

PEDRO IVO NUNES ALMEIDA

**NAS ONDAS DE MAR VERMELHO: UM
ESTUDO DE CASO DA RÁDIO POSTE “PAZ E
LIBERDADE” DO INTERIOR DE ALAGOAS**

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

2010

PEDRO IVO NUNES ALMEIDA

**NAS ONDAS DE MAR VERMELHO: UM
ESTUDO DE CASO DA RÁDIO POSTE “PAZ E
LIBERDADE” DO INTERIOR DE ALAGOAS**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Ms. Kátia de Lourdes Fraga

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

2010



Universidade Federal de Viçosa
Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social/Jornalismo

Monografia intitulada *Nas ondas de Mar Vermelho: Um estudo de caso da Rádio Poste “Paz e Liberdade” do interior de Alagoas*, de autoria do estudante Pedro Ivo Nunes Almeida, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Profa. Ms. Kátia de Lourdes Fraga – Orientadora
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Prof. Ms. Marcel Henrique Ângelo
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Prof. Dr. Bruno Araújo Torres
Curso de Publicidade e Propaganda da FDV

Viçosa, 23 de novembro de 2010

RESUMO

O rádio é um dos veículos de comunicação mais populares no Brasil. Entretanto, ao longo da história, o interesse financeiro passa a prevalecer sobre o caráter social do meio radiofônico no país. Isso leva a um cenário de concentração deste tipo de mídia nas mãos de poucos, formando oligopólios. A luta pela democratização das ondas do rádio se fortalece nas décadas de 1980 e 1990, o conceito de comunicação comunitária nasce ligado aos movimentos sociais e a grupos menos favorecidos economicamente. Um movimento contrário a isso pressiona o governo a enrijecer a legislação da concessão pública, que autoriza o serviço de radiodifusão, em torno das rádios de alcance limitado. Há alternativas, outros veículos podem ser comunitários e não necessitam de concessão pública para funcionar, um deles é a Rádio Poste. Este trabalho trata de um estudo de caso da Rádio Poste “Paz e Liberdade” do interior do estado de Alagoas. Uma experiência que começou com a participação deste acadêmico no Projeto Rondon do Ministério da Defesa na cidade de Mar Vermelho e continuou mesmo com a distância entre Alagoas e Minas Gerais. Entender como se dá o processo comunicacional dos alto-falantes instalados na rua principal do município com os marvermelhenses é um dos objetivos desta pesquisa. A juventude também é um ponto central ao questionarmos se os moradores mais novos se identificam com o conteúdo transmitido pelas caixas de som instaladas nos postes. Por fim, este Trabalho de Conclusão de Curso avalia se este veículo com mais de quatro décadas pode ser considerado, de fato, comunitário.

PALAVRAS-CHAVE

Rádio Poste; comunicação comunitária; rádio comunitária; identidade; comunidade.

ABSTRACT

The radio is one of the most popular media vehicles in Brazil. However, throughout the History, the financial interest becomes to prevail over the social means of radio in the country. This leads to a situation of media concentration, forming oligopolies. The campaign for the democratization of the sound waves became established in the 1980s and 1990s, the concept of community communication comes associated to social movements and economically disadvantaged groups. A movement presses the government to enforce the public broadcasting legislation. There are alternatives, other vehicles may be communal and require no public concession to operate, one of them is the “Rádio Poste” (lamppost radio). This article discusses a case study of “Rádio Poste Paz e Liberdade” (“Peace and Freedom Lamppost Radio”) in the state of Alagoas. An experience that began with the participation of this student in the Rondon Project of the Ministry of Defense in Mar Vermelho city and and continued with the same distance between Minas Gerais and Alagoas state. Understanding how is the communication process of the speakers installed on the main street of the city with the citizens is one objective of this research. The youth is also a central point to ask if the younger residents identify themselves with the content broadcast by loudspeakers installed on the lampposts. Finally, this final work analyzes if this forty-year-vehicle can be considered, in fact, a community mean of communication.

KEY WORDS

Rádio Poste (lamppost radio); community communication; community radio; identity; community.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a minha família. Minha mãe Esther por ser um exemplo e a principal responsável por eu ter vencido mais esta etapa na vida. Ao meu pai e meus irmãos, kk e Bê, por fazerem parte da minha vida e sempre me apoiarem. A todos familiares que mesmo de longe torceram por mim.

A minha orientadora por topar mais este desafio dentre outros tantos que vencemos durante a graduação. Kátia, antes de tudo, uma grande amiga.

A todos os marvermelhenses pela hospitalidade e pelo respeito. Aos entrevistados que doaram o tempo e o conhecimento para que esta pesquisa se tornasse uma realidade. Agradeço a Seu Zé Gomes pela a sua história de vida dedicada à Rádio Poste “Paz e Liberdade” e pela alegria com que me recebeu. Um agradecimento especial a Seu Neto Lins, Eva, Gedalva e toda sua família por fazerem eu me sentir em casa mesmo estando a mais de 1.700 quilômetros de distância de Minas Gerais.

Aos amigos por transformarem a convivência diária em momentos inesquecíveis. Por me fazerem rir nos momentos difíceis, e também refletir quando corria o risco de me distrair. Um agradecimento especial aos grandes amigos Denny, Fernanda, Juninho e Livia que estiveram ao meu lado em uma hora de aperto. Ao calouro Eduardo que abriu mão de outros compromissos para ajudar alguém que nem conhecia muito bem. Ao Plauto pelos empréstimos eternos. A minha grande amiga Titina pela cumplicidade e companherismo durante toda a graduação e também na finalização deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Por fim, agradeço aos obstáculos e às dificuldades que tornaram essa caminhada ainda mais enriquecedora.

Tributo a José Gomes de Lima

*Chama-se paz e liberdade
A voz da nossa cidade
Comunicar é preciso
Com ética e habilidade
Assim ele faz sucesso
E não casa prejuízo
Chama bingo e passa aviso
Não prede oportunidade
De forma quase perfeita*

*Como seu JOSÉ montou
Com fio bobina e corneta
Hoje é raro no Brasil
Amplificador, microfone e LP
Foi tudo que pode obter
E tocar-disco divinil*

*Nota de falecimento
É muito bem informada
Aviso de vazamento
Para a companhia d'água
Conforme a necessidade
Informa com relevância
Chamamento da ambulância
E defeito na eletricidade
Comercial do comércio
E musica tradicional
A música que é sucesso
A marcha de carnaval
Com moral e disciplina
Porém ninguém paga ingresso
Para ouvir musica junina
E as canções de natal*

*É um serviço de som
Com programação perene
Muito bem conceituado
Que faz um trabalho bom
Substitui rádio AM
Vindo do século passado
Até mesmo a FM
Também já tem superado*

*Seu José Gomes de Lima
Faz a comunicação
Muita utilidade pública
Pouca remuneração
Assim faz publicidade*

*Com seu grande coração
Zona rural e cidade
Ouvem sua locução*

*Retransmitiu pra seus fãs
Noticias de todo mundo
A guerra do Vietnã
A morte de João Paulo II
A chegada do homem a lua
Foi tudo retransmitido
Nunca foi repreendido
Pela forma como atua*

*Como o nome no Telecentro
Ele foi homenageado
É locutor popular
E mostra ser preparado
Sem ter deixado desejar
No que tem comunicado
A culpa é da sociedade
Ele é o menos culpado*

(Joaquim Veríssimo)

SUMÁRIO

1. Introdução.....	p. 10
1.1 As transformações do rádio ao longo do tempo.....	p. 10
1.2 O surgimento das rádios comunitárias.....	p. 11
1.3 “Paz e Liberdade”: a rádio marvermelhense.....	p. 12
2. Comunidade e identidade.....	p. 14
2.1 Um lugar aconchegante.....	p. 14
2.2 As identidades múltiplas.....	p. 16
3. Comunicação comunitária.....	p. 20
3.1 Breve histórico do rádio.....	p. 20
3.2 A legislação e a rádio comunitária.....	p. 23
3.3 Características da comunicação comunitária.....	p. 24
3.4 Comunicação comunitária, popular ou alternativa?.....	p. 27
3.5 As rádios de Mar Vermelho	p. 29
3.5.1 Rádio Mar Vermelho FM 104,9.....	p. 30
3.5.2 Rádio Poste “Paz e Liberdade”.....	p. 32
4. Metodologia.....	p. 34
4.1 O primeiro contato.....	p. 34
4.2 O desafio da distância para a pesquisa.....	p. 35
4.3 O retorno a Mar Vermelho.....	p. 36
4.4 Especificidades da observação participante.....	p. 37
5. Análise das entrevistas.....	p. 40
5.1 “Paz e Liberdade” e suas peculiaridades.....	p. 40

5.2 A credibilidade das caixas de som.....	p. 42
5.3 O que é preciso ter para ser comunitária?.....	p. 43
5.4 A relação dos marvermelhenses com a Rádio Poste.....	p. 45
6. Considerações Finais.....	p. 50
7. Referências Bibliográficas.....	p. 54
8. Anexo 1.....	p. 57
8.1 Entrevista com Cátia Maria da Silva.....	p. 57
8.2 Entrevista com Cláudio Pereira Barbosa.....	p. 60
8.3 Entrevista com Evellyn Rayza Cavalcante Souza.....	p. 62
8.4 Entrevista com Flavia Nascimento de Araujo.....	p. 67
8.5 Entrevista com Genivaldo Pereira do Nascimento.....	p. 69
8.6 Entrevista com Jerônimo Neto Tenório Lins.....	p. 78
8.7 Entrevista com José Afonso de Almeida.....	p. 85
8.8 Entrevista com José Gomes de Lima.....	p. 93
8.9 Entrevista com José Nilton Bonfim de Oliveira.....	p.127
8.10 Entrevista com José Souza dos Santos.....	p.130
8.11 Entrevista com Josecleide Teles dos Santos.....	p.137
8.12 Entrevista com Lauriane Bezerra dos Santos.....	p.142
8.13 Entrevista com Marcelo Lins.....	p.146
8.14 Entrevista com Maria Helena de Oliveira Ferreira.....	p.148
8.15 Entrevista com Marluce Oliveira Santana Veríssimo.....	p.152
8.16 Entrevista com Nair Nunes da Silva.....	p.157
8.17 Entrevista com Quitéria Tereza de Araújo.....	p.162

1. Introdução

A comunicação pode ser vista como uma necessidade humana. Não há quem não queira ou precise se comunicar. Isso pode ser feito pela fala, por sons, através de sinais, entre tantas formas possíveis de interação no processo comunicativo. Ao longo da história surgiram os meios de comunicação que, hoje, estão presentes no nosso cotidiano de tal forma que fica difícil imaginar a vida sem eles. Jornal, rádio, televisão e, mais recentemente, a internet: veículos que integram nosso dia-a-dia e permeiam quase todos os tipos de relações comunicacionais estabelecidas na contemporaneidade. Mesmo com as inovações tecnológicas, o rádio continua sendo um dos veículos de comunicação mais populares do Brasil. Este trabalho trata da mídia radiofônica.

Inicialmente abordaremos algumas questões pontuais para situar o leitor em relação a este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), pontuando transformações ocorridas na trajetória do rádio no Brasil, o surgimento das mídias comunitárias e a contextualização do nosso objeto de estudo.

1. 1 As transformações do rádio ao longo do tempo

A primeira transmissão de rádio em terras nacionais ocorreu em 1922. No ano seguinte, a Fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro começa a fazer transmissões com maior regularidade. A partir desse momento, o rádio começa a se consolidar como o principal veículo de comunicação brasileiro. Na década de 1940, vive seu apogeu, mas com a chegada da televisão, perde espaço na preferência do público (FERRARETTO, 2007). No entanto, o rádio se reestrutura, na técnica e no conteúdo, e o jornalismo entra em cena.

As ondas eletromagnéticas passaram a ser interesse do Estado no Governo Vargas, mas ainda, nessa época, defendia-se um caráter educativo ou cultural na programação. Com a regulamentação de leis que permitiam a publicidade radiofônica, o rádio passa a ficar atrelado a interesses comerciais. Nesse período, o Governo já detinha o poder concessório da radiodifusão no Brasil. Nessa conjuntura, o sistema de radiocomunicação no país fica dividido entre o poder estatal e a iniciativa privada (FERRARETTO, 2007).

Diante desse contexto, o caráter social do rádio passa a disputar espaço com outros interesses: as ondas sonoras passam a ser encaradas como um negócio lucrativo (COELHO

NETO, 2002). Essas questões dizem respeito à história das emissoras radiofônicas desde o começo quando estavam mais restritas ao caráter educativo e cultural até o surgimento e consolidação das rádios “comerciais”, voltadas à obtenção de lucro (FERRARETTO, 2007).

1.2 O surgimento das rádios comunitárias

Além dessa história contida nos livros, outros movimentos surgem em várias partes do mundo na tentativa de se apropriar da mídia radiofônica com finalidades culturais, regionais e até mesmo políticas. Esse é o caso das transmissões feitas por estudantes em barcos fora do limite territorial na Grã-Bretanha. Eles divulgavam através das ondas sonoras seus ideais. Para criar uma espécie de marca, também fincaram uma bandeira pirata nas embarcações, desse fato veio a expressão: “rádio pirata”. Um movimento parecido no Brasil surgiu na década de 1980, quando a cidade de Sorocaba (SP) chegou a sediar cerca de 100 emissoras ilegais. Esse foi um dos movimentos mais fortes para a democratização dos meios radiofônicos no país (COELHO NETO, 2002).

Isso demonstra um cenário em que as rádios clandestinas tentam conquistar a legalidade, mas os entraves legislativos tornam a concessão pública um objetivo distante. Na luta pela democratização dos meios, surge o conceito de comunicação comunitária, inicialmente, vinculada aos movimentos populares, e também grupos sociais com interesses em comum (PERUZZO, 2007a).

A rádio comunitária, regulamentada em 1988, é um veículo de alcance local e respeita a normas específicas determinadas pela Lei nº 9.612. Para funcionar legalmente, a emissora necessita de concessão pública emitida pelo Ministério das Comunicações. Segundo Peruzzo (2007b), dentre vários princípios, este tipo de veículo deve fomentar o exercício da cidadania, estar comprometido com os interesses locais e não deve possuir fins lucrativos.

Uma opção encontrada para conseguir ampliar a voz dos que não têm acesso aos meios de comunicação convencionais, muitas vezes, são veículos de comunicação alternativos, como é o caso de uma Rádio Poste: caixas de som distribuídas em pontos estratégicos de uma comunidade que emitem uma programação geralmente composta de música e conteúdo informativo. Nosso objeto de estudo é a Rádio Poste “Paz e Liberdade”, localizada no interior de Alagoas.

1.3 “Paz e Liberdade”: a rádio marvermelhense

Este acadêmico teve contato com a Rádio Poste “Paz e Liberdade”, no interior de Alagoas, ao participar da Operação Centro-Nordeste do Projeto Rondon, do Ministério da Defesa, em janeiro de 2010. A convivência de duas semanas despertou o interesse pelo estudo mais aprofundado do caráter comunitário do serviço de alto-falante. Uma das questões levantadas referia-se a como se dava a relação dos moradores, principalmente, os mais jovens, com as caixas de som distribuídas na rua principal da cidade. Para se chegar a uma conclusão, ficou decidido que esse seria o objeto de estudo do Trabalho de Conclusão de Curso.

A Rádio Poste “Paz e Liberdade” funciona há 47 anos em Mar Vermelho, que está localizada no agreste alagoano, a 110 km da capital Maceió. A cidade pertence à microrregião de Palmeira dos Índios. Existe mais de uma versão para a explicação do nome, mas a mais difundida está ligada à lagoa que fica próxima ao centro da cidade. Conta-se que ao entorno da lagoa existiam pés de gravatás, as folhas caíam das árvores e formavam um manto avermelhado sobre as águas. Com os ventos fortes na região, pequenas ondas se formavam e esse fenômeno deu origem ao nome, Mar Vermelho. O município está a cerca de 630 metros acima do nível do mar, o que lhe confere um clima ameno, isso acabou rendendo à cidade o apelido de “Suíça Alagoana” (BARROS, 2000).

A Rádio “Paz e Liberdade” foi, por muito tempo, o único veículo de comunicação da cidade. Este ano, no município, foi inaugurada a Rádio Mar Vermelho FM 104,9. O veículo tem alcance local e possui concessão do Ministério das Comunicações: uma autorização que permite a execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária, pelo prazo de 10 anos, renováveis pelo mesmo período, de acordo com a Lei 10.597 de 2002. O objeto de estudo deste trabalho é a Rádio Poste, mas consideramos necessário citar a rádio FM em nossa análise, uma vez que esta muda o contexto do campo comunicacional da “Suíça Alagoana”. No entanto, isso não será feito de maneira aprofundada, já que um estudo específico sobre a Rádio FM 104,9 representaria outro TCC.

Este estudo de caso pretende avaliar as características da Rádio Poste marvermelhense para avaliar se esta pode ser considerada comunitária. Outro objetivo deste trabalho é analisar a relação dos moradores com as caixas de som dos postes. O questionamento central é se os jovens habitantes da pequena cidade do interior de Alagoas se identificam com a Rádio “Paz e Liberdade”.

Esta monografia está estruturada em 4 capítulos, além das considerações finais. O primeiro, *Comunidade e Identidade*, aborda os conceitos que alicerçam este trabalho, uma vez que para conseguir chegar ao resultado esperado neste TCC é necessário entender esses termos. Para fazer a análise do objeto de estudo é importante conhecer o universo de uma determinada comunidade e como esta possui aspectos que constroem sua identidade local. O segundo, *Comunicação Comunitária*, trata de conceitos relacionados a essa concepção, buscando os principais autores dessa área de estudo para que possamos nos basear em uma abordagem sólida que sustente nossas considerações acerca do caráter comunitário da Rádio Poste.

A *metodologia* é o terceiro capítulo, nela se explica as etapas da pesquisa desde o primeiro contato com a Rádio “Paz e Liberdade” até a finalização deste estudo apresentando a fundamentação teórica utilizada. O quarto capítulo é composto pela *Análise das entrevistas*, que é feita a partir da relação das falas dos entrevistados coletadas na pesquisa de campo e o marco teórico apresentado ao longo do trabalho. As *Considerações finais* trazem nossas impressões acerca do objeto do estudo, baseadas nos autores utilizados, mostrando os resultados alcançados com a pesquisa.

2. Comunidade e identidade

Neste capítulo abordamos os conceitos que sustentam esta pesquisa. Como nosso estudo de caso é uma Rádio Poste, para saber se esta é um veículo comunitário, uma das vertentes teóricas do nosso Trabalho de Conclusão de Curso é o conceito de *Comunidade*. Além disso, um dos objetivos é descobrir se os jovens de Mar Vermelho se identificam com a programação da rádio, para isso, faz-se necessário estudar o conceito *Identidade*. Ao tratar da identidade do sujeito pós-moderno e sua interação com diferentes culturas, acabamos esbarrando em outro conceito: *Globalização*. Cabe dizer que este será tratado de maneira menos aprofundada, mas é importante que esteja presente na abordagem teórica.

2.1 Um lugar acolhedor

O conceito *Comunidade* é polêmico e está longe de ser um consenso entre os estudiosos. Às vezes, quando se ouve o termo, logo vem à cabeça o espaço territorial. Outros indivíduos inseridos digitalmente, já pensam em grupos virtuais. Mas o conceito é bem mais amplo, passou e continua passando por mudanças.

Começaremos a abordagem com Martin Buber (1987), em sua obra “Sobre Comunidade”, o autor austríaco trata o conceito *Comunidade* retomando a idéia primitiva do termo. Ele constrói seu pensamento relacionando comunidade e sociedade:

A comunidade é a expressão e o desenvolvimento da vontade original, naturalmente homogênea, portadora de vínculo, representando a totalidade do homem. A sociedade é a expressão do desejo diferenciado em tirar vantagens, gerado por pensamento isolado da totalidade (BUBER, 1987, p. 50).

Buber (1987) defende que com o surgimento da sociedade, uma “unidade orgânica com aparência mecânica”, as relações de trabalho prevalecem sobre o desejo de uma vida comunitária. Com o desenvolvimento de um modo de vida moderno, a comunidade perde força. O autor acredita no renascimento dessa comunidade baseado em quatro conceitos. Essa teoria é fundamentada nos estudos de Ferdinand Tönnies¹.

Somente aqui podem surgir, sob nova forma, as ligações internas da comunidade primitiva – a propriedade comum do solo, o trabalho comum, costumes comuns, e a fé comum – quatro princípios de ligação que correspondem aos quatro tipos de comunidade. Não o Estado, mas somente a comunidade pode tornar-se o autêntico sujeito da propriedade comunitária do solo. Não o Estado, mas só a cooperativa

¹ A formulação básica desse pensamento está presente na obra deste autor intitulada “Sociedade e Comunidade” de 1887.

pode tornar-se o autêntico sujeito da produção comunitária. Não é a sociedade, mas sim no companheirismo que novos costumes podem germinar; não é na igreja, mas nas confrarias que pode uma nova fé prosperar (BUBER, 1987, p. 56).

Raquel Paiva (2007) também utiliza conceitos de Tönnies ao tratar das três possibilidades de “vida comunitária” defendidas pelo autor: *consangüínea*, fundamentada em laços familiares; *proximidade*, relacionada à vizinhança; e *espiritual*, baseada em interesses e sentimentos em comum. Para Paiva, o autor não prioriza nenhuma delas:

Ele não elegia dentre as três a mais comunitária, e muito menos tentou traduzir formas de relação humana a partir de cada um delas em separado. Talvez não tenha feito isto já porque acreditasse que uma vivência comunitária não poderia prescindir de nenhum desses aspectos – vizinhança, afeto e parentesco (PAIVA, 2007, p. 135).

Outro autor que se baseia em Tönnies ao tratar de comunidade é Zygmunt Bauman (2003). O autor resgata o termo “entendimento comum”, que segundo Tönnies “fluía naturalmente” criando uma idéia de proteção, que “separa a comunidade de um mundo de amargos desentendimentos, violenta competição, trocas e conchavos”. Bauman também recorre ao estudioso sueco Göran Rosenberg, que criou o conceito “círculo aconchegante”, um tipo de “imersão ingênua na união humana”. Dentro desse “círculo aconchegante”, as pessoas não são postas à prova e vivem em um ambiente de simpatia e benevolência, mas isso, atualmente, segundo Bauman, é cada vez menos possível (*apud* BAUMAN, 2003, p.16).

Isso porque essa comunidade, na qual os interesses coletivos prevalecem, parece perder espaço para o individualismo. Para Márcia Vidal Nunes (2007), o conceito *Comunidade* muda quando a noção de cidadania passa a estar relacionada ao consumismo. A autora recorre ao teórico argentino Nestor Garcia Canclini. O autor sugere em seus estudos que se ainda há uma idéia de comunidade, na história recente da América Latina, esta se mostra cada vez menos relacionada a instituições “macrossociais” (nação ou classe, por exemplo). Segundo Nunes (2007), uma característica comum dessas “comunidades atomizadas” é que elas se organizam a partir de interesses alimentados, principalmente, pelo consumismo, mais especificamente, por “consumos simbólicos” (NUNES, 2007).

Já Gabriel Kaplún (2007) não concorda totalmente com essa ideia. O autor defende que convivemos com o “mito da natureza humana individualista e possessiva”, criado para ocultar uma pressão ideológica que vende uma ideia de um ser humano preocupado apenas com o benefício próprio:

O mito oculta o fato de que sim, efetivamente, milhões de seres humanos parecem comportar-se hoje de acordo com este modelo, mas que sua difusão e legitimação são produtos de um longo e persistente trabalho ideológico e político que combate sistematicamente a presença prática de outros valores, tais como a solidariedade ou a vida comunitária (KAPLÚN, 2007, p. 171).

Esse “mito”, junto com outros mitos, é base do projeto neoliberal que se mostra ao mundo como a “única forma possível de se organizar a vida”, em que a “figura central não é o ‘cidadão’, nem muito menos o ‘ser humano’, e sim o ‘investidor’ e ‘consumidor’” (KAPLÚN, 2007, p. 172). Nesse projeto, a sociedade é encarada como mercado onde tudo pode ser negociado: comprado ou vendido (KAPLÚN, 2007).

Diante desse “mito” que tenta impedir o exercício da vida comunitária, Bauman (2003) lembra que Eric Hobsbawm enxerga uma utilização indiscriminada e vazia do conceito de comunidade. Para Hobsbawm, as pessoas passaram a querer participar de grupos, acreditando que poderiam pertencer a estes “com certeza e para sempre”, mesmo num mundo incerto e de constantes mudanças. Bauman cita uma observação de Jock Young acerca dessa idéia de Hobsbawm: “precisamente quando a comunidade entra em colapso, a *Identidade* é inventada” (*apud* BAUMAN, 2003, p.20).

2.2 As identidades múltiplas

A *Identidade* tem sido estudada por muitos autores tornando-se um objeto de pesquisa frequente no campo da comunicação. O conceito não é fechado e muda constantemente. É importante destacar, portanto, que esta pesquisa se baseia, principalmente, no conceito tratado por Stuart Hall (2004). Dessa forma, cabe tratar das concepções defendidas pelo autor para depois analisarmos mais profundamente a ideia de pós-modernidade.

A *Identidade*, segundo Hall (2004), está dividida em três concepções ligadas a tempos históricos diferentes: o sujeito do iluminismo, dotado de razão e caracterizado, principalmente, pela individualidade; o sujeito sociológico, baseado em uma “concepção interativa” no qual o sujeito preserva “o eu real”; e o sujeito pós-moderno, cuja principal característica é a fragmentação, o indivíduo não tem uma “identidade fixa, essencial ou permanente”. Neste trabalho vamos nos apoiar na última concepção que representa o sujeito da pós-modernidade, momento no qual vivemos.

O sujeito, antes visto como “estável”, muda devido a modificações estruturais e institucionais na sociedade. Mesmo o processo no qual nos identificamos, que nos “projetamos em nossas identidades culturais”, é agora mais “provisório, variável e

problemático” (Hall, 2004, p.12). Nesse contexto, surge o sujeito pós-moderno e a identidade se torna uma “celebração móvel”, formada constantemente:

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2004, p.13).

A *identidade* totalmente “unificada” e “coerente” é uma fantasia, assim uma característica marcante do sujeito pós-moderno é a multiplicidade de identidades possíveis. Mudamos a maneira de nos reconhecer de acordo com o tempo. A principal diferença entre as sociedades tradicionais e as modernas é que as últimas sofrem transformações constantes, rápidas e permanentes (HALL, 2004).

Ser imutável e estático é visto na pós-modernidade como uma característica ruim. Bauman (2005) acredita que a busca por uma *Identidade* é um “sentimento ambíguo”, pois essa falta de segurança acaba produzindo ansiedade, mas por outro lado

uma posição fixa dentro de uma infinidade de possibilidades também não é uma perspectiva atraente. Em nossa época líquido-moderna, em que o indivíduo livremente flutuante, desimpedido, é herói popular, “estar fixo” – ser “identificado” de modo inflexível e sem alternativa – é algo cada vez mais malvisto (BAUMAN, 2005, p.35).

A *Identidade* dos sujeitos pós-modernos não é imutável, pelo contrário, ela está em constante transformação. Um dos fatores que influencia nessa construção é a internet que potencializa um dos processos mais fortes da atualidade: a *Globalização*.

Este termo está intimamente ligado ao conceito de pós-modernidade. Essa mistura de culturas e identidades pode se explicada pela “compressão espaço-tempo” (HALL, 2004) apontada como umas das principais características da *Globalização*. Com isso, os processos de proporção mundial acontecem em grande velocidade (BAUMAN, 1999), e as conseqüências de um evento que acontece a uma longa distância causam impacto imediato em determinado lugar:

No mundo que habitamos, a distância não parece importar muito. Às vezes parece que só existe para ser anulada, como se o espaço não passasse de um convite contínuo a ser respeitado, refutado, negado. O espaço deixou de ser um obstáculo – basta uma fração de segundo para conquistá-lo. Não há mais ‘fronteiras naturais’ nem lugares óbvios a ocupar. (BAUMAN, 1999, p.85)

Nesse contexto, Hall (2004) aponta características em um processo intenso de globalização: o crescimento da “homogeneização cultural” e do “pós-moderno global”, no qual os fluxos culturais entre diferentes nações (proporcionados pela internet) criam possibilidade de “identidades partilhadas” entre pessoas distantes no espaço e no tempo.

Entretanto, outra consequência ressaltada por Hall (2004), é o fortalecimento de “outras identidades locais ou particularistas” na resistência a esse processo. Pretendemos estudar se a rádio Poste pode ser encarada como um elemento de fortalecimento da ideia de identificação por parte dos moradores com Mar Vermelho.

Manuel Castells (2003) estende essa consequência como a criação de “identidades coletivas”, que para o autor é uma reação a esse processo uniformizador e se dá no agrupamento de pessoas que compartilham os mesmos interesses. Por isso, os integrantes se aproximam e costumam lutar por direitos e intenções em comum.

Para Castells (2003), a *Identidade* é um processo em que se constroem significados baseados em um “atributo cultural” ou em “conjuntos de atributos inter-relacionados”. Castells também defende que as *Identidades* são construídas em um processo de individualização. Segundo o autor: “para um dado indivíduo ou ainda um actor colectivo, pode haver identidades múltiplas” (CASTELLS, 2003, p. 03).

Essa multiplicidade está presente na sociedade pós-moderna, caracterizada pela “liquidez” (BAUMAN, 2005) e pela “fragmentação” (HALL, 2004). *Identidade* é um conceito que por si só já apresenta um alto grau de mutação e flexibilidade. Com isso, a *Globalização* acaba enfraquecendo as especificidades culturais de cada região do globo ou país. É importante destacar que não se defende neste trabalho a existência de culturas puras na sociedade pós-moderna, mas acredita-se que o sujeito inserido nesse processo já é uma construção de um “hibridismo” cultural. (HALL, 2004)

É importante considerar a “fragmentação” do sujeito pós-moderno (HALL, 2004) ao estudarmos a relação dos moradores de Mar Vermelho com a Rádio Poste. Isso porque essa interação deve ser analisada em sua complexidade, levando em conta, também, a interação dos marvermelhenses com vários veículos de comunicação, além das caixas de som nos postes.

Além da relação com os meios de comunicação, é importante retomar a ideia de “consumo de bens simbólicos” (NUNES, 2008). Já tratamos da ideia de individualismo mostrado por Márcia Vidal Nunes, mas a autora também acredita em “novas formas do exercício da cidadania” existentes, por exemplo, entre comunidades e rádios comunitárias, quando estas refletem a diversidade de interesses em um determinado grupo. Segundo Nunes, quando isso acontece

(...) o consumo dos bens simbólicos configurados na programação da emissora é assimilado, reelaborado e devolvido à própria comunidade através da reflexão permanente sobre os produtos radiofônicos realizados, que são incessantemente “reconstruídos”, colocando-se, assim, em sintonia contínua com os ouvintes da emissora comunitária que integram uma espécie de comunidade virtual, unida por uma linguagem única permeada por interesses coletivos múltiplos (NUNES, 2008, p.110).

Diante do marco teórico apresentado, acreditamos que não seja possível esgotar os conceitos *Comunidade e Identidade*, nem temos essa pretensão. Entretanto, cabe dizer aqui como encaramos esses termos que permeiam nosso estudo. A *Identidade* já não pode ser encarada como “segura” ou “coerente”. Com o surgimento de variados “sistemas de significação e representação cultural”, as possibilidades de identidade se tornam múltiplas. No entanto, é possível se identificar com cada uma delas, mesmo que temporariamente (HALL, 2004).

Concordamos com Peruzzo (2008) ao defender que a concepção de *Comunidade* mudou ao longo do tempo e continua em transformação. Isso foi mostrado ao longo deste capítulo, mas alguns de seus princípios ainda podem ser percebidos: o sentimento de pertencimento, a participação, a conjunção de interesses e a interação ainda são observados. Já a ideia de “locus territorial específico” como um elemento que estrutura a comunidade não persiste, essa noção perdeu força diante das novas tecnologias da informação e comunicação. No entanto, o espaço geográfico ainda é um importante elemento de “agregação social” em muitas situações (PERUZZO, 2008).

Após apresentar os conceitos que alicerçam este estudo de caso, iremos analisar no próximo capítulo a concepção de comunicação comunitária, relacionando este conceito com outros, como comunicação popular e comunicação alternativa. Em princípio, tratamos da noção geral deste tipo de comunicação, mas depois miramos nosso olhar sobre a rádio comunitária, especificamente, o objeto de estudo desta pesquisa.

3. Comunicação comunitária

Neste capítulo iremos abordar a comunicação comunitária, para que possamos analisar a Rádio Poste “Paz e Liberdade” a partir de autores que estudam esse conceito. Primeiramente, consideramos pertinente perpassar por alguns momentos históricos da mídia radiofônica. Dessa forma, contextualizamos também o surgimento e o fortalecimento do movimento das rádios livres e, posteriormente, das rádios comunitárias. Faz-se necessário também tratar das concepções dos conceitos: comunicação comunitária, comunicação popular e comunicação alternativa. As divergências em torno desses termos são recorrentes, apresentamos a visão de alguns estudiosos e determinamos nossa posição diante dos conceitos e de que forma iremos nortear nossa análise para chegar ao resultado proposto por este trabalho.

3.1 Breve histórico do rádio

As primeiras descobertas relacionadas à radiodifusão no mundo são do final do século XIX. No início do século passado, em 1916, a primeira emissora experimental surgiu em Nova Iorque. Três anos depois, a primeira emissora regular foi inaugurada. No Brasil, em 1922, aconteceu a primeira emissão radiofônica na comemoração do centenário da independência do país. No ano posterior, uma emissora de rádio foi montada no Rio de Janeiro. Entretanto, Coelho Neto (2002) considera que a “era do rádio brasileiro” começou em 20 de abril de 1923, com a Fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, através da iniciativa de um grupo, liderado por Edgar Roquette-Pinto e Henrique Morize, que consegue convencer o governo a emprestar os transmissores, pertencentes à companhia Western Electric, na Praia Vermelha, para que fossem utilizados uma hora por dia (FERRARETTO, 2007). No mesmo ano, a Rádio Cultural de Pernambuco também foi criada. A partir desse momento até o começo da década de 1930, surgiram emissoras em vários estados brasileiros.

Após a Revolução de 1930, estando Getúlio Vargas como o novo presidente da República, o país começou a se modernizar e se tornar mais urbano. Segundo Ferraretto (2007), com o crescimento industrial, o rádio também passou a se estruturar, e começou a se consolidar como um veículo de comunicação. Coelho Neto (2002) afirma que, em princípio, o Estado não tinha muita preocupação com o rádio. O presidente Vargas foi o primeiro a trazer as ondas de rádio para o poder do governo e, para isso, argumentou que o veículo de

comunicação deveria ser utilizado pelo Estado para fins educativos. As primeiras leis ligadas à radiodifusão foram criadas naquele momento e uma que vale ser destacada é a autorização da veiculação de propagandas pelo rádio:

Em 1º de março, o governo revolucionário organiza a veiculação da publicidade pelas emissoras com o Decreto nº21.111, regulamentando outro decreto, o de nº20.047, de maio do ano anterior, que definia o papel do governo federal na radiodifusão sonora. Com a possibilidade de comerciais ocuparem 10% das transmissões, são captados os recursos que, lucro à parte, podem ser reinvestidos em uma programação para garantir a audiência responsável, em um ciclo se possível interminável do ponto de vista do capitalista, pela atração de anunciantes (FERRARETTO, 2007, p. 102).

Para Coelho Neto (2002), “naquele momento o rádio perdeu sua liberdade”, pois o veículo passou a ficar atrelado à política e, ao mesmo tempo, configurou-se também um momento em que houve o predomínio do interesse financeiro sobre o veículo. Nesse contexto, o caráter social radiofônico perdeu sua força, transformando o espectro eletromagnético em um negócio lucrativo.

Ferraretto (2007) conta que o rádio ganhou importância política, em julho de 1932, quando ocorreu a Revolução Constitucionalista. Emissoras do estado de São Paulo, principalmente a Record, mobilizaram um movimento de oposição à Vargas. “A partir daí, a sociedade tomava consciência das possibilidades econômicas e políticas do rádio. Estavam lançadas as bases para a sua configuração como indústria cultural” (FERRARETTO, 2007, p. 103).

Segundo Ferraretto (2007), um ano antes, o Decreto nº20.047 determinava parâmetros para a radiodifusão e definia a condição de poder concessório ao governo. Previa também a criação de uma rede nacional sob controle do Estado, que defendia uma visão educacional e cultural para todo o sistema. O Decreto nº 21.111 (artigos 66 e 69) destinava uma hora do dia a um programa noticioso obrigatório, que mais tarde se tornaria a Hora do Brasil. A previsão de um “quase monopólio” não se concretizou, mas deu origem a um sistema de radiodifusão brasileiro dividido em duas partes: “de um lado, público, educativo e sustentado pelo Estado ou por fundações; e de outro, privado, comercial e majoritário em quantidade de emissoras e ouvintes” (FERRARETTO, 2007, p. 103). Nesse período, ocorreu a estruturação da radiodifusão no Brasil.

O apogeu do rádio teve início na década de 1940, concomitantemente, à aproximação do Estado Novo aos Estados Unidos. A programação radiofônica deste país influenciava os profissionais brasileiros da década anterior através das ondas curtas. Nessa mesma época, houve um grande investimento de capital estrangeiro no Brasil e, junto com o

dinheiro, aconteceu também uma penetração da cultura norte-americana no país. Nos quinze anos seguintes, o rádio viveu a sua “época de ouro”, com predomínio de uma programação composta por programas de auditório, radionovelas e humorísticos. Durante a Guerra Mundial, o radiojornalismo ganhou força. A informação no rádio se consolidou e foi responsável por fazer o veículo renascer nas décadas posteriores, depois do abalo provocado pela televisão (FERARETTO, 2007).

Esses elementos, que tornaram o rádio um veículo de interesse comercial e político, somados à legislação de concessões públicas, levaram à consolidação de um oligopólio comunicacional. Segundo Coelho Neto (2002), a concentração dos veículos de comunicação radiofônicos nas mãos de poucos (majoritariamente, políticos e empresários) criou um cenário pouco democrático e com pequena participação popular. Para atender ao interesse público, surgiu o movimento de rádios livres na década de 80, durante um período de extremo autoritarismo político. O rádio foi, assim, um importante instrumento de combate à Ditadura Militar.

Inspirados em um movimento de estudantes ingleses que lutavam contra o controle estatal sobre as rádios, a cidade de Sorocaba (SP) chegou a sediar mais de 100 rádios clandestinas. Na Grã-Bretanha, os estudantes instalaram uma estação de rádio em um barco fora dos limites territoriais do país para poderem difundir suas músicas e seus ideais. Os jovens ingleses fincaram uma bandeira de pirata no barco, dando origem à expressão “rádio pirata”. Em Sorocaba, o movimento “Verão de 82 da Liverpool Brasileira” ficou conhecido como um dos maiores movimentos para a democratização da radiofonia no Brasil em defesa da liberdade de expressão (COELHO NETO, 2002).

Foi um momento de crescimento da defesa da liberação das ondas do ar. Paralelamente, ocorreu um fortalecimento de uma ideia de comunicação democrática. A comunicação radiofônica ganhou um grande número de militantes, criando um novo cenário com a estabilização das ideias defendidas. As rádios livres lutaram para conquistar espaço e se tornarem veículos de comunicação efetivos na sociedade. O movimento foi duramente reprimido, mas os ideais não foram esquecidos.

3.2 A legislação e a rádio comunitária

Com a luta por um espaço na radiodifusão e a democratização dos meios, o conceito de comunicação comunitária ganhou força com esse movimento que defendia a participação popular no processo comunicacional. Na década de 1980 e 1990, esse tipo de comunicação estava intimamente ligado a movimentos sociais e grupos economicamente desfavorecidos, os veículos comunitários eram utilizados na luta política e social. Peruzzo defende que

é um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa. Estes são conceitos da comunicação popular e alternativa das últimas décadas do século XX, assim como do início do século XXI (PERUZZO, 2008, p. 370).

Esses grupos que lutavam por justiça social se instrumentalizaram de várias formas. Com o passar do tempo, os veículos de comunicação foram mudando, acompanhando a evolução tecnológica e se adequando às necessidades das pessoas que lutavam pelos direitos sociais.

Aos poucos, há a apropriação de canais de comunicação com a finalidade de colocá-los a serviço dos interesses dos oprimidos e de fazer avançar a luta pela democracia. São rádios e televisões comunitárias, sistemas de alto-falantes nos bairros populares, jornais de pequeno porte, sítios na Internet, programas de rádio e de televisão de entidades populares em emissoras comerciais ou públicas, e muitas outras modalidades de comunicação dirigida e grupal que são incrementados por diferentes organizações sem fins lucrativos da sociedade civil (PERUZZO, 2007, p.17).

As possibilidades de meios de comunicação comunitários são variadas. Neste trabalho, iremos direcionar nossa análise sobre o veículo radiofônico. Em 19 de fevereiro de 1998, a Lei nº 9.612 foi criada pelo Congresso Nacional que autorizou a radiodifusão comunitária:

Artigo 1º - Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço.

Parágrafo 1º – Entende-se por baixa potência serviço de radiodifusão prestado à comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a 30 metros.

Parágrafo 2º - Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de bairro e/ou vila.

(BRASIL, 1998)

No dia 3 de junho de 1998, o Decreto nº 2.615 foi criado e, com isso, a legislação da radiodifusão comunitária regulamentada. Contudo, com a decisão criou-se uma oposição entre as rádios livres e os empresários do setor. Isso porque, estes argumentavam que as estações clandestinas interferiam nos sinais das emissoras legais e nos sistemas de comunicações

aviários. Nesse movimento, a lei contra as rádios livres foi enrijecida, o artigo 70 do Código Brasileiro de telecomunicações previa pena de detenção de 1 (um) a 2 (dois) anos, aumentada da metade se houvesse danos a terceiro. Em meados da década de 1980, a rádio livre foi usada, mais fortemente, para expressar posicionamentos contrários ao da grande mídia (FERRARETTO, 2007).

A comunicação comunitária tem se fortalecido no Brasil e o número de rádios comunitárias cresceu bastante nos últimos 30 anos. “Em 1982, elas eram pouco mais de cem pequenas emissoras” (COELHO NETO, 2002), hoje, estima-se que existam mais de quarenta mil emissoras não legalizadas no país, mas as experiências de veículos autenticamente comunitários representam uma pequena parcela desse total (TORRES, 2009). Para que uma emissora seja considerada de fato comunitária, algumas características são desejáveis e é justamente sobre esse tema que iremos tratar no próximo tópico deste trabalho.

3.3 Características da comunicação comunitária

Uma rádio comunitária possui concessão pública do Ministério das Comunicações para funcionar e tem alcance limitado, uma vez que a difusão é em nível local. O conteúdo da programação deve ser pensado *pelo e para* os ouvintes-moradores, abordando assuntos relevantes para a comunidade. Entretanto, Cicília Peruzzo problematiza a vulgarização do conceito:

Por ocorrer uma vulgarização do uso do termo “comunitário”, há visões distorcidas do que ela venha a ser na prática. Em última instância, não basta a um meio de comunicação ser local, falar das coisas do lugar e gozar de aceitação pública para configurar-se como comunitário. A comunicação comunitária que vem sendo gestada no contexto dos movimentos populares é produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns (PERUZZO, 2007a, p. 05).

Um veículo é considerado comunitário quando não possui interesse comercial, nem fins lucrativos. É necessário se preocupar em abordar assuntos relevantes para a comunidade e se aproximar da cultura local. A programação tem que ser pensada visando à democratização do conhecimento e o fomento da cidadania. A participação dos cidadãos deve ser ativa e democrática, que ajudam a pensar no conteúdo e também na gestão de preferência coletiva (PERUZZO, 2007b).

A participação popular pode acontecer em vários níveis. Nem sempre um cidadão vai integrar o processo completo de produção do conteúdo de uma rádio comunitária. Cicília Peruzzo (2007a) acredita que essa participação pode acontecer de cinco maneiras:

- a) Como receptores dos conteúdos – quando dá audiência, e isso é tomado como base para afirmar que o meio de comunicação é popular;
- b) Participação nas mensagens - nível elementar de participação, comum nas rádios comerciais, o público concede entrevistas e pede música, por exemplo;
- c) Participação na produção e difusão de mensagens, materiais e programas – participação mais efetiva no processo de produção de conteúdos. Consiste na elaboração, edição e transmissão destes;
- d) Participação no planejamento – envolvimento das pessoas no estabelecimento da política do meio comunicativo, na elaboração dos planos de formatos do meio e de programas, na elaboração dos objetivos e princípios de gestão. É como se a pessoa fizesse parte de uma espécie de conselho ou diretoria;
- e) Participação na gestão - consiste no envolvimento no processo de administração e controle de um meio de comunicação comunitária.

O engajamento dos membros de uma comunidade ou de integrantes de um grupo social é importante em todas as etapas do processo de produção do conteúdo da rádio comunitária. O acesso ao conteúdo comprometido com os interesses sociais é fundamental, mas reconhecemos que a participação efetiva nas etapas desse processo é limitada. No entanto, segundo Cicília Peruzzo (2007a), se isso é feito em pelo menos uma das etapas, já tem o seu valor: o envolvimento dos cidadãos no processo comunicativo tem grande potencial para contribuir na formação da consciência crítica e ampliação do nível de conhecimento dos emissores e dos receptores.

Mesmo com essas características fundamentais, não há um único modelo para que um veículo seja considerado comunitário. Reconhecemos que uns veículos atendem a mais ou menos quesitos, o que não se pode é negligenciar as propostas centrais da comunicação comunitária. Para Peruzzo (2007a), não se pode é fazer uso individualizado com finalidades comerciais ou para o proselitismo político partidário e religioso.

Um dos papéis da rádio comunitária é propor um discurso que fuja ao posto pela grande mídia, das emissoras comerciais que se pautam, majoritariamente, pelo interesse

mercadológico. Lílian Mourão Bahia afirma que a administração popular é essencial nesse processo:

(...) como canal de comunicação mais próximo à comunidade e às questões de interesse diretamente ligado às pessoas, as rádios comunitárias estão focadas prioritariamente no interesse e nas necessidades coletivas, e não especificamente no lucro financeiro. É nessa confluência que o movimento pela legalização das rádios comunitárias se depara com um grande desafio: se opor à lógica preferencial pelo capital, defendida pelos proprietários de rádios comerciais (BAHIA, 2008, p. 94).

A preocupação com o engajamento social na gestão de uma rádio comunitária também é importante para que esta possa ajudar na construção de identidade coletiva por meio da democratização da comunicação. Por isso, é essencial que as comunidades exijam a construção de uma participação baseada na cidadania, mesmo que haja um movimento forte contrário a isso (BAHIA, 2008).

Dessa forma, serviços, vantagens, campanhas e mensagens ficam acessíveis à comunidade. Isso abre espaço para que o veículo radiofônico cumpra seu papel social de fazer conexão entre pessoas e ideias, integrando a comunidade (COELHO NETO, 2002).

Nesse contexto, para resistir e cumprir seu papel de veículo comunitário, uma rádio de alcance local não deve se contentar em estar próxima aos seus ouvintes. Esse tipo de veículo de comunicação tem que procurar despertar o sentimento de pertencimento nos moradores e fortalecer os laços afetivos dos integrantes da comunidade contribuindo na formação da identidade destes:

Pertencer a uma mesma etnia ou morar num mesmo bairro ou usar o mesmo transporte coletivo, não quer dizer que existam relações comunitárias. A comunidade se funda em identidades, ação conjugada, reciprocidade de interesses, cooperação, sentimento de pertença, vínculos duradouros e relações estreitas entre seus membros (PERUZZO, 2008, p. 377).

O ideal de uma rádio comunitária, muitas vezes, não é alcançado e isso acontece por causa de conflitos internos de uma comunidade ou grupo. Peruzzo (2007a) lembra que além de poder estar vinculada a algum interesse econômico, político ou religioso, as rádios comunitárias criam um “campo de conflito” porque “não são bem aceitas por todos os segmentos da sociedade. Há quem as considere ‘piratas’ e causadoras de quedas de aviões. Os conflitos também se afloram nas disputas internas, nas disputas entre opositores e entre as classes sociais” (PERUZZO, 2007a, p. 06).

Peruzzo (2007a) afirma que não são os conflitos e as contradições que vão tirar o brilho desse tipo de ação cidadã. Para a autora, o importante é que as iniciativas desse tipo se

comprometam em defender interesses de comunidades e criem um contexto de multiplicidade de experiências de comunicação:

O mais importante é que ampliando o número de emissores se democratiza a comunicação e que se faça uma comunicação cidadã. Até uma rádio de baixa potência comercial tem seus pontos positivos, afinal pode estar fazendo uma comunicação cidadã, força a democratização do acesso a canais; uma forma de contestar o sistema de controle da mídia, ou seja o oligopólio dos grandes meios de comunicação de massa no Brasil. As contradições são inerentes às sociedades e o espaço comunitário apenas reflete a realidade mais ampla (PERUZZO, 2007, p. 06).

A rádio comunitária é um importante instrumento para o exercício da cidadania dos integrantes de comunidades que, na maioria das vezes, não têm acesso ao processo de produção de um veículo de comunicação. O teor desse engajamento suscita alguns questionamentos em torno de conceitos como comunicação comunitária, comunicação popular e comunicação alternativa. O próximo tópico apresenta uma discussão em torno desses conceitos com a visão de alguns autores da área e define como essas concepções serão encaradas neste trabalho.

3.4 Comunicação comunitária, popular ou alternativa?

Além desses três conceitos, existem vários outros para designar um tipo de comunicação comprometida com causas de grupos e movimentos sociais. Peruzzo (2008) indica que a comunicação comunitária também é chamada “alternativa, participativa, participatória, horizontal, dialógica e radical”, dependendo de aspectos sociais, da prática empregada e da própria percepção dos estudiosos. Vamos nos ater neste trabalho aos conceitos de comunitária, popular e alternativa. Para Peruzzo, estes se aproximam em algumas características e em outras se afastam:

Refere-se a pontos de passagem e de convergência entre a comunicação popular, a alternativa e a comunicação comunitária. Esta última extrapola os movimentos populares, embora continue em muitos casos a se configurar como tal ou a representar um canal de comunicação destes movimentos, ou ainda, no mínimo, a ter vínculos orgânicos com os mesmos. Portanto, se é fácil distinguir entre comunicação comunitária e mídia local, o mesmo não ocorre entre ela e a popular e alternativa (PERUZZO, 2008, p. 373).

Beatriz Dornelles (2007) faz um estudo em torno desses conceitos e apresenta a visão de vários autores sobre o tema. Um dos trabalhos que a autora destaca é de Pedro Gilberto Gomes que diferencia a comunicação alternativa da popular:

Gomes observou que o “conceito alternativo” parece apontar para uma contraposição à comunicação massiva, enquanto que o “conceito popular” diz

respeito à inserção num contexto alternativo de luta que visa estabelecer uma nova sociedade a partir da ótica das classes populares (DORNELLES, 2007, p. 05).

Mesmo apontando pontos de convergência entre os três conceitos, Peruzzo (2008) aproxima-se da conceituação de Pedro Gilberto Gomes. A autora considera que a comunicação alternativa tem uma conceituação mais nítida no jornalismo. Segundo ela, a expressão foi criada para designar um tipo de imprensa que se opunha à mídia tradicional, na época submissa à censura do regime militar. Nesse período, a maioria dos veículos de comunicação se alinhava ao governo, “por opção político-ideológica ou pela coerção”. A imprensa alternativa era representada por pequenos jornais que ousavam criticar a realidade, mas isso não ficava restrito aos veículos impressos:

(...) também os pequenos jornais, boletins informativos e outras formas de comunicação (como panfletos, alto-falantes, carro de som, literatura de cordel, slides etc. – do circuito dos movimentos populares) eram chamados alternativos pela força do sentido do seu conteúdo, porém, sem dispensar a leitura de jornais convencionais. Em suma, há uma comunicação alternativa no âmbito dos movimentos populares que extrapola jornais e o jornalismo (PERUZZO, 2008, p. 374).

Para alguns autores, a comunicação popular possui características próprias. Deliberador e Vieira (2005) apontam que esta se baseia no engajamento político e na luta de classes. As autoras acreditam que seja uma comunicação de “resistência” e “pressão”, ligada a movimentos populares. O caráter “político, reivindicatório e engajado” possibilita a conscientização e transformação de um grupo a partir da organização e educação. No entanto, Peruzzo (2008) acredita que este engajamento político tenha diminuído ao longo dos anos. Para a autora, o acesso à comunicação passou a ser encarado como um direito:

Com o passar do tempo, o caráter mais combativo das comunicações populares – no sentido político-ideológico de contestação e projeto de sociedade foi cedendo espaço a discursos e experiências mais realistas e plurais (quanto a tratamento da informação, abertura à negociação) e incorporando o lúdico, a cultura e o divertimento com mais desenvoltura, o que não significa dizer que a combatividade tenha desaparecido. Houve também a apropriação de novas tecnologias da comunicação e incorporação com mais clareza da noção do acesso à comunicação como direito humano (PERUZZO, 2008, p. 373).

Deliberador e Vieira (2005) reconhecem várias semelhanças entre a comunicação comunitária e a popular, mas as autoras destacam que esta não possui fundamentalmente a participação “ativa e exclusiva” dos integrantes de uma comunidade. Isso permite a intervenção do que elas chamam “mediadores: terceiros ligados aos movimentos.” Além das especificidades da comunicação popular, Deliberador e Vieira (2005) apontam que a comunicação comunitária não está ligada apenas à idéia de um veículo de comunicação que trata de assuntos locais negligenciados pela grande mídia:

À primeira vista, quando falamos em Comunicação Comunitária, pensamos em um processo de comunicação que visa somente noticiar os acontecimentos locais,

geralmente deixados em segundo plano pela grande mídia. No entanto, a Comunicação Comunitária é o canal de expressão de uma comunidade (independente de seu nível sócio-econômico e território), por meio do qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. Deve ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local (DELIBERADOR; VIEIRA, 2005, p. 08).

São muitas as concepções em torno desses conceitos. Dornelles (2007) afirma que não há um consenso entre os pesquisadores nessas definições e que, muitas vezes, todas são usadas como sinônimas. A autora aponta que, nos estudos de Regina Festa (1986), foram identificadas 33 tentativas de definir comunicação popular e/ou alternativa na América Latina.

Entretanto, para Peruzzo (2008), o “sentido político” é o mesmo para os três conceitos e a definição deste está ligada à situação sócio-econômica dos envolvidos: uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social. A autora defende que as três formas de comunicação têm um mesmo protagonista: o “povo”. Também representam formas de luta populares por melhores condições de vida e possuem conteúdo “crítico-emancipador”, sendo um processo “democrático e educativo”.

Mesmo sem uma consonância em torno dos conceitos, Peruzzo (2008) destaca que, desde o final do século passado, passou-se a empregar mais sistematicamente, no Brasil, a expressão comunicação comunitária para designar todos esses tipos de comunicação. Neste sentido, optamos por utilizar a denominação “comunicação comunitária” ao fazer a análise deste estudo.

3.5 As rádios de Mar Vermelho

Nosso objeto de estudo é a Rádio Poste “Paz e Liberdade”, único veículo de comunicação de Mar Vermelho por muitos anos. Entretanto, em 2010 foi inaugurada a Rádio Mar Vermelho FM 104,9. O veículo pertence à Associação Comunitária Renascer (ASCORE) que possui a concessão do Ministério das Comunicações².

² N° do processo 53000.013552/04. Disponível no site do Ministério das Comunicações em: http://www.mc.gov.br/images/radio-comunitaria/processos-autorizados/Rel_radcom_entidades_autorizadas-brasil. Acesso em 11 de agosto de 2010.

3.5.1 Rádio Mar Vermelho FM 104,9

Para situar o leitor sobre a gestão e programação da Rádio FM, julgamos necessário fazer uma análise rápida sobre ela. Além de visitar o estúdio e ouvir a programação da rádio, este acadêmico entrevistou quatro locutores e o diretor administrativo da associação que detém a concessão para o funcionamento da rádio. Utilizamos trechos de duas entrevistas, pois algumas informações se repetiam nas falas dos entrevistados. No entanto, todas as informações coletadas serviram como base para esta análise.

O horário de funcionamento da rádio é de cinco horas da manhã à meia-noite. A grade de programação diária é composta majoritariamente por música. Possui também alguns programas religiosos e, durante o dia, há inserções de informativos de hora em hora, com notícias geralmente escritas a partir de informações coletadas em *sites* da internet. Há uma preocupação com a prestação de serviços (como campanhas: ocorreu uma para ajudar as vítimas das enchentes no estado), entrevistas de cunho educativo (com médicos, por exemplo) e também com personagens e artistas locais: um programa na manhã de domingo reserva um espaço para a cultura e história da região.

A participação da comunidade fica restrita a pedidos de música, envio de recados pela rádio ou participação em entrevistas. Existe um conselho responsável pela programação e pelas decisões mais amplas sobre a Rádio Mar Vermelho. A gestão da Rádio FM fica por conta do diretor administrativo e dos locutores. Estes foram escolhidos por meio de um processo seletivo composto por provas. Os funcionários não recebem um salário fixo, a renda arrecadada pelas “ajudas culturais” (anúncios comerciais) é usada para a manutenção e gastos da Rádio 104,9 e o restante é dividido entre os cinco locutores e o diretor administrativo.

Nesse sentido, a partir do marco teórico apresentado neste capítulo, em alguns pontos, a Rádio Mar Vermelho se aproxima das características de um veículo comunitário, mas em outros, não. A partir da classificação apresentada por Peruzzo (2007), ocorre uma “participação nas mensagens”, de uma maneira elementar comum nas rádios comerciais, em que o público concede entrevistas e pede música, por exemplo. No que diz respeito ao conteúdo, podemos observar que a própria cultura local é valorizada com um espaço cedido aos artistas locais, mesmo que um pouco limitado. Um ponto que chama atenção é que as informações de interesse local não são o foco da rádio, pois essas, na maioria das vezes,

disputam espaço com as notícias disponíveis em *sites* na internet. Não que as informações locais sejam negligenciadas, mas representam um grau de interesse bastante insipiente.

O ponto central da discussão, ao se tratar da Rádio Mar Vermelho, é a figura política à frente do veículo. A ex-prefeita da cidade é a presidente da Associação Comunitária Renascer (ASCORE). Isso implica em uma divisão partidária no município: os moradores que apóiam a atual gestão não participam da rádio, por não se sentirem à vontade ou por serem “aconselhados a fazer isso”, como disse o atual chefe de gabinete Genivaldo Pereira do Nascimento. A coordenadora pedagógica Marluce Oliveira Santana Veríssimo (anexo 8.15) explica como é a divisão política na cidade:

(...) cidade pequena de interior, principalmente no Nordeste e Alagoas, há os segmentos políticos, o lado “a” ou “b”. Então, por exemplo hoje, o lado dominante é quem tá na maquina maior e o outro lado que se era dominante hoje é o oposto. Então esse lado dominante hoje é quem tá por trás da rádio manipulando a proposta, o objetivo maior da rádio, no caso da concessão junto ao ministério pra regulamentar. Nas entrelinhas fica o político partidário lá, pra mostrar foi o meu partido, foi o meu segmento político quem conseguiu e o atual dominante não. E aí é o empecilho maior de misturar política partidária com a política do bem comum que é favorecer a todos sem exceção.

(Marluce Oliveira Santana Veríssimo, coordenadora pedagógica)

Como conta a coordenadora pedagógica Marluce, a disputa política limita, ainda mais, o engajamento social dos moradores com um veículo que deveria atender aos interesses de toda a comunidade. Isso é reconhecido por um dos locutores da rádio, José Souza dos Santos (anexo 8.10), que percebe que o atrito político prejudica as pessoas que poderiam ter na rádio informações importantes, mas que deixam de ser veiculadas pelas diferenças políticas:

É uma perseguição que não leva ninguém a lugar algum. E eu acho isso uma *perca* de tempo. Tem tantas coisas para se preocupar e eu não vejo futuro nisso não. Uma coisa que deveria só trazer o bem para a comunidade, deveria estar em conjunto, em comunicação com o outro. (...) Por exemplo, um recadastramento de um Bolsa Família, se é...? Será que é dia 5 mesmo? Dia 6 mesmo? E num vai ficar sabendo. Vem, dá viagem perdida. As pessoas, principalmente, dos sítios né?! E isso só prejudica as pessoas.

(José Souza dos Santos, funcionário público e locutor da Rádio FM)

Muitas informações de interesse local vêm da administração pública. A prefeitura passa informes sobre educação, saúde, cursos, transporte, assistência social, entre outros assuntos que influenciam diretamente na vida dos marvermelhenses. O chefe de gabinete de Mar Vermelho Genivaldo Pereira Nascimento (anexo 8.5) assume que a administração atual deixa de divulgar informações na Rádio FM devido à disputa política existente:

Então se a população não tem esses informes da prefeitura. Se a população não tem essa prestação de serviços de informações, então quem é que vai sair perdendo nisso? Nós, eu que faço parte da comunidade e as outras pessoas também que fazem

parte da comunidade. Então a comunidade vai sair perdendo nisso, vai sair perdendo em relação a informações que ela não vai ter, né?! Que era pra ter, mas que passa a não ter porque existe essa questão política envolvida nesse contexto.

(Genivaldo Pereira Nascimento, chefe de Gabinete)

O diretor administrativo da Rádio Mar Vermelho José Afonso de Almeida (anexo 8.7) não acredita que a figura da ex-prefeita à frente da rádio prejudique o caráter comunitário do veículo. Para ele, o interesse político partidário não prevalece sobre o interesse da comunidade, que tem livre acesso à rádio FM:

Primeiro, no meu ponto de vista, o fato de ela ter sido prefeita, ela é uma pessoa como qualquer um cidadão. O que eu acho que político não deve usar uma rádio para os fins...mesmo ele estando no poder, é para fins eleitoreiros. Mas em termos dele intervir pra que possa fazer, ajudar com que a rádio, no caso o processo para ser aprovado, ou ajudar financeiramente, e é isso daí. No meu ponto de vista, eu acho que não tem problema. E a rádio comunitária em si, é uma rádio do povo, pra todo mundo. (...) Aqui a porta é aberta para todo mundo.

(José Afonso de Almeida, diretor administrativo da Rádio FM e da ASCORE)

Essas informações trazem um panorama da Rádio Mar Vermelho FM 104,9. Consideramos necessário perpassar questões referenciais sobre esta emissora com o intuito apenas de mostrar de maneira geral o conteúdo transmitido pela rádio e as características relacionadas à participação e à administração do veículo. As informações contidas são suficientes para se fazer algumas inferências, mas não é possível chegar a nenhuma conclusão. Acreditamos que, para isso, seria necessária a realização de um estudo específico da Rádio FM, conforme explicitamos na introdução deste trabalho.

De qualquer forma, consideramos importante abordar, mesmo que de maneira sucinta, a rádio inaugurada em junho de 2010, pois ela muda o cenário da comunicação na cidade, já que passam a existir no pequeno município dois veículos de comunicação: a Rádio Poste e uma nova Rádio FM. Esta última com maior alcance e uma lógica de funcionamento diferente, através das ondas eletromagnéticas em que o ouvinte tem acesso ao conteúdo pelo aparelho de rádio.

3.5.2 Rádio Poste “Paz e Liberdade”

Conforme já apontamos na apresentação deste Trabalho de Conclusão de Curso, é importante não desviarmos o foco desta monografia do nosso estudo de caso: a Rádio “Paz e

Liberdade”. Ressaltamos que mesmo com a criação da Rádio FM, os 4.014 habitantes de Mar Vermelho³ continuam convivendo com a Rádio Poste.

Este veículo de comunicação está presente todos os dias na rotina dos moradores. Mesmo os que moram na zona rural, visitam o núcleo urbano com frequência, principalmente, aos domingos quando há a feira livre da cidade e ouvem a programação.

A Rádio Poste “Paz e Liberdade” foi criada em 1963. O fundador da Rádio Poste José Gomes de Lima sempre teve uma relação forte com a mídia radiofônica, percebendo a falta de um veículo para informar e alegrar a cidade se inspirou nos alto-falantes da época e começou a montar um serviço de som para a cidade. O veículo de comunicação foi construído com doações e ajuda de amigos e vizinhos. A partir daí, os marvermelhenses passaram a conviver com uma rádio instalada nos postes da cidade. Não é preciso sintonizar em nenhuma emissora para ter acesso ao conteúdo transmitido.

Na programação da Rádio Poste: música; informações locais, regionais, nacionais e até internacionais; entretenimento; além de prestação de serviços. Ao acompanhar o conteúdo transmitido pela rádio e entrevistar os moradores, este acadêmico pode constatar que mesmo não sendo um meio de comunicação que necessita de concessão pública do Ministério das Comunicações para funcionar, a Rádio Poste pode ser considerada comunitária, desde que ela tenha uma programação de interesse social relacionada à realidade local e que contribua para a ampliação da cidadania. Além disso, não deve ter fins lucrativos. (PERUZZO, 2007b)

Nesta fase do TCC fizemos algumas considerações pontuais sobre a Rádio Poste. Contudo, a análise mais aprofundada da “Paz e Liberdade” ocorrerá no capítulo 5, a partir das entrevistas realizadas durante a pesquisa de campo e o marco teórico apresentado que nos levaram aos resultados desta monografia.

³ IBGE 2007, Contagem da População 2007. População residente, em 1º de abril de 2007.

4. Metodologia

Para entender a relação da comunidade de Mar Vermelho (AL) com a rádio Poste “Paz e Liberdade”, utilizamos a metodologia da pesquisa participante na qual o pesquisador se insere no ambiente do objeto e vivencia a situação estudada. Segundo Peruzzo (2009), essa pesquisa é de caráter qualitativo, buscando maior profundidade nos resultados do estudo.

4.1 O primeiro contato

O estudo sobre a rádio Poste marvermelhense começou em janeiro de 2010, quando permaneci na cidade de Mar Vermelho, durante duas semanas (18 de janeiro a 31 de janeiro), ao integrar a equipe da Universidade Federal de Viçosa (UFV- MG) na operação Centro-nordeste do Projeto Rondon. Isso não significa que a pesquisa de campo já se iniciou nesse período, mas o convívio com a comunidade e as caixas de som já despertaram um interesse, que mais tarde veio a se tornar este estudo.

Durante o período em que estive na cidade como *rondonista*, realizei oficinas sobre jornalismo, criando um jornal mural com um grupo de estudantes inscrito nas atividades. A Rádio Poste era utilizada, diariamente, para divulgar a programação e também como um veículo em que se transmitiu *flashes* - modelo informativo de caráter radiofônico transmitido em curto espaço de tempo - e *spots* - peça radiofônica comercial, de prestação de serviço ou institucional caracterizada pela locução acompanhada por trilhas e efeitos sonoros criando um cenário para o entendimento da mensagem transmitida (BARBOSA FILHO, 2003).

Esse primeiro contato tornou ainda mais instigante o estudo de caso desse veículo de comunicação diferente (aos olhos deste estudante). Durante a operação do Rondon, pude perceber, em conversas informais, que os jovens e as pessoas mais velhas se referiam de forma diferente à Rádio Poste. Outra questão que me estimulou a fazer este estudo foi a pergunta: “Esse veículo pode ser considerado comunitário?”.

À primeira vista, um estúdio montado num cômodo da casa de um senhor aposentado e algumas caixas de som fixadas em pontos estratégicos da rua principal de uma pequena cidade do interior de Alagoas, ao alcance de qualquer morador, poderia ser chamado de comunitário. Entretanto, eu já tinha experiência na área de Comunicação Comunitária ao participar de projetos de extensão em que se propunham formas de mídia alternativas com

comunidades localizadas na Zona da Mata mineira. Dessa forma, sabia da necessidade de um estudo empírico para chegar a uma resposta mais concreta. E foi a partir daí que começou este Trabalho de Conclusão de Curso.

4.2 O desafio da distância para a pesquisa

Uma primeira dificuldade: a distância. Nosso objeto de estudo está a cerca de 1.700 quilômetros de Viçosa (MG). Retornar a Mar Vermelho para fazer a pesquisa de campo se mostrava um grande obstáculo para a realização deste estudo. Assim, entrei em contato com o Ministério da Defesa por *email* para pedir ajuda com o transporte. Minha ideia era embarcar junto com as equipes da próxima operação e conseguir chegar ao Nordeste sem gastos pessoais. Depois de algumas tentativas frustradas, consegui uma resposta positiva: poderia ser inserido na lista junto com os *rondonistas*. Contudo, não integraria nenhuma equipe, e sim, teria o transporte custeado pela organização do Projeto Rondon até Petrolina (PE), lugar onde aconteceria a concentração do Projeto Rondon de julho 2010, mas a partir dessa localidade, teria que arcar com o transporte até Mar Vermelho. A distância e os gastos fizeram essa opção ser descartada. Uma alternativa seria acompanhar as equipes de janeiro 2011, no entanto, nessa data, provavelmente, já teria concluído o curso. Com isso, não poderia recorrer ao apoio oferecido pelo Ministério da Defesa.

Dessa forma, eu mesmo tive que arcar com os gastos. Planejei a viagem para o mês de julho, período em que houve o Encontro Nacional dos Estudantes de Comunicação (ENECOM) em João Pessoa (PB). Assim, paguei apenas a passagem de ida, pois após realizar a pesquisa de campo, fui até a Paraíba e retornei para Minas Gerais no ônibus cedido pela Universidade Federal de Viçosa.

Com a passagem aérea comprada, entrei em contato com a Prefeitura de Mar Vermelho para solicitar ajuda para a estadia, uma vez que a cidade não possui hotel ou pousada. Consegui conversar com o chefe de gabinete (por telefone e *email*), mas não obtive uma resposta formal de como poderia ser esse auxílio. Depois dessa tentativa, entrei em contato com a família de Jerônimo Neto Tenório Lins, o Seu Neto. Eles ofereceram hospedagem na casa deles e também o transporte do aeroporto de Maceió até Mar Vermelho. Com todas as pendências da viagem resolvidas e o projeto do Trabalho de Conclusão de Curso finalizado, começamos a planejar os roteiros de perguntas a serem utilizados na

pesquisa de campo. Antes de viajar, entrei em contato com José Gomes de Lima e expliquei a proposta do nosso trabalho, ele concordou de imediato que sua rádio fosse o objeto de estudo desta monografia.

4.3 O retorno a Mar Vermelho

Cheguei a Mar Vermelho no dia 21 de julho de 2010 e permaneci na cidade até dia 27 do mesmo mês. Neste período realizei várias entrevistas sobre a Rádio Poste. Optamos pelo formato de entrevista semiaberto, em que um roteiro prévio é elaborado com perguntas-base e com direcionamentos sobre o tema. As questões são elaboradas a partir do problema de pesquisa e buscam tratar o tema com profundidade. Segundo Duarte (2009) é um roteiro mais flexível que sofre alterações dependendo do entrevistador, do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas e das circunstâncias da entrevista. Cada pergunta deve explorar ao máximo a resposta, até esgotar a questão, e só assim, passa-se para a próxima questão:

Uma vantagem desse modelo é permitir criar uma estrutura para a comparação de respostas e articulação de resultados, auxiliando na sistematização das informações fornecidas por diferentes informantes. O roteiro de questões-chaves serve, então, como base para a descrição e análise em categorias. (DUARTE, 2009, p. 67)

Foram elaborados três roteiros: um específico para José Gomes de Lima; um para jovens; e outro para adultos e idosos. Um cronograma também foi criado, dividindo as atividades por dia e turno: manhã, tarde e noite. Para entrevistar os jovens, aproveitei que estava no período letivo e visitei os colégios da cidade. Assim, consegui entrevistar estudantes do 1º, 2º 3º ano do Ensino Médio e também professores. Alguns estudantes universitários que estavam na cidade também foram entrevistados. Algumas tardes foram reservadas à audição da programação da Rádio Poste. Os comerciantes e moradores da rua principal, onde está localizada a Rádio “Paz e Liberdade”, também responderam às perguntas. O dono da rádio, José Gomes de Lima, foi entrevistado duas vezes, no primeiro e no último dia da entrevista de campo. No domingo, na parte da manhã, fui à feira livre, acompanhei o bingo (realizado na casa do seu Zé Gomes, pela rádio) e tirei algumas fotos da cidade.

A coleta de dados foi feita com um gravador de áudio digital e começou na manhã do dia 22 de julho e terminou na noite de 26 de julho. Durante as gravações, também foram

feitas anotações de pontos principais da entrevista e a postura ou o comportamento do entrevistado que pudessem auxiliar na busca do resultado. Não enfrentei problemas em ser recebido pelos entrevistados, a maioria deles já me conhecia e isso tornou a conversa mais natural. Entrevistei 67 moradores da cidade inseridos no próprio ambiente em que vivem: casa, escola, rua, comércio, praça etc. Muitas das conversas aconteceram enquanto o “Programa da tarde” estava no ar.

Ao chegar a Mar Vermelho, deparei-me com uma surpresa: havia uma rádio FM na cidade, com concessão do Ministério das Comunicações para funcionar como um veículo comunitário. No período em que estive presente no município, durante o Projeto Rondon, a Rádio Poste era o único veículo de comunicação por lá. Dessa forma, o panorama da situação mudava, não era esperada a existência de uma rádio com concessão pública. Entrei em contato com a orientadora deste trabalho e decidimos citar a existência da Rádio Mar Vermelho FM 104,9 neste estudo, mas o objeto continuou sendo a Rádio “Paz e Liberdade”. Isso porque a abordagem sobre a nova emissora poderia ser objeto de estudo de outro Trabalho de Conclusão de Curso. No nosso caso, gostaríamos de focar na questão da Rádio Poste, o que nos instigou a voltar ao local.

A partir dessa decisão, foi necessário reelaborar os roteiros de perguntas dos jovens, adultos e idosos que já estavam prontos, incluindo-se perguntas sobre a rádio FM. Além disso, outro roteiro foi produzido especificamente para as pessoas ligadas à Rádio 104,9: quatro locutores e o diretor administrativo da rádio e da Associação Comunitária Renascer (ASCORE) foram entrevistados.

4.4 Especificidades da observação participante

As entrevistas foram realizadas ao mesmo tempo em que convivía com os moradores, ouvia a rádio Poste e passei a escutar também a rádio FM. Também visitei o estúdio da rádio algumas vezes. Essa metodologia é denominada observação participante, ou investigação etnográfica. Segundo Peruzzo (2009), a observação participante é um tipo de pesquisa que tem a finalidade de analisar comportamentos de pessoas em relação aos meios de comunicação e pressupõe que o pesquisador se insira no ambiente investigado, no caso a comunidade marvermelhense. Geralmente, essa metodologia estuda a relação com os meios de comunicação de massa, mas também pode ter como objeto de pesquisa outros processos

comunicativos, como meios alternativos de comunicação, como a Rádio Poste “Paz e Liberdade”. Além disso, a motivação dessa metodologia é

(...) compreender de modo sistemático e com base científica os processos de comunicação existentes, como forma de identificar suas inovações, virtudes e avanços, mas também as falhas e os desvios de práticas participativas e de gestão, entender os mecanismos de recepção de mensagens e auscultar as aspirações dos receptores, de modo a aperfeiçoar o trabalho desenvolvido nos meios de comunicação grupais ou midiáticos de alcance comunitário ou local (PERUZZO, 2009, p. 138).

Na observação participante, a relação sujeito-objeto não está aberta à interferência “deliberada” do subjetivismo ou ideologia inerente a qualquer pesquisador. A investigação acontece com bases em hipóteses sustentadas por teorias. Essa metodologia busca, portanto, distanciar-se de um “olhar parcial e superficial” do fenômeno estudado (PERUZZO, 2009).

Esse tipo de pesquisa apresenta algumas dificuldades em sua realização, as hipóteses teóricas e a própria metodologia em conjunto com uma técnica, a entrevista em profundidade, especificamente nesse estudo, podem ser decisivas para que se alcance resultados válidos. Para Duarte (2009), a técnica utilizada em nossa pesquisa é “dinâmica”, útil para entender processos complexos em que os entrevistados estejam envolvidos. Ela pode ser entendida como uma

(...) técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada. Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente suas perguntas. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não quantificação ou representação estatística (DUARTE, 2009, p. 62).

Esse tipo de técnica foi utilizado em todas as entrevistas realizadas na pesquisa de campo. Após essa etapa, as informações anotadas durante as conversas e as impressões resultadas da permanência na cidade foram reunidas em um bloco de anotações para elaborar um documento com informações iniciais que pudessem servir de indicação para os próximos passos da pesquisa.

Apesar de ser um estudo qualitativo, foram realizadas 67 entrevistas com os moradores de Mar Vermelho. Como nossa investigação tinha como foco a relação dos jovens com o serviço de som, fiz a entrevista com 42 jovens em uma instituição de ensino da localidade. A escolha dos entrevistados foi aleatória, uma vez que as fontes eram estudantes que davam seus depoimentos na escola. Depois da proposta do estudo ser explicada a eles, era perguntado quem gostaria de responder a algumas questões sobre o assunto, os que se candidatavam espontaneamente eram entrevistados.

Dessa forma, o total de entrevistas foi resultante desse processo de coleta de dados, dentro do cronograma proposto, e também levando em consideração um número que julgamos apropriado para a realização das análises. Entretanto, para entender melhor esse cenário, consideramos necessário comparar a postura das pessoas mais novas com a de pessoas mais velhas e, para isso, foram entrevistados 24 adultos e idosos.

Retornando a Minas Gerais, a audição das entrevistas foram realizadas e posteriormente 17 sonoras foram selecionadas para serem incluídas no corpo do texto do trabalho, mais precisamente no capítulo *Análise das entrevistas*. As escolhidas foram decupadas, transcritas na íntegra, para que facilitassem a avaliação e também para que fossem anexadas ao trabalho.

Depois disso, o material bibliográfico que já havia sido pesquisado (fichamento de livros, artigos e leis) foi reunido às informações coletadas na pesquisa de campo. Após isso, demos início à redação do texto que compõe este trabalho. Ao longo do trabalho, foi necessário inserir algumas entrevistas que não haviam sido selecionadas e também buscar outras fontes bibliográficas para tornar esta pesquisa mais completa. Com base no aporte teórico, definimos a divisão dos capítulos. As informações teóricas obtidas com as leituras e o conteúdo da pesquisa de campo foram somados para se chegar ao resultado desse estudo de caso.

5. Análise das entrevistas

Neste capítulo, iremos analisar as entrevistas feitas durante a pesquisa de campo na cidade de Mar Vermelho (AL) no período de 22 de julho a 26 de julho de 2010. É importante ressaltar que nem todas as sonoras coletadas estão presentes neste capítulo. Todas serviram como base para esta pesquisa, mas apenas algumas foram selecionadas para compor o texto. Isso porque muitas falas se coadunam e poderiam tornar a análise repetitiva. Entendemos, portanto, que as entrevistas escolhidas contemplam as opiniões dos marvermelhenses.

A narrativa neste capítulo é construída a partir da relação entre as falas dos ouvintes da Rádio Poste e as teorias apresentadas nos capítulos anteriores. Busca-se, dessa forma, responder aos questionamentos propostos neste trabalho: avaliar se a Rádio Poste “Paz e Liberdade” pode ser considerada comunitária e analisar se os jovens marvermelhenses se identificam com a Rádio Poste.

5.1 “Paz e Liberdade” e suas peculiaridades

A *Comunicação Comunitária* se “compromete, acima de tudo, com os interesses das ‘comunidades’ onde se localiza e visa contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania” (PERUZZO, 2007a, p. 05). Assim, no que diz respeito aos interesses da comunidade, o conteúdo do “Programa da tarde” e os informes dados por José Gomes de Lima parecem atender aos anseios dos moradores. Para alguns deles, como a funcionária pública, Quitéria Tereza e Araújo (8.17), a Rádio Poste é o principal veículo de informação da cidade. Tudo aquilo que as pessoas querem saber, ouvem pelas caixas de som localizadas na rua principal de cidade:

(...) sempre ouço a rádio do Zé Gomes que é a rádio comunitária que ele informa sobre tudo que acontece na cidade. Se morreu alguém, se precisa... se no posto de saúde, se alguém adoeceu na cidade e tá precisando de um carro aí ele avisa no alto-falante pra o pessoal da... o motorista de plantão buscar esse paciente, se morre alguém também ele avisa, dia de missa, quer dizer, tudo. O jornal da cidade é ele, José Gomes de Lima. Mas agora tá havendo uma rádio mesmo que é aquela rádio centralizada FM Mar Vermelho, mas o ponto de referencial, assim, pra saber as informações é com Seu Zé Gomes. Isso desde quando eu nasci “Seu” Zé Gomes já tinha essa rádio.

(Quitéria Tereza de Araújo, funcionária da prefeitura)

Além das notícias de caráter informativo, o conteúdo da programação da Rádio “Paz e Liberdade” também inclui prestação de serviços. De documentos perdidos a cursos oferecidos à população, nada escapa aos microfones instalados no cômodo da casa de Zé Gomes (anexo 8.8). Ele ajuda algumas pessoas que perderam objetos ou precisam de atendimento:

(...) uma pessoa perde uma carteira com documento, de repente chega aqui né?! “Zé Gomes, eu perdi minha carteira há poucos minutos, eu não sei onde está e tal. Quero que o senhor divulgue aí”. Eu ligo a aparelho, aí começo a falar e tal. Às vezes em poucas horas, meio-dia, ou antes do meio-dia, a pessoa que perdeu a carteira, encontra. (...) E...a pessoa doente, alguém aqui tá doente. Vem aqui: “Seu Zé Gomes, chama o pessoal da ambulância do Posto de Saúde, tem gente passando mal”. Eu vou né...

(José Gomes de Lima, aposentado)

Uma mídia comunitária não deve apenas se preocupar em tratar de assuntos pouco frequentes nos grandes veículos de comunicação. Esse tipo de comunicação deve estar comprometido com os interesses da comunidade e as necessidades mais urgentes dos indivíduos, sendo um “instrumento de prestação de serviço” em sintonia com os temas da realidade local (DELIBERADOR; VIEIRA, 2005). Nesse sentido, a Rádio Poste cumpre seu papel. Em outras declarações de moradores, pudemos perceber como as informações passadas pelo serviço de alto-falante interferiam no cotidiano dos marvermelhenses. A rádio que está há 43 anos no ar possui ouvintes fiéis. Até porque quando uma Rádio Poste está ligada, quase todos habitantes de uma cidade de pequeno porte, como Mar Vermelho, escutam. A aposentada Nair Nunes da Silva (anexo 8.16) já sabem quando uma notícia é triste ou feliz. A rádio já tem sua marca:

Bom, Seu Zé Gomes procura passar pra comunidade todo tipo notícia, desde as mais alegres até as tristes, porque, também, ele tem essa preocupação de comunicar falecimento, de comunicar missa de sétimo dia, então é uma coisa que chama muito a atenção. O que eu acho interessante é quando ele toca aquela musiquinha já especial para aquele tipo de notícia. Então quando é questão de falecimento aí a gente já percebe: “Morreu alguém.” A gente já fica na expectativa: “Meu Deus, quem foi que morreu?”, porque, aquela vinheta, é uma vinhetazinha que ele utiliza para os determinados anúncios que ele vai fazer. Então ele tem essa preocupação. Quando é de alegria, quando é parabenizando alguém a gente já fica na expectativa “Quem é que tá aniversariando hoje?” (...) A gente já fica na expectativa: “Quem foi que morreu? Quem que tá aniversariando? O que foi que aconteceu na cidade?”

(Nair Nunes da Silva, aposentada)

As mídias comunitárias podem servir ainda como um “canal de expressão” para a cultura local, um lugar para os artistas da cidade, já que, na maioria das vezes, não conseguem espaço na grande mídia regional e nacional. Além disso, uma rádio comunitária deve promover as manifestações dos saberes e da cultura da população, valorizando as identidades e raízes culturais de um determinado lugar (PERUZZO, 2007a). Jerônimo Neto Tenório Lins

(anexo 8.6), conhecido apenas por Seu Neto, era companheiro de Zé Gomes nos primeiros anos da Rádio Poste, quando ela ainda se chamava “Voz da Redenção”. Seu Neto conta que Zé Gomes sempre esteve comprometido com a cultura regional. Entre risadas, lembra que até concurso de cantores foi realizado na rádio:

Era o único veículo que tinha né?! Inclusive essa parte folclórica dele era através desse serviço de alto-falante. Ele fez pastoril, fez até concurso de cantores... (risos) Zé Gomes é uma criatura formidável. Até concurso de cantores ele fez por intermédio dessa rádio.

(Jerônimo Neto Tenório Lins, aposentado)

A fala de seu Neto se refere a um tempo passado, mas a valorização da cultura local na Rádio Poste continuou ao longo do tempo. O chefe de gabinete da prefeitura de Mar Vermelho lembra que Zé Gomes aproveita o carnaval para dar espaço para as expressões culturais da região:

Eu lembro que nos carnavais, acho que está com uns 15 anos que ele começava a colocar aquelas músicas mesmo pra resgatar o frevo. Quando, até hoje, a maioria privilegia o axé, mas o Zé Gomes sempre coloca o frevo, pra lembrar pra gente a cultura do frevo. Porque o carnaval é frevo e ele sempre coloca isso. Todo ano ele coloca na rádio músicas de frevo, para que a gente lembre, volte a lembrar que carnaval é frevo.

(Genivaldo Pereira do Nascimento, chefe de gabinete)

5.2 A credibilidade das caixas de som

Nas entrevistas, muitos dizem que em cidade pequena todo mundo sabe da vida alheia. Acreditar no que se passa de boca em boca, segundo alguns entrevistados, é complicado. Para a aposentada Nair Nunes da Silva e outros moradores de Mar Vermelho, a credibilidade está na Rádio Poste, nela se ouve as informações certas, a qualquer hora e de qualquer parte da cidade, ou até onde as caixas de som alcançam:

Bom, a diferença é que a gente fica por dentro de tudo que acontece na cidade inteira, enquanto que outra cidade que não tem uma rádio poste a gente fica através de boatos e do ouvir. A notícia se espalha de boca a boca, então a gente nunca vai acreditar, vai saber se aquela notícia é verdadeira ou não. E quando é de uma rádio Poste (...) tá anunciando é porque a coisa é verídica, então tem credibilidade.

(Nair Nunes da Silva, aposentada)

Essa credibilidade se reflete na utilização do veículo para transmitir informes importantes aos moradores por parte da prefeitura. Isso não mostra um atrelamento político, o que descaracteriza a comunicação comunitária, e sim, uma preocupação em tratar de temas da administração pública que de alguma forma interferem na vida dos moradores:

(...) no âmbito da prefeitura, a prefeitura anuncia tudo. As festividades, também as questões e horários de ônibus, avisar que o ônibus escolar que tem aula, que não tem aula feriado, decretos, para chamar também pessoa, para avisar que determinada localidade está faltando energia, para avisar que em determinado local o cano estourou, precisa do encanador, precisa da CASAL. Então a prefeitura usa os serviços do Zé Gomes de uma maneira geral, pra tudo.

(Genivaldo Pereira do Nascimento, chefe de gabinete)

A Rádio “Paz e Liberdade” também é usada para dar avisos relacionados ao atendimento médico da cidade e informações sobre programas sociais, como afirma José Nilton Bonfim de Oliveira (anexo 8.9). Sem os alto-falantes, o acesso a essas informações seria mais difícil:

Ele fala muito serviço de saúde, a gente [Posto de Saúde] utiliza muito o trabalho dele para informar campanha de vacina, aonde vai estar tal equipe de PSF fazendo atendimento. O leite que é entregue pela secretaria de ação social, ele informa a hora que chega, se não vem, se vai atrasar. Então ajuda realmente bastante a comunidade.

(José Nilton Bonfim de Oliveira, técnico em enfermagem)

Com o trabalho desenvolvido por José Gomes de Lima, os “serviços, vantagens, campanhas e mensagens” ficam acessíveis à comunidade, assim como explicou o técnico em enfermagem José Nilton. Nesse sentido, cria-se um espaço no qual o veículo radiofônico cumpre seu papel social (COELHO NETO, 2002).

5.3 O que é preciso ter para ser comunitária?

São muitos os quesitos para que uma rádio seja considerada comunitária, mas muitas vezes, estes não são atendidos. Entretanto, o que não se pode é desrespeitar os elementos fundamentais da comunicação comunitária. Podemos destacar entre eles, o uso com finalidade lucrativa e/ou para o “o proselitismo político partidário e religioso” (PERUZZO, 2007a). Ao falar da Rádio de Zé Gomes, os moradores de Mar Vermelho acabam mostrando que o aposentado respeita as duas propostas. O técnico em enfermagem, José Nilton Bonfim é um deles:

Assim, é uma rádio liberal, uma rádio que não favorece a uma determinada camada da sociedade. É todo mundo, de modo geral, se você precisar ele faz e não cobra. As pessoas, às vezes, dá algum agrado e eu acho que ele representa totalmente. Eu me sinto representado pela rádio daqui. Pela rádio do Seu Zé Gomes, como todo mundo conhece.

(José Nilton Bonfim de Oliveira, técnico em enfermagem)

O estudante Carlos Pereira Barbosa (anexo 8.2) fala do espaço dado às diferentes religiões que possuem maior número de seguidores na cidade:

(...) quando ele tá passando as músicas, têm músicas evangélicas que... Tem um rapaz que mês passado começou a apresentar músicas evangélicas. Então (...) várias religiões podem ir, podem demonstrar o que sente, tudo. Ele não tem restrição sobre isso.

(Cláudio Pereira Barbosa, estudante)

Evitar o atrelamento político partidário é um cuidado que o próprio Zé Gomes faz questão de enfatizar. Ele alerta as pessoas que estão à frente da Rádio Mar Vermelho FM 104,9:

O medo que eu tenho é isso. Da outra vez aconteceu, aí por isso é que eu sempre digo: “Existe um espaço, tem uma rádio agora, não misture política com rádio comunitária, que senão é fim”. Já trabalhei no serviço de comunicação com o exército, pessoal do exército. Tive uma orientação de rádio, sobre essas coisas. Que o rádio particular é uma coisa, você pagou seus direitos né?! Tem um dono. Mas a rádio comunitária quem trabalha não são os donos, são umas pessoas que trabalham dando a sua contribuição com o trabalho né?! Evitando de angariar recurso forte para cada um, locutor quer ganhar muito. É igual aqui, eu aqui não tem preço. Quem me dá alguma coisa é o pessoal, fica à vontade.

(José Gomes de Lima, aposentado)

Uma rádio comunitária deve, de preferência, ter uma gestão coletiva. O engajamento dos integrantes da comunidade na produção e emissão do conteúdo é importante, mas o que há hoje é um cenário em que a participação efetiva é bastante limitada, na maioria das vezes. Para Cicília Peruzzo (2007a), mesmo que a participação se dê em uma dessas etapas, já é um ganho. O envolvimento do cidadão contribui para a formação crítica e para a ampliação do nível de conhecimento, tanto dos emissores como dos receptores. Em Mar Vermelho, temos dois exemplos reais: duas garotas que ajudaram Zé Gomes. Lauriane dos Santos (anexo 8.12) trabalhou com o aposentado por um tempo e, nessa época, com uns 14 anos, achava a Rádio Poste chata, depois mudou de opinião:

Foi, porque antes eu achava que ele era muito chato: “Já começou aquele velho a fazer zuada”. Às vezes eu queria assistir à novela, aí ficava aquele barulho chato. Depois que eu participei, eu comecei a ver que aquilo era interessante e que assim... trazia grandes proveitos.”

(Lauriane Bezerra dos Santos, estudante de serviço social)

Outro exemplo de quem aprendeu algo ao participar da Rádio Poste é Maria Helena Ferreira (anexo 8.14). Ela entrou na Rádio sem saber ler e lá aprendeu o significado das letras:

Ele perguntou se eu queria ir pra lá. Eu disse que não sabia, porque não sabia ler. Aí eu fui aprendendo, com o tempo fui aprendendo. Só falava os anúncios, só. (...) Ele foi me ajudando. Eu não sabia ler direito e ele foi me ajudando um pouco.

(Maria Helena de Oliveira Ferreira, estudante)

5.4 A relação dos marverlhenses com a Rádio Poste

Essas são formas concretas de como a participação popular no processo comunicacional pode desenvolver a cidadania em uma comunidade. Além do caráter emancipatório, a comunicação comunitária, segundo Peruzzo (2008), deve criar uma sensação de pertencimento e “fortalecer os laços afetivos” da comunidade. Dona Nair se sente íntima da rádio:

É uma relação de, posso até dizer de intimidade, sabe, é uma coisa afetiva já, porque ela existe há muitos anos, quer dizer, há trinta anos que eu moro aqui que tenho essa convivência, essa ligação, então pra mim eu me identifico totalmente com ela (rádio).

(Nair Nunes da Silva, aposentada)

Diante disso, podemos lembrar do conceito *Comunidade* no qual o espaço geográfico é um ponto importante ao se tratar da “agregação social”, mas não é o suficiente. Na fala de Dona Nair, percebemos o “sentimento de pertença” e a “interação” observados por Peruzzo (2008) como “princípios” que persistem ao logo do tempo, mesmo com as transformações na concepção do termo. Para a coordenadora pedagógica Marluce Oliveira Santana Veríssimo, não só a Rádio Poste, mas a própria figura do Seu Zé Gomes representa a ligação entre três eixos:

Então é um elo também entre a escola, a comunidade e as famílias. E a outra coisa é que ele une a diversidade, num tem preferência, quem precisar dos trabalhos ele sempre coloca à disposição. E procura também trazer a cultura das músicas mais antigas que ninguém nem lembra, aí ele tem lá como tesouro, as músicas mais antigas pra sempre tá as raízes fortes, não deixando também o novo. De vez em quando ele coloca uma coisinha nova, as músicas que têm relevância sempre ele tá colocando.

(Marluce Oliveira Santana Veríssimo, coordenadora pedagógica)

Entretanto, a relação de intimidade de Dona Nair com a rádio “Paz e Liberdade” e o gosto pela música antiga de Marluce não é uma unanimidade. Na verdade, a música é um dos elementos que cria certa barreira entre os jovens e os alto-falantes nos postes do centro da cidade. Na maioria das entrevistas, quando perguntados sobre a programação da rádio, os jovens reclamaram da música. A informação e a prestação de serviços são consideradas importantes. Destacamos alguns trechos que mostram isso. A estudante Evellyn Rayza Cavalcante Souza (anexo 8.3) reclama que, às vezes, a música é “brega”:

Tem algumas músicas que ele coloca de tempos dele até. Assim, que nós jovens queremos uma coisa mais moderna. E ele coloca músicas do tempo dele. Aquelas músicas bem seresta, aqueles bem bregas. Não me identifico com essas não.

(Evellyn Rayza Cavalcante Souza, estudante)

Durante a entrevista, Rayza conta que o veículo de comunicação mais próximo a ela é a internet. Na rede, a estudante tem acesso a diferentes culturas e pode ter contato com pessoas de todo o mundo. O que ela considera “moderno” pode ser entendido como o que está em alta na grande mídia e, conseqüentemente, também está presente nos portais dos grandes veículos de comunicação e nas redes sociais que participa. Diante disso, podemos observar o processo de “homogeneização cultural” (HALL, 2004) em que há um fortalecimento, nesse caso, dos produtos fonográficos difundidos nos *mass media* e em determinados *sites* da internet. Dona Nair percebe que esse posicionamento negativo diante da rádio não fica restrito ao gosto musical. São diferenças mais profundas, no sentido de encarar o mundo:

(...) porque a gente vê que a juventude tá muito moderna, então existe aquela distância entre o jovem e o adulto. (...) o sentido da rádio, até as músicas, porque Seu Zé Gomes é uma pessoa já de certa idade então ele já tem outro estilo de música. Não é que ele não deixe de passar, de tocar na rádio essas músicas da atualidade, não, mas existe essa diferença mesmo entre o jovem e o adulto. A convivência, o estilo de vida, os objetivos, a coisa, o mundo tá totalmente mudado.

(Nair Nunes da Silva, aposentada)

Já o próprio Zé Gomes acredita que não há essa diferença, uma vez que os jovens participam da rádio fazendo pedidos de música, mandando recados e até mesmo utilizando o veículo para divulgar eventos realizados por eles:

As diferenças eu não tenho notado não. Porque os jovens sempre me pedem as coisas também. Veja bem, isso aqui é uma divulgação dos jovens (mostra um texto), já é uma campanha que vamos fazer de novo. Está aqui, estou divulgando. Então os jovens pedem as coisas pra gente. Organização: “Grupo Solidário”. Tudo isso são jovens. Qualquer informação eles mandam para aqui. É um baile, outra coisa eles mandam aqui. E também mandam pedidos de música.

(José Gomes de Lima, aposentado)

Além do estilo musical, a babá Cátia Maria da Silva (anexo 8.1) reclama do “barulho” proporcionado pelos alto-falantes, pois há dias em que ela quer ficar sem ouvir a programação da Rádio Poste:

Ah, tem dia que, às vezes, eu quero ficar em silêncio, sabe? Sem ouvir nada. E de repente, chega determinada hora ele liga a rádio dele lá... É um saco. Às vezes, seu eu pudesse, eu juro que eu não queria que tivesse essa rádio aqui não.

(Cátia Maria da Silva, babá)

Lauriane Bezerra dos Santos acredita que a da rádio “Paz e Liberdade” foi melhorando com o tempo. Para a estudante, a programação musical se tornou mais atualizada e isso acabou diminuindo a distância entre os jovens e as caixas de som fixadas nos postes:

Mudou para melhor. Assim, agora ele está curtindo as músicas mais recentes. Os jovens gostam mais né?! Porque ninguém acostumou estar ouvindo aquelas músicas de antigamente, dos séculos sei lá quantos. A gente vai se acostumando com o passar dos dias. Começa convivendo com o que você tem no seu dia-a-dia.

(Lauriane Bezerra dos Santos, estudante)

Mas nem sempre Lauriane teve essa opinião, ela passou a gostar da rádio do Seu Zé Gomes depois que passou a ajudá-lo. Para Hall (2004), mudamos a maneira de pensar e de nos reconhecer com o tempo e a partir das experiências que vivenciamos. Essa transformação é encarada pelo autor como pertencente à sociedade pós-moderna. Para ele, a mudança acontece de forma permanente. Essa constante modificação do indivíduo é vista como uma coisa boa, pois “uma posição fixa dentro de uma infinidade de possibilidades também não é uma perspectiva atraente” (BAUMAN, 2005, p. 35). A estudante Flávia Nascimento de Araújo (anexo 8.4) explica isso de uma maneira mais simples e na prática:

Não assim, me identifico muito, mas acho que cada uma pessoa se identifica um pouquinho, né?! Com alguma coisa: alguma música que passa que eu gosto. Tipo alguma brincadeira que ele faz e, às vezes, você fica de casa assim: “Gente eu sei aquela resposta e não sei o que...” Acho que é assim: cada um se identifica um pouquinho. Não com tudo, mas com alguma coisa você se identifica. Eu me identifico também com as músicas, com as notícias.

(Flavia Nascimento de Araujo, estudante de fisioterapia)

Essa “fragmentação” da identidade pode ser percebida na fala de muitos entrevistados. A maioria deles reclama de parte da programação da Rádio Poste (geralmente a música), mas acha as informações veiculadas pelos alto-falantes importantes. Mesmo os que não gostam do barulho ou não se interessam pelo conteúdo transmitido reconhecem o valor do trabalho do Zé Gomes para a comunidade. Do total de entrevistados, entre jovens, adultos e idosos, apenas 2 disseram ser indiferentes à rádio. O restante, quando perguntado como seria Mar Vermelho sem a Rádio “Paz e Liberdade”, não soube responder ou se limitou à palavra: “estranho”. Uma expressão recorrente foi: “Faltaria alguma coisa”. Isso mostra a vinculação dos moradores com o veículo de comunicação montado há mais de quatro décadas. Uma resposta que resume bem a posição dos marvermelhenses diante dessa suposta ameaça vem de da estudante Josecleide Teles dos Santos (anexo 8.11):

Ah, eu acho que ficaria triste. No caso se chegar algum tempo que ele morrer assim, se alguma pessoa, a família dele mesmo não optar pela rádio, no caso fechar, todo mundo vai ficar sentindo falta. Toda 4 horas ele liga a rádio né?! Ai já alegra todo mundo.

(Josecleide Teles dos Santos, estudante)

Houve um caso específico, em que o entrevistado não conseguiu imaginar a cidade sem a rádio Poste. O professor de Língua Portuguesa, Marcelo Lins (anexo. 8.13), convive com o veículo de comunicação desde que nasceu. Ele conta que o reconhecimento da importância de Zé Gomes para a cidade foi mostrada com uma homenagem:

Sim, ele é natural daqui. Ele... Ele passa todos os dias os acontecimentos que também acontecem na cidade. E, é como eu lhe disse, eu não vejo sem a voz dele né?! Aqui. Inclusive ele já, ultimamente vem recebendo algumas honrarias. Tem um telecentro comunitário lá, que é o laboratório, que é no nome dele. Eu acho que você

deve homenagear as pessoas em vida, e não em morte. Mas eu não vejo Mar Vermelho sem a rádio do seu Zé Gomes.

(Marcelo Lins, professor)

A rádio Poste “Paz e Liberdade” de Mar Vermelho já faz parte do cotidiano dos moradores da pequena cidade. O silêncio das caixas de som representa estranheza. A sensação de vazio criada pela pergunta que levou os entrevistados a pensarem na cidade de Mar Vermelho sem os alto-falantes nos postes mostra a íntima relação da maioria dos moradores com o veículo de comunicação. Esse sentimento divide espaço com a insatisfação criada pelo barulho diário ou a programação musical, composta, muitas vezes, por canções antigas. Essa situação mostra um sujeito “fragmentado” (HALL, 2004), que não busca ser alguém fixo. Isso se reflete nos gostos, sentimentos, falas e comportamento.

O jovem parece estar vivendo essa “liquidez” (BAUMAN, 2005) com maior amplitude. A explicação pode estar no fato do jovem marvermelhense já estar inserido digitalmente, vivendo a globalização de maneira mais intensa. Com isso, ele está mais sujeito ao processo de “uniformização cultural”, umas das consequências da globalização. Mas outra consequência possível é o fortalecimento da “identidade local” (HALL, 2004). A rádio Poste pode exercer um papel importante nesse contexto, isso já foi tratado na declaração do chefe de gabinete, Genivaldo Pereira, quando ele lembra dos carnavais em que Zé Gomes tocava frevo, valorizando assim, a cultura regional. Mas Genivaldo conta que isso não fica restrito ao estilo musical:

(...) tem um dia em que ele toca...vamos dizer assim, ele usa sua rádio para dar informações, que no dia 25 de março, que é a emancipação política de Mar Vermelho. Então ele começa a lembrar, ele começa a colocar, que ele grava também, ele começa a colocar as músicas das bandas fanfarra, desde 10 anos atrás. Então ele tem...e também esse cidadão, ele tem um arquivo muito grande de informações, de músicas, de fatos na sua casa.

(Genivaldo Pereira do Nascimento, chefe de gabinete)

O conteúdo da rádio comprometido com a realidade local seja histórica, cultural ou política é uma das principais características de uma rádio comunitária. Além desse aspecto, vários outros elementos que caracterizam essa forma de comunicação foram contemplados pela fala dos entrevistados. As declarações dos moradores de Mar Vermelho foram a base desse capítulo, na verdade, são elas que sustentam este estudo. A partir da opinião dos marvermelhenses, construiu-se um diálogo com os autores que norteiam essa pesquisa. A partir delas, foi possível identificar o posicionamento dos jovens e das pessoas mais antigas na cidade diante da Rádio Poste. Essa comparação nos mostrou que a música é um fator central na relação dos estudantes com o serviço de alto-falante. As canções ainda dividem as opiniões entre os mais novos, mas as informações e a prestação de serviços são quase

unanimidade, mesmo os que não demonstram interesse pelas canções, reconhecem a importância do veículo de comunicação para a comunidade. Após essa análise mais minuciosa das declarações feitas neste capítulo, apresentaremos nossas considerações acerca do nosso objeto de estudo.

6. Considerações Finais

Os aparelhos apertadamente montados em um cômodo da casa ao número 45 da Rua Coronel Álvaro de Almeida transmitem uma programação diária para cerca de 1.500 habitantes da zona urbana de Mar Vermelho (AL). São mais de 1000 discos de vinil, 480 fitas K7, mais de 500 Cd's, 2 microfones, 2 *micro systems*, 1 aparelho de DVD, 3 alto-falantes (funcionando), 1 caixa de som (amplificada), 2 caixas de som pequenas, 2 caixas de som grandes e 1 toca disco vinil (estragado). Números que representam o acervo acumulado nos 47 anos de história da Rádio Poste “Paz e Liberdade”.

O fundador do serviço de som, José Gomes de Lima, faz praticamente sozinho todo o trabalho para colocar o “Programa da tarde” no ar. A programação inclui músicas, informações de âmbito local ao internacional, avisos e prestação de serviços. A Rádio Poste é encarada por muitos moradores como o principal veículo de comunicação da cidade, a partir dele, fica-se sabendo das informações que têm relevância local. Nesse sentido, a rádio cumpre o papel de tornar “serviços, vantagens, campanhas e mensagens” (COELHO NETO, 2002) acessíveis aos moradores. Essas informações representam, na maioria das vezes, as necessidades mais urgentes deles, funcionando como um “instrumento de prestação de serviço” em sintonia com os temas da realidade local (DELIBERADOR; VIEIRA, 2005).

Dois pontos centrais que tornam uma rádio comunitária são respeitados pela “Paz e Liberdade”: não tem fim lucrativo, nem vinculação política ou religiosa, seguindo os preceitos de Peruzzo (2007). A rádio é um espaço aberto para quem quiser se manifestar e não dá prioridade a nenhum segmento religioso ou partidário. Alguns contribuem financeiramente, quando há divulgação de algum produto, festa ou outra informação, mas isso não é encarado como um anúncio comercial, não existe uma tabela de preço, por exemplo. O dinheiro é usado na manutenção dos aparelhos ou para a compra de materiais.

O ponto mais problemático da análise é o que diz respeito à participação dos membros da comunidade. Zé Gomes é o apresentador, produtor, escolhe a programação musical, elabora os textos que lê e mantém a rádio no ar. Isso poderia ser um motivo central para a descaracterização do veículo como comunitário. No entanto, muitos dos textos transmitidos pelas caixas de som são entregues por moradores, pela administração pública, escolas e pelo posto de saúde.

Assim, podemos afirmar que mesmo que seja limitada, há uma forma de participação da população marvermelhense, conforme explicitamos no Capítulo 3, com base nos parâmetros definidos por Peruzzo (2007), entre eles, na produção de mensagens lidas na rádio; na atuação como locutores; solicitando músicas; e na participação como receptores dos conteúdos (garantindo a audiência do veículo).

Em geral, o engajamento social, na prática, de rádios comunitárias é restrito. Apesar disso, a participação em pelo menos uma das etapas já possui seu valor, como a produção de conteúdo que possui “potencialidade educativa” e até mesmo como receptor: é possível que uma rádio comunitária contribua para a construção de uma consciência crítica e ampliação de conhecimento (PERUZZO, 2007a).

De qualquer forma, cabe dizer, que a partir das entrevistas e da convivência com os habitantes de Mar Vermelho, pode-se afirmar que essa falha se apresenta mais pelo desinteresse dos marvermelhenses, pois Zé Gomes demonstrou não ter nenhuma objeção à participação. Pelo contrário, o aposentado tem interesse que outras pessoas tomem frente na administração da Rádio Poste, junto com ele.

Essa é uma das preocupações do próprio Zé Gomes e de boa parte dos moradores: se algum dia o dono da rádio não puder mais estar à frente dela, quem continuaria com o serviço de som? Muitos reconhecem que é necessário que alguém se interesse em fazer isso, mas a iniciativa não surge de nenhuma pessoa. E a partir desse ponto, podemos tratar do outro questionamento deste trabalho: os jovens se identificam com a Rádio Poste?

A resposta não é simples, para começar, “identificar-se” pressupõe o conceito *Identidade*, que deve ser tratado em sua complexidade. A principal barreira entre o jovem e as caixas de som nos postes são as canções, muitas vezes, antigas, que compõem a programação musical da Rádio Poste, mas uma reclamação formal diretamente ao Zé Gomes não é feita. É importante dizer, que alguns jovens gostam das músicas mais antigas, há outros ainda que consideram o acervo de discos de Zé Gomes uma relíquia. De qualquer forma, a maioria deles reconhece a importância do conteúdo transmitido, mesmo que a programação não agrade ou o barulho, algumas vezes, incomode.

Essas sensações e opiniões coexistem dentro do jovem, um sujeito pós-moderno caracterizado pela “fragmentação” (HALL, 2004). Nesse sentido, entendemos que o descontentamento, explicitado pela fala de alguns entrevistados em relação à Rádio Poste, compõe o gosto do mesmo jovem que considera que “faltaria alguma coisa” em Mar

Vermelho com o fim da rádio. Uma relação de identificação estranha, mas que mostra um “eu” não coerente que “assume identidades diferentes em diferentes momentos” (HALL, 2004, p. 13), mesmo que essa situação seja hipotética, como foi o caso da pergunta feita na entrevista. Assim, entendemos que o jovem se identifica com a Rádio Poste, mas não de maneira completa, até porque acreditamos que isso não seja possível e pode ser percebido a partir do referencial teórico utilizado por nós.

O jovem marvermelhense vive no interior de Alagoas, mas está conectado com o mundo. A internet é um potencializador do processo de *Globalização* que pode colocar esse jovem em conflito com a cultura local ou regional, quando permite a interação com as culturas de várias partes do mundo. A troca de informação e construção de gostos na rede pode acabar levando a uma “uniformização cultural” (HALL, 2004). Essa interferência na música pode ser percebida, quando eles se referem às músicas da Rádio Poste como “bregas” e a outras, que têm acesso pela grande mídia ou pelos *sites* da internet, de “modernas” (como eles mesmos se referem). Essa relação direta é uma hipótese, consideramos que para chegar a algum resultado completo seria necessário um estudo específico sobre a relação dos jovens com a internet. Nesse contexto, a “Paz e Liberdade” pode ser um instrumento para o fortalecimento da “identidade local”, onde os moradores podem se reconhecer como produtores e emissores da cultura em um veículo de alcance local, ou até mesmo valorizar as músicas regionais e se reconhecerem em muitas das letras.

Esse é um dos papéis de um veículo comunitário, e a rádio do Seu Zé Gomes o exerce, muitas vezes, como foi explicitado em algumas falas dos entrevistados. Somando-se todos esses pontos apresentados no trabalho, defendemos que a Rádio “Paz e Liberdade” é comunitária, uma vez que respeita a maioria das características apontadas como essenciais. Mesmo com as contradições e as limitações, concordamos com Peruzzo (2007a) que isso não tira “o brilho desse tipo de ação cidadã”. A criação de um cenário de multiplicidade de experiências de comunicação já é um bom começo para a democratização dos meios. A autora resume bem o nosso pensamento no que diz respeito a alguns pontos que geram dúvidas na tentativa de determinar um meio de comunicação como comunitário: “As contradições são inerentes às sociedades e o espaço comunitário apenas reflete a realidade mais ampla” (PERUZZO, 2007a, p.06).

Para finalizar, é importante destacar que a criação da Rádio Poste se deu fora do contexto de luta social em que o movimento de rádios comunitárias se fortaleceu, sendo um importante instrumento na busca por justiça social. Mesmo assim, reconhecemos o valor da

Rádio “Paz e Liberdade” no comprometimento com os anseios e necessidades locais e o exercício da cidadania.

A convivência com os moradores da cidade, nas duas vezes que visitei Mar Vermelho, também permite a análise da situação não apenas a partir das falas dos entrevistados. Foi possível perceber a relação diária mantida entre a Rádio Poste e os marvermelhenses. A programação veiculada pelo serviço de som já integra o cotidiano da comunidade estudada. As informações que permeiam suas relações são emitidas pelas caixas de som instaladas na rua principal.

Entre informações locais, informes da prefeitura, objetos perdidos, avisos sobre a chegada do “leite”, campanhas solidárias, o bingo do domingo e as músicas, os alto-falantes continuam nos postes da rua principal da cidade. Mesmo com defeitos técnicos e limitações, a Rádio Poste resiste há mais de quatro décadas. Apesar de algumas restrições, consideramos que a Rádio Poste cumpre seu papel social. Além disso, acreditamos que a realidade não pode ser encarada a partir de um ideal apoiado apenas em conceitos, e, portanto, a Rádio “Paz e Liberdade” é comunitária.

Se fica alguma dúvida da importância desse serviço de som para os moradores, uma questão que ficou latente na pesquisa de campo foi o caráter de cidadania no conteúdo da programação da Rádio Poste. Entre tantas formas de prestação de serviço e de fortalecimento dos elos identitários com a comunidade, uma simples estratégia de comunicação, que envolve sentimentos e sentidos foi observada em muitas falas coletadas durante a pesquisa de campo. Este veículo de comunicação contribui para a propagação da alegria por meio das ondas sonoras. A estudante Josecleide Teles dos Santos, por exemplo, responde como seria Mar Vermelho sem a “Paz e Liberdade”: “Ficaria triste”.

7. Referências Bibliográficas

BAHIA, L. M. Rádios Comunitárias: Mobilização social e cidadania na reconfiguração da esfera pública. In: **Rádios comunitárias: mobilização social e cidadania na reconfiguração da esfera pública**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Jornalísticos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARROS, Nailza da Silva. **A História da Suíça Alagoana**. Maceió: Ecos Gráfica e Editora, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as conseqüências humanas. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1999.

BRASIL. Ministério das Comunicações. Lei 10.597 de 11 de dezembro de 2002. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/99041/lei-10597-02>>. Acessado em 18 nov. 2010.

BRASIL. Ministério das Comunicações. Lei 9612 de 19 de fevereiro de 1998. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9612.htm>>. Acessado em 18 de nov. 2010.

BUBER, Martin. Palavras à época. In: **Sobre comunidade**. Trad. Newton Aquiles Von Zuben. São Paulo: Perspectiva, 1987. p.45-61

CASTELLS, Manuel. Paraísos Comuns: identidade e significado na sociedade em rede. In: **O poder da identidade**. Trad. Alexandra Lemos; Rita Espanha. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003. P. 1-82

COELHO NETO, Armando. **Radio comunitária não é crime, direito de antena**: o espectro eletromagnético como bem difuso. São Paulo: Ícone, 2002.

DELIBERADOR, L. M. Y.; VIEIRA, A. C. R. Comunicação e Educação para a Cidadania em uma Cooperativa de Assentamento do MST (2005). In: **Anais do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br>>. Acesso em 23 de ago. 2010, p. 1-16

DORNELLES, Beatriz. Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Ago/2007. Disponível em: <www.compos.org.br/e-compos> Acessado: 15 set. 2010. p. 2-18

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antonio, DUARTE, Jorge. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009. P. 62-83

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 3 ed. Porto Alegre: Dora Luzzatto. 2007

HALL, Stuart. **A identidade na cultural na pós-modernidade**. 9.ed. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

KAPLÚN, Gabriel. Entre mitos e desejos: desconstruir o desenvolvimento, a sociedade civil e a comunicação comunitária. In: PAIVA, Raquel. (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p. 167-194

NUNES, Márcia Vidal. Rádios comunitárias: exercício da cidadania na estruturação dos movimentos sociais. In: PAIVA, Raquel. (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p.95-118

PAIVA, Raquel. Para reinterpretar a comunicação comunitária. In: **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p. 133-148

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. **Palavra Chave**. [s.l] v.11, n.2, Dez. 2008 Disponível em: <<http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/palavraclave/article/viewArticle/1503/1744>> Acessado em 18 out. 2010, p. 367-379

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Lumina**. Juiz de Fora, v.1, n. 1, Jun. 2007b Disponível em: <www.ppgcomufjf.bem-vindo.net/lumina>. Acessado em 2 out. 2010, p.1-29

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel. (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007^a, p.69-94

PERUZZO Cícilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: BARROS, Antônio, DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009, p.125-145

TORRES, Bruno Araújo. Um perfil das rádios comunitárias no Brasil. In: **E o rádio?** : novos horizontes midiáticos [recurso eletrônico]. FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (Org.) Porto Alegre : Edipucrs, 2010, p.255-267