

**Na Sua Sintonia:
comunicação sonora, memória e produção de vinhetas na Rádio Comunitária
Heliópolis¹**

Pedro Chaigneau CARDOSO²

Erick Alves MOURA³

Gabrielle Luiza Dias SILVA⁴

Gustavo Egydio Ribeiro RODRIGUES⁵

Isis Victoria FERREIRA⁶

João Pedro Miranda MARCONDES⁷

Luiza Ramon MUNGO⁸

Marcello GABBAY⁹

Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, SP

RESUMO

O presente artigo apresenta o relato da experiência de composição de vinhetas e de uma “assinatura sonora” para a rádio comunitária Heliópolis, de São Paulo, uma das mais conhecidas rádios comunitárias da recente história deste setor no Brasil. Partimos primeiramente de uma breve contextualização teórica sobre comunicação sonora e sua relação com a comunicação comunitária. Em seguida, relatamos o processo de observação e criação das vinhetas para a rádio, a partir de uma reflexão sobre o papel do som na produção e consolidação da identidade do veículo comunitário e suas implicações simbólicas e culturais no campo da memória política da radiodifusão comunitária.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio Heliópolis; rádio comunitária; vinhetas; assinatura sonora; comunicação sonora.

1 Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

2 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu, e-mail: pedrochaigneaucardoso@gmail.com.

3 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu, e-mail: ealvesmoura@yahoo.com.br.

4 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu.

5 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu.

6 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu.

7 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu.

8 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu.

9 Orientador do trabalho. Professor Doutor no Curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu, e-mail: marcellogabbay@uol.com.br

1. COMUNICAÇÃO SONORA E VÍNCULO COMUNITÁRIO

O princípio teórico deste trabalho é de que a comunicação sonora é um componente fundamental da identificação das culturas locais e que, muitas vezes, tem um papel mais intenso do que outras formas de vinculação. Isso porque o discurso sonoro estaria guardado na memória coletiva de forma mais profunda, especialmente em culturas cujo fundamento é oral (BENENZON, 1988). Assim, Partimos do reconhecimento da oralidade e da sonoridade como aspectos potencialmente mais expressivos da forma cultural e brasileira (VILELA, 2013, p. 69; TATIT, 2004, p. 13, 34-35; GABBAY, 2018, p. 109), fenômeno contundentemente vinculado à experiência territorial e corporal da cultura, ou seja, à apropriação de repertórios léxicos e semânticos, mas também de entonações, expressões e formas de dizer da linguagem oral, e por fim, signos sonoros, barulhos, ruídos, sons em geral que caracterizam o território.

Este conjunto de fatores do campo da vida cultural e do cotidiano é o insumo do movimento criativo que vem engendrar na oralidade e nos signos sonoros uma linguagem particular capaz de reproduzir a experiência coletiva de determinada sociedade ou território, cujo elo vincutivo estaria nos valores compartilhados, valores estes que repousam não em um repertório moral, cívico, religioso, mas estético. A experiência estética resulta de uma relação especial no seio da vida cotidiana, no que se inclui o trabalho, a família, as paixões, os afetos, o imaginário e a natureza, ainda como depositório do repertório de crenças, valores e modos de relação sociocultural das comunidades.

A música e o som representam as formas de comunicação de cada cultura. Para Ivan Vilela (2013, p. 145-148), que estuda a música caipira na USP, trata-se de uma forma do contar/cantar a própria história, ou seja, uma modalidade de descrição do cotidiano; um fenômeno artístico e sociocultural que atravessa as contundentes formas da cultura massiva radiofônica e televisiva. A partir de uma perspectiva do “enraizamento”, o autor observa tais formas sonoras como exercícios de “reenraizamento”, um tipo de resistência que é sempre dinâmica.

Por outro lado, de acordo com a perspectiva da “cultura do ouvir”, o professor José Eugênio Menezes (2012, p. 22-24) é o ouvir que estabelece uma relação de “tridimensionalidade” com o território, ou seja, uma relação mais profunda com o

espaço, tanto do ponto de vista perceptivo como cultural. A cultura do ouvir envolve todo o corpo do processo comunicacional, uma vez que o som é percebido pelo sistema auditivo, mas reverbera e atua em todas as funções de nosso corpo, e além disso carrega uma função cultural.

Assim, acreditamos que o som é uma poderosa forma de manifestação das culturas locais, especialmente no contexto das rádios comunitárias, que politicamente nascem no Brasil com o compromisso de dar contornos à cultura da comunidade através da comunicação sonora. O princípio filosófico da rádio comunitária é dar voz, fazer soar a cultura territorial.

2. RÁDIO HELIÓPOLIS: METODOLOGIA E MEMÓRIA

O presente trabalho é resultado do Projeto Integrado do terceiro semestre do curso de Rádio e TV da Universidade São Judas Tadeu. O Projeto Integrado consiste na elaboração de uma prática em extensão universitária que envolva transdisciplinarmente todas as unidades de ensino do semestre, ainda que algumas delas atuem como temáticas orientadoras.

A metodologia do trabalho se inspirou nas premissas da pesquisa de campo e da observação participativa. A primeira etapa começou ainda em sala de aula, nas disciplinas de Direção de Rádio do professor Sérgio Pinheiro e Elementos de Linguagem Musical, do professor Marcello Gabbay. Neste momento, foram discutidos tópicos sobre a produção de vinhetas para rádio comunitária, a relação entre identidade sonora e identidade social, e o papel do som na construção da linguagem e dos contornos socioculturais dos espaços coletivos, com base em autores como Murray Schaffer e Denise Duarte e Ranny Michalski.

A segunda etapa envolveu a visita à Rádio Heliópolis, na Zona Sul de São Paulo. A região, inserida no distrito de Sacomã, na capital paulista, conta com cerca de 100 mil habitantes, se estendendo até as margens do rio Tamanduateí. De 1942 a até a década de 1970, a região onde hoje fica o bairro de Heliópolis esteve sob a alçada de diversas instituições governamentais, como o Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Industriários, o INPS e a Sabesp. No início da década de 1970 já havia cerca de 150 famílias em áreas ocupadas, deixadas ociosas pelos governos. Consta que o nome bairro teria sido uma homenagem ao município de Heliópolis, na Bahia, de onde teriam se

originado grande parte destas famílias. No final da década de 1970, constava que 92% dos habitantes do bairro eram de origem nordestina (SOARES, 2012).

A Rádio Popular Heliópolis nasceu em maio de 1992 pela União de Núcleos, Associações dos Moradores de Heliópolis e Região, a Unas, com o objetivo de promover um melhor diálogo com os moradores da favela de Heliópolis. A Unas, por sua vez, foi fundada como associação de moradores em 1978, bem no auge da caracterização da região como um bairro originário de migração nordestina. Até 1997, a Heliópolis era uma “rádio corneta”, propagada através de “bocas de ferro” nos postes do bairro. A partir deste ano, ela entra em frequência modulada no 102,3 FM; e em 1999 muda para a frequência 97,9 FM. Em 2006, oito anos depois da Lei de Radiodifusão Comunitário, número 9.612/98, a rádio Heliópolis é fechada pela Polícia Federal, após inúmeras ameaças anônimas. A diretora da Unas Gerô Barbosa lembra a época: “Então é quando a gente recebe uma ligação anônima, dizendo pra gente, era uma questão de honra pra Anatel fechar essa petulante Rádio Heliópolis”¹⁰.

Daí exatamente no dia 20 de julho de 2006 a rádio foi fechada. Eu estava na sala de reunião lá em cima. A Claudinha estava aqui fazendo seu programa Frequência de Sucesso e chega os caras da Polícia Federal. Quando a Anatel fechava rádio, fechava sozinha. Aqui veio com polícia, pensaram: favela, o que vou encontrar lá? Me chamaram, chego e vejo o João Miranda conversando com eles, percebi a gravidade da situação. Liguei pro Sérgio Gomes da Oboré: “- A Anatel tá aqui fechando a rádio, manda e-mail pro Brasil inteiro!” Ligamos pro gabinete do Suplicy e do Mercadante. Fizemos uma corrente e chegam montes de e-mails de solidariedade e apoio. Levaram o transmissor, a CPU do computador, dois microfones, aparelho de CD, era a rádio. Aí começa a grande imprensa, os lugares falando: Cala-se a voz de Heliópolis! Levaram o João Miranda preso, que disse: “- Se comunicar e informar a população é crime, então sou um dos maiores criminosos de Heliópolis.” Foi junto¹¹.

Só em 2008, após longa insistência, a Rádio Heliópolis recebe a outorga de funcionamento das mãos do então presidente Lula, que hoje é transmitida na frequência 87,5 FM.

No dia 9 de março de 2019, fizemos a visita à Rádio Heliópolis, onde pudemos conversar diretamente com um dos colaboradores da rádio, o Badega. Em nossa visita, pudemos observar que o espaço onde acontece a rádio é bem simples, mas muito

¹⁰<https://www.unas.org.br/single-post/2017/04/11/R%C3%A1dio-Comunit%C3%A1ria-Heli%C3%B3polis-24-anos-de-Resist%C3%Aancia>

¹¹ BARBOSA, 2017. In: <https://www.unas.org.br/single-post/2017/04/11/R%C3%A1dio-Comunit%C3%A1ria-Heli%C3%B3polis-24-anos-de-Resist%C3%Aancia>

funcional. Eles possuem uma mesa de controle em uma salinha com isolamento acústico, alguns microfones, ligados a um computador, onde a programação é controlada, e em outro espaço, um outro computador com microfone, mas que não faz transmissão, só captação e edição de trilhas.

Como é bastante observado na realidade das rádios comunitárias, os colaboradores, em sua maioria, não fizeram cursos de comunicação para operar e apresentar os programas, mas todos foram aprendendo os manierismos da radiodifusão na prática; muito por conta do hábito de audição das rádios comerciais. Toda a programação da Rádio é concebida por colaboradores da própria comunidade, contando com uma grade muito diversificada, a fim de atender a todos os públicos que moram na região.

Tivemos a oportunidade de ver a programação sendo executada e transmitida ao vivo, com uma pauta dedicada à declaração do imposto de renda, que contava com uma convidada da própria comunidade e muita música entre os intervalos. A conexão deles com a comunidade, além do rádio, é feita pelo aplicativo de conversas Whatsapp, por onde os ouvintes mandam perguntas e comentários para serem respondidos ao vivo, além de uma transmissão ao vivo (*live*) através do Facebook.

Por estar no ar há muitos anos, eles conseguiram criar um vínculo muito grande com a comunidade, sendo a rádio a principal forma de comunicação local, criando um elo muito grande entre morador e comunidade.

Ao final do programa, sem ainda não termos iniciado a nossa conversa com o Badega, ele nos propôs ajudá-lo com uma gravação de voz, fazendo uma chamada para um evento que aconteceria na comunidade, para o qual ele estava captando diversas vozes, de pessoas da comunidade para fazer uma mixagem depois.

A rádio é antiga na comunidade, e a plástica sonora deles é a mesma desde o início. Dado este primeiro contato, nosso diálogo caminhou para o interesse mútuo em atualizar a plástica sonora da rádio. A nossa conversa com Badega nos deu auxílio para entender o que eles precisavam realmente, ele nos contou um pouco da história da rádio, suas necessidades, e uma sinopse de cada um dos programas transmitidos atualmente pela rádio.

O objetivo desta visita foi conhecer e sentir o território, realizar uma troca afetiva com o pessoal da rádio, e entender a importância da Rádio na comunidade. Nosso processo de criação partiria então da pesquisa por referências, sempre focada em

atualizar a plástica e a identidade sonora, mas manter a mesma essência. Em resumo, os principais apontamentos criativos extraídos dessa experiência foram a necessidade de trabalhar um dispositivo de lembrança sonora, que denominamos aqui “assinatura sonora”, para o qual pensamos em utilizar o som do megafone; nas vinhetas, pensamos em utilizar vozes em forma mais próxima à fala para lembrar a comunidade, e, por fim, alguns recursos lúdicos nas mixagens.

2.1. O planejamento das vinhetas

Para decidir quantas e quais vinhetas seriam produzidas, primeiro foi preciso definir uma *identidade sonora* para o trabalho, que tivesse relação cultural com o ambiente visitado e com toda a experiência vivida. Vimos com Murray Schaffer (2011) que a paisagem sonora se dá na relação com a cultura e a história de um lugar. Tratam-se de sons destacáveis de cada cultura ou época por sua individualidade, quantidade ou preponderância. São os “sons fundamentais, sinais e marcas sonoras”, afirma. Assim, era preciso definir qual aspecto sonoro perpassaria as vinhetas, o que denominamos nesse trabalho de “assinatura sonora”. Então, cada vinheta escolhida teria uma estética sonora relacionada com seu tema (institucional, música, notícias), mas em todas elas estaria presente a “assinatura sonora”.

Durante a visita, foi feito um levantamento da grade de programas atual da rádio. Hoje, constam 23 programas, que dividimos em 4 categorias (Tabela 1):

Tabela 1: categorização da programação da Rádio Heliópolis segundo o tema.

Categoria	Quantidade
Música	14
Educativo/jovem	2
Notícias	5
Outros	2

Assim, optamos por produzir uma variedade de vinhetas institucionais para exercitar a produção de identidade sonora e da “assinatura”. Porém, ao observar que na categorização apontada acima, dos 23 programas, 14 (60,9%) trazem o tema “Música”, e 5 (21,7%) o tema “Notícia”, o grupo decidiu produzir mais duas vinhetas para atender

a estes grandes temas. Uma vinheta para “música na Heliópolis” e outra para “notícias na Heliópolis”, ambas obedecendo à necessidade de trazer uma “assinatura sonora”.

No final, foram produzidas 13 vinhetas institucionais com variadas formas de abordagem institucional, mais 2 vinhetas temáticas, totalizando 15 produções.

O texto das vinhetas institucionais foi elaborado a partir da experiência de observação na comunidade. “A rádio do sol nascente”, por exemplo, foi uma ideia que surgiu em conjunto com a equipe da rádio para referir-se à programação dos primeiros horários do dia. Como o deslocamento muito dificultoso, típico da cidade de São Paulo e principalmente do sistema de separação social das favelas brasileiras, é comum que o morador da comunidade precise acordar mais cedo para chegar à cidade. O acordar cedo é um ato tanto cotidiano quanto político, porque lembra o trabalhador de sua condição geopolítica: ter que acordar antes daqueles que moram em bairros privilegiados. Ao mesmo tempo, “o sol nascente” recupera a memória do território através do acordar cedo como experiência do campo.

Outros dois casos de texto a serem remarcados aqui são as vinhetas “Heliópolis, a primeira rádio comunitária de São Paulo” e “Heliópolis, a melhor rádio comunitária de São Paulo”. Afirmar que a história da Rádio Heliópolis, e sua relação com a cidade é muito importante para o espírito comunitário da própria rádio. Vimos que durante os movimentos de militância para a elaboração e implementação da Lei 9.612/98, a Rádio Heliópolis assumiu um papel de destaque, aparecendo hoje inclusive como referência para rádios de outros Estados do Brasil. Foi fechada pela Polícia Federal em 2006 e é uma das poucas rádios que tiveram seu processo homologado, em 2008. Mais uma vez, a memória foi um argumento definitivo para a escolha do texto das vinhetas. Afirmar a Heliópolis como “primeira” relembra sua militância na cidade, e afirmá-la como “a melhor” retoma certo orgulho territorial como dispositivo de vinculação entre os ouvintes e a rádio.

Outras cinco vinhetas têm como característica o uso da segunda pessoa do singular como pronome pessoal ou possessivo. São elas: “Você sintoniza: 87,5 FM”; “Heliópolis, a sua rádio comunitária”; “Você sintoniza, Heliópolis FM”; “A sua rádio comunitária, Heliópolis”; “Rádio Heliópolis, na sua sintonia”. A escolha pelo pronome na segunda pessoa é naturalmente uma estratégia de intimidade. Tratar o ouvinte como amigo. A produção da intimidade na comunicação midiática é uma tendência em várias áreas, que vão desde o jornalismo, com o novo formato de notícia e de telejornal, até a

chamada “publicidade híbrida” (COVALESKI, 2010, p. 54), segundo a qual o público procura relações mais dinâmicas com os produtos da comunicação. É claro que no caso da comunicação comunitária, a produção de relação íntima ou próxima não obedece aos mesmos critérios da comunicação comercial, onde a intimidade é forjada pelo consumo. Aqui, a intimidade deve estar mais ligada à relação com o bairro e com a história da própria rádio. Alguns destes cinco textos recuperam *jargões* radiofônicos, mas, em especial, o “Rádio Heliópolis, na sua sintonia” traz como mensagem de fundo a “sua sintonia” como ambiente cultural. Partindo da ideia de que sintonizar-se é ligar-se aos movimentos da cultura.

2.2. “Assinatura Sonora”

A ideia de compor para as vinhetas uma “assinatura sonora” veio da experiência vivida pela turma na visita à Rádio Heliópolis. Depois de atravessar temáticas como Paisagem Sonora e a Estrutura do Som na disciplina de Linguagem Musical, a turma chegou à Heliópolis para observar as dinâmicas sonoras do lugar. Essa observação se deu a partir de dois aspectos: primeiro, as conversas e diálogos com os representantes e profissionais da rádio comunitária; depois, o próprio caminhar e as observações auditivas anotadas.

Dessa forma, procuramos elaborar depois uma espécie de “mapa sonoro” do que foi percebido na visita à Heliópolis. De acordo com o que foi estudado em Schaffer (2011), as “caminhadas sonoras” servem para identificação das fontes sonoras dominantes do lugar. A partir daí começamos a refletir sobre um código sonoro mínimo que pudesse identificar o ambiente de Heliópolis e o espírito da Rádio, para nos servir como “assinatura”.

Este código sonoro seria possivelmente mais uma espécie ruído do que uma forma musical estruturada. José Miguel Wisnik (2006, p. 27-30) concebe a linguagem musical estruturada como uma forma de ordenação da experiência sonora entre o som e o ruído. Assim, o ruído faz parte da experiência sonora. E se for inserido em um contexto de identificação cultural, pode servir como código.

O som – ou ruído, neste caso – ganha sentido de acordo com a cultura; e por outro lado, cada cultura ou ambiente determina suas “formas de dizer”. Michel de Certeau (1990, p. 43) classificaria este processo como a “arte de dizer” e constituir

sentidos próprios, movimento comum à função cultural da linguagem, ao uso comunicacional da narrativa em meio à prática cultural cotidiana.

Em seu trabalho sobre a força comunicativa do tambor, Israel Oliveira (2008, p. 4-5) fala da “enunciação” como uma necessidade inerente à comunicação. Nesse artigo, o autor sugere que as comunidades podem se apresentar ou enunciar através de discursos sonoros, como o tambor. Assim, comunicar no âmbito comunitário, pode significar radicalmente expressar-se através de códigos sonoros mais básicos, como um batuque, um som, um ruído, um sotaque, etc.

Diante de tudo isso, surgiu a ideia de produzir uma “assinatura sonora” a partir do som do megafone, também conhecido como corneta ou boca de ferro. Foi na visita à Heliópolis que surgiu este código sonoro como identificador do ambiente. Ele cumpre duas funções: primeiro, a função de memória, pois recupera as origens de militância não só da Rádio Heliópolis, como das rádios comunitárias em geral. O som metálico das bocas de ferro marca uma geração de rádios comunitárias em todo o Brasil, que começaram a funcionar nos postes de bairros, favelas e zonas rurais. Segundo, a função de identificação sonora e política com a rádio. A “assinatura” afirma, ao final de cada vinheta, que esta é uma rádio comunitária, cuja artesanabilidade do som remete à artesanabilidade radical da rádio comunitária, que produz comunicação em condições tecnológicas, políticas e sociais as mais adversas.

Com esta “assinatura” afirmamos a ideia de que a “paisagem sonora” de um lugar é o que ajuda a consolidar a identidade cultural da comunidade (PAIVA e GABBAY, 2016, p. 8). O som recupera aspectos culturais da paisagem, da vida em comum, das trocas do cotidiano e da memória. A autora chilena Maria Angeles Durán (2008, p. 116) afirma: “El sonido, junto al color, transforma la ciudad, se apodera de ella. Borra cualquier otro signo durante el tiempo que dura e impone sin resistencia el reino de su sentido”.

3. CONCLUSÃO

O trabalho de produção de vinhetas para rádio comunitária deve obedecer a critérios de criação diferentes daqueles estabelecidos para as rádios comerciais. As relações afetivas e políticas são fundamentais na produção de vínculo entre a rádio e os ouvintes. No caso da Rádio Heliópolis, seu status de memória, como militante nos

primórdios da Lei 9.612/98 fez com que determinados recursos textuais fossem levados em conta nas vinhetas. É o caso das vinhetas que destacam o pioneirismo da rádio no território e no imaginário dos moradores. Também o uso da segunda pessoa foi uma estratégia de texto pensada para estabelecer ou reforçar o vínculo afetivo com os ouvintes. A rádio é da comunidade e não do mercado; aspecto que recupera o espírito comunitário (PAIVA, 1997).

A ideia de produzir uma “assinatura sonora” que estivesse em todas as vinhetas veio da necessidade de produzir uma identidade sonora para a rádio. Mais uma vez a memória foi um critério simbólico determinante, uma vez que o som escolhido (megafone) remete aos primórdios da história da rádio e do território e também ao caráter político da rádio.

Por fim, acreditamos que a produção de vinhetas e códigos sonoros em rádio comunitária seja uma empreitada que deve incluir sempre os aspectos ligados à cultura do lugar. Afetos, paisagens, memória e trajetória política são os critérios que permearam este trabalho de extensão universitária a partir de princípios do vínculo comunitário e da comunicação sonora.

Referências bibliográficas

- BENENZON, Rolando. **Teoria da musicoterapia**. São Paulo: Summus Editorial, 1988.
- COVALESKI, Rogério. **Publicidade híbrida**. Curitiba: Maxi Editora, 2010.
- DE CERTEAU, Michel. **L'invention du quotidien: 1. arts de faire**. Paris: Gallimard, 1990.
- DURÁN, María-Ángeles. **La Ciudad Compartida: conocimiento, afecto y uso**. Santiago de Chile: Ediciones Sur, 2008.
- GABBAY, Marcello M. **Música Popular e Comunicação Poética**. Curitiba: Appris, 2018.
- MENEZES, José Eugênio (org.). **Comunicação e Cultura do Ouvir**. São Paulo: Pleiade, 2012.
- OLIVEIRA, Israel. O tambor e o devir. In: **Anais do IV Enecult**. Salvador: UFBA, 2008.
- PAIVA, Raquel e GABBAY, Marcello. Cidade, Afeto e Ocupações. In: **Anais da XXXIX Intercom**. São Paulo: USP, 2016.
- PAIVA, Raquel. **Espírito Comum**. Rio de Janeiro: Mauad, 1997.
- SCHAFFER, Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: EdUnesp, 2011.

SOARES, Cláudia Cruz. A história de Heliópolis. Dissertação de Mestrado. São Paulo: FAU-USP, 2007.

TATIT, Luiz. **O século da canção**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

VILELA, Ivan. **Cantando a própria história**: música caipira e enraizamento. São Paulo: EdUSP, 2013.

WISNIK, José Miguel. **O som e o sentido**: uma outra história das músicas. Companhia das Letras, São Paulo, 2006.