

Rádio Regional e Cultura Local: Formas de Relação na Migração AM/FM¹

Elane Gomes Santos Coutinho²

Clarice Greco³

Universidade Paulista, São Paulo - SP

Resumo

Ao longo dos anos, o rádio construiu uma relação arraigada com as diversas culturas brasileiras. Atualmente, o processo de migração do AM para o FM tende a transformar estas relações. A partir das abordagens sobre as culturas brasileiras (BOSI, 1992) e sobre cultura popular (ARANTES, 1990), discutimos este elo entre rádio e cultura. Pesquisas recentes contribuíram na reflexão sobre como o rádio regional se relaciona com a cultura de seu local de abrangência no contexto da migração. Com a abordagem qualitativa, foi feita a análise de conteúdo da programação da Rádio Clube FM 92.7 de Santo Antônio de Jesus-BA. O trabalho contribui com os estudos sobre rádio na migração AM/FM. O resultado mostra que, apesar das transformações oriundas da migração, o rádio regional ainda mantém um papel relevante na representatividade das culturas locais.

Palavras-chave: rádio regional; cultura popular; migração AM para FM.

INTRODUÇÃO

Desde a sua inauguração, no começo dos anos 1920, o rádio teve grande aceitação no Brasil e se constituiu, ao longo de décadas, numa das mídias mais consumidas no país. Os vários modos de usar este meio de comunicação social favoreceram disseminações de ideias, hábitos e comportamentos e influenciaram na formação de elementos de diversas culturas existentes no Brasil. O rádio atual, mesmo o dedicado à programação regional, passa por uma série de mudanças, seja pela convergência de mídia ou pelo surgimento de novas plataformas de áudio como o *podcast* ou o *spotify*, por exemplo. No Brasil, uma mudança significativa vem acontecendo com o processo de migração do rádio de

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Universidade Paulista-UNIP, email: elanecp@gmail.com

³ Professora do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Universidade Paulista-UNIP em Comunicação e Cultura, email: claricegreco@gmail.com

amplitude modulada (AM) para a frequência modulada (FM), que teve início em 2013, com a assinatura do Decreto nº 8.139/13, feita pela então presidenta Dilma Rousseff.

Este artigo trata das relações entre os conteúdos da programação de rádios regionais migradas e a cultura do local onde a emissora está inserida. O estudo faz parte de uma pesquisa maior sobre as relações entre rádio regional e cultura local, no contexto da migração do AM para o FM, considerando os impactos deste processo no patrimônio cultural imaterial de várias regiões do país. O rádio regional sobre o qual nos referimos neste estudo é aquele que direciona a maior parte de sua produção para atender às necessidades da cultura de sua região, diferenciando-se do rádio em rede, que trabalha quase sempre com conteúdos abrangentes.

As pesquisas sobre a migração AM/FM têm mostrado algumas tendências: Assim como emissoras de frequência modulada se apropriaram de alguns conteúdos da amplitude modulada, algumas AMs mudaram suas programações, parcialmente, para se adequar ao novo formato; outras deixaram de ser ouvidas em locais onde o rádio é o único meio de informação. (FARIAS, 2017; OLIVEIRA; MONTEIRO, 2017; MEDEIROS; PRATA, 2019). Quando uma emissora migrada entra em rede, tais mudanças são ainda maiores. Diante deste contexto, julgamos ser importante entender de que maneira o rádio regional migrado se relaciona com a cultura de sua localidade. Saber disso contribui para a ampliação dos estudos atuais sobre a relevância do rádio regional no local onde a emissora se insere e sobre os impactos da migração na relação entre o rádio e a cultura da abrangência. Frente a esta lacuna, a problemática central desta pesquisa é: que elementos relacionam os conteúdos dos programas das rádios regionais migradas com a cultura do local onde a emissora abrange? A abordagem seguiu o método qualitativo e utilizou a técnica da análise categorial, baseada no esquema elaborado por Flores (1994).

Referência importante para este estudo foi Alfredo Bosi (1992) que trata a respeito das culturas brasileiras. Para discussão sobre o conceito de cultura popular, utilizamos o estudo de Antônio Augusto Arantes (1990). Além destes, consultamos pesquisas recentes do campo da comunicação a respeito da migração AM/FM. Outro referencial relevante foi o material institucional da Rádio Clube de Santo Antônio de Jesus-BA, que constitui o objeto deste estudo. Esta emissora está localizada no estado da Bahia, na região denominada Recôncavo Baiano. Inaugurada em 1978, operou na frequência AM 680 KHZ até 2017, quando migrou para a FM 92.7.

A Relação do Rádio com as “Culturas Brasileiras”

Nos diversos períodos que marcam a história do rádio no Brasil, o meio estabeleceu relações diferentes com as culturas desenvolvidas no país. O termo “culturas brasileiras” está propositadamente no plural, uma vez que, nesta pesquisa, estamos considerando a abordagem de Bosi (1992), que aponta quatro culturas preponderantes no país, ainda que não sejam as únicas:

cultura erudita brasileira, centralizada no sistema educacional(e principalmente nas universidades), e uma cultura popular, basicamente iletrada, que corresponde aos mores materiais e símbolos do homem rústico, sertanejo, ou interiorano e do homem pobre suburbano ainda não de todo assimilado pelas estruturas simbólicas da cidade moderna (...)

A cultura criadora individualizada de escritores, compositores artistas plásticos, dramaturgos, cineastas, enfim, intelectuais que não vivem dentro da Universidade (...). Enfim, a cultura de massas, que, pela sua íntima imbricação com os seus sistemas de produção e mercado de bens de consumo, acabou sendo chamada pelos intérpretes da Escola de Frankfurt, indústria cultural, cultura de consumo. (BOSI, 1992, p. 309)

Vale ressaltar que a distinção entre tais culturas não acontece de maneira clara, já que elas se misturam, coabitam a sociedade e seus limites são opacos. Essa noção de cultura como pluralidade ajuda a compreender que, sendo o rádio um meio de comunicação de massa, ele se relaciona com todas estas culturas apontadas por Bosi (1992).

Pondo o olhar nas várias fases da relação do rádio com as “culturas brasileiras”, a partir da abordagem de Bosi (1992), verifica-se que, no início de sua operação no país, o meio abrangia mais a elite, a *cultura erudita ou universitária*, que apreciava - entre outras coisas - as notícias e os concertos transmitidos pelas ondas hertzianas. Entre os fatores que levaram a isso está o alto custo dos aparelhos, inacessíveis às classes de baixa renda. No entanto, essa relação rádio e cultura erudita durou pouco tempo porque, com a liberação da propaganda nos anos 1930, o rádio começou a se popularizar e se tornou um meio de comunicação de massa. A partir de então, como indústria cultural, a produção em série e a montagem padronizada começam a fazer parte do rádio. A fim de atingir a *cultura do consumo*, ele influencia no imaginário das pessoas, cria padrões de comportamento e induz o mercado. O rádio se relaciona ainda com o que Bosi (1992) considera *cultura criadora*, uma vez que ele coloca em evidência o trabalho de artistas e intelectuais, cuja produção não vem de universidades, mas se insere na sociedade e a influencia. Contudo, é na *cultura popular* que o rádio encontra sua grande audiência.

Rádio regional e Cultura Popular

Na segunda metade do século XX, a partir da consolidação da TV, o rádio se voltou para as necessidades regionais da audiência, como, por exemplo, o serviço de informação e utilidade pública (ORTRIWANO, 1985, p. 21). Desta forma, o meio alcançou grande aceitação da *cultura popular*, conforme se percebe até os dias de hoje. A pesquisa do Grupo Mídia Dados (2019) aponta que o rádio abrange 42% das classes A/B e 58% das classes C,D,E, ou seja, seu maior público está nas classes média e baixa.⁴ Este grupo encontra-se inserido na definição de Bosi(1992) de *cultura popular*, citada acima. Dessa forma, podemos dizer que há uma ligação importante entre o rádio e a cultura popular onde está a sua maior audiência.

A ideia de “cultura popular” passou por transformações em sua conceituação. Como relembra Marilena Chauí (2008), o conceito recebeu ao menos três tratamentos principais: o primeiro, do Romantismo do século XIX, afirmava que a cultura popular era aquela do povo bom, justo e verdadeiro, que expressava a alma da nação. O segundo, originário da tradição francesa iluminista do século XVIII, considera a cultura popular como superstição ou ignorância, resíduo da tradição oral, que poderia ser ‘corrigida’ por meio da educação do povo. O terceiro tratamento, proveniente do populismo do século XX, mesclaria a visão romântica e a iluminista.

Embora o conceito de cultura popular não seja algo simples de ser definido, neste artigo, tomamos a ideia abordada por Bosi (1992, p.324): “Cultura popular implica modos de viver: o alimento, o vestuário, a relação homem mulher, os hábitos de limpeza (...) as crenças, os cantos, as danças (...) o modo de olhar(...)”. Arantes (1990, p. 25), outro autor que trata da cultura popular, afirma que um elemento da cultura ‘significa’, isto é, ele existe porque há um sentido e um significado dado pelas pessoas. Portanto, este relacionamento entre rádio e a cultura popular se estabelece a partir do que apresenta um sentido e um significado para a audiência. E tal ligação se dá através dos próprios elementos da cultura local – os símbolos e os modos de ser e de viver - representados neste meio de comunicação. Atualmente, um processo que tem interferido nesta relação rádio regional e cultura local é a migração das emissoras de amplitude modulada (AM) para a frequência modulada (FM), como discutiremos adiante.

⁴ Disponível em: <https://www.gm.org.br/midia-dados-2019x>. Acesso em: julho de 2019.

O Processo de Migração na Rádio Clube FM 92.7 de Santo Antônio de Jesus –BA

A migração do rádio AM para o FM, no Brasil, teve início com a assinatura do Decreto nº 8.139/13⁵, feita pela presidenta Dilma Roussef, em 7 de novembro de 2013. Além da adaptação das ondas médias para a FM convencional, o Decreto também prevê a possibilidade de uso da faixa estendida de frequência modulada para o serviço de ondas médias.⁶ Embora este primeiro decreto se refira à “ondas médias em caráter local”, o Decreto 9.270 de 25 de janeiro de 2018 considera as ondas médias “de caráter local, regional e nacional, para a execução do serviço em frequência modulada.”⁷

Segundo dados da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, a Abert, de 1.781 outorgas, 1.659 pediram para fazer a migração. Destas, 1.263 entraram no plano básico⁸. De acordo com o Ministério das Comunicações, no primeiro lote, cerca de 850 contratos se efetuaram.⁹ O grande número de pedidos de migração se justifica pelo fato de a FM ter melhor qualidade de áudio, custos menores, mais audiência e, portanto, mais anunciantes. A frequência modulada tem ainda uma garantia de público a longo prazo, já que é bastante consumida pelos jovens. Diferenciando-se da amplitude modulada, cuja audiência é composta por pessoas acima dos 55 anos.¹⁰ Além disso, os celulares só recebem sinal de rádio FM, o que diminui ainda mais o público do AM.

Apesar dos benefícios da FM, alguns efeitos da migração precisam ser considerados, levando em conta seus impactos na relação rádio regional e cultura local. Dentre vários efeitos, discutidos em pesquisas recentes, gostaríamos de apontar aqui quatro dos que interferem no elo rádio e cultura. O primeiro é a perda da característica regional. De acordo com o Mídia Dados 2018¹¹, com a migração, houve um aumento no número de emissoras pequenas que procuram grandes redes para se afiliar e, desta forma, conseguir maior qualidade de programação em menor custo. Isto gera uma diminuição do número de rádios regionais que dialogam com as culturas locais no país.

⁵ Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/legislacao/decretos/637-decreto-8139>. Acesso em: 08 set 2020

⁶ A faixa estendida vai de 76 MHz a 87,4 MHz. É ocupada pelos canais 5 e 6 de televisão analógica e deve ser usada para migração em regiões onde não há espaço na FM convencional.

⁷ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/decreto/D9270.htm. Acesso em: 08 set 2020. As caracterizações de local, regional e nacional dos decretos, não são, exatamente, as mesmas que usamos nesta pesquisa. Nos documentos, elas se referem a características técnicas. Neste artigo, chamamos rádio regional a emissora que volta a programação para a cultura da região, diferenciando-se do rádio que opera em rede.

⁸ Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/notmenu/abert-participa-de-ii-forum-nacional-de-radiodifusao.html>. Acesso em: 07 set 2020.

⁹ Informação obtida através do serviço de ouvidoria do Ministério das comunicações em 16 out de 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://www.gm.org.br/midia-dados-2019x>. Acesso em: julho de 2019.

¹¹ Disponível em: <https://www.gm.org.br/midia-dados-2018>. Acesso em: 20 de julho de 2019.

O segundo efeito da migração a ser considerado são as transformações na programação das emissoras migradas. Em seu estudo sobre as mudanças históricas nas programações jornalísticas do rádio AM e FM, Karina Farias (2017) aponta algumas possíveis alterações que viriam da migração: mais jornalismo na frequência modulada, num processo de aemização; mudanças na linguagem dos comunicadores e nos anúncios. Tudo isso também altera a forma do rádio migrado se relacionar com a cultura da abrangência, que terá que se identificar com uma nova emissora. Uma parte do público consegue e outra não.

O terceiro ponto leva em conta a função social do rádio. De acordo com Prata e Medeiros (2019, p. 1), nos locais onde o meio de informação são as emissoras AM, a migração pode “aumentar os desertos de notícias – cidades sem cobertura midiática local – e zonas de silêncio- cidades sem emissoras de rádio ou televisão.” Isso faz as regiões perderem meios de informação e de representatividade social e simbólica. Por fim, um quarto efeito da migração - ligado a este terceiro - que também altera a relação rádio regional e cultura local, é o desligamento de grandes emissoras AM. Para Coutinho (2020), há rádios AM que tiveram papel relevante na formação da cultura de determinadas regiões e que, devido à migração, foram desligadas. Elas levaram consigo elementos representativos da cultura local. A partir destes quatro pontos, podemos perceber que as alterações geradas pela migração, principalmente em emissoras de microrregiões do país, não são apenas pontuais, mas, significativas.

A Rádio Clube é um modelo de emissora que realizou transformações depois da migração. É uma das rádios mais antigas do Recôncavo Baiano, microrregião da Bahia. Inaugurada em 1979, ela pertencia a um grupo de três sócios. Em 1992, foi adquirida pela Diocese de Amargosa-BA. Segundo seu site institucional, a emissora mantém uma programação que visa integrar a região.¹² A Rádio Clube funcionou na frequência AM 860 até 2017 quando, no dia 15 de dezembro, passou a ser sintonizada na FM 92.7.

Para o diretor da emissora, Ney Santana, a mudança ajuda a gerar mais recursos para a rádio, usados, por exemplo, na contratação de jornalistas e repórteres, após a migração.¹³ No que diz respeito à programação, uma grande alteração realizada, com a mudança para a FM, foi a saída do ar de uma rádio falada, popular, permeada de

¹² Disponível em: www.clube860.rcr.org.br/. Acesso em 01 de novembro de 2019.

¹³ Disponível em: <https://tribunadoreconcavo.com/radio-clube-fm-foi-inaugurada-nesta-sexta-feira-15-em-santo-antonio-de-jesus/>. Acesso em 05 de novembro de 2019.

programas religiosos, com alguns horários em rede e a entrada, no *dial*, de uma FM com formato de música e informação para atingir, além do público jovem, a audiência das classes A e B.¹⁴ Com a FM, houve também uma concentração da programação religiosa, em cerca de 1 hora por dia, durante a semana. Alguns desses programas foram substituídos por programetes ou saíram do ar. Os horários de jornalismo continuaram, mas a emissora ficou mais musical e tornou-se totalmente regional, com a saída dos programas de rede. Contudo, faz cobertura de notícias nacionais e internacionais. Além disso, alguns programas mudaram de nome e outros permaneceram como se pode comparar no Quadro 1.

Quadro 1
Programação da Rádio Clube nas operações AM e FM

Horários	Programação da AM			Programação da FM		
	Seg a Sex	Sáb	dom	Seg a Sex	Sáb	dom
0h à 1h	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Falando de Amor (romântico)	Falando de Amor	Insônia
1h às 2h	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Insônia - musical	Insônia	Insônia
2h às 3h	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Insônia	Insônia	Sertanejo Classe A
3h às 5h	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Com a Mãe Aparecida - Rede	Brasil Caboclo-sertanejo	Brasil Caboclo	Brasil Caboclo
5h às 6h	Som da gente (sertanejo)		Show de domingo (musical)	Brasil Caboclo	Som da gente-sertanejo	
6h30 às 7h			Companheiros de Fé (institucional)			
6h às 7h	Bom dia cidade (jornalismo) /Momento de religioso			Bom dia Cidade-jornalismo	Bom dia Cidade	Roberto Carlos e Convidados-musical

¹⁴ Dados obtidos através de entrevista com o diretor da emissora em 19 de junho de 2020.

	(6h às 6h10)/					
7h às 8h30	Bom dia Cidade			Bom dia cidade	Bom dia Cidade	Santa Missa em seu lar-religioso
08h30 às 9h	Histórias da Bíblia (religioso)	Clube dos Apaixonados		Manhã Total-Musical	Bom dia Cidade	Santa Missa em seu lar-religioso (até 8h30)
8h às 09h		Clube dos Apaixonados			Fé em debate -- religioso(Rede)	Sucessos com que o povo canta (começa 8h30)
9h às 10h	Pe. Marcelo Rossi (Rede)	Pe. Marcelo Rossi (Rede)	Domingo Musical(v variedades)	Manhã Total - Musical	Clube da Criança – infantil/	Sucessos com que o povo canta (começa 8h30)-musical
10h às 11h	Manhã Total (variedade)	Manhã Total		Alô Clube - variedades	Alô Clube	Papo de Samba
11h às 12h	Manhã Total (variedade)	Fé em Debate (Rede)		Alô Clube	Alô Clube	Papo de Samba
12h às 12h10	Momento de Reflexão	Viva a vida(até 12h15)	Viva a vida (até 12h15)	Cidade Alerta-jornal	Papo de Samba-musical	Papo de Samba
12h10 às 13h	Cidade Alerta (jornalismo)			Cidade Alerta	Papo de Samba-	Papo de Samba
13h às 14h	Cidade Alerta		Especial de Domingo (entrevista/musical)	Cidade Alerta	Papo de Samba-	Mistura Musical - variedades
14h às 15h	Tarde Livre (entretenimento)	Sabadão da Clube	Domingo Alegria (variedades)	A tarde é nossa (musical/ entrevista)	Tarde Alegre-variedade	Mistura Musical -

16h às 17h	Tarde Livre	Sabadão da Clube	Domingo Alegria (variedades)	Alô Clube (sertanejo/ informações rurais)	Tarde Alegre	Mistura Musical -
17h às 18h	Paradão da Clube (sertanejo-música e inf.)	Sabadão da Clube	Domingo Alegria (variedades)	Alerta Total (Até 17h55)- jornalismo	Tarde Alegre	As mais pedidas da Clube (musical)
18h às 18h15	Momento Religioso		Especial religioso (musical)	Momento religioso		Momento de reflexão e paz
18h15 às 19h	Encontro com Deus		Especial religioso (musical)	Momento religioso	Paradão Popular	Momento de reflexão e paz
19h às 20h	A Voz do Brasil	Com a mãe Aparecida	Rede Católica de Rádio (Rede Milícia)		Paradão Popular	Santa Missa em seu lar (até 20h30)
20h às 21h	Show de Bola	Com a mãe Aparecida	Rede Católica de Rádio (Rede Milícia)	Show de Bola (esportivo)	Paradão Popular	
21h às 22h	Clube da noite	Com a mãe Aparecida	Rede Católica de Rádio (Rede Milícia)	A voz do Brasil (EBC)	Nação Pagode	
22h à 0h	Com a Mãe Aparecida – Rede	Com a mãe Aparecida	Rede Católica de Rádio (Rede Milícia)	Falando de Amor	Top Classic	Falando de Amor
23h às 0h				Falando de Amor	Planeta Top 15	Falando de Amor

Fonte: a autora, com dados fornecidos pela direção

No que se refere à interatividade, o uso das redes sociais se tornou mais frequente, a partir da migração. Entretanto, o ouvinte passou a ter um tempo menor de participação nos programas, segundo o diretor geral da Rádio Clube. Ele chegou a mencionar a reclamação de um ouvinte da emissora quanto à grade de programação e à sua curta participação em um dos programas.¹⁵ As alterações feitas para a migração, certamente,

¹⁵ Informação verbal, obtida durante visita à emissora em janeiro de 2020.

geraram dificuldades de adaptação em uma parte do público, principalmente para os que acompanhavam a programação religiosa da AM, que foi a mais afetada.

Mesmo comemorando os benefícios da FM, o diretor aponta que a rádio perdeu alguns locais de cobertura, porém, ganhou em qualidade de áudio. A Rádio Clube FM alcança cerca de 50 cidades da região do Recôncavo; no AM, chegava a 120 municípios.

Sobre a proximidade com a cultura local, de um modo geral, verifica-se que, tanto a programação do período de AM quanto a da FM demonstram que a emissora busca se aproximar da região, através do jornalismo e da música, considerando os ritmos tocados na programação. A rádio é generalista e tenta atingir vários perfis de público da região. No entanto não há, na grade, programas caracterizados como culturais. Segundo o diretor geral, os programas que tentam se aproximar das manifestações simbólicas locais são o *Bom dia Cidade*, um radiojornal que apresenta artistas de diversas áreas, na programação diária, e o *Clube da criança*, infantil, que trata de histórias, dicas de gramática entre outras coisas. O programa que usamos para análise de conteúdo da emissora foi o *A tarde é nossa*¹⁶, que vai ao ar todas as segundas-feiras, das duas às cinco da tarde. Embora o diretor não tenha mencionado o *A tarde é nossa* como um programa de tendência cultural, ele foi escolhido para a nossa análise pelo fato de não ser de jornalismo, cujo interesse por temas locais é mais comum, e o intuito desta pesquisa é verificar se a emissora estabelece relação com a cultura, especialmente, a partir de outros gêneros de programas. *A tarde é nossa*, reúne música, variedade e interatividade. No episódio do programa analisado, o locutor, Edilson Oliveira, recebe a cantora baiana, Joyce França, que traz no repertório músicas antigas de forró. Ele faz perguntas sobre a trajetória da artista e sobre sua viagem a Pernambuco e, no bate-papo, desenvolvem temas diversos, motivando a interação dos ouvintes pelas redes sociais. Este programa foi postado, na página do *Facebook* da emissora no dia 1º de novembro de 2019.

A Relação entre o Conteúdo da Rádio Clube Fm 92.7 com a Cultura Local

A partir da coleta de dados da programação da Rádio Clube e do programa *A tarde é nossa*, foi feita uma classificação com base na técnica de análise categorial de Flores (1994). O episódio do programa foi gravado e transcrito para a análise, onde foram

¹⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/RadioClubeFM92/>. Acesso em: 01 de novembro de 2019.

identificadas duas metacategorias e algumas subcategorias. Desta forma, os temas encontrados foram correlacionados da seguinte maneira:

1. Representação cultural: a) a cantora (papel social e papel cultural); b) a música.
2. Temática do programa: a) diversidade cultural; b) símbolos culturais (Festa de São João, linguagem, o nordestino).

Uma ideia central que se verifica, a partir da análise dos dados, é a de que a relação entre rádio e cultura regional se estabelece, neste programa específico, através da representação que a emissora faz desta cultura, com a escolha de quem participa, da música que toca e da temática abordada. Ficou evidente que o tema da cultura teve uma atenção particular neste programa. Em outras palavras, a representação cultural e a temática do programa foram elementos que estabeleceram ligações entre a rádio e sua cultura de abrangência como detalhamos a seguir.

1. Representação cultural:

a) A cantora: Um artista representa a sua cultura com sua arte, crenças, jeitos de falar e costumes. Neste programa, a presença da cantora como portadora da cultura que a identifica, a fez mediar o conteúdo do programa com a cultura popular e a realidade social da região. Desta forma, ela assume dois papéis importantes:

Papel cultural: Joyce França é uma cantora de forró relativamente conhecida no local. Nota-se que, embora nem todo o Nordeste saiba quem ela é, para cidade, capital Recôncavo Baiano, ela é uma representante da cultura local e reconhece este papel: “Porque, de qualquer forma, a gente leva o nome da cidade... a gente leva a Bahia, quando a gente vai, a gente leva tudo isso junto (*sic*). (Joyce). As falas evidenciam que a artista está em seu “local de apresentação” como “signo” de sua cultura (ARANTES, 1990, p. 19-20).

Papel social: Este papel está interligado ao anterior. Porém, quando a artista toca em alguns temas sociais - como o vazamento do óleo de um navio de petróleo em praias do Nordeste, fato que prejudicou não só o meio ambiente, mas a vida da população local e de outras partes do país - vê-se que ela, além de representar a cultura, exerce cidadania:

Em todas as emissoras, que eu passei, por lá, nessa temática do petróleo no mar, a gente ia trazendo à tona que o nordestino é um povo tão arretado, que vai braçalmente agir. Se o poder público não se pronúncia, o povo vai pra praia e tira o óleo na mão. (*sic*) (Joyce)

Joyce se refere ainda à sua participação num evento beneficente em Recife, para ajudar crianças carentes: “O interessante desse projeto (...)é que é um projeto beneficente, que as pessoas abre mão do seu cachê...pra ajudar crianças carentes de cidades do sertão pernambucano...e saí daqui, pra ir fazer isso... (sic)” (Joyce). Segundo Arantes (1990), a arte é uma maneira de participar da sociedade. A cantora se apresenta para ajudar num evento de cunho social e, falando isso no rádio, pode influenciar atitudes similares na audiência.

b) A música: Como o programa trata de música, são várias as referências aos ritmos, canções e artistas regionais, durante a entrevista. De acordo com Arantes (1990), a arte exerce papel de elemento simbólico de uma cultura. O gênero musical mais divulgado no programa foi o forró, especialidade da cantora e símbolo tanto da música nordestina quanto da cidade de Santo Antônio de Jesus e do próprio Nordeste. Neste programa, a música relaciona a emissora com a região.

Eu cheguei lá com esse repertório de forró das antigas porque lá rola muito forró, forró baião, né? (...) Lá rola muito xote, um xote mais temperado, um pouquinho mais diferente do que o xote da Bahia... (sic) (Joyce)

2. Temática do programa:

O conteúdo é o elemento principal nos meios de comunicação. Se os assuntos dizem respeito à realidade da audiência, a identificação da cultura com a rádio é mais estreita. Percebe-se que o programa foi produzido para falar sobre a viagem da cantora baiana à Pernambuco, entretanto, o tema “cultura regional” permeia toda a conversa. Embora seja evidente que estabelecer relação com a audiência não se resume em falar sobre o tema “cultura”, nota-se que essa temática, colocada numa entrevista de rádio, cria um forte laço com a cultura local. Dentro desta metacategoria outras categorias que apareceram foram:

a) Diversidade cultural: Um dos assuntos tratados na conversa foi o das diferenças culturais entre Bahia e Pernambuco, estados que fazem parte de uma mesma região:

A gente vê que você tá levando o nome de Santo Antônio de Jesus lá pra outro estado, né? Uma outra cultura também. É nordestino, mas tem as suas particularidades: a cultura do povo de Pernambuco.... É uma ponte interessante que há ... esse encontro da nossa cultura baiana com a pernambucana.... (Edilson)

Essa fala, no rádio, é significativa pois reafirma as diferenças culturais entre os estados do Nordeste e sugere à audiência assumir tais diferenças, por vezes ignoradas por

habitantes de outras regiões do país. De acordo com Arantes (1990), cada grupo desenvolve seus próprios símbolos e expressões. Sendo assim, um modo de assumir a própria identidade é reconhecer aquilo que o diferencia dos outros.

b) Símbolos culturais: Nesta categoria, o programa se relaciona com a cultura da região, através da referência a símbolos que a representam e pelos sentidos que estes símbolos receberam do grupo local, conforme a discussão proposta por Arantes (1990). A seguir, apontamos algumas referências simbólicas mencionadas no programa:

Festa de São João: Esta festa da cidade é a maior da região do Recôncavo Baiano - em se tratando de estrutura de evento - e o município é conhecido por esta manifestação cultural: “muitas pessoas disseram: ‘eu conheço a sua terra, por causa do São João’.” Conforme Arantes (1990, p. 51), os eventos culturais são “produtos significantes da atividade social de homens determinados. ” Desta forma, a referência à Festa, no programa, valoriza o símbolo da cultura local e a ação do grupo que a produz.

Linguagem: Outro elemento simbólico importante na constituição de uma cultura regional é a linguagem. Além de comentários sobre os sotaques baiano e nordestino, algumas expressões usadas tanto pelo locutor quanto pela cantora estabelecem uma identificação da cultura local com a emissora: “Não se avexe não!” (Edilson); “Oxente!” (Joyce); “É a Pró[professora] Lu, né?” (Joyce). As expressões idiomáticas concedem à conversa uma caracterização da cultura regional. Os termos estão imersos no mesmo ambiente cultural do público que o utiliza, criando maior proximidade com ele; ao contrário do distanciamento observado nas rádios que operam em rede, onde há a predominância do jeito de falar e expressões do eixo Rio-São Paulo, ou ainda, a ausência de sotaques.

O nordestino: Ainda nesta linha dos aspectos simbólicos outro que se destaca é o nordestino, que aparece não só como alguém que nasceu na região, mas como uma figura representativa de valores (ARANTES, 1990). No programa, os interlocutores ressaltam, na figura do nordestino, as características de fortaleza, capacidade de superação e forma de lidar com a dor:

Nordestino tem muito valor, tem muita...Capacidade de criação, eu acho...
(Edilson)

Então...eu ia dizendo: Como é que o nordestino tem o poder de pegar, às vezes, a dor e o sofrimento e transformar em poesia? (Joyce)

O modo de ser, de viver e agir constitui a cultura popular (BOSI, 1992). Nestas falas sobre o jeito de ser do nordestino foi dado um caráter simbólico, tornando-o significativo para o grupo. (ARANTES, 1990).

Cada elemento aqui apresentado tem um sentido para a cultura local, que não teria para outra cultura. A presença deles, no programa, comunica que a emissora está interligada à sua região de abrangência, independentemente dos objetivos que a motivam.

Considerações Finais

A migração do AM para o FM, no Brasil, parece ser inevitável a fim de se resolver questões técnicas que inviabilizam hoje a escuta de rádios em amplitude modulada, principalmente nos grandes centros. O processo é também fruto de demandas mercadológicas uma vez que a mudança se trata de uma reivindicação dos radiodifusores que, com a melhora do áudio, podem ter maiores lucros com a concessão, já que o rádio digital, até agora, não se consolidou no país. Em meio à tantas mudanças nos processos de comunicação, a frequência modulada (FM) é também importante para manter a relevância do rádio hoje.

No entanto, o que se observa é que a migração vai além da troca de equipamentos e de banda de veiculação do rádio. Ela envolve o modo de consumo, a história e a memória do meio, suas relações com a cultura em que está inserido, assim como o seu papel social. As alterações na linguagem, no conteúdo e na programação de emissoras migradas impactam, diretamente, na relação do rádio com a abrangência. A proposta desse trabalho foi analisar os elementos que relacionam o rádio migrado com a cultura local, a fim de entender o papel deste meio de comunicação nas diversas regiões do Brasil.

Na análise da Rádio Clube FM 92.7, observa-se que uma alteração significativa oriunda da migração foi a saída do *dial* de uma emissora AM com forte caráter religioso, alguns programas de rede e intensa participação dos ouvintes, para dar lugar a uma rádio FM popular, musical e informativa, com tempo de interação da audiência mais controlado. Outro ponto importante é que a emissora deixou de atingir regiões distantes daquela localidade e integrou um novo público, como as classes A e B, e ouvintes mais jovens, inclusive na internet.

Na análise do conteúdo de um dos programas da rádio migrada, partindo da teoria estudada, verifica-se que a emissora se relaciona com três das quatro culturas brasileiras discutidas por Bosi (1992): a *cultura de consumo*, representada pelo formato do programa próprio da indústria cultural, a *cultura criadora*, com a presença da cantora popular e da sua musicalidade, e a *cultura popular*, que aparece nos elementos simbólicos do grupo local colocados no programa. Esta representatividade cultural, assim como a temática do

programa constroem um elo entre a rádio regional e a cultura local. Sem desejarmos fazer generalizações, é preciso dizer que estas práticas ainda são percebidas em muitas emissoras regionais. Porém, diante dos desafios impostos com as mudanças dos processos comunicacionais, é importante pensar em outras fórmulas de representatividade das culturas locais, já que o rádio, seja AM ou FM, está envolvido com a vida das pessoas e ainda é uma forma possível de valorização das culturas, em especial, da cultura popular.

Referências Bibliográficas

- ARANTES, Antônio Augusto. **O que é cultura popular?** São Paulo: Brasiliense, 1990.
- BOSI, Alfredo. Cultura brasileira e culturas brasileiras. *In:* BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. p.308-345.
- CHAUÍ, Marilena. Cultura y Democracia. **Cuadernos de Pensamiento Crítico Latinoamericano**. N. 8, julho, 2008.
- COUTINHO, E. G. Rádio Regional: Um patrimônio cultural imaterial e um lugar de memória. **Revista Alterjor**, v. 22, n. 2, p. 102 - 125, 6 jul. 2020. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/169183/162115>> Acesso em: 21 jul 2020
- FARIAS, Karina W. **A programação no rádio AM + FM: especificidades de um meio em migração**. *In:* Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba/PR – 4 a 9 de set. 2017
- FLORES, Javier G. **Analisis de datos cualitativos: aplicaciones a la investigación educativa**. Barcelona: PPU, 1994.
- GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil 2018: 50 Anos Grupo de Mídia São Paulo**. São Paulo: Grupo de Mídia São Paulo, 2018.
- MEDEIROS, R.; PRATA, N. Reverberações da migração AM - FM: sobre a função social do rádio local, desertos de notícia e zonas de silêncio. *In:* SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MUDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 3, 2019. São Leopoldo. **Anais de Artigos...** [S.l.], v. 1, n. 3, ago. 2019. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/296>>. Acesso em: 13 ago. 2020
- OLIVEIRA, E.; MONTEIRO, G. O Rádio Migrado no Amazonas: Um Estudo Sobre a Rádio Rio Mar no Cenário de Migração de Amplitude Modulada (AM) para Frequência Modulada (FM). *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40. 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2935-1.pdf> Acesso em: 13 ago. 2020
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

