

Radio Clarín: Tango e folclore em tempos de convergência¹

María Laura Viera GRAU²
Ciro Augusto Francisconi GÖTZ³

Resumo

Este artigo contextualiza parte da trajetória histórica da Rádio Clarín AM 580, de Montevideu, capital do Uruguai. Fundada em 1958, a tradicional emissora de segmento musical se dedica a irradiar, durante 24 h, tangos e músicas folclóricas *para toda la cuenca del Plata*, como destaca um de seus principais bordões. Com base em Jenkins, este estudo analisa de que forma a rádio se adaptou ou não ao panorama da convergência.

Palavras-chave: comunicação; rádio; uruguay; convergência

Introdução

No Brasil o processo de migração das emissoras AM para FM estendida já começou. Enquanto isso, no Uruguai, a “alteração de banda” ou até mesmo um espelhamento ainda é uma incognita. De fato, ao comparar ambos sistemas radiofônicos, percebe-se semelhanças, no que diz respeito à tecnologia, isto no universo da convergência, onde os meios de comunicação estão se adaptando a cada dia aos novos cenários, e rapidamente. Conforme afirma Dominique Wolton (2012), os homens, frente às tecnologias estão sempre atrasados, geralmente, “correndo atrás”. No dia 12 de outubro de 1958, foi fundada a Rádio Clarín AM 580. Com o passar dos anos, assim com as demais que “sobreviveram”, a emissora uruguaia de amplitude modulada passou por diversas fases evolutivas: da válvula ao transistor, do *chip* à Internet. Contudo, tornou-se tradicional pelo conteúdo segmentado musical, que dedica-se 24h a transmitir tangos, principalmente de Carlos Gardel, e composições folclóricas. Inclusive, a estrutura física da emissora, que remete a um sentimento de nostalgia, permanece quase que intocado pelo tempo. Diante desse recorte a que se propõe este estudo, imediatamente faz-se o seguinte questionamento: a tecnologia define a cultura?

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação Especializada em Jornalismo e Comunicação Social pela Universidad Europea del Atlántico, Espanha. E-mail: maria.laura.viera@gmail.com.

³ Mestre em Comunicação pela PUCRS. e-mail: cirogotz@gmail.com.

A hipótese deste artigo é de que, até certo modo, sim, a cultura sofre influência da tecnologia. Contudo, o caso da Rádio Clarín demonstra que essa adaptação ou essa convergência é, nada mais, do que uma opção técnica. Este argumento será ou não defendido nas observações finais. Para a discussão, primeiramente, será apresentada uma breve contextualização histórica da rádio. Em seguida, será destacado o autor base que permitirá a discussão da relação entre rádio e convergência, no panorama uruguaio: Henry Jenkins (2006). Na parte final, será apresentada uma reflexão que permita ou não confirmar a hipótese e responder a pergunta principal deste trabalho, a fim de compreender a dinâmica do rádio em tempos de convergência.

O panorama do rádio uruguaio na Internet

Dados de 2016 apontam que existem 434 estações de rádio no Uruguai⁴, incluindo AM, FM, entre comerciais, comunitárias e estatais. Para esta década, o rádio vem mantendo vigor e está renovando-se, conforme as novas tecnologias que surgiram a partir de 1956, com a abertura da primeira estação de televisão, Canal 10, Saeta, em Montevideu.

A Administração Nacional de Telecomunicações (ANTEL) inaugurou o acesso à internet através do sistema de *dial-up*, em 1995. Dois anos mais tarde, este foi lançado em via satélite, o que permitiu expandir as comunicações internacionais de microondas existente e fibra óptica. No mesmo ano, o processo de digitalização foi concluído. Conforme a ANTEL fornece em seu site institucional, o Uruguai foi o primeiro país das Américas (incluindo os EUA) a promover a totalidade da digitalização. Em 2000, a ANTEL fortaleceu o setor, criando a Anteldata, “cuja missão é comercializar e prestar serviços de rede de dados, acesso à Internet, redes IP e soluções na concepção e implementação de sistemas de telecomunicações⁵”. No ano seguinte, começou a prestar serviços de DSL, proporcionando rápido acesso aos navegantes. É essencial enfatizar que ANTEL é uma empresa estatal, que detém o monopólio de telefonia fixa, móvel e de dados no Uruguai. A história continuou a avançar com a introdução de tecnologias de Internet para dispositivos móveis (EDGE, 3G, Wi-Fi) até 2006:

A empresa introduz novos serviços de streaming de base tecnológica:

⁴ Listado de emisoras por departamento. URSEC. Disponible en: <https://www.ursec.gub.uy/inicio/agentes-regulados/operadores-comerciales/radiodifusion-sonora/2014-listados-radiodifusion/> Acceso: 03/05/2016.

⁵ Fonte: ANTEL. Disponible en Internet: <http://www.antel.com.uy/antel/institucional/nuestra-empresa/Resena-historica> Acceso: 25/04/2016.

Sistema de Rádios de Internet e Rádio Adinet, que permite enviar áudio através da Internet a todos, permitindo o crescimento das empresas e instituições, trazendo a comunicação com alcance global, multiplicando a audiência. (ANTEL, 2016)⁶.

Dados mais recentes, de 2013, do Instituto Nacional de Estatística, registraram que 96% dos domicílios urbanos têm acesso a rádio: 91,8% possuem um receptor convencional; 43,6% utilizam rádio integrado em outro dispositivo; 23,8% dos domicílios possuem acesso ao rádio pela Internet⁷ (INE, 2013, p. 31). Além disso, a mesma instituição aponta que naquele ano, 25,8% da população urbana estavam portando smartphones. Em 2014, a tecnologia LTE ANTEL foi instalada, pela primeira vez, na América Latina, com dados de alta velocidade e *download* através da rede celular.

Rádio Clarín: música típica y folklórica para la cuenca del Plata

A rádio uruguaia Clarín AM580 foi fundada pelo engenheiro Francisco Turrelles, no dia 12 de outubro de 1958. Conforme consta no site oficial da emissora⁸, o primeiro transmissor foi desenvolvido por Carlos Rey Guerin. Tempos depois, foi instalado um novo equipamento, da marca *Harris*, com um mastro de irradiação de 86 metros. No verão de 1966, no dia 24 de fevereiro, a antena transmissora foi danificada por uma tempestade. Em 2005, houve danos semelhantes. Atualmente, a Clarín pertence a um grupo de acionistas. Além de Turrelles, integram o conselho administrativo: Maria Esther Acebedo e Beatriz Vazquez Silveira, gerente da empresa. O primeiro estúdio da rádio ficava localizado na *calle Colonia*, 1487. Tempos depois, a sede⁹ foi instalada na *avenida 18 de julio* de 1516, 9º andar, no bairro *Cordón*, uma das localidades mais tradicionais de Montevideo. O transmissor atual, por sua vez, situa-se em *Hilario Cabrera*, uma área rural do departamento de Montevideo.

Conforme Horacio Nigro Geolkiewsky (2013), a Rádio Clarín é uma emissora AM de segmento musical, com a programação voltada, preferencialmente, ao tango. O repertório transmitido apresenta uma vasta lista de artistas de todas as idades e orquestras.

⁶ Fuente: ANTEL. Disponible en Internet: <http://www.antel.com.uy/antel/institucional/nuestra-empresa/Resena-historica> Acceso: 25/04/2016

⁷ “Principales resultados de la encuesta de usos de las tecnologías de la información y comunicaciones 2013”, INE - Instituto Nacional de Estadística.

⁸ Acessar: <http://www.radioclarin.com>.

⁹ “CLARÍN AM580, con mástil irradiante en 56°12'50" Longitud W., 34°47'50" Latitud S., transmite las 24 horas al día, todo el año, en 580kc/s, desde la ciudad de Montevideo, capital de la República Oriental del Uruguay”. Informações do site da emissora (2016).

Contudo, a emissora irradia, principalmente, composições de Carlos Gardel. Segundo Geolkiewsky (2013), diariamente, são transmitidas cerca de 100 interpretações do cantor, de uma lista de 488 gravações. Além disso, todo o dia 24 de junho (dia de *San Juan*), data do falecimento do *Zorzal Criollo*¹⁰, a Clarín transmite performances do artista, durante 24h, como forma de homenagem. Elsa Moreno (2005, p. 17) define o rádio de segmento musical:

Es la radio musical que presenta una estructura formal basada en la repetición de la fórmula para crear un único relato musical reiterativo. Como radio musical que es atiene a un propósito de entretener y acompañar al oyente, y en ocasiones, informar de la especialización musical que difunde.

Há muitos anos, conforme o diretor da emissora, Sergio Canale, a cada hora par, é transmitido um bloco musical apenas com composições de Gardel. As horas ímpares são destinadas, por sua vez, à música folclórica. Diariamente, só existe uma intervenção ao vivo, durante *La Quinela*, que se trata de um jogo de loteria estatal do governo uruguaio. O sorteio é transmitido por diversas rádios do país, inclusive, pela Clarín. Canale, além da direção da emissora, ainda desempenha outras funções como locutor. Porém, Derly Martinez, conhecido como a “voz do Uruguai”, é, segundo Sergio Canale, o locutor clássico da rádio. Apesar de aposentado de funções, ou jubilado, como refere-se Canale, sua voz padrão ainda identifica a emissora, diariamente, há 40 anos, com a frase: *Clarín, música típica y folklórica para la cuenca del Plata*. A voz que identifica uma emissora é, segundo Moreno (2005, p. 42):

La personalidad de una emisora se concreta en la voz particular y exclusiva que identifica la frecuencia y el nombre de la emisora, que participa junto con el elemento musical en la continuidad de la programación, y que expresa el eslogan y el mensaje o mensajes que la empresa radiofónica desee dirigir a la audiencia. En este sentido, la voz de la emisora refuerza su imagen de marca. De ahí que las características de la voz que concede personalidad a la emisora y su programación se adecue al tipo de radio, al modelo de programación elegido y a las condiciones cualitativas de su tipo de audiencia. En este sentido se observa una amplia variedad de voces en sintonía con el carácter, tono y ritmo particular de la narración propia de cada tipo de radio. Por lo general, la radio generalista, la radio de información especializada y el. Todo noticias disponen de voces más graves y maduras que el formato musical. En la particularidad del formato musical, los juveniles se diferencian de los jóvenes adultos y maduros por presentar voces más agudas y juveniles. Lo habitual es que una cadena o emisora disponga de una voz principal en la realización de la

¹⁰ Assim fora apelidado Gardel pelo público.

continuidad general que, en ocasiones, se complementa con una segunda y/o tercera de menor protagonismo en la antena.

Isto também se condiz com a realidade de Clarín. A voz de Martínez é essa voz madura e adulta, grave e séria, que identifica a personalidade da emissora: uma rádio tradicional que guarda os costumes e o folclore de um passado mais formal e rígido. Paralelamente existem outras duas vozes secundárias que figuram em publicidades e algumas mensagens mais recentes próprias da emissora, também masculinas, e que seguem o exemplo dado por Martínez na formalidade e seriedade que dão caráter à Clarín.

Com a divisão das horas pares e ímpares, a emissora não transmite, em momento algum, informações como hora certa e previsão do tempo. De acordo com Geolkiewsky (2013), a única referência temporal, de fato, é à meia-noite:

Rutina de identificación de CX58 Radio Clarín, a la hora 24, con el cambio de día. La voz de Derly Martínez, identificando la emisora, despidiendo la jornada con la Marcha “Mi Bandera” y saludando sus oyentes en el inicio de un nuevo día con “Pájaro Campana”, escuchada en una radio a transistores.

Contudo, e segundo constatado na programação da emissora publicada no seu site de Internet, existem horários marcados para cada cantor e, por tanto, aqueles ouvintes fiéis certamente podem saber aproximadamente que horas são se ligarem a Rádio Clarín e reconhecerem a voz que está sendo emitida.

Segundo Moreno (2005), os recursos narrativos e expressivos de qualquer programação podem ser enriquecidos com outros de intensificação expressiva para fidelizar o ouvinte. “*Se trata de recursos retóricos – de repetición, amplificación y apelación– que convenientemente ambientados constituyen el arte de la expresividad radiofónica, encaminada a captar la atención y mantener el interés y la escucha del oyente*” (MORENO, 2005, p. 45). A Rádio Clarín também é conhecida pelos seus bordões, isto é, frases criadas com base no cotidiano social montevidiano:

Porque el cardo ha de pinchar, es que nace con espina. José Hernández (Martín Fierro)

Negra, bajá un poco la comedia... y aprontá el mate que se viene el Mago en Clarín!

Ahora el programa más escuchado del dial uruguayo. Como a todas las horas pares, en Clarín, canta Carlos Gardel

Além dos bordões e de frases, irradiadas entre os intervalos comerciais, são reproduzidos textos rimados que se tornaram tão tradicionais quanto a voz impostada de Derly Martínez, tais como:

El tiempo pasa, la ropa queda si es de Roveda.

¿Se va a bañar? Jabón Palmar.

Luzca en la calle, vista en Ovalle.

No Señor, no me callo, solo exijo aceite El Gallo.

¡Varón! Dijo la partera. Se afeitará con Legión Extranjera.

Venga del aire o del sol, del vino o de la cerveza, cualquier dolor de cabeza se quita con un Geniol.

Preguntele a su vecina con qué cocina cocina. ¡A que le dice Volcán!

Permitame que insista, deje que El Mago lo vista.

Malta Montevideana, a rica y sana nadie le gana.

Vengo a pedir la mano de su hija. ¿Con qué cuenta? ¡Con los dedos! A este yo lo cocino con aceite Torino.


A Clarín também possui um site na Internet. A página apresenta um *layout* bastante simples, com informações básicas sobre detalhes técnicos e administrativos da emissora, além da grade de programação e *links* para contatos e *players* para audição *online*. Um dos pontos de maior destaque do portal fica para a sessão *Carlos Gardel*, onde é descrita uma breve biografia do cantor, inclusive, abordando a antiga polêmica a respeito de seu nascimento.

¿Dónde nació Gardel? Ríos de tinta se han escrito al respecto. Un puñado de buenos investigadores ha hecho cuidadosos estudios sobre el tema y, como tantos otros misterios en la vida de Gardel, éste ha quedado sin resolver en forma que a todos satisfaga. Hay quienes sostienen, con buen fundamento, que nació en Tacuarembó, Uruguay. Otros, también con fundamento, que nació en Toulouse, Francia. Es claro que, como uruguayos, nos costaría bien poco afiliarnos a la teoría de que era uruguayo, pero la posición de Clarín AM580 es, y ha sido siempre, que lo importante no es donde nació sino lo que cantó, y cómo puso en su canto toda su alma río-platense (CLARÍN, 2016).

No campo da audiência, conforme pesquisa realizada em outubro de 2015, pelo Instituto de Marketing do Uruguay (IMUR), a Rádio Clarín tem a sexta maior audiência na

região de Montevideu e zona metropolitana (*La Paz, Las Piedras, Pando, Ciudad de la Costa y Ciudad del Plata*). A mesma pesquisa aponta também que a audiência se concentra, principalmente, entre ouvintes do gênero masculino acima de 60 anos. Contudo, o público na Internet se apresenta diversificado.

Figura 1 – Índice de audiência em Montevideu

AGRUPAMIENTO 00 A 24 HRS. - LUNES A DOMINGO													 Instituto de Marketing del Uruguay	
RATING*, AUDIENCIA Y PERFIL (% EN LA FILA)														
HORA	Audien cia	Ra ting	Perfiles											
			NSE		EDAD					SEXO				
			Alto	Me dio	Bajo	12 a 17	18 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	60 o mas	Masc	Fem	
CX4 Rural	21055	1,6	32,4	59,2	8,4	4,5	6,3	2,1	6,3	11,1	69,7	56,6	43,4	
CX6 Clasica	5404	0,4	31,7	60,3	7,9	0,0	0,0	0,0	44,4	7,9	47,6	68,3	31,7	
CX8 Sarandi	76022	5,8	25,2	60,2	14,6	2,4	3,5	6,7	14,8	27,9	44,6	48,0	52,0	
CX10 Continente	1677	0,1	0,0	90,5	9,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	9,5	90,5	
CX12 Oriental	25900	2,0	25,9	62,7	11,4	1,3	1,9	6,4	10,7	9,5	70,2	39,3	60,7	
CX14 El Espectador	41738	3,2	50,2	47,1	2,7	3,1	4,6	13,4	11,6	33,0	34,4	65,1	34,9	
CX16 Carve	13043	1,0	19,4	56,7	23,8	0,0	15,7	0,0	7,5	17,9	58,9	60,5	39,5	
CX18 Sport 890	55899	4,3	27,9	64,3	7,8	2,6	12,2	13,5	17,5	27,0	27,2	81,2	18,8	
CX20 Montecarlo	119437	9,2	14,8	61,8	23,4	1,7	4,4	2,4	7,9	16,2	67,5	32,8	67,2	
CX22 Universal	32794	2,5	24,8	57,0	18,2	9,6	14,0	1,9	17,7	15,9	40,9	60,9	39,1	
CX24 Radio 1010 AM	22173	1,7	22,1	69,9	8,0	3,5	2,2	10,6	18,6	10,6	54,5	74,4	25,6	
CX26 Radio Uruguay	5404	0,4	0,0	74,6	25,4	0,0	0,0	0,0	7,9	15,9	76,2	50,8	49,2	
CX28 Imparcial	10621	0,8	28,2	67,6	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	12,0	88,0	79,6	20,4	
CX30 Nacional	7453	0,6	30,1	61,8	8,2	0,0	0,0	10,6	10,6	27,6	51,2	65,9	34,1	
CX32 Mundo	932	0,1	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	
CX36 Centenario	18633	1,4	19,2	59,5	21,4	0,0	4,7	9,3	2,2	16,4	67,4	64,1	35,9	
CX38 E del Sur	3354	0,3	35,7	64,3	0,0	0,0	0,0	0,0	29,3	35,7	35,0	52,9	47,1	
CX40 Fenix	5217	0,4	0,0	73,2	26,8	0,0	0,0	0,0	14,6	8,9	76,4	41,4	58,6	
CX42 C.de Mvdo	1863	0,1	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	
CX44 AM Libre	14161	1,1	31,3	46,8	21,9	0,0	0,0	6,1	6,5	21,6	65,8	71,9	28,1	
CX46 America	1863	0,1	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	
CX48 Cristal	1677	0,1	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	45,2	0,0	54,8	45,2	54,8	
CX58 Clarin	26831	2,1	23,8	48,5	27,7	0,0	0,0	0,0	2,0	5,9	92,1	65,4	34,6	
Otras AM	2609	0,2	38,1	38,1	23,8	0,0	0,0	38,1	38,1	0,0	23,8	61,9	38,1	

Fonte: IMUR (2015)

Como a Rádio Clarín não possui canais de interatividade em redes sociais, tomou-se como base um grupo público do Facebook, intitulado “Radio Clarín AM 580”¹¹. O canal foi criado por um administrador uruguaio e possui 500 integrantes. Foram identificados perfis predominantemente uruguaios. Porém, há componentes do grupo que se identificam como argentinos e brasileiros, equatorianos, mexicanos e americanos. Ainda no Facebook há mais uma página dedicada à rádio: “Radio Clarin Uruguay 580 AM”. Porém, ao contrário do grupo público, a página, que também não é oficial da emissora, apresenta poucas atualizações, tendo sido registrado apenas um comentário, em abril de 2016.

¹¹ <https://www.facebook.com/groups/33004057215/members/>.

Internet e convergência hipermediática

A Internet é um objeto complexo de estudo e deve delimitar duas zonas distintas de análise: conteúdo, por um lado, e o suporte tecnológico do protocolo, do outro. Assim sendo, apoia-se na definição de “sociedade em rede”. O termo convergência é atribuído a Ithiel de Sola Pool, denominado por Henry Jenkins (2006) como "o profeta" dos meios de comunicação. Conforme Jenkins, o autor pode ser considerado visionário, em razão da obra de 1983 intitulada *Technologies of Freedom*. “A explicação para a atual convergência entre os modos de comunicação separados historicamente reside na capacidade de eletrônica digital” (DE SOLA POOL, 1983, p. 27).

A convergência de mídia é entendida hoje como um fenômeno que envolve a interligação de informações, tecnologias de comunicação, redes de computadores e conteúdo de mídia, de acordo com a Enciclopédia Britânica (2016). Seria como um resultado direto da digitalização de conteúdos. A convergência pode ser compreendida através do “três Cs”: computação, comunicações e conteúdo. Os fundamentos que o compõem são: tecnológico, industrial, social e de natureza política. Na verdade, as empresas, as práticas de trabalho, e as indústrias de serviços estabelecidos são transformados pela convergência de mídia que agora permite o surgimento de novas formas de conteúdo. Por sua vez, os usuários que são afetados por essas mudanças também são agentes de mudança na convergência interativa da sociedade. O que poderia ser resumido em hipermediático, é um binômio: hipertexto + multimídia. Hipertexto é um neologismo cunhado em 1963, mas tornou-se popular com a disseminação do uso da Internet. A seguir, o termo “multimídia” foi utilizado por conglomerados de mídia, através de alianças estratégicas corporativas que ligavam grandes oligopólios. Com um sistema de *hyperlinks* no *World Wide Web*, foi definido o conceito, no âmbito da convergência.

Convergência: um processo

A “velha mídia” não morreu e não necessariamente desapareceu. Mas, como observado por Jenkins (2006), os “que morrem são as ferramentas que usamos para acessar conteúdo de mídia” (p. 13). As tecnologias são substituídas. Segundo Jenkins, os meios evoluem e persistem como camadas dentro de uma camada mais complexa de informações. “As tecnologias são tecnologias de entrega simples e só; meios são também sistemas culturais” (JENKINS, 2006, p. 14). O autor argumenta ainda que o conteúdo dos meios de

comunicação e as suas audiências são movidos e seu status social, que também pode ser modificado e pode ser definido por alguma demanda humana central.

Assim como o cinema não descartou o teatro e a televisão não fez com que o rádio desaparecesse, todos se adaptaram. “É por isso que a convergência parece ser uma forma mais plausível de compreensão das mudanças nos meios de comunicação de décadas passadas, em relação ao o velho paradigma da revolução digital” (JENKINS, 2006, p. 14). Para Jenkins, diferentes tecnologias proliferam, muitos dos quais servem o mesmo conteúdo ou funções. A tecnologia diverge, mas o conteúdo está convergindo. “Porque ninguém tem certeza de que tipos de funções devem ser combinadas é que somos forçados a comprar uma variedade de dispositivos especializados e incompatíveis”, diz Jenkins (2006, p. 15). Castells reforça essa ideia em relação a empresas que buscam uma vantagem estrutural competitiva tentar controlar os primeiros momentos da “nova tecnologia”, mas “o formato verdadeiro sistema tecnológico é incerto” (CASTELLS, 2006, p. 451).

A convergência não é apenas uma mudança tecnológica, “mas altera a relação entre existentes tecnologias, indústrias, mercados, gêneros e audiências. A convergência altera a lógica em que indústrias de mídia operam e no qual os consumidores processam notícias e entretenimento” (JENKINS, 2006, p. 16). O autor é enfático: “Convergência refere-se a um processo, não um ponto final” (JENKINS, 2006, p. 16).

Radio Clarín: Tango e folclore em tempos de convergência

O rádio, atualmente, segue transmitindo no dial, através de quilohertz, assim como na sua origem. Clarín é uma emissora que permanece no éter, independente do processo de convergência que possa questionar sua permanência. O objetivo dessa emissora é preservar a tradição regional rio-platense, através da música irradiada pelas ondas de amplitude modulada. Contudo, a rádio não está negando evolução: sua programação, atualmente, está digitalizada e automatizada, e suas ondas são espalhadas através de um streaming, desde seu endereço na web. Essa também não é a principal preocupação, apesar de haver pessoas que ouvem pela internet, exclusivamente. A Clarín se segura ao tradicional, também, desde o ponto de vista tecnológico, assegurando, assim, a transmissão de sua mensagem *para toda cuenca del plata*, aos receptores conectados ou ausentes da rede mundial.

A convergência, a que se refere Jenkins desenha o caso da Clarín como a união desse conteúdo proveniente de velhos long-plays e cassetes digitalizados, reproduzidos e

selecionados por um computador, com pouca intervenção humana ao vivo e emitido pelo ar e pela Internet: o resultado é um conteúdo igual (ou muito similar) àquele de meio século atrás, conservando uma programação tradicional que já é parte do folclore oriental.

Conforme Jenkins, são as tecnologias de entrega dos meios que se tornam obsoletas e substituídas enquanto evoluem e persistem como capas dentro de um nível mais complexo de informação. “As tecnologias de entrega são sensíveis e unicamente tecnologias; os meios são, ademais, sistemas culturais” (JENKINS, 2006, p. 14.). O autor propõe ainda que os conteúdos dos meios e suas audiências se transladam e seu status social pode também se modificar, “mas uma vez que um meio se estabelece satisfazendo alguma demanda humana central, continua funcionando dentro do maior sistema de opções de comunicação” (JENKINS, 2006, p. 14).

Considerações Finais

Um dos problemas principais deste estudo, levando em consideração a Rádio Clarín, no âmbito uruguaio, seria de confirmar se as tecnologias, de fato, definem a cultura? Diante desse questionamento, a partir das observações e contextualizações descritivas e históricas da emissora montevideana, percebeu-se que a hipótese deste artigo se confirma, isto é, a cultura sofre influência do progresso técnico sim. Porém, essa influência é subjetiva, já que depende de uma série de garantias. Uma delas se encontra, justamente, no campo econômico. Desde 1958, foram poucas as mudanças no formato da emissora, porque assim seus proprietários decidiram que seria. Entende-se que pela peculiaridade do segmento musical e, ainda, pelo fato de ser uma das poucas emissoras que dedica toda a sua programação ao tango e ao regionalismo da região do Prata, conforme Sergio Canale, o estilo consagrado da emissora se mantém. Tantos os funcionários como o grupo de sócios que mantém a Clarín em funcionamento, fazem questão de que a rádio continue como está.

Como referiu-se Jenkins anteriormente, são as tecnologias que se tornam obsoletas, enquanto a cultura se adapta e se molda. A cultura pode muito bem se transformar e condicionar a tecnologia. É curioso que a emissora não possui contatos oficiais nas principais redes sociais da atualidade como Facebook e Twitter. As referências foram criadas por ouvintes. E nesses grupos, participam integrantes não apenas uruguaios, mas argentinos, brasileiros, equatorianos, mexicanos, entre outros. A emissora, com o passar dos anos, investiu em tecnologias básicas para automatização da programação. Contudo, ao

conferir a estrutura, torna-se irônico o panorama, em relação à atualidade, já que boa parte dos equipamentos utilizados pela Clarín são analógicos. A antiga mesa de áudio, grande, mono e com potenciômetros giratórios ainda está em funcionamento. O próprio apartamento onde estão localizados os estúdios e escritórios é um lugar suspenso no tempo, decorado à moda antiga, uma espécie de materialização física de muito do que evoca na mente do ouvinte a programação da Clarín. Poder-se-ia dizer que a tecnologia define a cultura sim: Clarín mantém a cultura uruguaia de meados do século XX em parte também graças à utilização de tecnologias da época. Mas é relevante lembrar que alguma porcentagem dessa aparente tecnologia é, em verdade, emulada por tecnologias atuais que se fantasiam de antigas. Martínez mencionou, em entrevista, que recebia ligações e cartas na rádio de ouvintes pedindo “por favor piedade com ele, que não tinha descanso, trabalhando as 24 horas, 7 dias por semana”. Nas suas mentes (e ouvidos), Martínez era um “escravo” da programação no estúdio, dia e noite, sem recesso. A cultura (o imaginário) continua, desta forma, sendo determinada pela tecnologia.

O território da narração da Rádio Clarín foge ao cenário da atualidade. Trechos de discursos de Artigas¹², ou de obras literárias de escritores uruguaio gauchescos, publicidades antigas, uma voz impostada e firme, e um conservadorismo cultural radical são os ingredientes para criar a cena na mente do ouvinte. Esta programação recria uma época passada, em um espaço de nostalgia, que faz parte do caráter do uruguaio: os mais velhos, talvez desconectados da rede mundial, permanecem vinculados ao passado, lembrando das velhas estações de rádio, bailes, discos, momentos. Os ouvintes mais novos, ainda que *online*, preservam com carinho o que ouviram de seus pais e avós e desenharam a partir desse imaginário o futuro da orientalidade¹³. Muitos ainda sintonizam no radinho de pilha e outros já a ouvem no computador ou no celular, desde os lugares menos pensados e bem além da “*cuenca del Plata*”. Clarín representa a própria desterritorialização do rádio desta era da convergência, onde os “anos se perdem” dando espaço e liberdade ao imaginário coletivo que viaja no tempo enquanto a escuta. Convergem naquele computador ou telefone as décadas e as idades, a memória afetiva e a tradição, a identidade rio-platense e a aldeia global. E assim, em pleno século XXI, no dial de amplitude modulada, e, como bônus (não inerente nem indispensável) também na Internet, durante seis horas cada dia, todos os dias, o Mago, Gardel, “*cada vez canta mejor*”.

¹² General José Gervasio Artigas, herói nacional do Uruguai.

¹³ Identidade da República Oriental do Uruguai.

REFERÊNCIAS

BALAO, M. **La tanda del ayer lejano, Radio Clarín**. Café Montevideo. Montevideu: 2009. Disponível em: <<http://cafemontevideo.com/la-tanda-del-ayer-lejano-radio-clarin-3/>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

CARBALLO, A. **Radio Clarín AM 580 - Sergio Canale, locutor y operador de la radio donde Gardel vive**. La mañana de TNU Canal 5. Montevideu: 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CDDyb0bcP-0>>. Acesso em: 11 jul. 2016.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede. Vol.1**. (8a. ed.). São Paulo: Paz e Terra, 2005.

_____. **The Internet Galaxy**. New York: Oxford University Press, 2002.

DE SOLA POOL, I. **Technologies of Freedom**. United States of America: President and Fellows of Harvard College, 1983.

ESCANLAR, G. **Hay programas para todos los gustos, República Oriental de la radio**. Anuario El País. Montevideu: 2001. Disponível em: <http://www2.elpais.com.uy/especiales/anuarios/2001/09_setiembre/4/4.html>. Acesso em: 10 jul. 2016.

GEOLKIEWSKY, H. N. **Uruguay. Derly Martínez, locutor institucional de CX58 Radio Clarín**. La Galena del Sur. Montevideu: 2013. Disponível em: <<https://lagalenadelsur.wordpress.com/2013/11/21/uruguay-derly-martinez-locutor-institucional-de-cx58-radio-clarin/>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

_____. **El tango en la radio uruguaya**. La Galena del Sur. Montevideu: 2013. Disponível em: <<https://lagalenadelsur.wordpress.com/2013/10/03/el-tango-en-la-radio-uruguaya/>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

I.N.E. **Población por sexo, según Departamentos. Censos 1996, 1985, 1975 y 1963**. Instituto Nacional de Estadística. Montevideu. Disponível em: <http://www.ine.gub.uy/c/document_library/get_file?uuid=6bdbf713-f527-4937-8557-efa3159aaf03&groupId=10181>. Acesso em: 25 abr. 2016.

_____. (2013). **Principales resultados de la Encuesta de Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación 2013**. Montevideu. Disponível em: <<http://www.ine.gub.uy/documents/10181/35933/Principales+Resultados+de+la+Encuesta+de+Uso+de+las+Tecnolog%C3%ADas+de+la+Informaci%C3%B3n+y+Comunicaciones+2013/504351cae277-4efb-82de-f2f70e9a4452>>. Acesso em: 13 jun. 2016.

JENKINS, H. **Convergence Culture**. New York and London: New York University Press, 2006.

MORENO, E. **Las “radios” y los modelos de programación radiofónica**. Comunicación y sociedad. Vol. XVIII, Nº 1. 2005.