

Comunicação comunitária e Rádio-poste: características conceituais, desafios e mediações verificadas na Rádio A Voz do Salobrinho¹

Rafael Abade RIBEIRO²

Antônio Marcus Lima FIGUEIREDO³

Marcelo Pires de OLIVEIRA⁴

Universidade Estadual de Santa Cruz - Ilhéus, BA⁵

RESUMO

As rádios-postes são emissoras que transmitem por alto-falantes nos postes das ruas e praças. A maioria delas transmite apenas músicas e anúncios comerciais, porém algumas equipes dão preferência aos programas comunitários. Este artigo analisa as principais características, desafios e mediações verificadas na Rádio A Voz do Salobrinho de Ilhéus-BA (principalmente, além de outras rádios-postes do Sul da Bahia). Partindo deste estudo de caso, foi obtida uma revisão de literatura com resultados possivelmente generalizáveis, ultrapassando o caráter exploratório do método original. Constatou-se que todas as rádios-postes são potenciais meios de comunicação comunitária, possuindo grandes desafios como poluição sonora, rentabilidade e legalização. Por este tipo de emissora ser pouco explorado como meio de mobilização social, finaliza com a sugestão de novos estudos.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação popular; cidadania; rádio-poste; periferia urbana; poluição sonora.

INTRODUÇÃO

As rádios-postes são transmitidas por caixas de som distribuídas nas ruas e praças de bairros, feiras e centros comerciais. Estas rádios possuem vários problemas, com relação a infraestrutura, organização e legislação (regulamentadas - ou não - pelos estados e municípios). Assim, programações musicais e/ou informativas “colorem” as ruas, possibilitando recadinhos e pedidos musicais. O problema é que, caso o morador ou

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Este artigo foi baseado no Trabalho de Conclusão de Curso "Comunicação comunitária e a Rádio-poste A Voz do Salobrinho", defendido e aprovado em 27/08/2019 (RIBEIRO, 2020).

² Especializando em Gestão cultural e Arte-educação (Senac Ead). Bacharel em Comunicação social com Rádio e TV (Universidade Estadual de Santa Cruz/BA). Voluntário da rádio (2017-2019). E-mail: cadeiradorafael@gmail.com

³ Professor Assistente do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz- Ilhéus/ BA (UESC) Doutor em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia. Integrante do GOCC (Grupo de Estudos e Pesquisa Observatório da Comunicação e Culturas Contemporâneas). E-mail: amlfigueiredo@uesc.br

⁴ Professor Titular do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz – Ilhéus/BA (UESC). Doutor em Mídias pela Universidade Estadual de Campinas. Pós-Doutor pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). E-mail: mpoliveira@uesc.br

⁵ Agradecimentos aos moradores do Salobrinho; às contribuições diretas dos profs. da Uesc/BA (Antônio Figueiredo - orientador, Marcelo Pires, Eliana Albuquerque, Verbena Almeida, Priscila Luz, Valéria Amim, Antônio Xavier, Karen Ramos, Alfredo Dib, Valério Melo e Delliana Ricelli) e à todos autores e radialistas citados.

pedestre não queira escutar sua programação, não têm outra alternativa a não ser ignorá-la. A poluição sonora é uma realidade de muitas comunidades, que geralmente não são perguntadas se querem um “serviço de alto-falantes” nas ruas.

É importante diferenciar⁶ com precisão as rádios-postes das chamadas rádios comunitárias, questão que também apareceu na obra de Santana (2013): algumas raras⁷ rádios-postes podem ter uma programação “comunitária” (o que não é o caso da maior parte das rádios-postes comerciais, que veiculam apenas músicas e propagandas). Legalmente, as rádios comunitárias são definidas como aquelas de transmissão por ondas eletromagnéticas FM de baixa potência (lei nº 9.612). Este trabalho não busca construir uma relação entre as definições e conceitos da comunicação comunitária e das rádios-postes, mas sim identificar algumas características que as rádios-postes “comunitárias” ou livres compartilham com outros meios de comunicação comunitários.

A “comunicação comunitária” é um termo que possui uma definição aparentemente simples (é a comunicação que acontece em uma comunidade). No Brasil, ela recebeu diferentes abordagens acadêmicas, sendo também chamada de comunicação popular, local, de bairro, participativa e alternativa. Academicamente, é um campo de estudos de mídia alternativa ou anti hegemônica, sendo uma mídia autônoma do povo e para o povo (DELLIANA, 2018 *apud* RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019). Felipe Pena (2005, p. 184) apresenta uma retrospectiva dos estudos, partindo de conceitos como vínculo, participação, cooperação, conduta e identidade. Outra pesquisa pertinente⁸ é a de Otre (2016 *apud* BONA, 2017) que analisou 87 dissertações e 15 teses brasileiras de comunicação comunitária (cuja maioria foram estudos de caso). Cicilia Peruzzo (2004), possui uma das obras mais completas sobre as rádios-postes e comunicação popular no Brasil. Ela explica que a população pode expressar sua cidadania por diversos meios de comunicação: carros de som, jornais impressos, jornais-murais ou online, panfletos, faixas, cartilhas, fanzines, camisetas, grafite e *stencil*, teatro, eventos, cordel, etc. Para entender melhor as rádios-postes, emissoras populares raramente abordadas com profundidade nos livros radiofônicos, este artigo procura conceitos, desafios e mediações presentes nas rádios-postes com propostas comunitárias, e assim descobrir e conhecer seu funcionamento dentro da proposta de mídia popular a serviço da comunidade.

⁶ Utilizamos aspas ou o termo “livre” para separar as rádios-postes “comunitárias” das FMs comunitárias.

⁷ Conforme observado nas rádios-postes da bibliografia e do Sul da Bahia (RIBEIRO, 2020, p. 82).

⁸ A resenha de Bona foi consultada para agilidade da redação, e a leitura da original é recomendada.

Metodologia

Partiu-se do estudo de caso da Rádio A Voz do Salobrinho em Ilhéus, BA (RIBEIRO, 2020), que foi o trabalho de conclusão de curso de um dos autores, em que, enquanto estudante universitário, foi locutor voluntário do programa Radi(ação), uma radiorevista transmidiática quinzenal de cidadania no período de 2017 a 2019. Este programa era realizado com o apoio da Associação de Moradores do Salobrinho, observatório de cidadania Instituto Nossa Ilhéus e DCE-Uesc.

Neste artigo, enfatizou-se a revisão de literatura do estudo de caso. Foram mesclados fragmentos de quatro obras principais (COGO, 1998; PERUZZO, 2004; VIGIL, [2003]; GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009), contrastadas principalmente com a observação participante da emissora do Salobrinho. Diversos cuidados metodológicos foram tomados para realizar este trabalho, uma vez que o estudo de caso é considerado uma metodologia exploratória (geralmente não conclusiva), e que precisa de profundidade para descrever características conceituais generalizáveis (YIN, 2015).

A pesquisa obteve a confiança da equipe e dos moradores para debater as problemáticas da emissora. Segundo Gil (2009), foi utilizada a amostragem do tipo “bola de neve”. Apesar da metodologia ser mais “analítica” que “estatística”, consideraram-se as semelhanças e diferenças com as rádios-postes da bibliografia e das regiões geográficas próximas de Ilhéus-Itabuna, Camacan e Porto Seguro (Sul da Bahia)⁹. A grande quantidade de dados para análise demandou constante reorganização.

Definições conceituais, tipologia e legalização

Diversos termos são utilizados para nomear as rádios-postes. Muitos chamam de “serviço de alto-falantes” ou simplesmente “cornetas” (dispositivos cônicos), termos que Vigil ([2003]) também usou em espanhol. Existem outros nomes regionais, como “rádios alternativas por cabo”, “bocas de ferro” e “radiadoras” (COGO, 1998, p. 16; 121). Na Bahia, observaram-se os termos “caixinhas de som”, a “rádia” ou ainda como “rádio de [fulano]” (diretor ou financiador). A Rádio A Voz do Salobrinho usa “rádio da

⁹ As emissoras observadas em menor intensidade, entrevistadas ou consultadas foram: rádio-poste do Banco da Vitória (Ilhéus-BA), rádio-poste e educativa Aliança Educadora (Assentamento Terra Vista, Arataca-BA), rádio-poste católica de Jequié-BA, rádio comunitária Ilhéus FM, rádio comunitária Arraiana FM (Porto Seguro-BA), Rádio Autêntica FM (ex-Rádio Favela de BH-MG), rádio universitária de Viçosa-MG, rádios comunitárias das monografias da bibliografia principal e do curso de comunicação social da Uesc-BA e as rádios comunitárias agregadas pelo Tune In. Relato completo em Ribeiro (2020, p. 82).

comunidade” nas locuções, incentivando o engajamento popular. Quanto ao termo rádio-poste “livre”, surgiu no meio acadêmico para as rádios democratizantes não legalizadas em substituição ao pejorativo “pirata” (PÓLVORA, 2003, p. 9). Em inglês¹⁰, alguns nomes encontrados online foram “*public broadcast speaker*”, “*street speakers*”, “*public adress*”, “*street sounds*”, “*broadcast tower*”, “*loudspeakers systems*” e o descritivo “*‘communitary radio’ system that uses louspeakers*” (FRASER; ESTRADA, 2001, p. 50). Foi identificado que o meio é usado em vários países fora da América Latina (mas, aparentemente, não tão disseminado como aqui).

Tecnicamente, as rádios-postes usam sistemas de som cabeados simples (e transmissões complementares online nas emissoras mais estruturadas). Na engenharia de áudio, a ligação de vários alto-falantes é um “sistema de som” (ou “P.A.”, “Potência Amplificada”, adaptação do inglês “*Public Address*”). O uso desses “sistemas de som” é muito diverso, ocorrendo em escolas, igrejas, quartéis, estações de transporte, parques de diversões, balneários, lojas, mercados, feiras, centros comerciais e até em cidades mineradoras com constante risco de evacuação, pandemias e bombardeios. De qualquer forma, podem ser classificadas como rádios-postes apenas os sistemas com uma linguagem radiofônica estruturada (com locuções, programação, intervalos e fidelização), em que o rádio é mais que apenas um “meio de transmissão” de músicas e anúncios, mas também de “expressão” (ARNHEIM, [1936] *apud* MEDITSCH, 2001, p. 3).

Quanto à tipologia das rádios-postes, este artigo analisa as rádios-postes livres ou “comunitárias”. Entretanto, cabe definir resumidamente dois outros tipos populares: as comerciais são o modelo mais encontrado no Brasil, geralmente transmitindo gêneros musicais “*pop*” (feitas para o povo, mas nem sempre pelo povo) e poucos anúncios de utilidade pública, ou algumas vezes apenas publicidade. O outro tipo são as rádios-escolas (“*School speakers*” em inglês), que podem estar contidas nos territórios internos das escolas, ou as ultrapassar e assumir uma atuação educativa (PÓLVORA, 2003).

É difícil definir as rádios-postes como livres ou “comunitárias” na medida em que várias delas tem atitudes antiéticas (VIGIL, [2003], p. 398-405; GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009, p. 23-25; COGO, 1998, p. 17). Vigil ([2003], p. 402) diz que “pessoalmente, não conheci até hoje nenhuma emissora que pudesse ser considerada cem por cento comunitária”. Algumas apenas alegam ter uma proposta “comunitária”, para adotarem

¹⁰ A ausência de um termo central em inglês dificulta a busca de informações e mobilização internacional.

outras práticas. São apelidadas de “picaretarias”: “é uma expressão empregada para a emissora “comunitária” de intenção comercial e/ou de propriedade de políticos profissionais [ou religiosos]” (GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009, p. 24-25).

Para definir o que é uma emissora comunitária de fato, Peruzzo (2004, p. 256-258) listou como características: programação comunitária, interatividade, valorização da cultura local, sem fins lucrativos, gestão coletiva, democratização da comunicação e compromisso com a cidadania. Assim também pensa Vigil:

Mudam os trajes, mas a tribo é a mesma. Porque o desafio de todas as emissoras [“comunitárias”, livres, associativas, participativas, interativas, populares e postes] é parecido: melhorar o mundo em que vivemos. Democratizar a palavra [...] Quando uma emissora promove a participação dos cidadãos e defende seus interesses; quando responde aos gostos da maioria e faz do bom humor e da esperança a sua primeira proposta; quando informa com verdade; quando ajuda a resolver os mil e um problemas da vida cotidiana; [...] quando a palavra de todos voa sem discriminações ou censuras; essa é uma rádio comunitária (VIGIL, [2003], p. 398-399, 406).

Conseqüentemente, é mais sensato afirmar que as rádios-postes livres podem ter, ocasionalmente, gestões e momentos na programação realmente comunitários (variando entre práticas comerciais e sem fins lucrativos).

A principal problemática das rádios-postes é a sua transmissão impositiva. A emissora transmite para todos vizinhos e pedestres, inclusive os que gostariam de trocar (ou nem ouvir) a programação (GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009, p. 20; COGO, 1998, p. 147). Este problema começa desde a instalação dos alto-falantes, o que, geralmente, acontece sem consulta prévia à comunidade (PERUZZO, 2004, p. 149). Isto incomoda principalmente os residentes próximos às caixas de som, que convivem com o barulho e reclamam diariamente. Um exemplo é o processo de implantação da Rádio-poste Popular Lagoa [BH-MG?], que para conscientizar os moradores sobre o potencial social da rádio-poste, perguntaram aos moradores/ouvintes sobre suas preferências musicais, realizaram cursos de capacitação e mantiveram reuniões com a comunidade. Mesmo assim, a questão da poluição sonora era recorrente: “Abaixo-assinados reivindicando o fechamento [...], agressões contra o estúdio da rádio e até mesmo reuniões de conciliação entre equipes e moradores são alguns dos episódios” (COGO, 1998, p. 158). Uma dona-de-casa testemunha:

[...] Se tiver que ligar televisão e som, fecha as janelas e põe mais alto se não quiser escutar lá. Eu acho que o som, a altura do som, para a gente que mora perto incomoda. [...] Inclusive tem uma vizinha ali mesmo que reclamou muitas vezes. [...] Isso eu não faria, porque para os de longe escutar, nós temos que sofrer (MORADORA, 1992 *apud* COGO, 1998, p. 188).

Legalmente, a poluição sonora é um tema complexo (cf. ZAJARKIEWICCH, 2019), ultrapassando os limites desta pesquisa. O eletricista Konda (2011 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 120) sugeriu que as rádios-postes deveriam operar com um volume menor, mesmo que manter a audiência potencial demande um maior número de caixas de som. Algumas alternativas são a instalação de potenciômetros nas caixas ou limitadores de decibéis. Na falta de uma regulamentação municipal competente, é recomendado que as próprias comunidades locais reivindicuem e fiscalizem a regulação de suas rádios-postes.

As rádios-postes livres não foram contempladas na lei nacional das rádios comunitárias, sendo reguladas pelos alvarás municipais (NEUBERGER, 2012, p. 118). Na Bahia, o projeto de lei estadual das denominadas Rádios Alternativas de Linhas Moduladas (“LMs”) foi arquivado, sendo efetivado apenas em Salvador (SANTANA, 2019, p. 23), metrópole onde estimam existir mais de 100 rádios-postes (BOCHICCHIO, 2005 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 117). A lei de Salvador (nº 9104) é bem semelhante à das rádios comunitárias (SANTANA, 2013, p. 23-24; ALVES, [s.d.] *apud* NEUBERGER, 2012, p. 119), e pontua algumas práticas de bom senso para as rádios-postes: distância de 50 m de escolas e hospitais, distância de 150 m entre as próprias caixas de som, limite de 70 dB (aprox. som de caminhão), funcionamento entre 8 h e 18 h e renovação dos alvarás de 2 em 2 anos (e não a cada 10, como nas comunitárias).

A maioria dos rádios-postes livres atua entre a ilegalidade e a repressão. Grupos políticos podem atuar para o fechamento destas emissoras. Em alguns casos observados no Sul da Bahia, as prefeituras não impuseram a regulamentação por desinteresse ou desconhecimento (inclusive, algumas foram ilegalmente vendidas depois da regularização). Na Rádio A Voz do Salobrinho, buscou-se a “legitimação” através da convivência com a Associação de Moradores local. A atuação realmente ética das rádios-postes é tão importante para os moradores quanto sua legalização (COGO, 1998, p. 16; PERUZZO, 2004, p. 256-258).

Participação social e precariedades de funcionamento

Toda rádio-poste tem o potencial de se envolver no cotidiano dos moradores, “desde as [...] informações sobre o tempo e a hora até questões educativas e conjunturais mais amplas” (COGO, 1998, p. 98). O diálogo periódico com as organizações locais (associações de moradores, observatórios sociais, escolas, postos de saúde, polícias, feiras, igrejas, grupos esportivos, etc.) permite que radialistas comunitários circulem informações que impactam o desenvolvimento regional (através da divulgação de serviços, eventos, mobilizações, denúncias, repercussões, paródias e o “fala povo”):

[As rádios-postes livres ou “comunitárias”] estão a serviço de grupos populares, de suas lutas e manifestações culturais. Por meio deles, se promovem concursos, festivais, debates sobre temas polêmicos, se acompanham festas populares e se divulgam até mesmo falecimentos, aniversários e outras datas comemorativas dos membros das comunidades (COGO, 1998, p. 81).

A potencial programação participativa de “utilidade pública” é uma das melhores qualidades das rádios-postes, segundo os principais autores estudados (COGO, 1998; VIGIL, [2003]; PERUZZO, 2004; GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009). Possibilitar a participação dos moradores oportuniza o direito à ampla liberdade de expressão (mesmo que ocasionalmente). No entanto, Cogo (1998, p. 15 *et seq.*) aponta que isto não significa necessariamente a pluralidade harmoniosa de pontos de vistas na programação. Respeitar as diversas identidades de um mesmo local é um desafio, especialmente quando defendem ideias contrárias à da equipe (como as de religiosidade, política e curadoria musical). Importante ressaltar que estas participações são mais efetivas de maneira sistematizada (como por vinhetas que se repetem na programação). Pode ser do interesse da equipe repetir bastante uma informação (teoria jornalística do agendamento), assim como o locutor pode acolher simpaticamente alguém que queira dar um recado que nunca será repetido (prática que faz o morador sair com a falsa sensação de ter divulgado a causa específica para “o bairro todo”, ou seja, apenas naquele instante). A população deve ser instruída de como participar efetivamente, como por cartazes, oficinas e site.

O convívio dos radialistas com os moradores deve ultrapassar o isolamento do estúdio, buscando integração com o cotidiano dos ouvintes (COGO, 1998, p. 97-98, 137-139, 141). Esta aproximação é intensificada quando os radialistas moram na comunidade (aspecto exigido na lei das rádios comunitárias). Dessa forma, estão “imersos” nos

acontecimentos do bairro e criam vínculos com os vizinhos. A participação aumenta a intimidade para informações úteis nas reportagens e no “fala-povo”. Algumas equipes assumem o protagonismo social, participando das reuniões locais. Os locutores podem atuar como mestres de cerimônia ou mediadores: “Profissionalizar o comunicador popular é investir no aperfeiçoamento da luta [...], tem que saber [...] dirigir uma assembleia, redigir um ofício, [...] fazer uma rede” (BARBOSA, 1993 *apud* COGO, 1998, p. 145). Peruzzo (2004, p. 124-127) destaca alguns traços comuns da comunicação comunitária nos movimentos sociais (uso de conteúdo crítico, emancipador e promoção do protagonismo do povo, exercício de expressão democrática e luta popular).

Em alguns casos, o radialista comunitário ganha fama de “super-herói” (cf. UMA ONDA, 2002) devido à soma da constante exposição pública com este potencial (ou aparente) protagonismo social. Cogo (1998, p. 140) exemplifica com a história de uma criança desaparecida, encontrada às 23 h com o auxílio de uma rádio-poste. Este tipo de emissora realmente tem o poder de mobilizar a comunidade para situações de urgência, como evacuações de cidades mineradoras, pandemias e até bombardeios (cf. MCCOOL; LAM, 2007). Na Rádio A Voz do Salobrinho foram observados poucos casos de emergências nos dois anos de pesquisa. Já no Facebook da rádio, cerca de cinco mensagens procuraram parentes do bairro. Foi muito recorrente a procura da emissora apenas para a venda ou procura de objetos perdidos. Outra situação observada foi a grande quantidade de campanhas de solidariedade divulgadas pelos moradores (quase sempre ligados a igrejas ou políticos). Por um lado, elas cobrem algumas necessidades dos mais carentes. Por outro, as emissoras deixam de focar na conscientização da cidadania e na reivindicação da efetivação das políticas públicas para a comunidade.

Geralmente, as rádios-postes livres se mantêm com um funcionamento básico. Usando pouca (ou nenhuma) arrecadação financeira, muitas apenas “sobrevivem” (COGO, 1998, p. 147; VIGIL, [2003], p. 403). O uso de mão-de-obra voluntária mostra o poder de convocação do meio, porém isto prejudica o profissionalismo da equipe (VIGIL, [2003], p. 401). Keen (2009) argumenta que leigos podem se enganar ao informar assuntos que demandem apuração profissional. Vigil critica também a falta de compromisso das equipes, que é flexível no voluntariado (VIGIL, 1992, p. 10 *apud* COGO, 1998, p. 94).

Muitas rádios-postes livres funcionam com a infraestrutura mais simples possível (computador, microfone, mesa de som, amplificador, cabos e alto-falantes). Dispensam

diversos itens complementares: tratamento acústico, ventilação, áreas de serviço como banheiro, manutenção e limpeza periódicas, arquivamento, comunicações visuais como mural, letreiro e até equipamentos de segurança como aterramento e extintor (cuja carência se observou na prática, com uma pane na Rádio A Voz do Salobrinho ao lado de sacos de carvão).

Algumas destas emissoras se mantêm com a veiculação de anúncios. A preferência de divulgação dos pequenos negociantes ajuda a impulsionar a economia local, e há o receio dos vínculos de dependência e limitação editorial que podem se criar (COGO, 1998, p. 147; PERUZZO, 2004, p. 153; VIGIL, [2003], p. 405). Caso a rentabilidade não esteja satisfatória, as equipes podem criar um jornal comunitário (GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009, p. 31), entre outras várias alternativas complementares¹¹ (cf. VIGIL, [2003], p. 404; PERUZZO, 2004, p. 73-89, 142-147; COGO, 1998, 147). Para aumentar a audiência, observou-se que a transmissão online é um complemento buscado pelas equipes das rádios-postes (no entanto, as emissoras não mantêm estas transmissões online por grandes períodos, na maioria das vezes pela falta de habilidade informática). Outro caminho é a busca pelas transmissões FM, citadas como uma possível etapa evolutiva das rádios-postes (COGO, 1998, p.149).

Outras emissoras preferem ser “sem fins lucrativos”, uma vez que conquistaram a infraestrutura básica e dispõem dos voluntários. Vigil comenta: “Uma coisa é “sem fins lucrativos” e outra é “com fins de falência”. [...] Não ter fins lucrativos significa não privatizar os benefícios [...], mas são revertidos para a própria empresa. Mas é preciso que haja investimentos” (VIGIL, [2003], p. 403). Girardi e Jacobus ((org.), 2009, p. 21) comentam que este modelo administrativo deveria aproveitar mais os incentivos fiscais.

Embora a maioria das rádios-postes atue comercialmente (alternando músicas e anúncios sistematizados), as equipes comunitárias usam com mais cautela os gêneros populares “apelativos” ou “comerciais” (como funk carioca, sertanejo universitário, brega, rap, punk, reggae, pagodão e paródias), assim como certos formatos radiofônicos (policiais, religiosos e radorrevistas de “fofocas”). Sánchez (1989, p. 60 *apud* Cogo, 1998, p. 70-71) justifica: “O massivo é negação do popular na medida em que é uma cultura para as massas e não por. [...] E, no entanto, o massivo é também mediação do popular [...], já que nele as massas [...] extraem prazer”. Com o devido cuidado, é possível

¹¹ A pesquisa realizou um apêndice com um plano de negócios da Rádio-poste A voz do Salobrinho, explorando estas alternativas de financiamento comunitário (RIBEIRO, 2020).

veicular eticamente todos os gêneros e formatos citados, e impulsionar a aceitação popular (GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009, p. 36 *et seq.*; PERUZZO, 2004, p. 130-132).

Mediações de recepção

As mediações (“intervenções”, etimologicamente) são os fatores determinantes da realidade social dos ouvintes, influenciando no processo de recepção (BRITTOS, 1998, p. 132 *apud* PÓLVORA, 2003). Denise Cogo (1998, p. 161-199) levantou alguns destes fatores de influência nas rádios-postes (mediações religiosas, educativas, familiares, massivas, rurais, públicas e de utilidade pública).

Posto que as rádios-postes transmitem nas ruas, é natural que os moradores escutem trechos de suas transmissões ao se deslocar. Mesmo com a transmissão impositiva nas ruas, a fidelização da audiência não é necessariamente garantida (dificultando o impacto informativo). Há ouvintes que param para escutar com atenção, outros escutam apenas trechos, ou apenas a música (COGO, 1998, p.150). Dessa forma, os formatos curtos (vinhetas, propagandas e *spots*) costumam funcionar melhor do que os longos (desde que os curtos sejam recorrentes na programação). Formatos mais longos podem funcionar com a recapitulação ao vivo (por exemplo, rerepresentar constantemente o entrevistado e tema da entrevista ou debate). Outra possibilidade é a disponibilização de resumos e reprises online. Embora as rádios-postes sejam uteis na mobilização até dos moradores analfabetos (COGO, 1998), Peruzzo (2004, p. 149) alerta que a programação informativa “só chega a um número restrito de moradores do bairro e, quase sempre, àqueles já “conscientizados””, demandando a constante autocrítica dos radialistas para a fidelização da audiência popular.

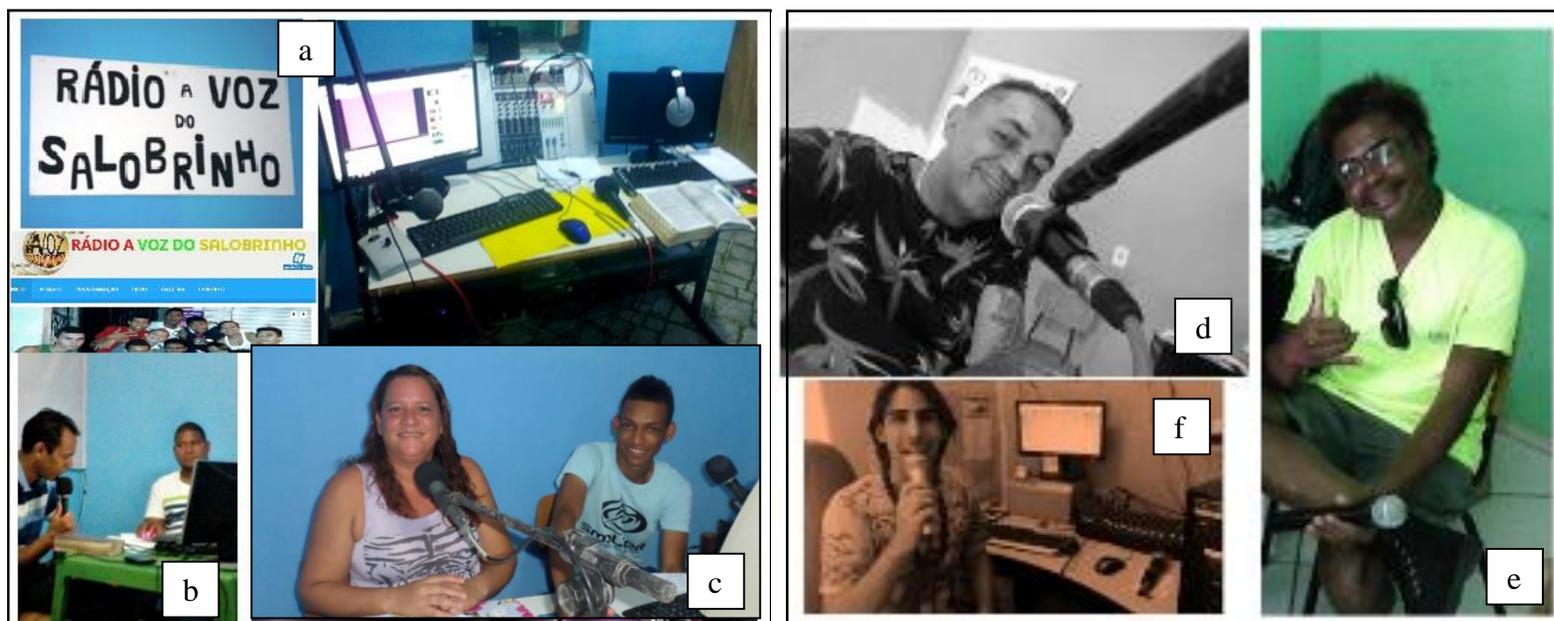
Contrariamente aos que escutam as rádios-postes em deslocamento (momentaneamente), é contínua a recepção dos que moram ao lado das caixas de som. Aqueles que sentam nas ruas ou escutam nas praças também costumam ter uma recepção prolongada da programação. Pode acontecer também a chamada “recepção indireta” dos conteúdos transmitidos, que embora possa deturpar as informações realmente transmitidas, faz com que trechos da programação informativa alcancem um público maior do que a audiência original.

A história das rádios-postes esteve muito ligada à atuação de grupos religiosos. Porém, a “transmissão impositiva” destes programas nas ruas é questionada pelos não-religiosos (COGO, 1998, p. 142). Paralelamente, uma parte dos religiosos não apoia a

programação não-religiosa. Alguns protestantes, por exemplo, consideram que as canções populares ou massivas são profanas (apelidadas de “seculares”), sendo a música uma arte que deveria ser apreciada apenas para louvar a Deus (COGO, 1998, p. 176). Parte deste posicionamento pode ser explicado porque algumas músicas “massivas” usam letras pejorativas. Uma das alternativas possíveis é a distribuição harmônica de preferências e pontos de vistas na programação (GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009, p. 97). Quanto à programação musical, sugere-se a seleção das letras consideradas “positivas”, “sociais” ou instrumentais, preferencialmente por conselhos curadores.

As rádios-postes livres propiciam muitos momentos lúdicos, alegres e informais (COGO, 1998, p. 202). Segundo o diretor da Rádio-poste A voz do Salobrinho (FIGURA 1), um dos principais papéis da emissora é o de alegrar as ruas com a programação musical e de entretenimento, o que (supostamente) alivia o cotidiano da comunidade trabalhadora (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019). A abertura aos pedidos musicais torna o meio semelhante aos *jukeboxes*¹² (toca-discos automatizados que funcionam com moedas em bares e restaurantes). Foram observados alguns atributos de ludicidade, como a fascinação dos moradores ao visitar a emissora, a participação de músicos e escritores regionais, a valorização da identidade comunitária, a comemoração das conquistas coletivas e a informalidade da equipe voluntária (com curiosos deslizes ao vivo).

Figura 01 – Membros da Rádio-poste A Voz do Salobrinho (2014 e 2019), Ilhéus, BA



¹² Conforme observação prática da Rádio-poste A voz do Salobrinho (RIBEIRO, 2020).

Legenda:

- a) Terceira sede da emissora, com programação “comunitária” e rentável de 2014 a 2020.
- b) Geovane Vidal, fundador e antigo administrador do bairro. Ter uma rádio era seu sonho desde criança.
- c) Eliana Pinheiro (sua esposa) e Valdeilton “Lulinha”, capacitado na rádio (Programa Nosso Recado).
- d) Valmir Filho “Rancho”, diretor da rádio (2017 a 2020). Mantém o caráter “comunitário” em sua gestão.
- e) Jorge “Titã”, locutor do programa Salobrinho em Revista (2014 a 2019). Mestre de cerimônias da rádio.
- f) Rafael “Coringa”, locutor do programa de cidadania e arte regional Radi(ação) (2017 a 2019).

Fonte: Rádio A Voz Do Salobrinho (2019).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo discutiu as características, desafios e mediações da comunicação comunitária verificada na Rádio-poste A Voz do Salobrinho de 2017 a 2019 em Ilhéus, BA. Como a metodologia dos “estudos de caso” é geralmente considerada mais exploratória que conclusiva (YIN, 2015; GIL, 2009), foi preciso uma pesquisa em profundidade para determinar características generalizáveis. A pesquisa teórica mesclou fragmentos de quatro obras principais (COGO, 1998; PERUZZO, 2004; VIGIL, [2003]; GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009), contrastadas com a observação participante da emissora do Salobrinho. De modo geral, constatou-se que o funcionamento das rádios-postes livres da literatura e do Sul da Bahia apresentam precariedades semelhantes.

A comum ausência de legalização deixa as rádios-postes vulneráveis às reclamações dos moradores cansados (com razão) da poluição sonora ou dos grupos políticos incomodados com a programação informativa. Algumas atitudes sensatas incluem cuidados com a poluição sonora, instruções de participação popular por cartazes ou capacitações para engajamento e a busca da legalização pelas prefeituras (melhor acompanhada da participação e legitimação da emissora pela maior parte da comunidade). Outra possibilidade é a interação com as associações de moradores, como pela formação de um conselho consultivo para escolha de músicas e vinhetas informativas.

Embora a maioria das rádios-postes sejam comercialmente rentáveis e se limitem a veicular músicas “massivas” e anúncios, algumas destas emissoras focam mais no potencial “comunitário” do meio. A falta de preocupação com o financiamento adequado impossibilita a otimização do funcionamento básico. Poucas emissoras complementam as transmissões nas ruas com ações online efetivas. O voluntariado é uma das características comuns sob superação, demandando maior profissionalização e engajamento das equipes. Ainda que estas emissoras tenham períodos mais comerciais que comunitários, é possível

afirmar que elas podem ter, ocasionalmente, gestões e momentos na programação democratizantes.

Toda rádio-poste tem o potencial de se envolver no cotidiano dos moradores. A população deve ser instruída de como participar efetivamente. A utilização periódica de vinhetas informativas e debates trazidos pelos moradores propiciam o desenvolvimento local. As relações são intensificadas quando os radialistas moram e participam das ações cidadãs nas comunidades. Algumas mediações de recepção alteram completamente certos paradigmas dos meios radiofônicos tradicionais. Os moradores não costumam sentar para ouvir a programação com calma, ouvindo os trechos das transmissões ao andar pelas ruas. Mesmo com a chamada “transmissão impositiva”, a fidelização da audiência não é conquistada facilmente (formatos curtos como vinhetas costumam funcionar melhor). Outra mediação desafiadora é a religiosidade, uma vez que os ouvintes costumam ter preferências bem distintas (sob distribuição harmônica na população).

Com o fim da pesquisa, novas lacunas são apontadas, sugerindo a realização de novos estudos. A poluição sonora, a rentabilidade e a legalização são desafios mais urgentes. Há também a aparente falta de articulação nacional e internacional do meio, ao menos desde as capacitações nacionais realizadas pela equipe da Rádio do Povo-SP (COGO, 1998). Finalmente, repete-se a constatação do levantamento que identificou mais de 100 rádios-postes apenas em Salvador (BOCHICCHIO, 2005 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 117). Elas estão difundidas não só por toda a América Latina (COGO, 1998; VIGIL, [2003]), como nos outros continentes. O rádio-poste é um meio pouco estudado seriamente, e que polemiza a discussão sobre a atual redução (ou adaptação) da audiência radiofônica, uma vez que simplesmente impõe suas transmissões praticamente “sem pedir licença”. Uma futura possibilidade autoritária é a simples retirada das caixas de som dos postes (ação complicada na atual conjuntura política nacional, já que muitos cristãos participam das rádios-postes). Esta pesquisa defende a adequação aos princípios da comunicação comunitária (PERUZZO, 2004, p. 256-258) como uma alternativa mais ética e democrática para a continuidade das rádios-postes.

REFERÊNCIAS

COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998. 226 p. (Coleção Comunicação e Estudos). Adaptação da dissertação de mestrado. Disponível em <academia.edu/3106533/COGO_Denise._No_ar..._uma_rádio_comunitária._São_Paulo_Paulinas_1998>. Acesso em: 07 abr. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Estudo de caso: Fundamentação científica - Subsídios para coleta e análise de dados - Como redigir o roteiro**. [2. ed.]. São Paulo: Atlas, 2009. 148 p.

GIRARDI, Ilza; JACOBUS, Rodrigo (org.). **Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre: Revolução de Ideias, 2009. 80 p. Inclui lista completa dos autores. Disponível em: <webresearch.files.wordpress.com/2009/07/cartilha.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

GRAMACHO, Derval. **Radiojornalismo: O show da notícia**. [Salvador?]: [S.E.], 2018.

FRASER, Colin; ESTRADA, Sonia Restrepo. **Community Radio Handbook**. [S.L.]: UNESCO, 2001. 100 p. il. color. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>. Acesso em: 07 abr. 2019.

KEEN, Andrew. **O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

MCCOOL, Grant; [LAM, Nguyen Nhat]. **Old-style Communist speakers blare in Vietnam's new era**. Reuters. Hanói, Vietnã. 19 jan. 2007. Disponível em: <www.reuters.com/article/us-apec-vietnam-speakers-idUSSP20428220061110>. Acesso em: 05 out. 2020.

MEDITSCH, Eduardo. O ensino do radiojornalismo em tempos de internet. In: **Anais do XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM**. [Campo Grande, MS], 2001. 8 p. Disponível em: <bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-ensino-do-radiojornalismo.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. Rádios-poste: Linha modulada como alternativa. In: _____. **O rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas, BA: UFRB, 2012. 116-122 p. Disponível em: <http://blog.ufba.br/portaldoradio/files/2012/10/O-rádio-na-era-da-convergência1.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

OTRE, Maria Alice Campagnoli. **Comunicação popular, alternativa e comunitária: um olhar sobre 40 anos de pesquisas no Brasil**. São Paulo: Fundação JK, 2016. 295 p. Adaptação da tese de doutorado. Resenha de: BONA, Nivea Canalli. Comunicação popular, alternativa e comunitária: Um estado da arte. Intercom – RBCC, São Paulo, v. 40, n. 1, Jan.-Apr. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-58442017000100247&script=sci_arttext>. Acesso em: 7 abr. 2019.

PENA, Felipe. Tendências e alternativas: Jornalismo de resistência e Jornalismo comunitário. In: _____. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006. p. 167-188.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: A participação na construção da cidadania**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. 342 p. Adaptação da tese de doutorado. Disponível em: <academia.edu/12210861/Comunicação_dos_Movimentos_Populares._A_participação_na_construção_da_cidadania>. Acesso em: 07 abr. 2019.

PÓLVORA, Liliane. **Rádio comunitária educativa Elos FM, Itabuna-BA**: Comunicação e participação popular. 42 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Departamento de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus. 2003.

RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO. **Rádio A Voz do Salobrinho**: Página oficial do Facebook. Ilhéus, 2019. Inclui publicações diversas, informações institucionais e contato. Disponível em: <FB.com/RadioAvozDoSalobrinho/posts>. Acesso em: 07 abr. 2019.

RIBEIRO, Rafael Abade. **Comunicação Comunitária e a Rádio-poste A Voz do Salobrinho**. 2019. 1 DVD (130 páginas e 26 slides). Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Departamento de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus, 2020. Versão corrigida. Disponível em: <drive.google.com/file/d/1XLKUKmNIHp6YSvpmTuQy9mcj8kfprGSC>. Acesso em: 30 out. 2020.

SANTANA, Jairo Nunes. **Rádio-poste Na Boca do Rio**: pode ser uma rádio comunitária de um bairro popular?. 2013. Monografia (Graduação em Comunicação social com Habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, UFBA, Salvador, 2013. 40 p. Disponível em: <facom.ufba.br/portal2017/upload/tcc/MONOGRAFIA_RÁDIO_DM_PUBLICIDADE_JAIRO_SANTANA-A.pdf >. Acesso em: 07 abr. 2019.

VIGIL, José Ignacio López. Democratizar a palavra. In: _____. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, [2003]. 416 p. Original espanhol. Disponível em: <radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

YIN, Robert. K. **Estudo de Caso**: Planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2015.

UMA ONDA no ar. Direção de Helvécio Ratton. Produção de Simone Magalhães Matos. Belo Horizonte: Quimera Filmes, 2002. 1 Vídeo (92 min), color. Disponível em: <youtu.be/YFM3r06n3Jc>. Acesso em: 07 abr. 2019.

ZAJARKIEWICCH, Daniel Fernando Bondarenco. **Poluição sonora urbana**: principais fontes. Aspectos jurídicos e técnicos. 2010. 233 f. Dissertação (Mestrado em direito das relações sociais) – PUC-SP, São Paulo, 2010. Disponível em: <www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp136499.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.