas em Residências, com 8,39% e em Pontos de Vendas, com 9,44%. Na pesquisa Geral em Automóveis, a Jovem Pan aparece em quarto lugar, com 13,33%.

Apesar da boa performance, na pesquisa de audiência, praticamente toda programação da emissora é gerada via-satélite. O único programa local é o "Mingau Jovem Pan", que vai ao ar toda quinta-feira, das 20h às 22h, apresentado por André Nami e Tim. É um mix de música e informação sobre os eventos, gerado diretamente de bares, boates ou do estúdio da emissora .

O Departamento Comercial da Jovem Pan possui uma única opção de inserção de anúncio : através de mensagem gravada (spot ou jingle), nos breaks comerciais, de 15 em 15 minutos. A equipe de profissionais da emissora, também é reduzida, contando, além dos operadores que inserem os comerciais locais, um atendimento e um locutor.

2.4. Rádio Diário FM

A emissora entrou no ar no dia 19 de junho de 1980, montada pelo então deputado Marcelino Romano Machado, proprietário do Jornal O Diário, com o nome de "O Diário FM". Operando na freqüência de 99,7 Mhz, com o prefixo ZYD 860, canal 259, e uma potência de 33.000 watts, constituiu-se na primeira emissora de abrangência regional de Ribeirão Preto, transmitindo a mais de 80 cidades. Foi também a primeira emissora a permanecer 24 horas no ar, com locução ao vivo, operando com D.J. (locutor-operador).

Durante a segunda metade da década de setenta, a emissora tornou-se uma referência para o rádio da região, estabelecendo uma nova linguagem para o meio. No início da década de 80, mudou de nome, passando a denominar-se Diário FM, criando um diferencial em relação ao Jornal O Diário, vendido pela família Romano Machado. Sob a direção de Costábile Romano Sobrinho (Bile), a emissora viveu uma séria crise administrativo-financeira, que foi superada com a mudança da diretoria e a ascensão de Lilia Márcia Sanches Machado, esposa do empresário Marcelino Romano Machado, ao comando da emissora .

Sob a nova direção, a Diário FM voltou a crescer e com uma programação direcionada para o público jovem, chegou ao primeiro lugar na pesquisa IBOPE, em 1984. Quatro anos depois, seguindo uma tendência das emissoras FMs, adotou como identificação a própria freqüência, passando a chamar-se 99 FM. A programação também mudou para o estilo popular. Com as modificações, a emissora voltou a ocupar uma das últimas posições na pesquisa de audiência e

entrou novamente em crise. No início da década de 90, conseguiu posicionar-se melhor no mercado, retomando o nome Diário FM e optou por uma programação direcionada ao público adulto, mesclando sucesso e flash-back.

Hoje, a Diário FM encontra-se instalada em um moderno prédio, à Rua Altino Arantes, nº 932, no Jardim Sumaré, juntamente com a Conquista FM, a outra emissora que integra o grupo O Diário Rádio e Televisão Ltda. Sua diretoria é constituída por Marcelino Romano Machado (diretor superintendente), Lilia Márcia Sanches Machado (diretora administrativa), Fernando Marucci (diretor artístico), Thomas Edson Contin (diretor comercial) e José Mauro de Ávila (diretor técnico).

A programação da Diário FM é dirigida ao público adulto, das classes A, B e C. Justificando o slogan "A Rádio Sucesso", continua priorizado o sucesso, o midi e o flash-back. Como atrações, noticiário de hora-em-hora, sorteios, promoções e a participação do ouvinte, através do telefone ou e-mail. A Diário FM mantém-se no ar, de segunda-feira a sábado, das 7 da manhã até as 23 horas, com locutores ao vivo. No período entre 23 horas e 7 horas da manhã, a programação da emissora é gerada por computador, o que, também acontece entre meia-noite de sábado e às sete horas da manhã de segunda-feira. Outra característica da Diário FM é manter a mesma linha de programação no final-de-semana.

Programação Base e apresentadores da Rádio Diário FM:

Das 7h às 11h - Cid Freitas .

Das 11h às 15h - Victor Maciel.

Das 15h às 18h - Rose Mell.

Das 18h às 19h - Love Songs - as músicas românticas mais solicitadas e os sucessos de todos os tempos. Apresentação: Rose Mell.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

Das 20h às 23h - Mila Rizze.

Das 23h às 3h - Love Songs - os grandes sucessos românticos de todos os tempos. Programação gerada por computador.

Das 3h às 5h - MPB - Madrugada Popular Brasileira - sucessos da música popular brasileira. Programação gerada por computador.

Das 5h às 7h - A Caminho de Um Novo Dia - sucesso de todos os tempos, hora certa de música-em-música. Programação gerada por computador.

Como a Conquista FM, a Diário também é uma emissora totalmente informatizada. Utilizando equipamentos digitais de última geração, na gravação,

finalização, armazenamento e emissão de áudio, operando com o sistema Áudio Vault, da BE. A emissora conta inclusive com um sistema gerador de energia, que funciona a diesel, com autonomia de 72 horas, que a mantém no ar, quando ocorre queda no fornecimento de energia elétrica.

A Diário FM ocupa o oitavo lugar na pesquisa Geral de Audiência, realizada pelo CIC, com 4,91%. É a oitava na Pesquisa Geral em Residências, com 4,54%; a sétima na Pesquisa Geral em Pontos de Vendas, com índice de 6,39% e a sexta classificada, com 8%, na Pesquisa Geral em Automóveis.

O Departamento Comercial da emissora oferece ao anunciante três formatos de inserção comercial: comunicação ao vivo e personalizada, através do Patrocínio Americano; mensagem gravada (spot ou jingle) no break comercial (de 15 em 15 minutos) e comunicação ao vivo, diretamente do ponto de venda com a utilização da unidade móvel da emissora.

2.5. Rádio Independência FM

A Rádio Independência de Ribeirão Preto Ltda tem, como proprietários, Justiniano Vicente Seixas, Luís Antônio Pessini Rossi e Antônio de Barros Ramos, responsável pela direção artística e comercial da emissora. Começou a transmitir no dia 15 de maio de 1980, na freqüência de 103,5 Mhz. Hoje opera na freqüência 93,1 Mhz, com um transmissor de 5.000 Watts, atingindo um raio de 60 quilômetros, cerca de 26 cidades próximas a Ribeirão Preto. Instalada no décimo sexto andar do edifício Monte Líbano, na Rua Cerqueira César, 481, é a única emissora que tem os estúdios, transmissores e antena de transmissão no centro de Ribeirão Preto.

Mesclando música e informação, a Independência é uma emissora dirigida ao público adulto, de todas as classes sociais. Sua programação musical inclui sucessos, MPB, flash-back, pagode e música sertaneja. Aliás, foi a primeira FM a incluir o sertanejo em sua programação, inicialmente com apenas uma hora, entre as 6h e às 7h, ampliando, posteriormente, para três horas diárias, entre as 5h às 8h. Em função dessa programação variada, tem o slogan "Música para Todos os Gostos".

A Independência FM opera com o prefixo ZYD 862, canal 292, permanecendo 24 horas ao vivo. Tem em seu quadro profissional, renomados comunicadores de Ribeirão Preto, com passagens pelas principais rádios AMs da cidade, como Íris Mendes Ribeiro, Mauro Santos e Carlinhos Jr.

Programação Base da Independência FM, de segunda-feira a sábado:

Das 5h às 8h - Sertão em Som Estéreo. Programa sertanejo autêntico, com música raiz e os sucessos da atualidade. Apresentação : Gegê.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Das 8h às 11h - Som Só Brasil. Programa de samba e pagode. Apresentação : Mauro Santos.

Das 11h às 13h - Eu, Ela e a Música. Programa de variedades, músicas, curiosidades, informações e horóscopos, direcionado ao público feminino. Apresentação : Íris Ribeiro.

Das 13h às 18h - Músicas Para Todos os Gostos. Sucessos pop, flash-back, música romântica, pagode e MPB. Apresentação : Carlinhos Jr.

Das 18h às 19h - Momento Especial. Programação romântica , com base em música orquestrada. Apresentação : Hélio Miranda.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

Das 20h à 0h - Independência Boa Noite. Musical variado, com base no flash-back . Apresentação : Toninho Silva.

Das 0h às 2h - O Sucesso que Virou Saudade. Programa de flash- back, com destaque para músicas dos anos 50,60 e 70. Apresentação : Moisés.

Das 2h às 5h - Independência na Madrugada. Programação musical romântica. Não há locução, só música e vinheta da emissora .

Programação Base para o domingo :

Das 6h às 8h horas – Sertanejo. Sucessos da música sertaneja.

Das 8h às 12h - Som Só Brasil. Samba e pagode.

Das 12h às 13h - Músicas do Rei. Músicas de Roberto Carlos.

Das 13h00 às 19h00 - Samba e Pagode - sucessos e lançamentos.

Das 19h à 0h - Independência Boa Noite. Musical variado.

A Independência FM ocupa o décimo primeiro lugar na pesquisa Geral de Audiência,com 2,57%. É a décima primeira na Pesquisa Geral em Residências, com 2,45%; a oitava na Pesquisa Geral em Pontos de Vendas, com índice de 3,06% e a nona classificada, com 2,67%, na Pesquisa Geral em Automóveis.

O Departamento Comercial da emissora oferece três opções ao anunciante: texto avulso, que pode ser inserido ao vivo em toda a programação; texto ao vivo personalizado, através de Patrocínio Americano e inserção de spot ou jingle no break comercial, de quinze em quinze minutos.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

2.6. Rádio Líder FM

Operando na freqüência 103,5 Mhz, a rádio Líder FM iniciou suas transmissões em junho de 1991, integrando o Sistema Metropolitano de Rádio.

Com estúdios, transmissores e torre de transmissão, instalados na Rua Blumenau nº 173, no bairro Sumarezinho, a emissora caracterizou-se como uma retransmissora da programação da Líder de São Paulo, colocando no ar o sinal recebido via-satélite. Uma das 18 emissoras pertencentes à Rede Líder, a maior rede de rádio brasileira, com 59 emissoras retransmissoras no país.

Em 1996, sob a direção de Ivo Rodarte, a Líder FM iniciou uma nova fase em Ribeirão Preto, mesclando à programação da rede, uma programação local. A emissora assumiu a condição de rádio popular, com uma programação musical diversificada, notícias, brincadeiras, fofocas, prêmios e transmissão de futebol.

Em novembro de 1999, com a transferência da Líder FM de São Paulo para a Igreja Universal do Reino de Deus, a Líder FM de Ribeirão Preto começou a implantar uma programação local. Sob a direção de Ricardo Cirillo, optou preenchendo os horários da programação com comunicação ao vivo:

Das 8h às 12h – Thais.

Das 12h às 16h - Beto Brincadeira.

Das 16h às 19h – Tony.

Das 20h à 0h - Carlos Casale.

Das 0h às 6h - Angela Fidelos.

A essa equipe de locutores, somam-se, ainda, os operadores André Luís e Carlos Augusto. A emissora investe no slogan "A Líder Faz Sucesso", em uma programação popular, abrangendo todos os gêneros musicais (sertanejo, pagode e sucesso pop nacional e internacional), aberta à participação do ouvinte através do telefone; além de dicas e notícias locais, promoções e sorteios de prêmios.

A Líder FM ocupa o décimo segundo lugar na pesquisa Geral de Audiência, realizada pelo CIC, com 2,29%. É a décima segunda na Pesquisa Geral em Residências, com 2,17%; a décima na Pesquisa Geral em Pontos de Vendas, com índice de 2,78% e a décima classificada, com 2,17%, na Pesquisa Geral em Automóveis.

A emissora opera com potência de 20.000 watts, alcançando mais de 60 cidades da região de Ribeirão Preto. Ao anunciante, o Departamento Comercial da emissora oferece a opções de texto avulso, ao vivo; merchandising, também com texto ao vivo; inserção de mensagem gravada (spot ou jingle), no break comercial e pedágio, com entradas ao vivo, direto do estabelecimento anunciante.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

2.7. Rádio 92 FM

A 92 FM é a sucessora da Transamérica FM, que por sua vez sucedeu a Studio 92 e esta à Rádio Alvorada FM, que iniciou suas transmissões em 1976.

A Alvorada foi a segunda emissora de freqüência modulada a operar em Ribeirão Preto, sob a direção do empresário Cid José Machado dos Santos. Em 1985, teve sua concessão transferida para a Rede ABC de Comunicações, que reúne o jornal Diário do Grande ABC, e as rádios Scala FM, de São Paulo, Curitiba e Belo Horizonte. Totalmente reestruturada, mudou o nome de Alvorada FM para Studio 92; as instalações da Rua Cerqueira César (esquina com a Av. Francisco Junqueira) para a Avenida 9 de Julho, 1278 e trocou a programação pop, de sucessos nacionais e internacionais, por um mix de música orquestrada, clássica e MPB.

Dirigida ao público adulto, das classes A e B, a Studio 92 começou a operar comercialmente no dia primeiro de outubro de 1986, reproduzindo a programação da Scala FM de São Paulo, gravada em fita magnética. Uma proposta de programação para um público qualificado e limitado e que, por isso mesmo não encontrou respaldo no mercado de Ribeirão Preto. Esse fato levou a Rede ABC de Comunicações a optar por uma programação dirigida ao público jovem e, através do sistema de franchising, integrar-se à Rede Transamérica.

A Rádio Transamérica FM estreou no dia 31 de dezembro de 1993 e permaneceu no ar por quase dois anos. A emissora via-satélite, embora com algumas entradas de locutores ao vivo de Ribeirão Preto, não conseguiu competir com a interatividade da Clube FM e da Difusora FM, as emissoras locais com programação voltada para o segmento jovem. Com o fracasso da Transamérica, o canal da emissora foi arrendado para a Igreja Universal do Reino de Deus, que no dia 21 de dezembro de 1995, colocou no ar a 92 FM.

Operando na freqüência 92,3 Mhz, com uma potência de 30.000 watts, a 92 FM está instalada na Rua Ministro Vector Nunes Leal, nº 241, no bairro Monte Alegre e integra a Rede Aleluia, formada por 15 emissoras que retransmitem a 195 FM, emissora do Rio de Janeiro.

Com o slogan "Rádio 92 FM - de bem com a vida", a emissora permanece 24 horas no ar, com programação dirigida ao público evangélico, constituída por músicas e hinos, orações, consultas espirituais, testemunhos, relatos de milagres , divulgação e transmissão de cultos da Igreja Universal do Reino de Deus.

A 92 FM é dirigida por pastores e além de uma equipe de operadores de áudio, mantém, também, dois locutores, responsáveis pelas chamadas locais. No lugar de anúncios locais, a emissora veicula anúncios de discos, livros e

unesp

inúmeros produtos confeccionados e comercializados pela Igreja Universal, além de chamadas para os cultos, com a divulgação dos endereços de seus templos

A 92 FM ocupa o décimo terceiro lugar na pesquisa Geral de Audiência, realizada pelo CIC, com índice de 1,73%. É também a décima terceira na Pesquisa Geral em Residências, com 1,54% e a décima primeira na Pesquisa Geral em Pontos de Vendas, com 2,5%. A emissora não foi mencionada na Pesquisa Geral em Automóveis.

ANEXO 3

Perfil das Rádios Comunitárias de Ribeirão

3.1. Conexão FM

Operando na freqüência de 87, 9 Mhz, a Conexão FM é uma das mais novas rádios não-regulamentadas de Ribeirão Preto, tendo iniciado suas atividades em 1998. A emissora funciona na Rua Espírito Santo, 138, no Bairro Sumarezinho e cobre com seu sinal, além do Sumarezinho, mais de dez bairros, entre os quais Ipiranga, Vila Tibério, Monte Alegre e a região central da cidade.

Fundadora e diretora da Conexão FM, Ana Engrácia R. Petrusanis Said revela que o principal objetivo da emissora é ser "a porta voz dos ideais e reais interesses comunitários; também, o veículo de difusão de cultura, com informativos precisos e serviços de utilidade pública.Oferecer meios para a integração da comunidade". Ressalta Ana Engrácia que a Conexão FM, optou por uma grade de programação variada, visando "agradar a todos e de todas idades".[4]

A emissora inicia suas transmissões às seis horas da manhã, por meio do programa religioso "Maria em seu Lar". A seqüência da programação baseia-se na música, com inserção dos mais variados ritmos, nacionais e internacionais. Pela estrutura artística da emissora, cada locutor cumpre uma jornada de quatro horas no ar, exercendo também a função de operador (D.J.). Dessas quatro horas, uma é aberta ao ouvinte, que pode pedir música ou participar de alguma brincadeira.Promoções e sorteios são realizados nas datas comemorativas, como Páscoa, Dia das Mães ou Dia das Crianças.

Programação Base da Conexão FM, de segunda-feira à sexta-feira:

Das 7h às 10h - Manhã Express. Programa musical-variado. Música sertaneja entre 7h e 8h e ritmos variados entre as 8h e às 10h. A recomendação da direção artística da emissora é tocar três músicas na seqüência e desanunciar as três. A cada meia hora colocar os "apoios culturais", como são denominadas as mensagens comerciais. O programa apresenta ainda horóscopo do dia, curiosidades, novidades e dicas da cidade.

Das 10h às 11h – Conexão Direta. Programa com a participação do ouvinte, indicando a música que deseja ouvir. A direção da emissora recomenda ao apresentador : "No final de cada participação fazer a pergunta: "Qual a Rádio rumo ao novo Milênio ?".

Das 11h às 12h – Conexão Inter-News. Programa informativo, destacando os acontecimentos internacionais, nacionais, da cidade e região.

Das 12h às 13h – Sweet Hour. Programa com músicas suaves, oferecendo som ambiente para o horário do almoço.

---

[4] Depoimento de Ana Engrácia R. Petrusanis Said Ribeirão Preto, 25 de outubro de 1999.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Das 13h às 14h – 100% Nacional. Programa musical, segmentado nos diversos ritmos do país: pagode, axé , sertanejo e M. P. B.

Das 14h às 15h – Mix Conetion. Programa musical variado.

Das 15h às 16h – Conexão Direta. Programa musical, com participação do ouvinte. A seqüência musical é construída com uma música da programação e uma indicada pelo ouvinte.

Das 16h às 19h – Som da Viola. Programa sertanejo, música raiz.

Das 20h às 21h - Conexão Direta .

Das 21h às 22h – 100% Nacional .

Das 22h às 23h – Light Night - Músicas românticas.

Das 23h às 24h – Conexão na Noite. Programa musical romântico.

Programação Base da Conexão FM para o sábado:

A programação da Conexão FM segue a mesma estrutura dos outros dias da semana, entre as 06 horas e às 15 horas. A partir das 15 horas, ocorre a mudança de horário de alguns programas e a inserção de outros .

Das 15h às 16h – Mix Conection .

Das 16h às 17h – 100% Nacional.

Das 17h às 18h – Conexão Direta.

Das 18h às 19h – Sweet Hour.

Das 19h às 20h – Som Brasil. Programa musical nacional.

Das 20h às 21h – Maresia. Programa de música dance.

Das 21h à 0h – Conexão na Noite.

Programação Base da Conexão FM para o domingo:

Até as 19 horas, a programação segue a mesma estrutura do sábado.

Das 19h às 20h – Mix Conection.

Das 20h às 21h – Conexão Direta.

Das 21h às 22h – Som Brasil.

Das 22h às 23h – Light Night.

Das 23h às 24h – Conexão na Noite.

Não há como deixar de notar, a influência das emissoras convencionais de Ribeirão Preto, notadamente das FMs, na composição da Conexão FM. Essa influência está presente na divisão do horário dos locutores (turno de quatro horas), no nome dos programas (Mix Conection, Sweet Hour, Som Brasil, Light Night), na forma de inserir e identificar as músicas executadas (bloco de três músicas, desanunciando as três ao final do bloco), além do formato das trilhas, vinhetas e estilo de comunicação dos locutores."Conexão : A Rádio rumo ao novo milênio" é o slogan que a emissora trabalha, junto aos ouvintes e demonstra sua intenção de ser mais do que uma rádio restrita à comunidade.

3.2. Alfa FM

A Rádio Alfa FM, cuja razão social é Associação Comunitária Alfa FM, é mantida pela Igreja Assembléia de Deus da Vila Tibério e vinculada a duas instituições mantidas pela igreja : Renascer - Casa de Auxilio às Pessoas Necessitadas, da Vila Tibério e Revidas - Casa de Recuperação de Drogados, do Parque Industrial Tanquinho.

A emissora, que entrou no ar em fevereiro de 1997, está montada na Rua Terezina, 251, no Bairro de Monte Alegre, região oeste de Ribeirão Preto. Opera na freqüência de 88,5 Mhz, com um transmissor Plante, de 50 watts, e atinge com o seu sinal os bairros de Monte Alegre, Sumarezinho, Vila Tibério, Jardim São Luís, Vila Virginia, Parque Ribeirão Preto e Maria das Graças.

Coordenada por Vera Wilma da Silva, a Alfa FM permanece no ar 18 horas por dia, das sete da manhã às onze da noite, com programação evangélica. Como nas emissoras FMs convencionais, prevalece na Alfa a divisão de horários entre locutores, no caso, pastores e integrantes da Assembléia de Deus.

A Alfa FM utiliza os slogans "A rádio que te leva ao encontro do criador" e "A rádio que toca no seu coração". Seu objetivo é propagar a palavra de Deus e "aumentar as possibilidades de ajuda às entidades associadas", revela Vera Silva[5]. Não mantém programa direcionado à comunidade, onde se encontra instalada. O ouvinte pode participar de sua programação, por telefone (sem no entanto ir ao ar) ou por carta. É mantida, através de doações e de recursos, obtidos através da venda de anúncios comerciais, que denomina de "apoio cultural".

[5] Depoimento de Vera Silva. Ribeirão Preto, 18 de setembro de 1999.

unesp

3.3. Opção FM

A Opção FM é uma emissora livre, com programação segmentada no público jovem, que gosta da música dançante. Entrou no ar em 1996, idealizada por Milton Cury e está instalada na sala 1048, no 4º andar, da Rua Bernardino de Campos 1001, no centro de Ribeirão Preto. Revela Cury que a proposta da Opção é "levar otimismo ao ouvinte, com músicas alegres, segmentadas em "disco". Músicas que tenham uma mensagem de otimismo[6]." Para isso, utiliza modernos equipamentos digitais para geração de áudio e um transmissor Teclar, de 50 watts para a transmissão, ocupando a freqüência de 88,9 Mhz.

A Opção FM permanece 24 horas no ar, sendo das oito da manhã às onze da noite, com a comunicação ao vivo, utilizando DJs e no período entre onze da noite e oito da manhã, com programação gravada, executada a partir de um videocassete estéreo Hi-Fi e sem locução. Como as outras emissoras não-regulamentadas de Ribeirão Preto, a Opção FM sobrevive da comercialização de espaços, utilizando a estratégia do "apoio cultural".

A emissora não mantém vínculo com qualquer entidade ou instituição, embora participe ativamente de uma série de ações comunitárias, apoiando campanhas realizadas pelo GAPA, AMA, Hemocentro, entre outras.

Com o slogan "Opção FM – sua melhor escolha", a emissora apresenta-se como alternativa às rádios FMs de Ribeirão Preto, que, segundo Cury "não estão preocupadas com os ouvintes, estão sendo direcionadas pelas gravadoras através do jabá".[7]

Tocando mais música, com pouca interferência do locutor e do ouvinte, que pode participar da programação pedindo música, no entanto sem poder falar no ar, a Opção FM atinge a área central da cidade, compreendendo o centro, Sumaré, Alto do Sumaré, Higienópolis, Alto da Boa Vista, Vila Seixas, Jardim Irajá, Jardim Canadá e Jardim Califórnia.

Em função de sua proposta, a Opção FM não tem uma grade de programação específica. Como ocorre nas FMs da cidade, a emissora é dividida em horários, cabendo a cada locutor um espaço de quatro horas. O único programa que a emissora mantém é o "Saladão", que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 17 às 19 horas, tocando todos os ritmos musicais. A Opção FM destaca-se, ao lado da Metrópole FM, pela programação musical, formatada de acordo com a expectativa do jovem ribeirãopretano: uma programação com muita música, baixo índice de repetição de música, pouco conversa do locutor e break comercial com pouco anúncio.

---

[6] Depoimento de Milton Cury. Ribeirão Preto, 03 julho de 1999.
[7] Milton Cury. Ribeirão Preto, 03 julho de 1999.

unesp

3.4. Alternativa FM

Vinculada à Fundação Florêncio Antônio Lopes, Creche Lar Irmã Izolina e à instituição religiosa Amor Entre os Povos, a Alternativa FM entrou no ar, no início de 1997, com o objetivo de oferecer cultura, lazer, prestação de serviços e promover ações filantrópicas junto à comunidade.

A rádio está instalada na Rua Bonfim , 306, no bairro do Sumarezinho. Opera na Freqüência de 94,9 Mhz, com um transmissor de 50 watts. A Alternativa direciona sua mensagem ao Sumarezinho e bairros da região oeste da cidade. Mantém-se no ar, por meio da colaboração do comércio local, que também auxilia na manutenção da Creche Lar Irmã Izolina. A programação é variada e reúne mensagens religiosas, música popular e religiosa, entretenimento e prestação de serviço.

Programação Base da Alternativa FM, de segunda àsexta-feira:

Das 6h às 8h - Amor :Entre os Povos. Programa religioso, apresentado por Florêncio Antonio Lopes.

Das 8h às 9h - Bom Dia Legal. Programa de variedade, apresentado por Marco Portugal.

Das 13h às 17h - Programa Frank Neto. Programa musical, variado, com participação do ouvinte e apresentação de Frank Neto.

Das 17h às 19h - Programa Jamil Costa. Programa de música sertaneja, apresentado por Jamil Costa.

Das 19h às 20h – A Voz do Brasil.

Das 20h às 21h30min - Programa Manoel Marcelo.Programa de variedade, apresentado por Manoel Marcelo.

Das 21h30min às 23h - Vale Pena Ouvir de Novo. Programa musical, apresentado por Marquinhos Motta.

Das 23h à 0h - Amor Entre os Povos. Programa religioso, apresentado pelo Monge Vitório Marcolino.

Programas Especiais da Alternativa FM:

Segundas e Quintas-feiras

Das 10h às 11h - Música em Detalhes. Programa que analisa e explica a música, apresentado pela Profa. Gisele Haddad.

Segundas, Quartas e Sextas-feiras

Das 11h às 12h - Momentos de Reflexão. Programa religioso, apresentado pela noviça Maria Ignês Juns de Souza.

Quinta-Feira

Das 9h às 10h - Yoga Integral - 0 Yoga da Consciência. Programa sobre a yoga, apresentado pela Profa. Alcione Haddad.

Programação Especial da Alternativa FM para o sábado:

Das 12h às 13h - Desvendando a Poesia. Programa apresentado pela poetisa noviça Helena Agostinho.

Das 11h às 14h - Deixa o Rock Rolar . Programa de rock, apresentado por Marcos Ferrari.

Das 14h às 17h - lsa Show para Você. Programa religioso e de variedades, apresentado pela noviça Maria Iselda Moda.

Das 17h às 19h - Chega de Saudade. Programa musical, apresentado por J. Roberto e Geraldo César.

Das 19h às 20h30min - Noite de Estrelas Contemporânea. Programa musical, produzido e apresentado por Sérgio Martirê Menezes.

Programação Especial da Alternativa FM para o domingo:

Das 8h às 10h - Domingo Dance. Programa de música pop-dance, apresentado por Fabiana, Valdomiro e Fernandinho.

Das 10h às 12h - Bom Dia Felicidade. Programa de variedades, apresentado pela noviça Lígia Monteiro da Silva.

Das 14h às 17h - Deixa o Rock Rolar. Programa de rock, apresentado por Marcos Ferrari.

Das 19h às 20h - Serestas e Canções na Época de Ouro. Programa musical, produzido e apresentado por Gisela Proença.

Mesclando entretenimento, ações filantrópicas e mensagens religiosas, a Rádio Alternativa FM vai, aos poucos, consolidando sua presença entre as emissoras não-regulamentadas de Ribeirão Preto, com programação produzida pelos membros e simpatizantes das duas entidades a que se encontra ligada. Dessa forma, a emissora atinge seu objetivo principal : um meio para difundir os princípios que norteiam a entidade religiosa Amor Entre os Povos, divulgar o trabalho realizado e obter recursos para a Creche Lar Irmã Izolina.

unesp

3.5. Stilo FM

Vinculada à Associação de Moradores do Residencial Parque das Andorinhas, a Stilo FM está no ar, desde agosto de 1998, transmitindo para toda a região oeste da cidade. Instalada no Campo Distrital do Parque das Andorinhas, a emissora opera na freqüência de 96,1 Mhz, utilizando um transmissor de 50 watts de potência.

O objetivo da emissora, transmitido a seus locutores e colaboradores, é tocar aquilo que o público quer ouvir, levar informação, cultura, lazer e abrir espaço para que o morador do bairro possa expressar-se e debater assuntos de interesse coletivo. Propostas, que não são expressas claramente pelo slogan da emissora, "96,1 é Stilo FM".

A Stilo FM permanece 24 horas no ar, com uma programação variada,ao vivo, produzida e apresentada por pessoas da comunidade.

Programação Base da Stilo FM, de segunda à sexta-feira :

Das 6h às 7h30min – Sertanejo. Os sucessos da música sertaneja, apresentados por Luís.

*Das 7h30min às 8h30min – Noroeste em Foco. P*rograma de música e informação, apresentado por Sidney Ulisses .

Das 08h30min às 12h – Variadas. Música pop. Apresentação : Thuck.

Das 12h às 15h – Hot Hit's. Sucessos internacionais.

Das 15h às 18h – Disk Stilo. O ouvinte liga *e* indica a música que deseja ouvir. Apresentação : Anderson.

Das 18h às 19h – Maria em seu Lar. Programa religioso, com canções, mensagens e orações, conduzido por Irani.

Das 19h às 20h – fora do ar . A emissora não retransmite a Voz do Brasil.

Das 20h às 22h – Variadas. Programa de música pop. Apresentação de Rodrigo Brincadeira.

*Das 22h à 0h – Variadas.*Seqüência da programação musical, com Rogério.

Das 0h às 6h – Música.

Programação Base da Stilo FM para o Sábado :

Das 8h às 11h – Anos Dourados. Programa de flash back, com apresentação de Doni.

*Das 11h às 12h – Hot Hit's.S*ucessos internacionais.Apresentação : Denis.

Das 12h às 15h – Lançamentos. As novidades que estão chegando às lojas.

Das 15h às 18h – Variadas. Música pop. Apresentação : Duda.

*Das 18h às 19h – Maria em seu Lar.*Programa religioso.Apresentação:Irani.

Das 19h às 20h – Ribeirão e Clã. Apresentação de Denis Ribeiro.

Das20h às 22h – Sertanejo Classe A. Programa de música sertaneja.

Das22h à 0h – Variadas. Programa de música pop.

A programação de domingo da Stilo FM segue a mesma ordem apresentada no sábado, com uma alteração no horário das oito ao meio-dia, onde Rita Genovese apresenta "Saudades Sertanejas", programa de música sertaneja.

Os recursos para a manutenção da Stilo FM, provêm, da comercialização de espaço publicitário, sob a denominação de "apoio cultural". A diretoria da emissora entrou com uma solicitação de autorização, junto ao Ministério das Comunicações, para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária e aguarda um posicionamento das autoridades. Seu objetivo é fazer sua atuação, junto à comunidade, regulamentada.

3.6. Betel FM

Transmitindo na freqüência 98,5Mhz, a Betel FM está instalada na Avenida Rio Pardo, no 844, no Bairro Ipiranga, região oeste de Ribeirão Preto. A base da programação da emissora é a música e a pregação religiosa, uma vez que ela é utilizada para a expressão da comunidade evangélica do bairro e região. Seu objetivo, expresso no slogan adotado pela emissora "Betel, a casa de Deus" é reforçado, através das suas vinhetas, como "Betel, Jesus em sua casa", "Estou com Betel, estou com Jesus", entre outras.

A programação da rádio começa às seis da manhã, encerrando às dez da noite. Os programas apresentam características semelhantes, tendo como atrações: as canções evangélicas, louvores, orações, oferecimentos, dicas de comportamento, sorteios de prêmios e a participação do ouvinte no ar.

Programação Base da Betel FM, de segunda à sexta-feira :

*Das 6h às 10h -Betel e Companhia.*Apresentação: Ferdinando Silva.

Das 10h às 12h – Happy Day . Apresentação : Pastor Lúcio.

*Das 12h às 13h – A Voz do Brasil Para Cristo.*Apresentação:Pastor José Olíns.

Das 13h às 14h – Top de Vida. Apresentação : Júnior e Thiago.

Das 14h às 15h – Programa da Igreja Baptista. Apresentação : Antonieta.

Das 15h às 16h – Boa Tarde Ribeirão. Apresentação :Pastor Anésio.

Das 16h às 17h – Falando de Coisas Boas. Apresentação : Jackson.

Das 17h às 18h – Fim de Tarde. Apresentação : Lucas.

Das 19h às 20h – A Voz do Brasil.

Das20h às 22h – Palavra Viva . Apresentação: Rogério.

Programação Base da Betel FM para o sábado :

*Das 6h às 10h horas– Sábado Especial.*Canções e louvor.

Das 8h às 10h - Expressão de Louvor. Apresentação : Reinaldo e André.

Das 10h às 11h – Espaço Koinonia. Apresentação : Sônia Freire.

Das 11h às 13h – Andando com Deus. Apresentação : Cristina e Viviane.

Das 13h às 14h – Top de Vida. Programa com músicas, louvores, oferecimentos e orações. Apresentação : Júnior e Thiago.

Das 13h às 15h – Revolução de Louvor. As 10 músicas mais pedidas da semana, lançamentos, a melhor de duas e prêmios.Apresentação : Daniel Fernando e Raquel Antonieta.

Das 15h às 16h – Jesus, o Caminho. Apresentação: Crispim.

Das 16h às 18h – Ritmo de Alegria. Duas horas de louvores, sem intervalos.Apresentação : Jackson.

Das 18h às 19h – Palavra Viva . Apresentação : Rogério.

Das 19h às 22h – Para Deus, Não Há Impossíveis. Apresentação : Matheus e Alessandra.

No domingo, a programação da Betel FM mantém o mesmo conteúdo, alternando os apresentadores. A atração é o programa "Domingo Feliz", que começa às seis da manhã, reunindo canções especiais, cultos, louvores, orações, meditações e dicas, com a participação do ouvinte. O programa é apresentado por Marcelo, Milton Bezerra, Reinaldo e Rogério.

A Betel FM é mantida, através de anúncios comerciais e da colaboração de fiéis. A emissora não abre um espaço para expressão dos moradores do Ipiranga, bairro onde está instalada. Trata-se de uma rádio direcionada para a comunidade evangélica.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

3.7. Nova Paz FM

A rádio Nova Paz FM opera na freqüência de 98,9 Mhz.Seu estúdio e antena ficam localizados no bairro Campos Elíseos, região central de Ribeirão Preto. A emissora, que entrou no ar em maio de 1999, é mantida pela Igreja Assembléia de Deus.

A Nova Paz FM utiliza o slogan "A voz de Cristo em seu lar", coerente com a sua programação, quase que totalmente evangélica, baseada em canções, orações e pregações da palavra de Deus. A exceção é o programa sertanejo "Compadre mineiro e Dr. Bertinho", que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das seis às oito horas da manhã.

Programação Base da Nova Paz FM, de segunda à sexta-feira :

*Das 6h às 8h – Sertanejo.*Apresentação : Compadre mineiro e Dr. Bertinho.

Das 8h às 10h – Só Música. Programa musical, com a participação do ouvinte no ar. Apresentação: Suzana Jabim.

Das 10h às 11h – Valentes Gideões. Programa dedicado às crianças, com música infantil e mensagens religiosas. Apresentação: Irmã Ermina.

*Das 11h às 13h – Só Música.*Apresentação : Suzana Jabim.

Das 13h às 13h30min – Falando de Cristo. Pregação da Bíblia, com o Pastor Jonas.

Das 13h30min às 14h – Alimento Espiritual. Música e pregação, com o Pastor Jonas.

Das 14h às 15h – Só Música. Apresentação: Denise Vidal

D*as 15h às 16h – Momento do Coração.* Música romântica, leitura de cartas e participação do ouvinte ao vivo. Apresentação : Denise Vidal.

Das 16h às 17h – Gospel Jovem .Apresentação: Denise Vidal

Das 17h às 18h – Jesus é a Solução . Pregação e oração, com a participação do ouvinte. Apresentação : Irmã Flora.

Das 18h às 19h – Só Música. Apresentação: Denise Vidal

Das 19h às 20h – A Voz do Brasil.

Das20h às 21h – A Hora da Palavra. Pregação, com José Valdivino.

*Das21h às 22h –Conhecer Jesus.*Canções evangélicas, pregações, participação do ouvinte. Apresentação : Pastor Sebastião.

Das 22h às 23h – Semeador em Chama. Canções e pregações, com o Pastor Sebastião.

Das23h à 0h –Água Viva. .Canções evangélicas e pregações, com a participação do ouvinte. Apresentação : Lindomar.

Programação Base da Nova Paz FM para o sábado :

Das 8h às 10h – Falando de Deus. Pregação, com Divina José.

Das 10h às 11h – Valentes Gideões. Apresentação: Irmã Ermina.

*Das 11h às 17h – Só Música.*Apresentação : Suzana Jabim.

Das 17h às 18h – Jesus é a Solução. Pregação,com a Irmã Flora.

*Das 18h às 18h30min – Falando de Cristo.*Pregação, com o Pastor Joaquim.

Das 18h30min às 20h – Só Música. Apresentação : Suzana Jabim .

Das20h às 22h – Sede da Palavra. Pregação da Bíblia, com Elcio.

Das 22h à 0h – Só Música. Apresentação : Nelci.

Programação Base da Nova Paz FM para o domingo :

Das 9h às 10h – Conhecer Jesus. Apresentação : Pastor Sebastião.

Das 10h às 11h – Força Jovem .Apresentação : Pastor Sebastião.

Das 11h às 12h – Espaço Infantil. Música e mensagens para as crianças. Apresentação : Pastor Sebastião.

*Das 12h às 15h – Jesus é a Porta.*Pregação, com Luis e Lúcia.

Das 15h às 17h – Fonte de Água Viva. Pregação e canções, com Inês e Valéria.

Das 17h às 18h – Jesus é a Solução. Pregação, com a Irmã Flora.

*Das 18h às 18h30min – Falando de Cristo.*Pregação, com o Pastor Joaquim.

*Das18h30min às 20h – Musical.*Apresentação: Suzana Jabim.

Das20h às 21h – Conhecer Jesus. Apresentação : Pastor Sebastião.

Das21h às 22h – Espaço Infantil. . Apresentação : Pastor Sebastião.

*Das22h às 23h –Semeador em Chama.*Pregação, com o Pastor Sebastião.

A programação da Nova Paz FM, coerente com os objetivos da emissora, de propagar a palavra de Deus e os princípios da Igreja Assembléia de Deus, só não contempla a comunidade local com um espaço para debater seus problemas, promover seus hábitos e costumes e divulgar seus produtos culturais. O espaço da emissora é reservado, exclusivamente à comunidade evangélica, como demonstra a grade de programação.



3.8. Dimensão FM

No ar, desde setembro de 1998, a Dimensão FM está, aos poucos, firmando-se como um importante meio de comunicação do Jardim Centenário, Parque Ribeirão Preto e bairros da zona sul de Ribeirão Preto. A emissora é uma das poucas, em operação na cidade, gerenciada por pessoas da comunidade. Montada pela Associação Comunitária Cultural do Jardim Centenário e Parque Ribeirão Preto, funciona na Rua Jorge de Lima, 1905, no Jardim Centenário.

A emissora transmite na freqüência de 99,1 Mhz e mantém-se, através da comercialização de espaços na programação, com a denominação de "apoio cultural", feita dentro de sua área de abrangência. De acordo com José Antônio Lages, professor, radialista e diretor da rádio, o objetivo da Dimensão FM é informar, prestar serviço e "integrar as comunidades próximas da emissora."[8] Para atingir esse objetivo, a direção da emissora optou por uma programação eclética, com base na música sertaneja e popular, na comunicação simples e interativa. Daí uma distribuição de horário aos locutores e uma grade de programação que se assemelha às emissoras FMs populares da cidade.

Programação Base da Rádio Dimensão FM, de segunda à sexta-feira:

Das 6h às 8h horas – Amanhecer Sertanejo. Programa sertanejo, aberto à participação do ouvinte, por telefone ou carta, pedindo a sua música preferida.

Das 8h às 12h – Programação Comunitária. Programa de variedades, música, informação, serviço, aberto à participação do ouvinte.

Das 12h às 16h –Celinho Show. Programa de variedades, musica sertaneja, pagode e sucessos.

*Das 16h às 19h – Tarde Sertaneja.*Programa sertanejo, onde o ouvinte participa por carta, pedindo e oferecendo música.

Das 19h às 20h - A Voz do Brasil.

Das 20h às 23h - Noite Musical. Programa musical, variado.

Como demonstra a grade de programação, a Dimensão FM permanece no ar dezoito horas por dia, transmitindo das seis da manhã às onze da noite. No final-de-semana, sábado e domingo, parte da programação é aberta a pessoas da comunidade, cujas propostas tenham identidade com a emissora. Como a maioria das emissoras que procuram se qualificar como "comunitária" em Ribeirão Preto, a Dimensão FM possui um slogan que não estabelece identidade com uma rádio comunitária : "Dimensão FM – A Rádio Sucesso".Aliás, é o mesmo slogan utilizado pela Diário FM, emissora comercial que opera na cidade.

---

[8] Depoimento de José Antônio Lages. Ribeirão Preto, 22 de janeiro de 2000.

unesp

3.9.City FM

A trajetória da City Fm confunde-se com a trajetória da radiodifusão comunitária em Ribeirão Preto. Ela foi a primeira rádio não-regulamentada a entrar no ar na cidade, em setembro de 1992, servindo de modelo para as demais emissoras.

A emissora, idealizada por Adolfo Garcia Ruggiero, o Tuca, técnico em sistema de geração e transmissão de áudio, foi montada nas dependências de sua oficina de conserto de rádio e equipamentos de som, a Eletrônica Ruggiero (na rua Piracicaba, 919, no Jardim Paulista,um bairro de classe média de Ribeirão Preto), em sociedade com seu filho Marcelo de Souza Ruggiero, também técnico de som e Carlos Augusto Alves Ferreira, engenheiro químico, que se especializou na engenharia eletrônica. Adolfo Garcia Ruggiero revela que montou a emissora por "idealismo" ,com o objetivo de assegurar um espaço de comunicação às pessoas que não encontram oportunidade nas emissoras comerciais da cidade :

> É a voz legitima da população, é a voz do povo. É onde o povo se expressa da maneira que quiser, como quiser, a hora que quiser, sem pedir autorização. É porta aberta. Essa é a finalidade do rádio.[9]

A City FM começou a operar com equipamentos caseiros, CD, toca-disco, cassete e um transmissor produzido em conjunto por Adolfo Ruggiero e Carlos Augusto Ferreira, depois de pesquisar os modelos existentes no mercado :

> Fomos pesquisar em Diadema, São Paulo, fizemos mais de 50 projetos. Nossa preocupação era fazer um transmissor específico para modular até 50 watts. Alguns projetos não amarravam as freqüências. Depois veio a questão de sintetizar as freqüências. Quando encontramos os transistores que davam certo para modular 50 watts, completamos nosso projeto de transmissor. Depois fomos comprando a instrumentação necessária, como analisador de espectro, medidor de campo, frequencimentro, medidores de áudio, de decibéis e chegamos ao transmissor que sonhávamos, com potência de 50 watts, modulando corretamente, sem " espulio" , sem interferir em qualquer outro sistema. [10]

Uma vez dominado o processo, os sócios Ruggiero e Ferreira transformaram-se nos principais fornecedores de transmissores para emissoras de baixa potência na região de Ribeirão Preto, tendo produzido, segundo eles, mais de cinqüenta transmissores. Por outro lado, para assegurar sustentação necessária ao funcionamento da City FM e satisfazer a Legislação da Radiodifusão

---

[9] Depoimento de Adolfo Ruggiero. Ribeirão Preto, 10 julho de 1999.
[10] Ibid.

unesp

Comunitária, os sócios fundaram a Associação Cultural dos Amigos do Jardim Paulista, entidade com sede na própria emissora.

A City FM opera na freqüência de 102,7 Mhz, utilizando um transmissor Mos Fet, da Motorola, com potência de 50 watts e atinge com o seu sinal todos os bairros da área central de Ribeirão Preto.A emissora destaca-se por abrir espaço para alunos dos cursos de Radialista e de Jornalismo, que a utiliza não apenas como laboratório, mas para levar ao ar programas jornalísticos abertos à comunidade. Com o slogan "City FM – A primeira comunitária de Ribeirão Preto", a emissora permanece no ar 18 horas por dia, das 6 da manhã à meia-noite, com uma programação variada, buscando atingir principalmente o público adulto.

Programação Base da City FM, de segunda-feira à sexta-feira:

Das 6h às 8h – Sertanejo. Programa musical sertanejo.

Das 8h às 10h – Bom Dia Comunidade. Programa jornalístico, com prioridade para as notícias da cidade. É produzido e apresentado por alunos dos cursos de Radialista e de Jornalismo.

Das 10h às 12h – City em Ação. Programa de variedade, com informação, prestação de serviço e música.

Das 12h às 14h – Misto Quente. Programa de variedade, com música e prestação de serviço.

Das 14h às 16h – Show da Tarde. Programa musical, com participação do ouvinte, pedindo e oferecendo música, sorteios e brincadeiras.

Das 16h às 18h – Balanço do Samba. Programa musical.

Das 18h às 19h – Momentos de Meditação. Programa com mensagens e músicas religiosas.

Das *19h às 20h – A Voz do Brasil.*

Programação Noturna, de segunda-feira à sexta-feira:

Segunda-feira

Das 20h às 22h – Orquestras e seus convidados.Apresentação:Wando Medalha.

Das 22h às 24h – Ribeirão Instrumental.Apresentação : Nelson Barbosa.

Terça-feira

Das 20h às 22h – Babel Radiozine.Apresentação : Ângelo Davanço. Programa com informação cultural, rock , MPB e Blues.

*Das 22h à 0h – Blues In The Nigth.*Apresentação Danilo. Programa segmentado no Blues, com musicas e informações.

Quarta-feira

Das 20h às 22h – Sambalanço. Apresentação : Tony Salgueiro. Programa dedicado ao samba.

Das 22h à 0h – City Love. Apresentação Toninho. Programa segmentado na música romântica, com poesia e textos que falam de amor.

Quinta-feira

Das 20h às 22h – Som da Terra. Apresentação Nelson Barbosa. Programa dedicado aos músicos de Ribeirão Preto, com apresentações ao vivo.

*Das 22h às 24h – Tal de Instrumental.*Apresentação Jorge Nascimento. Programa segmentado na música instrumental.

Sexta-feira

*Das 20h às 22h – Nas Veredas da Cantoria.*Apresentação Jesiel Pousa. Programa dedicado à música popular regional.

*Das 22h à 0h – DJ Express.*Programa aberto aos DJs da cidade.

Programação Base da City FM para o sábado:

Das 6h às 8h – Amanhecer Sertanejo. Apresentação : Gil Poeta.

Das 8h às 10h – Cancha Reta. Programa dedicado à cultura e à música gaúcha.Apresentação : Gaúcho – Xirú Galdério dos Pampas.

*Das 10h às 12h – Bastidores da MPB.*Programa dedicado à MPB. Apresentação : Evandro Favacho.

Das 12h às 14h – Sambalanço . Apresentação : Tony Salgueiro .

*Das 14h às 17h – Nacional Music.*Programa que reúne as várias tendências musicais jovens. Apresentação : Robson Crusoé.

Das 17h às 19h – Tropical Balance. Programa dedicado à música dance.Apresentação: Carlinhos e Rodrigo.

Das 19h às 20h – Pagode .Apresentação : Fátima Fernandes.

*Das 20h às 22h – Pau Brasil.*Programa dedicado às causas ecológica, defesa do meio ambiente e à música popular brasileira, priorizando a produção musical local. Apresentação : Zé Marcelino, Reinaldo e Magali.

*Das 22h à 0h – Sábado à Noite.*Musical variado. Apresentação: Claudete Orieme.



Programação Base da City FM para o domingo:

Das 6h às 8h – Amanhecer Sertanejo. Programa sertanejo.Apresentação: Gil Poeta.

*Das 8h às 10h – Ritmo da Saudade.*Programa com músicas do passado, com destaque para Roberto Carlos e a Jovem Guarda. Apresentação : Carlos Calixto.

*Das 10h às 11h30min – Sucesso.*Programa musical. Apresentação : Carlos Calixto.

Das 11h30min às 13h30min – Italianíssimo. Programa dedicado à música italiana. Apresentação : Bill Neto.

Das 13h30min às 16h – Balanço do Samba Especial. Programa que reúne o melhor do samba e pagode. Apresentação : Marcelinho Vieira.

*Das 16h às 17h – Sunday Blues.*Programa segmentado no blues e suas tendências. Apresentação : Henrique.

Das 17h às 19h – Only Blues. Programa que reúne os grandes nomes do blues e seus sucessos.Apresentação : Astolpho.

Das 19h às 22h – MPBOA. Programa segmentado na música popular brasileira. Apresentação : Sabido.

Das 22h à 0h – Domingo à Noite. Programa musical, variado.

Uma das principais características da City FM é manter a programação aberta à comunidade e ao ouvinte, que pode participar diretamente no estúdio da emissora, por telefone ou carta. Este, provavelmente seja o ponto que diferencia a City das demais emissoras comunitárias e das rádios comerciais de Ribeirão Preto, que apesar de defenderem a participação do ouvinte, mantém apenas espaços específicos, dentro da programação para a sua manifestação.

A diretoria da City FM vem realizando todos os esforços possíveis no sentido de obter junto ao Ministério das Comunicações a autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária. Para isso, vem cumprindo todas as exigências feitas pelas autoridades, inclusive retirando a emissora do ar, enquanto aguarda a conclusão do processo de regulamentação.

3.10. Fênix FM

Transmitindo na freqüência de 103,1Mhz, a Fênix FM está instalada no Centro Comunitário do Quintino Facci I, situado à Rua Eduardo Martins Neto, sem número. Fundada em 10 de janeiro de 1998, a rádio é administrada pela

Associação de Apoio Comunitário de Ribeirão Preto e mantida com a comercialização de seus programas, junto a comerciantes e empresários do bairro. Seu principal objetivo é apoiar a comunidade, promover o debate de seus problemas e apontar soluções; oferecer aos moradores música e entretenimento.

A programação da Fênix FM está dividida em segmentos e por conteúdo, priorizando a informação e a prestação de serviço.Os horários são abertos à participação do ouvinte, que pode manifestar-se abertamente por telefone, carta ou diretamente na emissora.

Programação Base da Rádio Fênix FM :

Das 6h às 12h – música sertaneja e popular, jornalismo e serviço de utilidade pública.

Das 12h às 19h – música popular, esporte,participação comunitária e mensagens evangélicas.

Das 19h às 20h – A Voz do Brasil .

Das20h às 24h – programação variada, produzida e apresentada por moradores da comunidade.

A Fênix FM opera na região norte, uma das mais carentes e violentas de Ribeirão Preto, exercendo importante função social, na informação, prestação de serviço e entretenimento. A emissora decidiu retirar seu sinal do ar, enquanto aguarda autorização do Ministério das Comunicações, para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária.

3.11. Encontro FM

Uma das mais novas rádios não-regulamentadas de Ribeirão Preto, iniciou suas atividades em abril de 1999. Caracteriza-se pela programação fechada, sem espaço para manifestação dos moradores da comunidade.

Instalada no Jardim Aeroporto, zona norte da cidade, a Encontro é uma rádio popular, com a programação baseada na música sertaneja e comunicação simples. Permanece dezoito horas no ar, com cinco locutores revezando-se na operação do sistema de som e apresentação da programação.

Programação Base da Rádio Encontro FM :

*Das 6h às 12h – Manhã Legal. A*presentação de Tony (6h às 9h) e Regis di Paula (9h às 11h).

Das 12h às 16h – Tarde Total. Apresentação de Rony Lopes.

Das 16h às 19h – Sertanejada . Apresentação de J. Martins.

Das 19h às 20h – A Voz do Brasil. Permanece fora do ar.

Das20h à 0h –Sertanejada Noturna. Apresentação de Ivo Custódio.

A Encontro FM transmite na freqüência de 104,1 Mhz ao Jardim Aeroporto e bairros da zona norte de Ribeirão Preto. Sua proposta esta baseada no entretenimento e prestação de serviço de utilidade pública à população. Com recursos técnicos limitados, a emissora não coloca os ouvintes no ar e não realiza promoções ou eventos.

3.12. Servidor FM

Implantada com o objetivo de ser o meio de divulgação das atividades e propostas do Sindicato dos Servidores Municipais de Ribeirão Preto, a Rádio Servidor FM começou a operar em junho de 1996, na gestão do seu presidente, Walter Gomes.Inicialmente, a emissora foi montada em uma sala, na sede do Sindicato, Rua Onze de agosto, 361, nos Campos Elíseos, com equipamentos semiprofissionais e um transmissor artesanal fabricado por Adolfo Ruggiero.

Operando na freqüência de 105,9 Mhz, a emissora adotou o slogan "A Rádio dos Servidores" e a política de expandir seus serviços ao bairro onde se encontra instalada, abrindo a programação, não apenas aos servidores, mas aos moradores e às instituições representativas dos Campos Elíseos. Colocou no ar uma programação variada, mesclando música, informação e prestação de serviço, apresentada de segunda à sexta-feira por alunos do curso de Radialista, do Senac e no sábado e domingo, produzida e apresentada por servidores municipais, variando de musicais, debates a programas esportivos e culturais. Nos noticiários, dá prioridade aos fatos relacionados aos servidores municipais, ao bairro e à cidade.

Em 1998, a emissora inaugurou estúdios próprios e ganhou novos equipamentos de gravação, geração e transmissão. Com a posse de uma nova diretoria no Sindicato dos Servidores, a emissora modificou a programação, direcionando-a mais para os servidores municipais, mudando o slogan para "A Rádio Oficial do Sindicato dos Servidores Municipais de Ribeirão Preto". Em 1999, assumiu a direção da emissora o jornalista e radialista Figueiredo Filho, que reestruturou a programação e a equipe de comunicadores, estabelecendo novos objetivos para a emissora :

unesp

> A Rádio Servidor FM 105,9 tem uma programação essencialmente comunitária, voltada exclusivamente para a comunidade de Ribeirão Preto, buscando mostrar o que ocorre no dia-a-dia em cada rua e bairro da cidade, assim como se colocando como a voz da população nas suas reivindicações junto às autoridades constituídas do município.[11]

A Servidor FM inicia suas transmissões às seis da manhã, encerrando suas atividades à meia-noite, com programação ao vivo, aberta à participação do ouvinte, através do telefone 610. 8744.

Programação Base da Rádio Servidor FM, de segunda à sexta-feira:

*Das 5h às 7h horas – Sertanejo. P*rograma sertanejo, com música raiz, apresentado por Vandico e Vandeco.

Das 7h às 8h - Ribeirão Musical Sem Limite. Programa de música e informação, com Denis Ribeiro .

Das 8h às 11h – Manhã Servidor - Ribeirão Musical Sem Limites. Programa de variedades, com música, informação e prestação de serviço, apresentado por Loureiro Júnior.

Das 11h às 12h – Fatos em Foco, a tradução da notícia. Jornal falado, com produção e apresentação de Paulo Peixoto e André Dávila.

Das 12h às 16h – Tarde Servidor. Programa popular, com samba e pagode. Apresentação de Ronaldo Caetano.

Das 14h às 15h – Mix . Programa musical, variado.

Das 15h às 16h – Momento M.P.B. Música popular brasileira.

Das 16h às 20h – Programa Diferente. Programa musical voltado para o Blues, Jazz, MPB, Clássico e músicas do passado. Apresentação e produção de Wandré Menezes.

Das20h às 21h – Noite Total. Programa com música de todos os gêneros. Apresentação: Mandioca.

Das 21h às 23h

Segunda-Feira - Bastidores, com Evandro Favacho. Músicas nostálgicas, informações sobre artistas, músicas e autores.

Terça-Feira - Nas Veredas da Cantoria, com Josiel Paiva. Musical de raiz, causos, histórias, agenda cultural, trechos de letras e festas populares.

Quarta-Feira - Pau Brasil, com Reinaldo Romero. Música popular, entrevistas, agenda cultural e meio ambiente.

---

[11] Depoimento de Antônio Figueiredo Filho. Ribeirão Preto, 17 maio de 2000.

unesp

Quinta-Feira - Rota Rock, com Roberto Furtado e Paulo Saraiva. Programa segmentado no rock e suas tendências.

Sexta-Feira - Sexta Sertaneja, com Pedro Braga. Sertanejo de raiz.

Programação Base da Rádio Servidor FM para o sábado :

Das 6h às 08h – Nossa Terra, Nossa Gente. Programa sertanejo com música raiz . Apresentação : Zé Galo.

Das 8h às 11h – A Praça. Programa com músicas da velha e jovem guarda, curiosidades sobre as musicais e os seus autores. Apresentação : Antônio Luiz.

Das 11h às 12h30min – Debate. Programa jornalístico, com a participação de especialistas, políticos, autoridades e líderes comunitários, que falam sobre os diversos temas de interesse da comunidade. Produção e apresentação : Paulo Peixoto e André Dávila.

Das 12h30min às 16h – O Melhor da Música. Programa aberto a todos os gêneros musicais, com entrevistas, dicas de shows, lazer e ventos. Produção e apresentação : André Luiz.

*Das 16h às 18h – Servidor Comunidade.*Programa variado com música, entrevistas e bate-papo. Apresentação : Thiago Montefeltro.

Das 18h às 20h – Bastidores. Programa com músicas regionais, MPB e com resgate de histórias de vida. Apresentação : Evandro Favacho.

Das20h às 23h – Interview. Programa de debate, com a participação de especialistas e pesquisadores; entrevistas e músicas de diversas tendências. Produção e apresentação : Ronildo Alves e Cleber Polegatto.

Programação Base da Rádio Servidor FM para o domingo:

Das 6h às 8h horas – Chão Caboclo. Programa sertanejo, com música raiz.Apresentação : Vandico e Vandeco.

Das 8h às 13h horas – Nossa Terra, Nossa Gente. Programa sertanejo, dedicado à música raiz, aberto aos artistas locais. Apresentação : Zé Galo.

Das 13h às 17h – Contatos Imediatos. Programa variado, com dicas de saúde, quadro sentimental, músicas e muitas atrações.Apresentação:Fátima Tavares.

Das 17h às 18h – Evolução Rural. Programa dedicado ao debate sobre alimentos e produtos agrícolas. Apresentação : Paulo Peixoto.

Das 18h às 23h horas – Chão Caboclo. Programa sertanejo com a participação de artistas ao vivo. Apresentação : Vandico e Vandeco.

unesp

O jornalismo também se faz presente na programação da Rádio Servidor FM, no formato de boletins informativos gerais e esportivos, apresentados entrando de hora em hora. A emissora utiliza o slogan "A Voz Forte da Comunidade" e tem procurado priorizar a informação local, incentivando a formação de novos locutores, que atuam na emissora como "voluntários".

3.13. 107,5 FM

Direcionada para a comunidade evangélica, a 107,5 FM Ribeirão é administrada pela Igreja Comunidade Missionária.Entrou no ar em julho de 1995, como Free Gospel, posteriormente mudou para Free FM. Transmitindo a partir do Bairro Marincek, destaca-se por ser a primeira rádio evangélica não-regulamentada de Ribeirão Preto.

Hoje, denominada 107,5 FM, encontra-se instalada à Rua Monte Carmelo, 241, no Alto do Ipiranga, zona oeste da cidade Operando na freqüência 107,5 Mhz, a emissora também atinge, com seu sinal, os bairros de Vila Abranches, Monte Alegre, Vila Tibério e a área central da cidade.

A emissora é gerenciada pelo pastor Sérgio e dirigida, artisticamente, por Ferdinando Alves da Silva, que também é responsável pela programação, levada ao ar das 11 horas ao meio-dia. Ferdinando tem uma longa trajetória pelo rádio AM de Ribeirão Preto e Sertãozinho, onde adquiriu horário e apresentou programa evangélico. Atuou nas rádios Tropical, Renascença e CMN, todas de Ribeirão Preto, e na Rádio Educação e Cultura, de Sertãozinho. Com o movimento das Rádios Livres e Comunitárias, montou sua própria emissora, que classifica de uma rádio "aberta ao povo" :

> A rádio faz o que o povo quer, sem se preocupar com o retorno financeiro. É uma rádio que dá liberdade de expressão para o ouvinte. Deixa a pessoa totalmente à vontade para falar no ar. È a verdadeira voz do povo. [12]

Embora "aberta" à participação do ouvinte, por telefone, carta ou pessoalmente no estúdio, a 107,5 FM não é uma rádio aberta à comunidade, onde se encontra instalada. O próprio Ferdinando admite que ela "foi montada para atender às necessidades das comunidades evangélicas", que a utiliza, como instrumento de evangelização e divulgação de suas obras assistenciais.Por esse motivo, não oferece, em sua grade de programação, qualquer programa dirigido à comunidade do Alto do Ipiranga.

---

[12] Depoimento de Ferdinando Alves da Silva. Ribeirão Preto, 05 junho de 1999.

A 107,5 FM inicia suas transmissões às seis da manhã e encerra à uma da madrugada. As dezenove horas que a emissora permanece no ar, é dividida entre igrejas evangélicas, cabendo a cada uma 55 minutos da programação. Assim, não há programa, mas sim o "horário" de uma determinada igreja evangélica. Quase toda a programação é apresentada ao vivo, com exceção de segunda a sexta-feira, das 20h às 21h, quando as igrejas realizam seus cultos e gravam os programas que serão apresentados.

Da mesma forma que dividem os horários da programação, as igrejas dividem, também, os custos de manutenção da emissora, constituindo a Cooperativa das Entidades Evangélicas de Ribeirão Preto. Parte dos custos é coberto com anúncios de comerciantes evangélicos, na forma de "testemunhal".

O slogan adotado pela emissora exprime a sua proposta de comunicação : "107,5 FM - 100 por cento Jesus".

3.14. Tropical FM

A rádio Tropical FM opera na freqüência de 107,7 Mhz e está situada à Rua Javari, 5.115, no Bairro Marincek, região norte de Ribeirão Preto.

Montada e gerenciada pela Igreja Comunidade Missionária, a emissora mantém uma programação que mescla citações bíblicas, depoimentos de fiéis da igreja e músicas evangélicas.

A emissora não está estruturada por meio de programas, mas de horários, onde os pastores e integrantes da igreja destacam-se como apresentadores. Entre os comunicadores evangélicos, que utilizam o microfone da Tropical FM, estão o Bispo Sérgio Figueiredo, Tiago, Alex, Euller e Kassi.

A direção da emissora reserva na programação um espaço para as crianças, colocando no ar, entre as dez horas e o meio dia, um programa com a participação delas. No domingo, predominam as transmissões de cultos e a pregação dos pastores. A Tropical FM inicia suas transmissões às seis horas da manhã e encerra à meia-noite. A direção da emissora é do Bispo Sérgio Figueiredo.

unesp

GLOSSÁRIO

AFILIADA. Emissora de rádio vinculada a outra pela retransmissão de alguns programas ou a totalidade da programação desta, sendo, porém, empresarialmente, independente.

AM. Abreviação de Amplitude Modulada. Tipo de transmissão que utiliza o princípio da variação de amplitude de uma portadora de R.F., de acordo com o sinal de áudio do programa a ser transmitido. A radiodifusão em AM, pode ser transmitida em faixas de ondas médias (MW) ou de ondas curtas (SW). A resposta em freqüência de áudio é limitada, indo de 40Hz a aproximadamente 5kHz; geralmente as transmissões são monofônicas, embora também haja uma padrão técnico para estereofonia. . A faixa de R.F. em AM vai de 540 a 1.600 kHz.

ANALÓGICO. Termo que descreve um método de gravação, transmissão e reprodução, através do qual dados são processados e representados por meio de quantidades físicas.

ARMAZENAMENTO. Processo que envolve a colocação e a retenção de sinais magnéticos ou digitais, dados ou documentos sonoros para uso subsequente.

ÁUDIO. Termo usado para descrever tudo o que é relacionado ao som, gravação, transmissão e reprodução.

AUDIÊNCIA. Total de pessoas que ouvem um programa ou horário (ou parte) ou ainda uma emissora de rádio.Em geral a audiência é expressa em porcentagem.

BREAK. Intervalo comercial em rádio. O mesmo que "Bloco Comercial". Espaço onde são reunidos os comerciais a serem levados ao ar, durante a programação.

CARTUCHO. Estojo acondicionador de uma fita ou disco magnético. Antigamente usada em toca-fitas de automóveis por sua facilidade de manejo. Precursor do sistema cassete.

CASSETE. Estojo de fita magnética dotado de dois pequenos carretéis onde são presas as pontas da fita. O estojo é fechado. não tendo o usuário que manipular diretamente a mídia magnética.

CD. O Compact Disc atingiu o mercado em 1982, lançado pela Philips, e em poucos anos tornou obsoletos os Long-Plays, discos analógicos até então dominantes no mercado. O CD trouxe para o áudio a tecnologia digital, até então reservada aos computadores. O padrão do CD - 16 bits, 44,1 kHz - permite uma relação sinal/ruído de 96 dB, com banda passante de 20 Hz a

20.000 kHz. Os CDs são lidos otimamente por um feixe de raio laser, da faixa mais interna à faixa externa, com velocidade linear constante, o que significa uma velocidade angular variável entre 500 e 200 rpm (revoluções por minuto).

CONCESSÃO. Autorização para a exploração dos serviços de radiodifusão, emitida pelo governo. As concessões de emissoras de rádio devem passar primeiro pela aprovação do Congresso Nacional, depois sancionada pela Presidência da República.

COMUNICAÇÃO DE MASSA. Comunicação dirigida a um grande público, geralmente disperso e heterogêneo. A comunicação de massa caracteriza-se por recepção ou audiência em massa.

DAT. Digital Audio Tape - Tipo de padrão para gravação de áudio que utiliza um cassete especial para gravação digital com qualidade igual ou superior ao CD, empregando 16 bits em 48 kHz.

DIGITAL. Descreve o método de gravação, transmissão e reprodução, através do qual dados de áudio são codificados e representados por numeração binária. O método digital permite uma gravação, transmissão e reprodução mais precisa do sinal de áudio.

D.J. Abreviatura de disc-jóquei. Do inglês disc-jockey. Profissional originário das pistas de dança, foi incorporado ao rádio no início da década de 80 onde exerce a função, ao mesmo tempo, de locutor e operador. Radialista que apresenta, durante um programa radiofônico, números musicais, selecionados por ele ou pelo programador da emissora.

ESTEREOFONIA. Sistema de gravação, reprodução, ou qualquer outro tipo de processamento do som, que utiliza dois ou mais canais.

FREQUÊNCIA. Em áudio, refere-se à propriedade de um som possuir características mais graves ou agudas, dependendo do número de ondas completas por segundo - ciclos por segundo. A freqüência é medida em Hertz.

FM. Abreviação de Freqüência Modulada. Tipo de transmissão de radiodifusão que utiliza o princípio da variação de freqüência de uma portadora de R.F. de acordo com o sinal de áudio do programa a ser transmitido. A radiodifusão em FM tem a vantagem de proporcionar maior fidelidade em relação à de AM, apresentando uma faixa de reprodução de 30 Hz a 15 kHz, mas tem como desvantagem o pouco alcance. A faixa de R.F. em FM, vai de 88 a 108 MHz.



GERADORA. Emissora de rádio que, detendo outorga oficial, transmite programação própria ou de terceiros dentro de uma região, podendo explorar o sinal comercialmente.

Hz (Hertz). Unidade de freqüência que representa um ciclo por segundo. Usam-se também os múltiplos: kHz (1 Hz x 1.000) e MHz (1 Hz x 1.000.000).

ÍNDICE DE AUDIÊNCIA. Proporção da audiência obtida por uma determinada emissora de rádio (ou TV) numa certa faixa horária, em relação ao total de aparelhos receptores, ao total de lares ou ao total de pessoas, conforme a finalidade da pesquisa.

INSERÇÃO. Ato físico da veiculação da publicidade. Diz-se da unidade divulgada, anúncio comercial.

INTERFERÊNCIA. Distorção causada ao sinal de áudio a partir de sinais externos, tais como zumbidos de corrente alternada, faíscas de motores elétricos, ignição de automóveis, radiofreqüências, etc.

JABÁ. Jabaculê - Termo utilizado pelos profissionais do meio radiofônico quando ocorre a veiculação de musica (ou informação), a partir de negociações entre emissora e a gravadora. Ato da emissora de rádio inserir música em sua programação mediante a troca por produtos ou pagamento em dinheiro.

JINGLE. Modalidade de publicidade radiofônica, gravada, onde a mensagem é cantada.A duração mais comum é de 30 segundos.

MEIO. Canal que liga a fonte ao receptor. Sistema (constituído por elementos físicos) onde ocorre a transmissão de mensagens.

MERCADO. Conjunto de consumidores, efetivos ou potenciais, considerado de acordo com suas características de idade, sexo, classe social e localização.

MICROFONE. Transdutor eletroacústico que converte energia sonora (ondas sonoras emitidas por uma fonte) em energia elétrica (sinais de áudio a serem gravados, reproduzidos ou transmitidos).

MÍDIA. Designa os meios de comunicação: jornais, revistas, rádio, televisão, cinema, etc..

MINI-DISC (MD). Sistema de gravação digital proposto pela Sony, que emprega um disco ótico de 2,5 polegadas capaz de reproduzir áudio com qualidade análoga à do CD. O MD tem capacidade de gravação, procura aleatória de faixas, indexação e muitas outras facilidades.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

MONOFONICO. Relativo ao processo de gravação, transmissão ou reprodução do som, utilizando apenas um canal de áudio MONO : (som) Técnica de gravação, transmissão ou reprodução de sons com um só canal. Abreviatura de monofonia, som monofônico.

OPERADOR. Profissional que trabalha junto à mesa de controle (áudio) de uma emissora.

PATROCINADOR. Empresa, marca ou produto anunciante que se associa a um programa de rádio, para veicular suas mensagens, ou que se responsabiliza pelas despesas parciais ou totais de um evento, beneficiando-se com a exposição de suas mensagens publicitárias.

PERMUTA. Em mídia, ocorre quando o tempo ou espaço de um veículo é negociado, à base de troca, por produto ou serviço do anunciante; o valor é estabelecido em geral pelos preços brutos da mídia.

PREFIXO. Combinação de letras e algarismos que, por convênio internacional, identificam uma emissora. Prática de identificação legalmente obrigatória.

PROGRAMA. Termo que designa transmissões, regulares ou não, de musicais, noticiários, entre outros e que compõem a programação de uma emissora.

PROGRAMAÇÃO. Referente a programação musical - Seqüência de músicas pré-determinadas, relacionadas em ordem, que devem ser seguidas pelos comunicadores.

PROGRAMADOR. Profissional que seleciona e programa as músicas que são executadas em uma emissora de rádio.

PRODUÇÃO. Execução de um programa para o rádio. Inclui etapas como gravação, inserção de efeitos, trilha sonora, mixagem e finalização ou pós-produção.O termo é também usado para designar o setor responsável pela coordenação de meios necessários para a realização de um programa .

PROPAGANDA. No meio radiofônico, o termo é utilizado no sentido de "anúncio comercial". Com este mesmo sentido diz-se também publicidade, embora haja distinção entre esses dois termos. De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda do Brasil : técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto, serviço, instituição ou idéia, visando orientar o comportamento humano das massas num determinado sentido .

unesp

RADIOCOMUNICAÇÃO. Toda comunicação de sinais, sons ou imagens por meio de ondas eletromagnéticas.

RÁDIO. Estação, emissora de rádio ou simplesmente rádio. Veículo de radiodifusão sonora que transmite programas de entretenimento, educação e informação. Empregamos o termo "rádio" em referência ao meio de comunicação, à mídia rádio. Para o receptor de rádio, utilizaremos o termo "aparelho de rádio ou receptor".

RADIODIFUSÃO. Serviço de radiocomunicação cujas transmissões se destinam ao público, podendo compreender rádio, televisão, telex e outros tipos de transmissão por meio de ondas eletromagnéticas.

R.F. Abreviatura de Radiofreqüência. Tipo de onda de freqüência elevada e inaudível ao ouvido humano, sendo a freqüência utilizada nas emissões de radiodifusão como portadora da faixa de áudio. A faixa de R.F. em onda média (AM) vai de 540 a 1.600 kHz, e em FM, de 88 a 108 MHz.

SEGMENTAÇÃO. "Ato ou efeito de segmentar (-se)". Delimitação de um público específico. Opção que uma emissora faz por um determinado público.

SPOT. Texto comercial gravado para o rádio.Pode ser em OFF (sem música de fundo); com música ou ainda com efeitos sonoros. A duração mais comum é de 30 segundos.

TARGET. Parcela da população à qual é dirigida a mensagem. Utiliza-se também o termo Público-Alvo.

TESTEMUNHAL. Estratégia de mensagem publicitária utilizado o depoimento do comunicador, onde exprime opinião, reflete observação ou experiência própria a respeito de um produto ou serviço anunciado. Duração entre 30 a 60 segundos.

TRANSMISSÃO. Envio de informações por meio de ondas eletromagnéticas. A informação (sonora) é convertida em impulsos elétricos, que são amplificados e lançados numa antena, a partir da qual é irradiada.

TRILHA SONORA. Composição construída a partir de uma música, fragmentos musicais ou efeito sonoro, fundidos através da mixagem.

unesp