PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC/SP

GISELE SAYEG NUNES FERREIRA

Do *dial* para a *web*:
as RadCom legalizadas nos fluxos dos espaços em rede

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

São Paulo
2012

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC/SP

GISELE SAYEG NUNES FERREIRA

Do *dial* para a *web*:
as RadCom legalizadas nos fluxos dos espaços em rede

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Semiótica, na linha de pesquisa Cultura e Ambientes Midiáticos, sob orientação da Profa. Dra. Lucrécia D'Alessio Ferrara.

São Paulo
2012

Banca Examinadora

_____

_____

_____

_____

_____

Pesquisa de Doutorado realizada com o auxílio de bolsa de estudos, concedida pela CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

Aos meus amores,
Aloysio, Ivan e Ariel

Agradecimentos

À minha orientadora Lucrécia D'Alessio Ferrara, pela generosidade do conhecimento compartilhado, pelos ensinamentos e pelo acolhimento.

Ao meu marido Aloysio, aos meus filhos Ivan e Ariel, e à minha mãe Selma, pelo amor e apoio incondicionais.

À banca de qualificação, composta pelos professores doutores Eugênio Trivinho e Fabio Sadao Nakagawa, pelas valiosas sugestões, fundamentais para a fisionomia deste trabalho.

Aos colegas do Grupo de Pesquisa ESPACC, pela convivência, pelas reuniões de estudo e diálogos frutíferos, valiosos no desenvolvimento desta tese.

Ao amigo Sadao, pelo acompanhamento, as ideias compartilhadas, as sugestões e, sobretudo, pela amizade e pelo encorajamento.

À amiga de tempos tantos, Luciana Moherdaui, pelas críticas, sugestões e pelo aconchego e força nas horas mais difíceis.

À Marília Borges, Michiko Okano e Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa, amizades que nasceram e se consolidaram com a tese, e que levo comigo para outras travessias.

Às minhas irmãs, Eliane e Denise, e às minhas enteadas Adriana, Gabriela e Luisa, por acreditarem em mim.

Ao Melhem Sarout (Mimo), pelo apoio e pela ajuda com a bela capa deste trabalho.

À amiga Maura Loria, pela leitura atenta e cuidadosa desta pesquisa.

À Cida Bueno, pela força e pelo apoio sempre.

Aos meus amigos e alunos do curso de Rádio e TV da Universidade Anhembi Morumbi, fontes de muitas das indagações aqui presentes.

Resumo

O objeto desta pesquisa são as RadCom (rádios comunitárias) na *web* e seu objetivo principal é entender de que modo essas emissoras legalmente constituídas para operar no *dial* se organizam signicamente e constroem distintas espacialidades quando de sua transposição para o ambiente da *web*. A pesquisa se propõe, igualmente, contribuir para as reflexões que envolvem os modos como o espaço se organiza nos sistemas mediáticos, levando à construção de sentidos; dessa forma, relaciona-se com outros estudos que possuem as espacialidades como categorias de análise. Com base nessa questão principal, outras problemáticas são investigadas, como: os novos contornos que as noções fundantes das RadCom adquirem no espaço de fluxos, entre os quais cidadania, participação e comunidade; e como, na nova ambiência, outras práticas de armazenamento, transmissão e recepção vêm se incorporar ao padrão de comunicação pautado no dial, introduzindo novas práticas e gerando novos termos, como anotar, comentar, agregar, compartilhar, *download*, *upload* e *crowdsourcing* (MANOVICH, 2008). Construídas para serem *vistas* (e também manipuladas, distribuídas, comentadas, compartilhadas etc.), em sendo *ouvidas*, as RadCom na *web* configuram-se em "*outra coisa que*". Daí, na transposição para o espaço de fluxos, além da transmutação do conceito de comunidade para o de redes (COSTA, R., 2005a), verificarmos também o deslocamento da veiculação comunicativa para a vinculação interativa (FERRARA, 2008, 2012). Assim, sinaliza-se o deslocamento do sentimento de *vizinhança* para um sentimento de *pertença tópica em espacialidade ur-tópica*, pois, além de múltiplos, os novos lugares construídos carregam novos sentidos que remetem tanto à ideia de origem/início como de princípio/permanência. Como *corpus* de análise da pesquisa, foram selecionadas as experiências mais representativas entre as 304 RadCom legalizadas para operar no dial no Estado de São Paulo, localizadas também na *web*, até 16 de maio 2012. Além da pesquisa bibliográfica e documental e do levantamento das RadCom legalizadas presentes também na *web*, o método de análise incluiu a observação e a análise das páginas na *web* por meio de aplicação de questionário previamente elaborado, bem como a tabulação dos dados e a leitura comparativa dos modos de organização do espaço, de acordo com as categorias da espacialidade, quais sejam: a própria espacialidade (a construtibilidade espacial), a visualidade/visibilidade e a comunicabilidade. Como metodologia, os autores que servirão como base teórica são FERRARA (2002, 2007, 2008, 2012), CASTELLS (1999, 2009), MCLUHAN (2007), MCLUHAN e STAINES (2005), LOTMAN (1996), MANOVICH (2005, 2008), BALSEBRE (2007), JOHNSON (2001, 2003), FLUSSER (2007) e THOMPSON (1998).

Palavras-chave: RadCom; rádio; *web*; espacialidade; vínculo comunicativo; interação.

Abstract

The object of this research is the RadCom (community radio) on the web and its main goal is to understand how these legally constituted to operate stations on the dial organize themselves and build distinct spatialities in his transposition into the web environment. The research also proposes to contribute to the reflections that involve the ways in which the space is organized in media systems, leading to the construction of senses; this way it relates to other studies that have the spatialities as categories of analysis. Based on this main issue, other problems are investigated, such as: the new contours that supported notions of RadCom acquire in the space of flows, including citizenship, participation and community; and how, in new ambience, other storage practices, transmission and reception come to incorporate the communication pattern based on the dial, introducing new practices and generating new terms, how to annotate, comment, aggregate, share, download, upload, and crowdsourcing (Manovich, 2008). Built to be seen (and also manipulated, distributed, shared, etc.), being heard, RadCom on the web in configure "something else". Hence, in the transposition into the space of flows, in addition to the transmutation of the concept of community to the networks (COSTA, R., 2005a), we can also see on the displacement of communicative broadcasting to the interactive linking (FERRARA, 2008, 2012). So, signals-if the offset of the feeling of neighborhood for a sense of topical belonging in *ur-topical* spatiality, because, in addition to multiple, new places built carry new senses that refer both to the idea of origin/home as principle/permanence. As analysis corpus of the research, were selected the most representative experiences between the legalized RadCom 304 to operate on the dial in the State of São Paulo, located also on the web, until 16 may 2012. In addition to the documentary and bibliographic research and survey of RadCom legalized present also in the web, the method of analysis included the observation and analysis of web pages through the application of a questionnaire previously elaborated, as well as the data tab and comparative reading of modes of organization of space, according to the categories of spatiality, which are: own spatiality (the space-constructibility), visuality/visibility and communicability. As a methodology, the authors who will serve as the theoretical basis are FERRARA (2002, 2007, 2008, 2012), CASTELLS (1999, 2009), MCLUHAN (2007), MCLUHAN and STAINES (2005), LOTMAN (1996), MANOVICH (2005, 2008), BALSEBRE (2007), JOHNSON (2001, 2003), FLUSSER (2007) and THOMPSON (1998).

Keywords: RadCom, radio, web, spatiality, communicative relationship, interaction.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Motivações preponderantes na criação da RadCom no *dial* 62
Gráfico 2 – Conteúdos oferecidos pelas RadCom no *dial* 63
Gráfico 3 – Modos de interação no *dial* 158
Gráfico 4 – Elementos que compõem a página 172
Gráfico 5 – Outros serviços 180
Gráfico 6 – Identificação da RadCom e de seus integrantes 181

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Emulações do jornal de papel 112
Figura 2 – Páginas sem informação sobre a comunidade 142
Figura 3 – Páginas em parceria 146
Figura 4 – Emissoras *offline* 150
Figura 5 – Página em camadas 153
Figura 6 – *Sites* que se apresentam “em construção” 154
Figura 7 – Sonorização das páginas 156
Figura 8 – Disposição dos *recados* no *site* 159
Figura 9 – *Comentários* sobre assuntos locais 161
Figura 10 – *Comentários* sobre matéria veiculada 162
Figura 11 – Enquetes 163
Figura 12 – Fotos de ouvintes 167
Figura 13 – Compartilhar informações e enviar *e-mail* 168
Figura 14 – Redes sociais na interface principal 169
Figura 15 – Abaixo-assinados 171
Figura 16 – Versão *mobile* 173
Figura 17 – Uso de *webcam* 175
Figura 18 – Atualização contínua x últimas notícias 178
Figura 19 – Interfaces padronizadas 183
Figura 20 – Estriamentos e lisificações 187
Figura 21 – Semelhança com os grandes portais de notícias 194
Figura 22 – Heliópolis FM: *site* e perfil no Facebook 224

Figura 23 – Sucesso FM 244
Figura 24 – Visão geral da cidade de Palestina-SP 258
Figura 25 – Visibilidade da antena – Cantareira FM 260
Figura 26 – Pesquisa O2: como usamos smartphones 267
Figura 27 – TuneIn: rádio vira aplicativo 269
Figura 28 – RadCom vira aplicativo 270
Figura 29 – *Crowdsourced audio*: exemplo de entrevista colaborativa 278
Figura 30 – *Crowdsourced audio*: exemplo de mapa colaborativo 279

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Domínio utilizado 145
Tabela 2 – Diagramação em colunas 147
Tabela 3 – Sistema predominante 148
Tabela 4 – Distribuição do áudio 149
Tabela 5 – Para ouvir a emissora 149
Tabela 6 – Funcionamento do áudio 149
Tabela 7 – Distribuição de frequências das RadCom na *web* 184
Tabela 8 – Quadro comparativo das características 277

SUMÁRIO

Resumo 7
Lista de Gráficos, Figuras e Tabelas 9

Introdução 13

Capítulo 1 – O lugar do rádio na história 29
1.1 O surgimento das RadCom 47
1.2 A linguagem do meio 68
Aspectos convergentes e divergentes 73
1.3 O contexto do digital e do *www* 89
Os números da digitalização 96
A rede e o rádio 102
Ainda é rádio? 114

Capítulo 2 – Espacialidades sonoras: as fronteiras das RadCom na *web* 119
2.1 Espacialidades sonoras: Sonoridade, Sonoplasticidade, Comunicabilidade 120
Da sonoridade à sonoplasticidade do ruído no ambiente sonoro 127
Sonoridades e sonoplasticidades radiofônicas 132
2.2 As RadCom nas infovias: uma análise pontual 141
2.3 Muito antes e para além da metáfora 184

Capítulo 3 – Muito além do rádio 198
3.1 As noções fundantes das RadCom nos fluxos dos espaços em rede 199
3.2 As novas configurações 230
3.2.1 Das relações aos vínculos: mediações e interações 230
3.2.2 Da temporalização do espaço à espacialização do tempo 248
3.2.3 Pertença tópica em espacialidade *ur-tópica* 254
3.3 Algumas considerações: rupturas e superação 265

Referências Bibliográficas 280
Anexos 298

A busca pela verdade está doravante ligada à investigação sobre a possibilidade da verdade. Carrega, portanto, a necessidade de interrogar a natureza do conhecimento para examinar a sua validade. Não sabemos se teremos de abandonar a ideia de verdade. Não procuraremos salvar a verdade a qualquer preço, isto é, ao preço da verdade. Tentaremos situar o combate pela verdade no nó estratégico do conhecimento do conhecimento.

Edgar Morin, O Método 3 – O conhecimento do conhecimento

Introdução

Este trabalho analisa o papel e o funcionamento das rádios comunitárias (RadCom) legalizadas transpostas para a ambiência da *world wide web*[1], o protocolo multimídia da Internet, com o intuito de verificar como se organizam signicamente e constroem distintas espacialidades, a partir das correlações que se estabelecem entre visualidade/visibilidade e sonoridade/sonoplasticidade. Amplia um conjunto de reflexões que, concebido já há algum tempo, foi ganhando maiores proporções com a nossa dissertação de mestrado[2].

Os resultados obtidos durante aquela pesquisa demonstraram que a maioria das RadCom da região Noroeste do Estado de São Paulo alimenta-se dos conteúdos produzidos e emitidos pela *web*, o que, a princípio, poderia ser considerado um descompasso com o ideário que lhes dá estatuto, bem como com o próprio contexto em que se inserem.

Tal constatação nos motivou a ampliar a nossa investigação, tendo como foco a mediação tecnológica. A partir dos dados com os quais trabalhamos, expandimos o nosso *corpus* de análise, num primeiro momento, para o Estado de São Paulo, para, em seguida, refletir sobre algumas experiências representativas, conforme detalharemos abaixo. Como todo trabalho, a dissertação não encerrou um ciclo, mas deixou algumas franjas penduradas em seu entorno, mostrando aquilo que sobra como não contemplado e que é revestido, a nosso ver, de complexidade analítica.

E uma das principais questões remanescentes – o fato de que os conteúdos daquelas emissoras comunitárias eram extraídos da *web* – acabou se tornando a pedra angular do projeto que redundou na pesquisa desenvolvida para o doutorado na medida em que já sinalizava o modo como, em rede, as RadCom legalizadas ganham novas configurações e conferem novos sentidos àqueles seus princípios ordenadores, entre os quais participação, comunidade e exercício de cidadania. Sem dúvida, os fios da rede tecem outras possibilidades, transformam o ambiente comunicativo de emissoras criadas para serem *vozes* de suas comunidades, engendrando distintas visualidades/visibilidades, sonoridades/sonoplasticidades.

---

[1] Em português, "rede de alcance mundial", também conhecida como *web* e *www*. Criada em 1989 e publicada no ano seguinte pelo engenheiro norte-americano Tim Berners-Lee, trata-se de um sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na Internet.

[2] Defendida em abril de 2006 na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), sob orientação do Prof. Dr. Luiz Fernando Santoro, a dissertação versou sobre o padrão de funcionamento de 22 rádios comunitárias *legalizadas*, situadas na região Noroeste do Estado de São Paulo. O objetivo do trabalho foi identificar *quais* são e *como* se exercem as relações de poder na dinâmica das RadCom. Cidadania e democracia, promessas da nova legislação, poderes político e econômico e a radiodifusão comunitária no Brasil foram tópicos explorados no trabalho.

Como sobejamente sabido, as rádios comunitárias surgem e multiplicam-se no processo de redemocratização do país, em meados dos anos 1980, na busca pelas mudanças estruturais na radiodifusão. Às sociedades emancipadas supõem-se políticas comunicacionais em consonância com valores como transparência, ética, liberdade de expressão, equilíbrio social, divisão de poderes... Ideologicamente concebidas como antípodas, ou "antídotos" – expressão de resistência e forças de contrapoderes (FOUCAULT, 1999; CASTELLS, 2009)[3] – as RadCom são criadas para serem "vozes dos que não têm voz", logo, daqueles que não detêm o poder, sinalizando a constituição de outro(s) novo(s) espaço(s).

Com a proposta de romper o monopólio imposto pelas potentes redes de radiodifusão, elas se apresentam como alternativa por meio da qual seria possível contrabalançar as forças de poder (político, econômico, religioso, militar) que, desde os primórdios, marcam a radiodifusão e a própria história dos meios de comunicação. Existe o suposto de que "quem detém o controle da informação detém, inexoravelmente, o poder político" (SILVEIRA, 2001, p. 267).

Essa ideia-matriz que impulsionou a criação de várias rádios comunitárias Brasil afora conferiu a elas um modo próprio de produção e transmissão, definiu fronteiras de atuação, forjou posturas éticas. Constituiu-se em ponto inegociável das RadCom a produção de informações em que a comunidade pudesse não apenas ouvir, mas também ser ouvida. Com efeito, o surgimento das RadCom no dial está intrinsecamente ligado à ideia de construção de um espaço socialmente marcado com o selo da participação popular.

Na atmosfera social vigente, percebemos que esse princípio, orientador de um *modus operandi*, sofreu deslocamentos consideráveis. A Internet, mais especificamente o protocolo *www*, termo-valise das discussões em torno da comunicação contemporânea, parece ter se tornado a *comunidade possível* da rádio comunitária, pelo menos das que viemos refletindo, forjando novos mapas de análise. Daí a necessidade de repensarmos a dinâmica das rádios comunitárias legalizadas na contemporaneidade, movendo-nos sobre o cenário da *www* (*world wide web*), por definição, movediço e em constante mutação.

---

[3] Para Michel Foucault, o poder não pode ser reduzido a uma instância unitária e estável, mas supõe complexas e múltiplas "relações de poder", que constituem e caracterizam o corpo social de qualquer sociedade (FOUCAULT, 2005, p. 179-181). O poder é indissociável da ideia de "efeitos de contrapoder que dela [disciplina] nascem e que formam resistência ao poder que quer dominá-la: agitações, revoltas, organizações espontâneas, conluios – tudo o que pode se originar das conjunções horizontais" (FOUCAULT, 1987, p. 181). Para Manuel Castells, comunicação e informação têm sido ao longo da história a principal fonte de poder e contrapoder, de dominação e de mudanças sociais. O contrapoder, para esse autor, é a capacidade que um ator social possui de resistir e enfrentar relações de poder institucionalizadas (CASTELLS, 2009, p. 47-53; CASTELLS, 2008). "Power relies on the control of communication, as counterpower depends on breaking through such control" (CASTELLS, 2009, p. 3).

Inicialmente, o projeto desta tese visava a refletir sobre as possibilidades de ampliação do espaço público daquelas emissoras transpostas para a *web*. Para tanto, propunha-se a aplicação de pesquisa quantitativa e quanti-qualitativa em todas as emissoras que fossem localizadas em rede, com entrevistas presenciais e via telefone com seus dirigentes, de modo a obter um percentual que representasse o universo e permitisse, inclusive, apresentar uma proposta de tipologia de construção de página. O próprio título original (*Rádios comunitárias e Internet: as emissoras legalizadas do Estado de São Paulo e as (re)configurações do espaço público*), de certo modo, limitava o projeto a uma tentativa de ordenamento e sistematização e à compreensão do espaço público como mero suporte.

Além disso, quando o projeto foi elaborado, em meados de 2007, a presença e o uso das redes sociais não eram tão intensos como na atualidade, alterando definitivamente as dinâmicas das relações comunicativas. Para se ter uma ideia, criado em 2004, o Facebook só passou a apresentar um crescimento significativo a partir de 2009, como comprovam dados do ComScore (<http://www.comscore.com/>).

Do mesmo modo, o acesso à Internet no Brasil aumentou representativamente a partir de 2008/2009, sobretudo nas regiões Sul e Sudeste do País, resultado, de um lado, da popularização do programa "Computador para Todos", lançado pelo Governo Federal em fins de 2005 para atender o grande crescimento da classe média; de outro lado, do aumento da oferta e do (relativo) barateamento do acesso à rede por parte das operadoras de telecomunicações.

Ao mesmo tempo, a ampliação das bases teórico-metodológicas permitiu reorientar a problematização e a leitura do objeto. Procuramos, então, ultrapassar o entendimento do *espaço* como simples suporte – o que não permitia a compreensão da complexidade dos processos comunicativos socioculturais, que caracteriza o objeto –, ampliando o entendimento das práticas culturais e comunicacionais para além da superfície da tela do computador ou mesmo do dial do rádio, ou seja, para além do meio técnico, compreendendo o objeto como um texto cultural (LOTMAN, 1996) para, então, promover a sua desconstrução (DERRIDA, 2004, 2002) por meio de suas representações e organização do espaço.

Tornou-se um truísmo dizer que, na propalada sociedade do conhecimento, fortemente marcada pela mediação tecnológica, a Internet (e seus vários protocolos, entre os quais a *web*) ocupa lugar central. Ela é a alavanca que possibilita infinitos modos de produção e compartilhamento de informações. Para além da obviedade revelada pelo sentido já desgastado dessa afirmação, de que forma poderíamos reter, dessa assertiva banal, novas pistas para pensarmos o rádio? Como designá-lo a partir dessa realidade? Quais as renovadas

possibilidades que o cenário contemporâneo nos oferta? De que maneira poderemos refletir sobre as particularidades que definiram as rádios comunitárias no período pré-*web* e como elas se moldam nos dias correntes (pós-*web*, como veremos no Capítulo I)?

Nesse universo, várias perspectivas se abrem. Uma das questões preliminares é situar o rádio no rol dos meios de comunicação. De acordo com alguns autores, o veículo representou um momento singular da consolidação do universo audiovisual, pois "até a instauração dessa cultura, a audiovisual, as formas de comunicação caminharam do gesto à palavra, dos suportes da mídia primária (corpo) aos suportes de mídia secundária (impressos), que aumentaram a possibilidade de comunicação a distância" (BORGES, 2006, p. 96).

A chamada mídia terciária, onde o rádio está situado, extinguiu definitivamente os limites espaciais da comunicação face a face. Castells (2003) abrevia os grandes momentos dessa história ao afirmar que, primeiro com o cinema e o rádio, depois com a televisão, no século XX, vivenciamos a:

> A integração de vários modos de comunicação em uma rede interativa. Ou, em outras palavras, a formação de um supertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integram num mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação (CASTELLS, 2003, p. 45).

O rádio é, assim, resultado de uma trajetória que veio, junto com o cinema e a televisão, colaborar para que a comunicação passasse a incorporar imagem e som, abandonando a predominância da linguagem escrita. No momento específico de seu surgimento, o rádio espelha, então, o novo ritmo que marcará os futuros caminhos das sociedades humanas. E se velocidade e poder estão intrinsecamente ligados, o estudo da evolução do rádio por meio da história nos permite observar as relações de força e poder que a partir dele são engendradas.

No "último estágio" das formas de comunicação, como informa Castells (2003), testemunhamos a prevalência dos sistemas integrados, com o computador orquestrando a cena da enunciação e provocando incessantes alterações nas formas de transmissão precedentes. A formação desse supertexto, como diz o autor, vem fazendo que um sem-número de pesquisas e investigações se debrucem sobre o "fenômeno comunicacional" a partir de vários olhares e prismas.

Apesar da profusão de estudos voltados para a compreensão da sociedade tecnológica, vimos avaliando que o rádio não é analisado como um veículo capaz de responder às

inquietações contemporâneas. Essa é, por assim dizer, uma das questões que motivou a produção da pesquisa aqui apresentada. A despeito da importância do veículo para a vida nacional, ele, via de regra, figura como um *meio menor*, apesar de ter sido e continuar sendo um veículo decisivo em várias etapas da história contemporânea.

A propósito, um rápido passeio pelos estudos contemporâneos dos meios de comunicação nos permitirá observar que o rádio, a despeito de sua importância, não está, no rol das mídias do século XX[4], entre os veículos mais estudados. Alguns estudiosos, aturdidos com o "fenômeno" dos processos comunicacionais emergentes, partem de um marco histórico evolutivo, conforme salientamos acima. O rádio seria, de acordo com essa concepção, um veículo "ultrapassado". No entanto, apesar dos preconceitos dos que teimam em classificá-lo como um meio tecnologicamente obsoleto, o rádio sobrevive e estabelece vínculos afetivos, sociais e políticos com o cotidiano das pessoas, em todas as camadas sociais.

As rádios comunitárias (RadCom) legalizadas nos dão com clareza essa dimensão. No Brasil, elas passaram a ter existência legal em 20 de fevereiro de 1998 com a Lei de Radiodifusão Comunitária 9.612/98, sendo resultado de um longo movimento pela democratização do uso do espectro radiofônico, intensificado a partir dos anos 1980. Em pouco tempo, se espalharam pelo País, alterando de modo significativo o quadro da radiodifusão nacional.

É preciso deixar claro que não menosprezamos a riqueza das experiências de radiodifusão comunitária não oficial, no âmbito das chamadas "rádios piratas" ou mesmo "rádios livres". No entanto, cremos que as RadCom legalizadas não são meras criações oficiais, impostas de cima para baixo por meio da Lei n. 9.612/98. Ao contrário, o marco legal resultou da luta de quase duas décadas de emissoras que existiam efetivamente. Foi produto de uma negociação política que enfrentou, aliás, dura resistência entre emissoras comerciais, tendo conquistado a tutela legal possível naquele momento.

Assim, o artigo 1º da Lei n. 9.612/98 estabelece como radiodifusão comunitária o serviço em frequência modulada, operada em baixa potência e de cobertura restrita, entendendo-se por baixa potência o limite "máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante [antena] não superior a trinta metros" (§ 1º), sendo cobertura restrita "aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro ou vila" (§ 2º). Além disso, "a área de execução de uma emissora [comunitária] é aquela limitada por uma

[4] Salinas, em tese de doutorado, lembra que, para se verificar a parcimônia das pesquisas, basta recorrermos ao fichário das bibliotecas de comunicação. Cf. SALINAS, Fernando de J. *O som na telenovela*: articulações som e receptor. 1994. 170 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

circunferência de raio igual ou inferior a mil metros, a partir da antena transmissora, e será estabelecida de acordo com a área da comunidade servida pela estação" (Manual de Orientação, 2004, p. 75)[5].

Podem se candidatar a uma Rádio Comunitária somente as fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos, legalmente constituídas e registradas, com sede na comunidade em que pretendem prestar o serviço e que tenham definido em seu estatuto a execução de Serviços de Radiodifusão comunitária, como uma de suas finalidades específicas. Segundo a *Cartilha O que é uma rádio comunitária*, distribuída pelo Ministério das Comunicações :

> Esta Associação ou Fundação não poderá ser vinculada a qualquer outra, mediante ligações familiares, religiosas, político-partidárias, financeiras ou comerciais, ou seja, a candidata tem que ter autonomia financeira e independência administrativa. Por outro lado, não pode ter em seus quadros de associados ou administradores, pessoas que participem de outra entidade que execute qualquer tipo de serviço de radiodifusão e de serviço de distribuição de sinais de televisão (p. 12).

A programação de uma RadCom deve atender aos princípios contidos no art. 4º da Lei n. 9.612/09, que determina, entre outros pontos, "a preferência finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, em benefício do desenvolvimento geral da comunidade" e o "respeito aos valores éticos e sociais da pessoal e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida" (parágrafos I e III).

Por outro lado, é vedada às RadCom a formação de *redes* com outras rádios, a não ser em casos de guerra, calamidade pública, epidemias, transmissões obrigatórias dos Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo ou outras determinadas pelo Governo Federal, conforme o art. 16 da Lei n. 9.612/98. Não se enquadram nessa proibição, por exemplo, a divulgação da propaganda eleitoral gratuita – regulamentada pela Justiça Eleitoral, nos períodos que antecedem às eleições – e a transmissão da *Voz do Brasil* – que deverá ser feita integralmente, de segunda a sexta-feira, das 19 às 20 horas, independentemente do horário escolhido para funcionamento da emissora, que deve ser de, no mínimo, 8 horas. Exceções previstas, este é um de seus muitos anacronismos: a Lei proíbe *formar redes*, mas nada especifica sobre *estar em rede*.

[5] Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radio-comunitaria/cartilha>. Acesso em: 10 nov. 2010.

Para se ter uma dimensão da importância das RadCom no Brasil, basta comparar os números do setor de radiodifusão sonora: segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em dezembro de 2010 estavam em operação 3.064 emissoras comerciais e educativas em frequência modulada (FM), 1.784 emissoras em ondas média (OM), para um universo de 4.150 rádios comunitárias autorizadas e legalizadas[6].

Dados do Ministério das Comunicações de 16 de janeiro de 2012 davam conta da existência de 4.395 rádios comunitárias legalizadas ou com processo de legalização em andamento. Em 19 de março do mesmo ano, esse número já havia subido para 4.433 RadCom, 576 delas no Estado de São Paulo. Ou seja, existem em nosso país mais estações comunitárias do que comerciais operando em frequência modulada. O número de autorizações continua crescendo e a expectativa é que, em futuro não muito distante, a maioria dos 5.565 municípios[7] brasileiros possua uma estação dessa modalidade. Obviamente, isso não implica maior área de cobertura ou audiência, mas sinaliza a intensa capilaridade da radiodifusão comunitária legalizada.

Por ser uma experiência relativamente recente se comparada à da radiodifusão, a Internet ainda não tem o mesmo alcance que o rádio, mas também já apresenta números vertiginosos. Segundo dados do Ibope/Nielsen relativos ao fim de 2011, no Brasil, 79,9 milhões de pessoas com 16 anos ou mais de idade[8] acessavam a Internet em qualquer ambiente (domicílios, trabalho, escolas, *lan houses* ou outros locais), sendo o quinto País no mundo em número de conexões à Internet. Desse total, 62,6 milhões de pessoas possuem acesso domiciliar, sendo 83% por meio de conexão acima de 512 Kbps. Segundo o Ibope, em fevereiro de 2010, a subcategoria Comunidades, correspondente a redes sociais, *blogs*, bate-papos, fóruns e outros *sites* de relacionamento, teve alcance de 86,3% na população.

À perenidade do rádio como veículo que apresenta fôlego para a leitura e interpretação da dinâmica social, soma-se a emergência de aspectos que surgiram a partir do domínio da Internet, mais precisamente de um de seus protocolos, a *www*. Desse ponto de vista, as rádios comunitárias legalizadas podem embasar discussões que nos permitem ampliar, no novo ambiente, o entendimento das reconfigurações de alguns de seus princípios norteadores, entre os quais comunidade, participação popular e exercício da cidadania, elementos fundamentais para a tese que se pretende desenvolver.

---

[6] Dados relativos a 2010. Disponível em: <http://bit.ly/3c55R> (Informações e Consultas, Números do Setor). Acesso em: jan. 2012.
[7] Dados fornecidos pelo IBGE em 31 de agosto de 2011. Disponível em: <http://bit.ly/LdIsuC>.
[8] Dados relativos ao quarto trimestre de 2011, divulgados em fevereiro de 2012. Disponível em: <http://bit.ly/Hz1Jmm>. Acesso em: jan. 2012.

Para que tais conexões pudessem emergir, tivemos como suporte na análise das espacialidades – dimensão que constrói a comunicação e suas possibilidades socioculturais, ao caracterizar a representação dos espaços em observação – e suas categorias científicas: a própria espacialidade, ou seja, as formas de construção e de representação do espaço, além da visualidade, da visibilidade e da comunicabilidade (FERRARA, 2002, 2007, 2008[a], 2008b, 2009). Correlatas com a visualidade e a visibilidade, a *sonoridade* e a *sonoplasticidade* surgiram como classificações fundamentais para pensar as espacialidades sonoras na *web*, agora construídas, não apenas a partir do elemento sonoro, mas também a partir da agregação de elementos textuais, vídeos, gráficos etc., em denso e intenso processo convergente.

Pode-se dizer, sustentado em estudiosos e pesquisadores[9] dos processos de comunicação contemporânea, que a humanidade atravessa uma das mais importantes transformações da história, atribuída ao galopante desenvolvimento dos mecanismos de relação que as novas tecnologias colocam a nosso dispor. Nesse sentido, o trabalho cujo desenvolvimento se segue parte do pressuposto de que as novas tecnologias operaram mudanças substanciais no processo de mediação no qual as RadCom estão implicadas. No limiar do século XXI, vimos se consolidar outras formas de experiência que levam à transformação do ambiente, conferindo destaque ao meio comunicativo, ao lado e além da razão técnica. Essas formas de experiência estão de acordo com o movimento da história, em que a comunicação está na centralidade das mudanças em curso.

E de modo semelhante às "ondas" sociais e econômicas explicadas por Alvin Toffler (1980), as ondas do processo comunicacional não se anulam, mas se sobrepõem umas às outras em ritmo acelerado, interagindo com todos os aspectos da vida humana. O que é importante reter é que a emergência de uma ou de outra põe em cena características particulares que afetam diretamente a comunicação e seus processos. Sendo a atividade comunicacional uma atividade inerente ao ser humano e às ações sociais, o foco da nossa preocupação esteve voltado para as mudanças de enfoque e de práticas que constituem as RadCom.

Indubitavelmente, o rádio vem se "adequando", de várias maneiras, a essa nova realidade, adquirindo novos perfis. Pesquisas demonstram que a veiculação do rádio via

[9] Ressaltamos que essa preocupação não diz respeito apenas aos estudiosos da comunicação, mas é extensiva a teóricos das várias áreas do conhecimento. Destacamos esse campo por ele ser o eixo teórico sobre o qual esse trabalho estará assentado. Assinalamos alguns nomes proeminentes dos estudos sobre a temática: Jenkins, Castells, Bolter, Manovich, entre outros.

Internet cresce como opção para emissoras tradicionais. Já em 2006, segundo a Reuters[10], o dilúvio de publicidade nas rádios tradicionais e o custo de assinatura das rádios via satélite levavam os ouvintes a optar por rádios *on-line* alternativas, estações que operam basicamente com apoios governamentais, doações, ou são bancadas por publicidade contida.

Por outro lado, pesquisa da Arbitron e da *Edison Media Research* feita no início de 2012 mostra que quatro em cada dez norte-americanos com mais de 12 anos ouvem rádio via Internet ao menos uma vez por mês, algo em torno de 103 milhões de ouvintes. Em relação a 2007, a audiência semanal de rádios *on-line* (inclusas aqui emissoras que também estão presentes no dial) nos Estados Unidos cresceu de 11% para 29% da população, passando de 29 milhões para aproximadamente 76 milhões de norte-americanos. A pesquisa mostra também um crescimento significativo no acesso à Internet e na audiência de rádio por meio de dispositivos móveis (celulares, *smartphones* etc.)[11].

Obviamente, não descartamos as grandes diferenças sociais, econômicas, políticas e culturais entre Brasil e Estados Unidos. No entanto, não há dúvida de que também os números da Arbitron e da *Edison Media Research* fornecem indicadores muito interessantes para a observação de um fenômeno que, em maior ou menor escala, tem se espalhado pelo mundo: a diversificação nos modos de produção e de audiência de rádio, o crescimento dos acessos móveis, o aumento na distribuição e consumo de áudio por meio das plataformas digitais.

Para alguns, as experiências de transmissão radiofônica das RadCom na *web* decretariam o fim da comunicação e do diálogo, do intimismo e da ligação afetiva com o ouvinte da comunidade localizada, características que seriam ausentes de tais experiências. Para outros, as transmissões radiofônicas via Internet seriam uma oportunidade para se recriar e reinventar, para se resgatar utopias adormecidas: a do rádio interativo, a do rádio alternativo, a do rádio educador e a do rádio que abraça o mundo.

Adiantamos que não nos perfilamos às correntes entusiastas, que consideram a tecnologia a panaceia para todos os males, tampouco àquelas crédulas em postulados que avaliam os artefatos tecnológicos como uma ameaça à "pureza" das formas tradicionais de comunicação. Ao contrário, o projeto se atém a observar de que modo as rádios comunitárias legalizadas se reorganizam quando são transpostas para a *web*. Isso significa não perder de

---

[10] "Rádio via Internet cresce como opção a emissoras tradicionais", 6 de setembro de 2006. Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI1125528-EI4802,00.html>. Acesso em: fev. 2010.

[11] The Infinite Dial 2012: Navigating Digital Plataforms. Pesquisa por telefone (móvel e fixo) realizada com 2.020 pessoas com mais de 12 anos, em inglês e espanhol, nos meses de janeiro e fevereiro de 2012. Disponível em: <http://www.edisonresearch.com>. Acesso em: 15 mar. 2012.

foco o fenômeno das RadCom que operam no dial e que, de certo modo, no limite, justificam e propiciam a sua existência na *web*.

Em resumo, a principal questão que se coloca para este trabalho é: como se (re)configuram as RadCom legalizadas no contexto da *www*? Ou seja, pretendemos compreender de que maneira as emissoras comunitárias legalmente constituídas para operar no dial se organizam e estruturam distintas visualidades/visibilidades e sonoridades/sonoplasticidades na nova ambiência. Ou, ainda, como podemos mapear os componentes sígnicos que possibilitam a construção das espacialidades das rádios comunitárias no ambiente da *web*? Não podemos perder de vista a ampliação da análise da relação visualidade/visibilidade e sonoridade/sonoplasticidades, considerando as dimensões específicas de cada uma e a possível relação entre elas – esta acaba por apontar para o sistema sinestésico (do ponto de vista técnico-sensível) e híbrido (do ponto de vista sociocultural, no qual a noção de cidadania pode estar implicada).

Tendo como ponto de partida as reflexões geradas na dissertação de mestrado, o presente trabalho busca ampliar as discussões relacionadas ao papel e ao funcionamento das rádios comunitárias, agora na ambiência da Internet, verificando quais as outras/novas possibilidades de interação e participação – termos caros aos princípios ordenadores das RadCom – a partir da análise das espacialidades e suas categorias científicas.

Nesse sentido, tem como objetivo geral compreender – por meio de leituras das diversas espacialidades que brotam das possibilidades de mediação/interação do ouvinte/internauta com as RadCom na *web* – de que modo as rádios comunitárias legalmente autorizadas para operar no *dial* se organizam e se reestruturam na ambiência da Internet, discutindo o seu importante papel no processo de redefinição de espaços na contemporaneidade e pondo em relevo o cenário em que essas (re)configurações são possíveis.

De acordo com Ferrara, mediação e interação não podem ser tomadas como sinônimos. Enquanto a mediação “sugere a manipulação que submete a capacidade cognitiva, a interação transforma a unicidade da mensagem na semiose dos sentidos que evidenciam um modo de comunicar em expansão, onde o receptor é cogestor do processo comunicativo” (2012, no prelo).

Para Lévy, a interação pressupõe ação e reação, ou seja, um canal de comunicação que opera nos dois sentidos, podendo ser medida por meio de diferentes eixos, entre os quais destacamos as possibilidades de apropriação e personalização da mensagem e a reciprocidade da comunicação (1999, p. 77-82).

Manovich, por sua vez, destaca que toda comunicação intermediada por computador é interativa, portanto, não faz sentido denominar os meios informáticos de "interativos", por ser essa a sua característica mais básica (2005, p. 103). Entre as diferentes classes de estrutura e operações interativas, o autor oferece como exemplos a interatividade aberta (*software* e interface respondem às ações do usuário, que pode modificar estruturas e operações) e interatividade fechada (em uma base de dados restrita, a ação do usuário está limitada aos elementos predeterminados pela estrutura) (MANOVICH, 2005, p. 87, p. 103-109)[12].

A partir dessa leitura, outros objetivos mais específicos são postos, entre os quais: verificar como as rádios comunitárias atuam nos limites da *web* e, ao assim fazer, forjam novos sentidos a alguns de seus princípios ordenadores; verificar as outras/novas possibilidades de interação e participação, bem como outros espaços reconfigurados na *web*; contribuir para as investigações sobre modos de organização do espaço de emissões radiofônicas comunitárias na *web*.

E ao tomarmos como ponto de partida deste trabalho as RadCom legalizadas do *dial* em sua transposição para a *web*, objetivamos ainda fornecer subsídios e colaborar para uma discussão acerca dos rumos da radiodifusão comunitária legalizada em nosso País, decorrida mais de uma década da promulgação da Lei. Como já dito, respeitamos a riqueza das experiências de radiodifusão comunitária não oficial, porém acreditamos que estruturar este trabalho com base nas RadCom legalizadas para, então, atingir o que está aquém e além da Lei no espaço de fluxos pode contribuir, inclusive, para revisões de determinados pontos do estatuto legal, entre os quais, por exemplo, as limitações de formação de rede (para compartilhamento de conteúdo) ou, quiçá, a revisão do estrito limite geográfico.

Na transposição do dial para a *web* de uma emissora comunitária, observam-se construções de novas configurações – espacialidade, cognições, interações – que já não permitem mais sua abordagem/análise apenas por meio da conceituação tradicional de alguns de seus princípios ordenadores, tais como comunidade, exercício da cidadania e participação popular.

No que diz respeito ao aspecto legal, partimos do pressuposto que na *web*, diferentemente do espaço ocupado no *dial* – chamado *radiodifusão*, portanto sujeito à

[12] A proposição de Primo guarda certa semelhança com a de Manovich, embora se concentre em pensar a interação mediada por computador a partir da perspectiva da ação entre os "interagentes". Primo divide essas interações em dois grandes grupos: 1) a interação mútua que é "um constante vir a ser, que se atualiza através das ações de um interagente em relação à(s) do(s) outro(s), ou seja, não é mera somatória de ações individuais" (2008, p. 228); e 2) a interação reativa que é marcada por predeterminações que acabam por condicionar as trocas, estabelecendo-se, portanto, a partir de algumas condições iniciais previamente definidas (PRIMO, 2008, p. 228-229).

regulação do setor –, as novas emissoras prescindem de autorização legal para entrar em operação. *Estar na rede* não é necessariamente *entrar em rede* – impossibilidade legal para as RadCom.

E no tocante aos aspectos técnicos, não podemos ignorar que, no ambiente Internet, as RadCom se veem agora diante de outra lógica de distribuição e recepção de conteúdo, em que quantidade e velocidade cada vez maiores operam para a ampliação do consumo de produtos e informações, refletindo-se nos modos de configuração da mensagem e na dimensão cultural do meio. Além disso, a veiculação do sinal sonoro – razão de ser da sua inserção no *dial* – ainda é uma dificuldade na *web*: disponibilizar uma boa qualidade do *streaming* e manter um número razoável de ouvintes ao mesmo tempo no ar custa mais do que, quase sempre, as emissoras podem arcar[13].

O próprio nome "RadCom" proporciona visualidade ao conceito de comunicação/radiodifusão comunitária no Brasil. O direito de fala, pressuposto que está na matriz dos movimentos pela democratização das comunicações no Brasil – e, por consequência, no próprio surgimento das emissoras comunitárias legais –, não mais se sustenta, sendo substituído pelo "direito de acesso". Portanto, há um deslocamento de uma das questões fundantes do objeto: para ter "direito à fala" é preciso primeiro ter "direito de acesso" à rede.

Por outro lado, a relação comunicativa, organizada a partir da relação face a face e dos laços comunitários, estrutura e até justifica a radiodifusão comunitária, sendo, inclusive, um de seus elementos legais constituintes, como veremos no Capítulo 3. Na dinâmica das RadCom no *dial*, a vinculação comunicativa da comunidade pode propiciar tanto processos interativos como processos mediativos, que variam conforme solicitem maior ou menor participação do ouvinte (FERRARA, 2008). Como observamos em pesquisa anterior, apesar das regras estabelecidas em Lei, ao restringir a participação da comunidade aos níveis mais básicos (por exemplo, envio de mensagens ou pedidos musicais), a lógica comunicativa das RadCom no *dial* ainda parece muito centrada na mediação dos corpos (FERREIRA, 2006).

A questão central deste trabalho é que, construída para ser *vista* (e também manipulada, distribuída, alterada, comentada etc.), em sendo *ouvida*, a RadCom na *web* é *outra coisa que*, portanto não pode mais ser nomeada a partir das amarras do rádio no *dial*. As características que explicam e estruturam o veículo no espectro eletromagnético não se aplicam, não dão conta e, portanto, não podem ser adotadas na observação e definição dos

[13] Para valores cobrados, ver por exemplo, <http://www.suaradionanet.net/> (acesso em: 24 maio 2012) ou, ainda, <http://www.radioshost.com/modules/assineja/> (acesso em: 24 maio 2012).

fenômenos que se constroem na Internet (seja na *web* ou em seus demais protocolos), que é muito mais que uma plataforma de reprodução e distribuição de conteúdo (ECHEVERRÍA, 1999; WOLTON, 2007).

Ao mesmo tempo, as mudanças verificadas no novo ambiente apontam para o que pode vir a ser um "pós-*web*", uma vez que pesquisas recentes[14] sinalizam uma queda no tráfego da *www* em contraposição ao aumento significativo no acesso por meio de aplicativos (*apps*). Ainda que não nos perfilemos aos prognósticos de morte da *web* (ANDERSON; WOLFF, 2010)[15], não ignoramos a significativa alteração nos mecanismos de acesso e compartilhamento, mais visível, sobretudo, com a ascensão dos dispositivos móveis (celulares, *smartphones*, *tablets* etc.), em que se destaca o uso de *apps*.

Essa hipótese central se desdobra em três outras questões relacionadas. Primeiro, com a transposição da RadCom para a *web*, distintas lógicas comunicativas se processam: outros sentidos vão sendo conferidos às trocas comunicativas, marcadas agora por processos de vinculação essencialmente interativos. No dial, a relação comunicativa face a face que estrutura a comunidade é simulada nos processos de vinculação fortemente mediativo das RadCom. Transpostas para a *web*, aplicativos como MSN, Skype, *chats*, câmeras ao vivo etc., operam como simulacros do face a face e também intensificam a dimensão interativa da comunicação radiofônica comunitária.

Ao verificarmos o deslocamento da preponderância do eixo mediativo para o eixo interativo, como segundo desdobramento, vemos sinalizado também o deslocamento do sentimento de *vizinhança* para um sentimento de *pertença tópica*, ampliado em *espacialidade ur-tópica*. No dial, os ouvintes da comunidade geograficamente delimitada por lei não *são* apenas vizinhos, mas se sentem *fisicamente* vizinhos. Na transposição para a *web*, o sentimento de vizinhança dá lugar ao sentimento de *pertença tópica*, pois há uma tentativa de criar/simular um lugar de pertencimento em rede, produzindo espacialidade claramente *ur-tópica*, pois estamos diante de outras novas possibilidades de constituição de lugares, que podem se conformar não apenas a partir da ideia de origem/início, mas também como princípio/permanência, conforme veremos no Capítulo 3.

---

[14] Ver, por exemplo, pesquisa da *Business Insider* (2011) que mostra que o usuário passa mais tempo acessando aplicativos do que navegando na *web*. Disponível em: <http://bit.ly/vIzHB9>. Acesso em: mar. 2012. Ver também pesquisa da ComScore que revela que 82% do tempo gasto em acesso móvel (celulares, *smartphones*, *tablets* etc.) se dá por meio de aplicativos. Disponível em: <http://bit.ly/JX5r93>. Acesso em: maio 2012.

[15] Vide o polêmico artigo de Chris Anderson e Michael Wolff publicado na *Wired Magazine*, em setembro de 2010, "The web is dead. Long Live the Internet" (disponível em: <http://bit.ly/bknmCP>).

Finalmente, um terceiro desdobramento da hipótese central são as reconfigurações que ocorrem também nas relações tempo-espaço. Instrumentalizado pela indústria da comunicação, no nível da configuração da mensagem, o rádio reduzido a veículo constrói a *temporalização do espaço*, ou seja, a predominância do tempo sobre o espaço, de modo a permitir a sincronização dos ritmos e corpos na cidade (MENEZES, 2007). Isso se dá, sobretudo, pela linearização imposta pela organização da mensagem e ditada pelo tempo mecânico na difusão – isto é, um programa depois do outro, todos os dias da semana, nos mesmos horários etc.

Idealizada para atuar como contraponto à lógica comercial, no dial, a RadCom surge de modo a permitir a *espacialização do tempo* na mediação, na medida em que pode viabilizar a sincronia no espaço de convivência e negociação que constitui a comunidade. E ao sincronizar as trocas comunicativas, a própria comunidade viva e pulsante acaba por predominar sobre a lógica do tempo linear, mensurável, irreversível, ordenador da mensagem radiofônica organizada.

Transposta para a ambiência da *web*, na configuração da mensagem emerge um texto cultural que, como fronteira, desloca a predominância da *temporalização do espaço*, imposta pela indústria cultural no *dial*, para a predominância da *espacialização do tempo*. Ou seja, teríamos o predomínio do espaço sobre o eixo temporal, num ambiente altamente dispersivo, que se abre à leitura em superfície. No entanto, por outro lado, um terceiro desdobramento da hipótese central que este trabalho se põe a investigar é que, no processo de navegação do ouvinte/internauta, ao construir sintagmas, a dinâmica se desfaz e, novamente, poderíamos observar a *temporalização do espaço*.

Para que pudéssemos trabalhar nossa hipótese central e seus desdobramentos, elegemos como *corpus* da pesquisa emissoras comunitárias do Estado de São Paulo, legalmente constituídas para operar no espectro magnético (segundo a Lei de Radiodifusão Comunitária 9.612/98) ou com processo autorizado e em andamento no Ministério das Comunicações, que também possuam *sites* ou *blogs* na *web*, com ou sem distribuição do sinal sonoro da emissora.

Circunscrever a pesquisa ao Estado de São Paulo justifica-se porque amplia e dá sequência ao levantamento realizado em nossa Dissertação de Mestrado, na região noroeste do Estado. Nessas condições, como já foi dito acima, no dia 16 de janeiro de 2012, data que estabelecemos como final para definição do corpo de pesquisa, existiam no Brasil 4.395

emissoras comunitárias[16] autorizadas a executar o Serviço de Radiodifusão Comunitária, 572 delas no Estado de São Paulo, o que representa, portanto, a segunda maior força em número de RadCom no País, atrás somente de Minas Gerais, com 711 emissoras legalizadas no mesmo período.

Depois de um ano e meio, localizando as emissoras na *web* por meio de *sites* de busca, contatos telefônicos, por *e-mail* e por redes sociais (conforme será detalhado no Capítulo II), chegamos a 304 RadCom com *sites* na *web*, algumas delas em processo de montagem e de manutenção de página. Realizamos ao menos três visitas às páginas das emissoras, em dias e horários diferentes, por no mínimo 30 minutos, para aplicação de uma pesquisa-questionário (ver Anexo 1). Esse processo nos permitiu não apenas uma visão geral do estado da arte de nosso objeto, mas também um imenso mapa histórico do fenômeno que resulta das imagens que compõem o CD anexado a este trabalho, com imagens de todas as páginas e que pode servir de fonte de pesquisas futuras. Propiciou, ainda, a seleção das experiências mais representativas que pudessem servir como base para as leituras de espacialidades, realizadas no Capítulo II, fundamentais para a compreensão do problema que norteia este trabalho.

O método de pesquisa foi sistematizado em: 1) pesquisa bibliográfica e documental para ampliação do quadro referencial teórico-metodológico; 2) levantamento das RadCom legalizadas do Estado de São Paulo até o dia 16 de janeiro de 2012, presentes também na ambiência da Internet (ver Anexo 1); 3) observação e análise das páginas na *web* por meio de aplicação de questionário previamente elaborado (ver Anexo 2), bem como tabulação dos dados; 4) leitura comparativa de modos de organização do espaço, de acordo com as categorias da espacialidade, quais sejam: a própria espacialidade (a construtibilidade espacial), a visualidade/visibilidade e a comunicabilidade.

O trajeto analítico conduzido pelo problema central desta tese está dividido em três capítulos. No primeiro deles, intitulado *O lugar do rádio na história*, buscamos retomar os marcos históricos e estruturais do veículo, abordando, sobretudo, a linguagem do meio, as implicações do surgimento das RadCom e o contexto do digital e da *www*. Na análise e desconstrução das características consideradas intrínsecas ao meio (ORTRIWANO, 1985), intentamos mostrar que, no processo de ressignificação, o conteúdo do meio radiofônico no *dial* acaba sendo apropriado e servindo de matéria-prima para uma nova forma de veiculação radiofônica, agora no suporte digital (BOLTER; GRUISIN, 2000; McLUHAN, 1996). E isso se dá justamente em função das relações de fronteira entre os meios digital e analógico. Ou

[16] Acesso em: 16 jan. 2012.

seja, a remediação ou apropriação de um meio em outro (BOLTER; GRUISIN, 2000) só ocorre por causa das relações fronteiriças que a linguagem digital permitiu estabelecer com as demais linguagens, não apenas a audiovisual (cinema e televisão), mas também com a publicidade, com o jornal impresso etc. (MACHADO, 2007).

No segundo capítulo, *Espacialidades sonoras: as fronteiras das RadCom na web*, apresentaremos as reflexões sobre as espacialidades das RadCom na ambiência da *www*, tendo como ponto de partida as categorias de visualidade e visibilidade propostas por FERRARA (2009, 2008, 2007) e as suas correlatas sonoridade e sonoplasticidade. Tais categorias são aplicadas na análise das 304 RadCom legalizadas do Estado de São Paulo presentes na *web*, apresentando de que modo operam na construção dos meios comunicativos. Discutiremos como a maioria dos *sites* apenas reproduzem integralmente outras linguagens, por exemplo, o jornal impresso, a linguagem televisiva, ou se resumem à mera reprodução do rádio do *dial*. Nesse sentido, configuram-se apenas mimeses de meios anteriores.

Os desdobramentos encontram-se no Capítulo III, *O rádio depois do rádio*, que tem início com a discussão dos novos contornos que as noções fundantes das RadCom (entre os quais cidadania, participação e comunidade) adquirem quando transpostas para o espaço de fluxos. As mudanças verificadas no novo ambiente são ampliadas naquilo que pode vir a ser um "pós-*web*", uma vez que pesquisas recentes comprovam a queda significativa no tráfego da *www* em contraposição ao aumento significativo no acesso por meio de outros protocolos.

Refletiremos, então, como na *web* a relação comunicativa, que efetivamente cimenta as trocas na comunidade, dá lugar ao vínculo, agora essencialmente interativo: o meio (mais simbólico do que físico) passa a ser espaço primordial no estabelecimento e manutenção de redes de vinculação (FERRARA, 2008). Como consequências, temos um deslocamento do sentimento físico de *vizinhança* para um sentimento de *pertença tópica em espacialidade ur-tópica*, bem como a *espacialização do tempo* no nível da configuração da mensagem e a *temporalização do espaço* no nível da interação com os textos da *web*.

Finalmente, a última etapa deste trabalho é o momento que reservamos para as considerações finais, em que retomamos panoramicamente as premissas que motivaram a execução deste trabalho, que se traduz no esforço de compreender as reconfigurações que as RadCom vêm sofrendo na ambiência das novas tecnologias e que sinalizam para um rádio muito além do áudio.

Capítulo 1

O lugar do rádio na história

Capítulo 1 - O lugar do rádio na história

> O rádio é, verdadeiramente, a realização integral, a realização cotidiana da psique humana. O problema que se coloca a esse respeito não é pura e simplesmente um problema de comunicação; não é simplesmente um problema de informação; porém, de modo cotidiano, nas necessidades não apenas de informação mas de valor humano, o rádio é encarregado de apresentar o que é a psique humana.
> [...] O rádio está verdadeiramente de posse de extraordinários sonhos acordados (BACHELARD, 2005, p. 129-133).

Considerando que "articular historicamente o passado não significa conhecê-lo 'como ele de fato foi' [mas] apropriar-se de uma reminiscência" (BENJAMIN, 1994, p. 224), convém situar o lugar do rádio na história para que possamos dimensionar nosso objeto, o que será realizado muito brevemente: primeiro, porque não é objetivo deste trabalho o levantamento histórico do veículo; segundo, porque, no Brasil, trabalho nesse sentido foi e tem sido realizado com competência por autores como Federico (1992), Ferraretto (2007), Klöckner (2008), Moreira (2010, 2002, 1998, 1991), Ortriwano (2003, 1990, 1985), Tavares (1997), para citar apenas alguns.

Por isso, nessa tarefa, objetivamos não a descrição ou o detalhamento de eventos datados no tempo, mas, sim, uma espécie de "escovar a história a contrapelo" (BENJAMIN, 1994, p. 225), ou seja, problematizar a inserção do rádio na dinâmica social – considerando suas múltiplas possibilidades –, propondo uma desconstrução das lógicas sobre as quais o veículo se estrutura e se consolida e uma visão abrangente das aberturas advindas com a legalização da comunicação radiofônica comunitária e com os avanços tecnológicos. Com esse processo de desconstrução, pretendemos rever e desmontar as ideias cristalizadas nas reflexões teóricas, na luta social, na legislação e na prática das RadCom do dial para checar a sua vigência na transposição para o novo ambiente. Cabe um questionamento: essas categorias consagradas seriam ainda capazes de dar conta do fenômeno transposto para a *web?*

O surgimento do rádio insere-se em um momento específico da história mundial, em que os acontecimentos decorrem das sucessivas "revoluções" dos séculos XVIII e XIX, que transformaram radicalmente a vida do homem e alteraram profundamente a nossa experiência de tempo e espaço. O rádio está na raiz de uma era tecnológica calcada na velocidade, nos vínculos transfronteiriços e desterritorializados, marcas da expansão do capital e do estabelecimento de formas contemporâneas de dominação estatal.

Sob o viés do capital, a tecnologia e a informação, processadas por um tempo mais ágil de produção e distribuição, tinham o papel precípuo de gerar lucros. Informação gera capital, que gera poder (CASTELLS, 1999). No tocante ao Estado – que se organiza no século XIX –, não apenas o desenvolvimento de meios de transporte são importantes para o estabelecimento das possibilidades de troca, mas também a comunicação surge como elemento fundamental na criação de uma estrutura universal, globalizada. Afinal, na lógica do Estado contemporâneo, a comunicação atua de modo decisivo na criação de unidades políticas e culturais que permitem transformar processos múltiplos em processos únicos, garantindo a manutenção da ordem e a obtenção do progresso. Inserido na perspectiva modernista de que há um ideal estabelecido e que pode positivamente ser alcançado, o rádio surge, ao lado do cinema e da televisão, como uma das tecnologias que não apenas confere legitimidade ao sistema de dominação – um porta voz do Estado Nação –, mas que também atua, ao dar suporte ao modelo econômico capitalista, como um dos principais instrumentos no estímulo ao consumo. E,

> Ao funcionarem como instrumentos de propagação e solidificação das crenças desse modo de pensar a ordem social, o uso e o surgimento desses canais [rádio, cinema e televisão] estavam de acordo com o contexto ideológico do moderno e se inseriam na lógica capitalista, principalmente no que se refere à produção em série para ser escoada num grande mercado consumidor (NAKAGAWA, 2012, no prelo).

Assim como o cinema e, mais tarde, a televisão, o surgimento do rádio ocasionou uma nova noção de distância e percepção do espaço, pois levou à formação de novas redes que encurtaram distâncias, deixando o mundo menor e estimulando o uso constante da imaginação (COSTA, M., 2002, p. 56). A partir das mídias eletrônicas e da sociedade tecnológica, o homem ampliou suas relações por meio do aumento das informações, que passaram a ser mediadas, distantes, impessoais.

Nesse contexto, alertam Briggs e Burke, “revolução industrial” e “revolução da comunicação” constituem parte do mesmo processo, que atende a um momento histórico preciso, mas é fruto de uma série de desdobramentos. Trata-se de um processo no qual a mídia deve ser vista como um *sistema* em permanente mudança, em que um novo meio não implica o abandono de outro: ao contrário, as mídias coexistem e interagem (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 17). Para os autores:

> No século XX, a televisão precedeu o computador, do mesmo modo que a impressão gráfica antecedeu o motor a vapor, o rádio antecedeu a televisão, e as estradas de ferro e o navio a vapor precederam os automóveis e aviões. [...] O telégrafo precedeu o telefone, e o rádio deu início à telegrafia sem fio. Mais tarde, depois da invenção da telefonia sem fio, ela foi empregada para introduzir uma "era da radiodifusão", primeiro em palavras, depois em imagens. (2004, p. 114).

Já na década de 1960, antes mesmo do surgimento da Internet, McLuhan falava sobre esse processo de mudança constante. Segundo ele, "um novo meio nunca se soma a um velho, nem deixa o velho em paz. Ele nunca cessa de oprimir os velhos meios até que encontre para eles novas configurações e posições" (2007, p. 199). Por isso, qualquer tecnologia nova que é introduzida vai sempre agir sobre o ambiente social, levando à "saturação de todas as instituições" (McLUHAN, 2007, p. 203).

Dessa forma, o que muda a vida das pessoas não é a tecnologia, mas suas consequências. O que muda o ambiente cultural da Renascença, por exemplo, não é a invenção da imprensa e dos tipos móveis, mas as consequências das novas possibilidades tecnológicas que daí advêm, entre as quais a democratização da alfabetização, a ampliação de possibilidades de acesso à informação, os livros, as bibliotecas, as trocas, a mediação etc. Assim também, o que muda a atmosfera cultural do mundo globalizado são as consequências da mídia digital, ou seja, as outras possibilidades de trocas e mediações que vemos configurar e que são patrocinadas pela mídia digital. Sendo as mudanças culturais consequências da tecnologia, elas até podem levar a outras invenções tecnológicas, mas não existe determinação da tecnologia sobre tais mudanças.

Nesse sentido, na década de 1990, agora sob o impacto da *web*, FIDLER amplia essa ideia ao afirmar que a Internet não surge de forma espontânea, mas é uma soma, a metamorfose de todas as mídias preexistentes. Para ele, a *midiamorfose* é justamente:

> La transformación de los medios de comunicación, generalmente por la compleja interacción de las necesidades percibidas, las presiones políticas y de la competencia, y las innovaciones sociales e tecnológicas […] los nuevos medios no surgen por generación espontánea ni independientemente. Aparecen gradualmente, por la metamorfosis de los medios antiguos. Y cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose. (1998, p. 57)

Nessa perspectiva, pode soar até "artificial" separar eventos que marcam a história da mídia. Tomemos o telégrafo como exemplo: seu desenvolvimento está intimamente ligado com o desenvolvimento das ferrovias – que necessitavam de sistemas de sinalização instantâneos –, assim como a colocação de cabos submarinos é praticamente inseparável da expansão do transporte de navios a vapor, estimulada pelo aumento das transações econômicas em nível globalizado (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 140-141).

Assim é que o surgimento da TV não implicou a morte do rádio, nem o advento da Internet provocou o abandono da TV. Mas não há dúvidas de que a chamada "revolução digital" vem imprimindo profundas mudanças não apenas na radiodifusão de imagem e de som, mas também em toda a comunicação humana, englobando desde a criação de novos canais de expressão até alterações nas linguagens e na constituição dos meios preexistentes. Nesse sentido, Prata toma emprestado o termo cunhado por Fidler para afirmar que o rádio vive um processo de *radiomorfose* em todos os momentos em que buscou se readaptar, adequando-se aos impactos das novas tecnologias, por exemplo, o impacto da TV nos anos 1950 ou as novas possibilidades propiciadas pelo suporte digital (2009, p. 79-80).

Finalmente, assim como Miège (2007), consideramos que tal processo de desenvolvimento técnico não se encontra apartado das determinações e lógicas sociais. Ao contrário, envolve tanto uma "dupla mediação" – pois, ao mesmo tempo em que as características técnicas das tecnologias determinam novas práticas comunicacionais, as relações que historicamente se estabelecem com os novos meios se dão mais como continuidade do que como rupturas em relação a eles –, como um processo de enraizamento social. Nessa perspectiva, a temporalidade, ou seja, o distanciamento de longa duração, é um fator chave na busca da compreensão dos "movimentos da técnica" em uma dimensão sociotécnica. No caso do rádio, para tomar apenas um dos exemplos desse autor, a radiodifusão surge quase um quarto de século após as primeiras transmissões hertzianas, tornando um "sistema técnico de primeira ordem que a partir de agora não deixará de ser renovado, notadamente com as televisões generalistas" (MIÈGE, 2007, tradução nossa)[17]. Também a Internet, disponibilizada ao público/usuário comum apenas em 1996, na realidade é uma continuidade da Arpanet, projeto empreendido com objetivos militares e científicos nos Estados Unidos da América (EUA) dos anos 1960. É a partir dessa premissa que buscamos refletir sobre o lugar do rádio na história.

[17] Texto original: "[…] près de 25 ans après les premières transmissions hertziennes, la radiodiffusion, un système technique majeur qui ne cessera ensuite d'être repris, notamment avec les télévisions généralistes, est lancée aux Etats-Unis" (MIÈGE, 2007).

Na segunda metade do século XIX, em todo o mundo, dezenas de cientistas, profissionais, amadores, ou mesmo curiosos, apoiados ou não financeiramente por governos e/ou pela indústria, desenvolviam pesquisas e experimentos visando à transmissão de sons, com ou sem fio, a distância. Trabalhavam animados pelo paradigma iluminista de que a razão, por meio da ciência, seria capaz de construir leis invariantes que levassem ao ordenamento e transformação do mundo rumo a um progresso universal inalienável. Como vimos, fruto de uma dimensão sociotécnica específica (MIÈGE, 2007), foi a descoberta, primeiro, do telégrafo com fio (1840) e, depois, da telegrafia sem fio que pavimentou o terreno para novas formas de comunicação, entre elas, o telefone e o rádio.

Embora os registros oficiais deem ao italiano Guglielmo Marconi, em 1896[18], o mérito da invenção do rádio, o padre Roberto Landell de Moura já realizava, desde 1893, no sul do Brasil, experiências bem-sucedidas de transmissão pelo espectro eletromagnético. O equívoco histórico que confere a Marconi, e não a Landell de Moura, a primazia da primeira transmissão do telégrafo sem fio tem como base interesses políticos e econômicos e, em especial, a garantia do controle e a supremacia militar sobre o novo invento por parte da marinha inglesa[19]. Isso porque, em seus primórdios, no início do século XX, as primeiras emissões radiofônicas eram vistas, sobretudo, como um meio de comunicação aprimorado para uso militar, principalmente pela marinha, ou então como uma evolução do telégrafo. Poucos vislumbravam sua capacidade de veículo de comunicação de *um ponto* para *muitos*, idealizada somente em 1916 por David Sarnoff[20].

Por outro lado, inicialmente, o fato de ser um meio de recepção aberta era visto mais como um problema do que como uma virtude, na medida em que parecia limitar o seu uso tanto para fins comerciais como militares (MEDITSCH, 2001a, p. 33). Não nos esqueçamos de que eram governos e empresas que arcavam com os maiores investimentos no financiamento das pesquisas para desenvolvimento da telegrafia. Nesse sentido, como técnica de comunicação, o rádio surge a partir dessas pesquisas sobre emissão e recepção de ondas eletromagnéticas; como meio comunicativo, emerge da apropriação e experimentação por

[18] Ano em que o cientista italiano patenteou, na Inglaterra, a primeira transmissão sem fio a distância.

[19] "A radiotelegrafia e a radiotelefonia eram um interesse militar estratégico por facilitarem as comunicações militares entre os navios de uma frota. A Grã-Bretanha ainda dominava os mares e era a principal potência mundial, embora os Estados Unidos já começassem a despontar no cenário internacional. Desde 1896, quando reconheceram oficialmente a validade da telegrafia sem fio, concedendo o registro a Marconi, os britânicos analisavam as possibilidades militares e estratégicas dos, então, novos meios de comunicação" (FERRARETTO, 2007, p. 85).

[20] Russo radicado nos Estados Unidos, Sarnoff propõe, em um relatório para a Marconi Company, transformar o rádio em um "meio de entretenimento doméstico como o piano e o fonógrafo" (SARNOFF apud FERRARETTO, 2007, p. 88).

amantes da radiofonia que acreditavam em seu potencial expressivo (tal como preconizado por Balsebre); mas levaria mais de uma década para ser delimitado também como veículo de comunicação de massa.

Em todo o mundo, a expansão da radiodifusão encontra ambiente propício entre as duas grandes guerras mundiais. Isso se dá, primeiro, porque o dispositivo tornou-se, naquele período específico, um meio de divulgação mais veloz das profundas transformações pelas quais o mundo passava. Segundo, porque se constituía, sem dúvida, em arma militar, tanto como suporte de comunicação entre aliados quanto como arma de divulgação ideológica, por meio da internacionalização de propagandas governamentais. Terceiro, porque o setor industrial[21] buscou, no período de paz entre as guerras, um meio de redirecionar a produção excedente para o novo mercado consumidor, por meio da abertura de novos nichos de consumo. Finalmente, porque tanto o Estado capitalista, submetido aos interesses do capital privado[22], como os novos empresários de comunicação e também pesquisadores da nova área que surgia, vislumbraram a possibilidade de operar como instrumento para a organização e a publicização daquela estrutura social ordenada, imaginada pelo moderno, de modo a atingir o progresso inevitável, controlado e organizado.

Explica-se. No século XX tem início uma concentração urbana sem precedentes, fruto de quase um século de migração de grandes levas de trabalhadores do campo para as cidades, em busca de melhores oportunidades, e dos deslocamentos de grandes contingentes pelo mundo. A cidade cosmopolita do primeiro e do segundo momento do moderno, constituída por uma multidão que encontra nas praças, jardins e galerias os seus locais de convivência e troca social por meio do consumo, vai dando lugar às grandes metrópoles marcadas pela superocupação dos espaços por um contingente social cada vez mais indistinto, agora transformado em massa e, definitivamente, organizado pelo consumo. Aprobato Filho destaca que, ainda que em proporções diferentes, rádio e automóvel, cada qual à sua maneira, contribuíram de forma definitiva para o processo de desenraizamento do homem moderno: o primeiro, "através de ondas sonoras impalpáveis, propagadas pelo ar; [e o outro] através da

[21] É importante ressaltar que, em diferentes partes do mundo, as empresas fabricantes de aparelhos transmissores e receptores, que havia colaborado intensamente com os militares no desenvolvimento e na produção de equipamentos, participam da organização e montagem das primeiras emissoras de rádio. Nos EUA, por exemplo, a *Westinghouse Electric and Manufacturing Company* coloca no ar, em 1920, a primeira emissora a obter uma licença comercial para operar: a KDKA.

[22] No mundo socialista-comunista, observa-se igual apropriação por parte do Estado centralizador, com o objetivo de manutenção da ordem e divulgação ideológica. Nesse sentido, Debord nomeia como "espetacular difuso" a abundância das mercadorias e suas diferentes formas de exponibilidade (sobretudo por meio dos veículos, agora voltados para a *massa*) no mundo ocidental capitalista e de "espetacular concentrado" o controle disciplinar e ordenador da burocracia e do Estado coercitivo socialista-comunista. Ver Debord (1997, p. 42-45, teses 63, 64, 65, 66, 67).

inebriante experiência do movimento, em alta velocidade [...], alterando profundamente tanto o campo perceptivo-sensorial do homem, quanto seus comportamentos e suas relações pessoais" (2008, p. 213).

As tensões e os problemas, em especial aqueles relativos à convivência e à infraestrutura, aumentam de modo proporcional ao crescimento das cidades, abalando a crença naquelas normas e valores estruturantes do Estado moderno, sobretudo porque "a massa era mais do que um ataque: era a impossibilidade de continuar mantendo a rígida organização de diferenças e hierarquias que montavam a sociedade" até então (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 226).

Instrumentalizado, a partir de interesses de empresários da comunicação e do poder político, o rádio será tomado como veículo, ainda mais eficiente que o jornal impresso e o cinema, para promover o ordenamento da vida na cidade, de modo a alcançar o progresso certeiro. Uma das estratégias nesse sentido é a adoção de um esquema linear de comunicação, na qual um emissor (que figura como líder do processo) emitiria uma mensagem padronizada por meio de um canal para um receptor que, "passivamente", receberia e absorveria o conteúdo transmitido. Como veremos adiante, uma série de mecanismos são adotados no processo para evitar os "ruídos" que possam comprometer a recepção e absorção das mensagens: a linearização da programação (por exemplo, com um programa depois do outro em uma grade compreendendo dias, semanas, meses); a linguagem simples e direta etc.

Por ora, retomemos nossa breve reflexão sobre o lugar do rádio na história. No Brasil, oficialmente, o rádio estreia em setembro de 1922, durante as comemorações do centenário da independência, na Exposição Internacional do Rio de Janeiro, com equipamentos cedidos pela Westinghouse International Co. (juntamente com a Western Electric Company). Interessada na abertura do mercado brasileiro, a companhia norte-americana instalou um transmissor de 500 watts no Corcovado e distribuiu 80 receptores entre Niterói, Petrópolis, Rio de Janeiro e São Paulo, além dos alto-falantes colocados no recinto de exposição. O resultado veio no ano seguinte, com a instalação da primeira emissora a operar regularmente: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Edgard Roquette-Pinto em parceria com um grupo de cientistas e amantes da radiofonia.

Assim, tem início, efetivamente, a história da radiodifusão no País. Inúmeras emissoras foram inauguradas nos anos seguintes[23], todas elas com características muito

[23] Por exemplo, Rádio Clube do Brasil, no Rio de Janeiro e Rádio Clube Paranaense, em Curitiba (ambas em 1923); Rádio Educadora Paulista, mais tarde Rádio Gazeta (1924); núcleo experimental da Rádio Cruzeiro do

semelhantes às da Rádio Sociedade: eram empreendimentos que se apresentavam como não comerciais, montados por grupos mais abastados financeiramente, apaixonados pelo novo meio. Em sua maioria, alegavam ter como principal objetivo "disseminar cultura e informação", mas servindo também para a diversão dos membros que as montavam.

Apesar de as primeiras emissoras estarem ligadas a "sociedades" e "clubes", ou seja, grupos estruturados a partir da elite financeira, engana-se quem pensa que se tratava de um circuito absolutamente fechado, elitizado, que assumiria viés mais "popular" apenas muitos anos depois. Graças a um movimento liderado por Roquette-Pinto com um grupo de intelectuais, houve uma popularização da tecnologia, logo após sua instalação no País, com a divulgação de instruções para a construção de dispositivos caseiros. Com esse objetivo, o grupo criou, ainda em 1923, a revista *Rádio*, dedicada exclusivamente à radiodifusão, que se apresentava como "órgão oficial de divulgação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro", mas que, logo nas primeiras páginas, destacava seu propósito: "Revista quinzenal de divulgação scientifica" (VIEIRA, 2010a, p. 28). Assim, "no final dos anos 1920, os novos sons propagados pelo rádio pareciam estar totalmente adaptados ao movimento cotidiano dos indivíduos, fosse daqueles que possuíam um aparelho de galena, caseiro, ou dos que optaram pela fabricação ou compra dos rádios com suportes materiais mais sofisticados" (VIEIRA, 2010b).

Daí ser possível questionar não apenas a propalada "elitização" das principais transmissões regulares de rádio no Brasil, mas também a própria visão hegemônica sobre a história do meio. A partir da análise das cartas de ouvintes recebidas pela Rádio Sociedade, Vieira (2010a, 2010b), por exemplo, comprova que ouvintes de diferentes camadas sociais identificavam-se com a programação da emissora e com o próprio Roquette-Pinto, a ponto de enviar toda a sorte de mensagens com críticas, solicitações e sugestões, algumas vezes com uma abordagem que busca criar certa intimidade. Isso demonstra a complexidade das representações coletivas e dos usos do meio e das disputas de sentido entre "erudito" e "popular" já nos primeiros anos do rádio no Brasil, bem antes, portanto, do período (meados dos anos 1930) que o relato histórico hegemônico convencionou caracterizar como momento de descoberta da sua vocação de veículo de massa.

Na mesma linha, Vicente (2011a, 2011b), por sua vez, põe em questão exatamente essa visão limitadora do relato hegemônico sobre o rádio que, no Brasil, prevalece, sobretudo,

---

Sul (1924, inaugurada oficialmente em 1927); Rádio Clube Hertz de Franca, no interior de São Paulo (1925); e muitas outras.

a partir dos anos 1980, visão muito afinada com os pensadores da Teoria Crítica[24] ao enfatizar as características do veículo como instrumento de controle e persuasão político-ideológica. Partindo da ideia do *rádio possível*, o autor critica a oposição recorrente nessa linha de pensamento entre "artístico, visto como elitizado" e "popular, tomado como sinônimo de democrático" (2011a), sobretudo porque, usualmente, "elitista" acaba sendo aquilo que antagoniza com a ideia de lazer e diversão, enquanto "popular" é usado para legitimar o modelo de radiodifusão comercial adotado em nosso País. Para recuperar uma dimensão que privilegie o caráter expressivo-artístico do meio (BALSEBRE, 2007, p. 12), Vicente defende a necessidade de:

> [...] procurar compreender a história do rádio de uma forma menos esquemática, a partir de uma utilização menos rígida da periodização tradicional, de modo a possibilitar uma melhor compreensão dessa tradição rica, regionalizada e bastante complexa. Também me parece fundamental o desenvolvimento de análises históricas que busquem contextualizar melhor o veículo dentro do quadro geral do desenvolvimento da indústria cultural do país e no âmbito dos seus grandes movimentos culturais e políticos (VICENTE, 2011b).

Por isso, é fundamental não perder de vista o contexto em que o rádio surge e se consolida em nosso País. Trata-se de um momento em que se verificam profundas mudanças na sociedade brasileira, resultado, sobretudo, da expansão do modo de produção capitalista. No início do século XX, com a ainda recente abolição da escravatura, também o Brasil – a exemplo do que já vinha ocorrendo nas grandes cidades da Europa e dos Estados Unidos – começava a sentir os primeiros efeitos do inchaço dos centros urbanos: negros libertos e grandes contingentes de imigrantes da Europa – chamados a substituir a mão de obra escrava – se concentravam nas maiores cidades, despreparadas para o repentino crescimento populacional. Se, por um lado, era perceptível o aumento das oportunidades e do fluxo de capitais, assim como a melhora do padrão de vida, por outro, aprofundava-se a distância entre as classes sociais. As precárias condições de vida e o "desenraizamento" de uma significativa parcela da população que inchava os centros urbanos agravavam os conflitos e tornavam comuns as insurgências[25].

[24] Comumente associada à Escola de Frankfurt, a Teoria Crítica da Sociedade tem seu início ligado ao manifesto publicado em 1937 por Max Horkheimer, intitulado "Teoria Tradicional e Teoria Crítica".
[25] Alguns exemplos: Revolta dos Selos (1898), Revolta da Vacina (1904), os movimentos dos trabalhadores em São Paulo (1906-1912) e as greves (1917), Revolta de Canudos (1893-1987), para ficar com apenas alguns.

Esse cenário interno – observe-se que bastante suscetível aos "humores" e às transformações externas, sobretudo às necessidades e exigências do mercado internacional – forjou a construção de uma identidade nacional tardia. Pós-escravidão, o País não sabia exatamente o que era: reclamava, além de uma *identidade*, a real integração do imenso território, composto de regiões e interesses aparentemente distintos. Nesse sentido, o rádio teve papel primordial. Seguido mais tarde pela TV, foi ele a peça-chave no projeto de identidade nacional e formação da "nação brasileira", no sentido do moderno, implantado por Getúlio Vargas, a partir de 1930, e levado a cabo por meio de uma série de estratégias, entre as quais a regulamentação e o controle do meio, atestando que "uma cultura política [é], antes de tudo, certa cultura técnica" (DEBRAY, 2000, p. 37).

Operam, nesse sentido, a criação do órgão distribuidor de verbas públicas, o DOP (Departamento Oficial de Propaganda), transformado, depois, em instrumento de censura com o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), em 1937; a implantação do programa *A Hora do Brasil*[26], instrumento para divulgação das ações do governo, tornada compulsória em 1937; a encampação da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em 1940; a legalização da inserção publicitária[27], em 1932 etc. É sobretudo por meio do rádio que Getúlio Vargas vai se colocar como representante das aspirações das massas populares, em cujo nome justificará a ditadura como instrumento para a construção do *Estado Novo*, mediante "a manipulação *direta* das massas e dos assuntos econômicos" (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 229, grifo do autor).

No entanto, no que diz respeito à regulamentação da propaganda, se, por um lado, a entrada de recursos e investimentos publicitários possibilita a manutenção e o desenvolvimento das emissoras, levando à profissionalização de um setor que, até então, se concentrava nas mãos de grupos de radioamantes, por outro, com a medida, Getúlio Vargas acaba por determinar o padrão que vai nortear o sistema de radiodifusão brasileira. Semelhante ao padrão norte-americano, o modelo brasileiro é centrado na exploração do meio pela iniciativa privada, mediante a outorga do Estado, em oposição ao modelo de rádio

[26] Transformado em *Voz do Brasil* em 1946 e ainda hoje no ar.

[27] Decreto governamental de 1924 restringia o conteúdo da programação, proibindo a veiculação de propaganda. Ainda assim, diante da dificuldade de manter a arrecadação de recursos entre os sócios mantenedores, já na década de 1920, a maioria das emissoras buscava alternativas que garantissem as transmissões. De acordo com Vieira, mesmo sem veicular anúncios comerciais tradicionais em sua programação, a própria Rádio Sociedade "funcionava como uma empresa, que garantia sua receita com a contribuição dos que vendiam tecnologias para montar o rádio ou o produto completo e também com a publicidade que era publicada na revista da emissora" (2010a, p. 92). Desmistifica, portanto, a tradicional demarcação na bibliografia da história do rádio no Brasil de que somente nos anos 1930 o rádio teria assumido um formato comercial, conforme enfatizado, por exemplo, por Federico (1982) e Ortriwano (1985).

público ou estatal adotado pela Europa e pelo Japão, com ênfase em seu objetivo educativo-cultural.

Pode causar estranheza o fato de o modelo comercial de rádio brasileiro se consolidar justamente no período de um governo autoritário, como o de Vargas, dedicado à ampliação da presença e do controle do Estado em todos os níveis da vida cotidiana, por meio, sobretudo, da publicização das suas ações como forma de legitimação do regime. Para Vicente (2011b), a resposta está na busca de uma "rádio controlada", onde "as necessidades do ouvinte" seriam, na verdade, as necessidades do próprio regime, como pode ser percebido em um artigo escrito, em 1941, para a revista do DIP, por um dos ideólogos da radiodifusão varguista, Álvaro Salgado:

> [...] é cedo para a radiodifusão exclusivamente oficial. O que nos convém, o mais eficiente no momento, é a rádio controlada ao lado de algumas estações oficiais. Obter-se-á, assim, um equilíbrio, a fim de que os programas não sejam, inteiramente, conformes com o gosto do povo, mas de acordo com as necessidades do ouvinte (SALGADO apud VICENTE, 2011b).

Sem dúvida, como bem observa Vicente (2011b), para entender o setor, é muito importante observar o período entre as décadas de 1930 e 1950 "sob o viés da presença e intencionalidade do Estado em relação ao setor". No entanto, é inegável que a possibilidade de lucro leva à organização das emissoras como empresas e traz em seu bojo as figuras do "mercado" e da "audiência", cuja relação de interdependência passa a determinar, em grande conta, a produção radiofônica, na medida em que são seus interesses que estruturam a distribuição de recursos. É nesse sentido que, em meados dos anos 1930, tem início o que se convencionou chamar, na maioria dos relatos históricos, de período de descoberta e exploração da vocação de massa do veículo, de modo imbricado com a necessidade de formação da "Nação brasileira"[28], que passa, por sua vez, pelo estabelecimento de um mercado nacional ajustado às exigências do mercado internacional (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 217-235).

Mas, por um lado, se os ideólogos do Estado Novo souberam usar o rádio para moldar valores e imaginário da nação, buscando a legitimidade do regime por meio da apropriação de

[28] No que classifica como "descontinuidade simultânea" com a qual a América Latina realiza sua modernização, Martín-Barbero destaca o "*descompasso* entre Estado e Nação", uma vez que "alguns Estados só se convertem em nações muito depois, e algumas nações tardarão a se consolidar como Estado" (2009, p. 217-218). O Brasil claramente se enquadra entre os primeiros.

manifestações culturais populares, e se a indústria radiofônica organizava suas bases[29], em relação de interdependência com o Estado ditatorial, a quem legitimava por meio da publicidade, por outro lado, como observa Antonio Candido, há uma "quebra de barreiras", com o aumento do interesse da população pelas coisas brasileiras. Assim é que, fazendo do rádio seu principal veículo,

> o samba e a marcha, antes confinados aos morros e subúrbios do Rio, conquistaram o País e todas as classes, tornando-se um pão-nosso cotidiano de consumo cultural. Enquanto nos anos [19]20 um mestre supremo como Sinhô era de atuação restrita, a partir de 1930 ganharam escala nacional homens como Noel Rosa, Ismael Silva, Almirante, Lamartine Babo, João da Bahiana, Nássara, João de Barro e muitos outros. (CANDIDO apud BITTENCOURT, 1999, p. 17).

Denominados "época de ouro" do rádio no Brasil, os anos 1930-1950 marcam um período de grande expansão do veículo, em termos de: quantidade de emissoras; popularização e barateamento dos aparelhos receptores com o advento do rádio de válvula e, por consequência, difusão e aumento do número de ouvintes; investimentos financeiros em infraestrutura, equipamentos, contratação de artistas e técnicos e produção artística; surgimento e consolidação de novos gêneros e formatos radiofônicos, como as radionovelas, um dos produtos mais populares; novas possibilidades técnicas com o surgimento do transistor, em meados da década de 1950, que confere mais autonomia e mobilidade ao veículo, e com o advento do gravador magnético, em fins dos anos 1940, que transforma a dinâmica de emissão, produção e armazenamento de mensagens etc.

A mais importante emissora do período, a Rádio Nacional, mesmo sob o controle da ditadura varguista, era referência para todas as demais com sua estrutura invejável[30] e sua programação diferenciada. Pelas ondas da Rádio Nacional, o Brasil acompanhou sua primeira radionovela, "Em Busca da Felicidade", em 1942; viu surgir, em 1941, o programa jornalístico que foi referência em todo o País por quase 30 anos, consolidando o formato

[29] Ainda que de modo incipiente, conforme destaca Ortiz: "Em termos culturais temos que o processo de mercantilização da cultura será atenuado pela impossibilidade de desenvolvimento econômico mais generalizado. Dito de outra forma, a 'indústria cultural' e a cultura popular de massa emergente se caracterizam mais pela sua incipiência do que pela sua amplitude" (ORTIZ, 1991, p. 45).

[30] Segundo Ortriwano, "a gigantesca organização valia-se de 10 maestros, 124 músicos, 33 locutores, 55 radioatores, 39 radioatrizes, 52 cantores, 44 cantoras, 18 produtores, 13 repórteres, 24 redatores, quatro secretários de redação e cerca de 240 funcionários administrativos. Contava com seis estúdios, um auditório de 500 lugares, operando com dois transmissores para ondas médias (25 e 50 kW), e dois para ondas curtas (cada um com 50 kW) conseguindo cobrir todo o território e até o exterior com seu sinal que chegava a atingir a América do Norte, a Europa e a África" (ORTRIWANO, 1985, p. 18).

radiojornalismo, o Repórter Esso – Testemunha Ocular da História[31]; acompanhou o "centro" da vida artística brasileira, com produtos e promoções como *Rainha do Rádio*, *Revista do Rádio*, ou *Radiolândia*, que mobilizavam todo o País; viu surgirem programas de humor, programas de auditório e o incremento das transmissões esportivas, sobretudo dos jogos de futebol.

Tomando a trajetória da Rádio Nacional como parâmetro, é inegável o domínio do rádio sobre a vida nacional, como disseminador de informações e meio de valorização de uma programação *de massa* voltada, sobretudo, ao lazer e ao entretenimento popular, além da concentração de produção e investimentos, em especial, no Rio de Janeiro, sede da emissora. Também parece não haver muitas dúvidas de que o advento da televisão, em 1950, provocará, nos anos seguintes, um profundo impacto sobre o rádio, sobretudo em função de três fatores: 1) a gradual transferência para a TV dos principais talentos artísticos e técnicos do rádio; 2) a partilha das verbas publicitárias, até então preponderantemente destinadas ao rádio; 3) veículo controlado pelos mesmos empresários, a TV, para sua implantação, acabou por desviar recursos que poderiam ser utilizados para a renovação do parque tecnológico do rádio.

Porém, é um equívoco resumir ou simplificar um processo histórico tão complexo como o do rádio, associando as décadas de 1950 e 1960 apenas a um processo de empobrecimento técnico e artístico do meio, à implantação de uma linguagem mais econômica, à redução da programação ao "vitrolão" ou mesmo à programação musical e à informação ao vivo. Não se pode descartar que, ao menos em São Paulo, como alerta Vicente (2011a, 2011b), há efetivamente uma produção radiofônica experimental e de forte cunho político contestatório, conforme comprovam, por exemplo, as adaptações críticas de óperas famosas realizadas por Túlio de Lemos para a Rádio Tupi (1952); ou as "Histórias das Malocas", de Oswaldo Moles para a Rádio Record, com Adoniran Barbosa como protagonista, retratando a periferia paulistana; ou mesmo os dramas radiofônicos de Dias Gomes para a Rádio Bandeirantes de São Paulo (VICENTE, 2011b). Mesmo na Rádio Nacional, durante 30 anos, o maestro Radamés Gnatalli conferiu um tratamento erudito a muitas composições populares, o que parece comprovar duas implicações importantes:

[31] Originalmente com o *slogan* "O primeiro a dar as últimas", nem sempre o Repórter Esso conseguiu transmitir realmente em primeira mão as últimas notícias. De qualquer forma, mais do que "testemunha", o programa foi "agente de notícias", na medida em que colaborou de forma efetiva para o avanço do radiojornalismo no Brasil. Promoveu a melhoria na cobertura e realização de eventos; criou um formato noticioso específico; introduziu uma linguagem jornalística própria para o rádio, com o *lead* e as frases objetivas e curtas; formatou um manual específico de redação, ainda que baseado em modelo norte-americano. Com quatro edições diárias fixas (às 8h00, 12h55, 19h55 e 22h55) e muitas extraordinárias, o Repórter Esso se transformou na principal fonte de informação no Brasil, sendo o artífice da mudança de concepção na forma de fazer jornalismo que, posteriormente, vai fundamentar, inclusive, nosso telejornalismo.

> A primeira é a de considerar o rádio efetivamente como um espaço de criação artística, de tradição autoral, e não apenas como um meio de difusão e entretenimento. A segunda é a de que, apesar da crise que se avizinhava, o veículo parece ter vivido um processo de estratificação e segmentação entre os anos [19]50 e [19]60, passando a abrigar produções mais sofisticadas e talvez mesmo distantes do que poderia ser definido como o gosto do ouvinte médio (VICENTE, 2011b).

Do mesmo modo, a evolução do meio no período posterior não pode ser explicada apenas pelas restrições impostas pelo regime militar. Sem dúvida, o golpe militar de 1964 (e o recrudescimento do regime em 1968 com a edição do Ato Institucional nº 5) estabeleceu um clima de terror por quase duas décadas e submeteu o rádio a uma censura rigorosa, além da implantação de um sistema de controle rígido por meio de uma política de concessão de canais que privilegiava somente aqueles que se mostrassem submissos ao sistema.

No Brasil, a expansão das emissoras em frequência modulada (FM), a partir de 1970[32], torna-se uma prioridade da ditadura militar, principalmente porque: 1) foram beneficiados com outorgas de canais, prioritariamente, os empresários que compactuavam com o regime; 2) por abrangerem uma área menor de cobertura, as emissões eram mais facilmente "controláveis" no que diz respeito ao conteúdo; 3) o baixo custo de implantação e instalação permitiu ampliar rapidamente o número de emissoras, sobretudo em áreas consideradas de segurança, como as regiões de fronteira, levando à interiorização da radiodifusão; 4) com a sua qualidade de som superior[33], e graças a políticas de incentivo à indústria eletroeletrônica para produção de equipamentos transmissores e receptores, as FMs se popularizaram rapidamente, levando, de certa forma, à fragmentação do discurso unificado das grandes emissoras em OM (Ondas Médias) e OC (Ondas Curtas), que podiam atingir maiores distâncias[34]; 5) a publicidade governamental é usada pelos militares como arma de coação, levando muitas emissoras a um processo de autocensura, uma vez que os recursos de empresas públicas constituíam parcela significativa na arrecadação bastante comprometida após o advento da TV (FERRARETTO, 2007, p. 154-158; MOREIRA, 1998, p. 74-81).

---

[32] Emissoras em FM começaram a operar no Brasil na década de 1950, como meio de ligar os estúdios aos transmissores, prática que foi proibida em 1968. A Rádio Imprensa, do Rio de Janeiro, teria iniciado as transmissões em FM em 1955, vendendo a programação para os supermercados Disco (FERRARETTO, 2007, p. 156-157).

[33] Aqui nos referimos ao som com menos estática, estéreo, com mais *alta-fidelidade* e menos interferências que as emissoras em Amplitude Modulada (AM).

[34] O alcance de uma FM é limitado a um raio máximo de 150 quilômetros.

Assim é que “o rádio FM se estabeleceu apoiado em um tripé estratégico: incentivo à indústria, controle mais fácil e segurança nacional” (MOREIRA, 1998, p. 79), mas sem perder de vista que há um fator importante a se considerar, como observa Ortiz ao analisar a produção simbólica e a esfera cultural dos anos 1940 e 1950: a sociedade brasileira já teria vivenciado a “formação de um público, que sem se transformar em massa define sociologicamente o potencial de expansão de atividades como o teatro, o cinema, a música, e até mesmo a televisão [e o rádio]” (ORTIZ, 1991, p. 102).

As diferenças nas intermediações técnicas possibilitadas por AM e FM organizam distintas espacialidades. Com seu som mais limpo e puro, em função de o sinal ser menos sujeito a interferências naturais (como raios e tempestades, por exemplo), as emissoras em FM implantaram, inicialmente, uma transmissão voltada à música ambiente, como uma caixa de música, o que acabou provocando uma divisão do espectro em duas vertentes distintas. De um lado, as emissoras em AM passaram a se concentrar no jornalismo, na prestação de serviços e nas coberturas esportivas, centradas na palavra falada e na figura do *comunicador*. De outro lado, as rádios em FM, em seus primeiros anos, dedicavam-se à programação musical, abolindo o que poderia ser considerado “palavrório popularesco”.

A opção, quando de seu início, pela programação estritamente musical, logo se mostrou um paradoxo. Explica-se: por ser, em seus primórdios, mais localizada e restrita territorialmente que as grandes emissoras AM que atingiam todo o País, a FM poderia retomar aquela promessa original do rádio de se fazer um meio mais próximo dos ouvintes. Não descartamos aqui a existência anterior de emissoras de transmissão local em amplitude modulada[35]. Tampouco desconsideramos o período posterior de formação das grandes redes nacionais em frequência modulada, como Jovem Pan, Transamérica, Mix, Nativa, entre outras, viabilizadas pelas transmissões via satélite a partir dos anos 1980. No entanto, o som mais puro e limpo das FMs, fisicamente mais próximo da sua audiência em função de sua limitação de abrangência em relação às emissoras em Ondas Curtas (OC) e mesmo Ondas Médias (OM), induzia à percepção de uma proximidade ainda maior com aquele ouvinte do interior ou mesmo das regiões mais distantes do País, até então acostumado aos sons, ruídos, acentos e notícias que vinham de longe, pelas ondas das grandes emissoras em ondas médias e ondas curtas do Rio de Janeiro ou de São Paulo, por exemplo, a Rádio Nacional, a Rádio Globo, a Rádio Tupi (RJ) ou ainda a Rádio Record e a Rádio Bandeirantes AM (SP).

[35] Criada em 1925, por exemplo, a Rádio Clube Hertz, de Franca, é considerada uma das primeiras emissoras do País e transmitia em amplitude modulada, em uma região circunscrita do interior do Estado de São Paulo.

Também corrobora tal percepção um novo conceito que se firmou nesse mesmo período, o da segmentação. Processo que teve início nas FMs, mas logo se espalhou pelas AMs, a segmentação permitiu que o ouvinte pudesse escolher não só os horários com programação específica, mas também as emissoras pelos diferentes estilos musicais, como as que tocavam somente *rock*, música popular, música clássica, programação religiosa etc. Ao segmentar partes da programação ou mesmo dedicar a programação somente a um estilo, o rádio passou a buscar públicos específicos, selecionados por faixa etária ou sexo[36]. Trata-se de uma estratégia importante, que pode ser analisada tanto do ponto de vista da instrumentalização da comunicação na busca de maior eficiência do veículo, por meio da uniformidade da mensagem, como do ponto de vista da multiplicidade e pluralidade das audiências, compostas por agrupamentos de *singularidades*, não redutíveis à uniformidade (HARDT; NEGRI, 2005, p. 139). Nesse sentido, a Rádio Cultura FM de São Paulo é um bom exemplo: começou a operar em 1977, na frequência 103,3 MHz, com uma programação totalmente segmentada na difusão do repertório de música erudita.

Essa busca de um público específico (segmentado, mas não fragmentado), somada ao anseio de "ouvir e ser ouvido", de certo modo, está na base do verdadeiro *boom* no Brasil, a partir dos anos 1970, de emissoras não oficiais ou comunitárias, chamadas pejorativamente de "emissoras piratas". De modo semelhante ao que havia ocorrido na Europa alguns anos antes, ganhou força, por aqui, o movimento pela democratização e livre utilização de ondas. Universitários, trabalhadores, moradores das periferias, sindicalistas, donas de casa desejavam falar e ser ouvidos, ansiavam por compartilhar opiniões, gostos, informações. Uma série de fatores levou a essa explosão, entre os quais: 1) era (e ainda é) relativamente fácil e barato montar equipamentos para transmissão de rádio em FM; 2) em fins dos anos 1970, sobretudo a partir da Anistia, em 1979, com a sinalização da abertura política e o relativo arrefecimento da ditadura militar, cresceu o desejo e a necessidade de expressão do cidadão, até então reprimidos.

A luta pela livre emissão se intensificou nos anos 1990, concomitantemente ao processo de democratização do País. O resultado do movimento, como veremos a seguir, foi a promulgação da Lei n. 9.612, em 1998, autorizando o serviço de radiodifusão comunitária.

[36] Esta autora passou por uma experiência muito peculiar em relação a esse processo de segmentação de programação, ao trabalhar como locutora, no início dos anos 1980, naquela que viria a se apresentar como a "primeira emissora 100% sertaneja do Brasil". Com uma programação eclética, voltada para o público jovem e veiculando, predominantemente *pop*, *rock* e MPB, a Rádio Onda Nova FM, de São José do Rio Preto (SP), deu um passo arriscado, mas bem-sucedido comercialmente, ao investir no novo estilo musical, denominado "sertanejo", que então emergia com força, resultado da apropriação pela indústria fonográfica da música caipira ou música raiz, muito popular, sobretudo, no interior do Brasil. Ainda que comercialmente instrumentalizada, a nova programação não deixava de perceber, contudo, uma tendência e um novo "gosto popular".

Classificadas como emissoras de pequeno porte, sem fins lucrativos, com abrangência delimitada territorialmente e conteúdo voltado para a comunidade, as RadCom legalizadas são o ponto de partida para a análise das RadCom transpostas para a *web*, tema central deste trabalho.

Ao menos legalmente, as RadCom incorporam a proposta brechtiana de mudar o funcionamento do rádio, de modo a "convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação", um meio de dupla mão de direção, "capaz não apenas [de] se fazer escutar pelo ouvinte, mas também [de] pôr-se em comunicação com ele" (BRECHT, [1927-1932], 2005, p. 42). Segundo a norma legal, uma RadCom deveria ser capaz de se constituir uma *alternativa a*, uma opção à comunicação linearizada e instrumentalizada dos grandes meios de comunicação, um espaço onde a comunidade pudesse não apenas se reconhecer, mas também realizar as trocas simbólicas, numa perspectiva temporal que retomasse o tempo do cotidiano das comunidades atingidas.

Esse voltar de olhos para a comunidade, por meio da possibilidade de instalação de uma emissora de rádio local e territorializada, ocorreu no mesmo contexto histórico-temporal em que surgiram, ao menos, três inovações técnicas importantes, que operam em sentido inverso, na medida em que podem promover a *desterritorialização* das trocas simbólicas e que propõem uma nova maneira de transmissão de áudio: a popularização do ambiente *www*, a partir de 1993, com o lançamento da versão 1.0 do navegador Mosaic; o desenvolvimento e a popularização de padrões de compactação e *streaming* de áudio[37], a partir de meados da década de 1990, ou seja, a possibilidade de transmissão e recepção de dados de áudio em fluxo contínuo sem a necessidade de *download*; e, finalmente, o desenvolvimento e a implantação de sistemas de transmissão de rádio digital, também em meados dos anos 1990[38]. Tais inovações, possibilitadas pela digitalização do áudio, imprimiram uma nova dinâmica à produção de rádio, permitindo, por exemplo, o acréscimo de textos e imagens, bem como alteraram profundamente o modo tradicional de recepção radiofônica ao possibilitar, por exemplo, a pausa, o *download*, a manipulação do material agora não apenas *transmitido*, mas também *disponibilizado*.

Para ampliar a reflexão, inicialmente, contextualizaremos o surgimento das RadCom legalizadas e o modo como se organizam na comunidade e ocupam o dial. Essa breve reflexão

[37] Os formatos mais populares são: MPEG, Real Media, Windows Media, Oggi, Vorbis, AAC etc. A primeira transmissão de fluxo de áudio ao vivo por meio de uma rede, o *Live @nd In Concert*, foi realizada em janeiro de 1996.

[38] Pioneiro, o sistema europeu Eureka 147 DAB teve suas pesquisadas iniciadas em 1985, mas só foi efetivamente implantado a partir de 1995 com as transmissões da BBC.

é importante para fundamentar as traduções e as reconfigurações nos modos de organização do nosso objeto de estudo: as leituras sígnicas das distintas espacialidades engendradas quando da transposição para a *web* das RadCom legalmente autorizadas para operar no dial.

1.1 O surgimento das RadCom

A Radiodifusão Comunitária (RadCom) *legalizada* é uma forma de comunicação possibilitada pela Lei n. 9.612/98 (a Lei de Radiodifusão Comunitária), de 1998, que estabelece os marcos regulatórios para o exercício da atividade. Definida como radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa frequência e cobertura restrita (25 watts, antena com altura máxima de 30 metros, e abrangência de um quilômetro de raio a partir do transmissor), a RadCom tem como tarefa – entre outras finalidades legalmente instituídas – "dar oportunidade à difusão de ideias, de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade", bem como "estimular a integração social, o lazer, a cultura e o convívio social"[39].

Destarte, segundo a Lei, uma rádio comunitária deve primar por uma programação que não apenas esteja aberta a comunidade, mas também, sobremaneira, *estimular* a participação de todos e promover a difusão de notícias relacionadas aos interesses adjacentes ao entorno em que está delimitada. Como discutiremos a seguir, tanto do ponto de vista teórico quanto do ponto de vista legal, a *esfera pública* constitui-se o lugar em que tais interesses são construídos e negociados, ou seja, na concepção habermasiana, a dimensão na qual os distintos grupos de atores (públicos e privados) que compõem a sociedade trocam argumentos, por meio do diálogo e da ação estratégica, na busca da construção de consensos e soluções comuns, conformando, assim, "o contexto público comunicativo, no qual os membros de uma comunidade política plural constituem as condições de possibilidade de convivência e da tolerância mútua, além dos acordos em torno das regras que devem reger a vida comum" (COSTA, S., 1999)[40].

Não há dúvida de que o surgimento da radiodifusão comunitária no Brasil vincula-se a ideais de transparência e de comunidade (no sentido etimológico do termo). No entanto, entre as aspirações de uma comunicação efetivamente comunitária (alimentadas pelo movimento

[39] Ver LUCCA, A. F. S. de. **Manual de Orientação "Como instalar uma rádio comunitária"**. Brasília: Ministério das Comunicações, 2005.
[40] COSTA, S. Esfera pública e as mediações entre cultura e política no Brasil. In: **Metapolítica en Línea**, v. 3, n. 9. México, 1999. Disponível em: <http://www.ipv.pt/forumedia/fi_3.htm>. Acesso em: 18 nov. 2010.

pela democratização da comunicação), o estabelecimento do marco regulatório e a constituição efetiva das emissoras no Brasil, há diversas questões que devem ser consideradas. E é por isso que o processo de *desconstrução* a que esse trabalho se propõe – ou seja, a desconstrução da arquitetura dos textos que se articulam a partir das RadCom legalizadas, primeiro no dial, depois na *web*, elucidando as configurações e reconfigurações de seus princípios fundamentais (entre os quais, justamente as ideias de *comunidade* e *ampliação do espaço público*) – deve, necessariamente, partir dos desdobramentos destas três perspectivas distintas, mas não absolutamente antagônicas, ao contrário, em muitos aspectos, interdependentes: os anseios dos movimentos pela democratização que levaram ao marco legal; o marco legal em si, ou seja, o entendimento da Lei n. 9.612/98 de cada um desses aspectos; e, finalmente, a própria dinâmica das emissoras comunitárias.

As RadCom na *web* estudadas neste trabalho têm sua origem no *dial*, e no *dial* permanecem. Daí a necessidade de desmontar (não destruir) as suas noções fundantes, que guardam vigência na dinâmica das emissoras no espectro eletromagnético, ainda que, no novo ambiente, elas sinalizem para algo além do *rádio*. Ao desmontar ideias cristalizadas nas reflexões teóricas, na luta social, na legislação e na própria prática das RadCom no *dial* (como cidadania, participação, comunidade), podemos verificar se tais ideias ainda são pertinentes para a compreensão do novo fenômeno.

De antemão, destaque-se que não acreditamos possível apenas *uma* definição que dê conta de atender às experiências de milhares de RadCom legalizadas (e, sobretudo, as emissões não autorizadas) espalhadas por todo o território nacional. Aliás, a pluralidade de experiências encontradas não apenas no Brasil, mas em todo o mundo, dificulta a tarefa de conceituação e nos leva a pensar nas diferentes possibilidades de constituição de suas dinâmicas e, por extensão, do modo como acabam por vivenciar aqueles seus princípios norteadores.

Essa dificuldade de conceituação é maior ainda quando se leva em conta a própria trajetória que dá origem às rádios comunitárias no Brasil. Há que se considerar, por exemplo, que a legislação brasileira de RadCom é resultado do movimento de mais de duas décadas pela democratização e livre emissão, movimento que, por sua vez, está inserido em um contexto ainda mais amplo, qual seja, o contexto global de emissões não autorizadas de resistência. Essas experiências – que se intensificaram, sobretudo, a partir de meados dos anos 1960, nos EUA e na Europa, com a proliferação das “rádios livres”, marcadamente alternativas e contestatórias – influenciam, em grande parte, o modelo de emissão não autorizada que se espalha por nosso País em fins dos anos 1970.

Como assinala Ortriwano, de forma semelhante à experiência europeia, as rádios livres que se disseminam no Brasil a partir de então tentam quebrar o monopólio do Estado em relação aos meios de comunicação, na medida em que abrem possibilidades de apropriação coletiva e "apresentam uma mensagem alternativa cujo objetivo é atingir não mais as grandes massas, mas as minorias e os grupos socialmente marginalizados" (1985, p. 34).

Para Coelho Neto, as RadCom são um fenômeno mundial, intimamente ligado a movimentos populares em sua luta pela liberdade de expressão, que surgem de modo a ocupar as "lacunas deixadas por emissoras de médio e grande porte" (2002, p. 68), desatentas às necessidades das pequenas comunidades, como bairros de uma grande cidade ou pequenos municípios. Elas se constituiriam, dessa forma, em um instrumento por meio do qual é possível quebrar a impessoalidade das informações impostas por grandes emissoras e realizar atividades sociais e educativas voltadas para a comunidade.

Downing (2002, p. 243) destaca o papel do rádio como *mídia radical alternativa*, por se constituir um veículo de tecnologia relativamente simples, fácil de transportar, barato, de bom alcance e fácil de ser produzido. Para ele, mídia radical é aquela que, geralmente, mas não exclusivamente, em pequena escala, "expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas", como forma de expressão às culturas populares e de oposição. Entre pontos que, segundo o autor, diferenciariam a *mídia radical* da mídia convencional ou comercial, destacam-se: grande variedade de formatos com que podem se apresentar; possibilidade de, em um ou outro momento, quebrar regras preestabelecidas; tendência a estabelecer relações mais democráticas no nível de organização interna. (DOWNING, 2002, p. 24-30).

Para a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC) – organização não governamental de penetração internacional, criada em 1983 –, ao contrário das rádios comerciais (que buscam rentabilidade econômica) e das estatais (que almejam ganho político), o que define as rádios comunitárias é sua rentabilidade sociocultural. Independentemente do porte, do alcance ou da forma de organização, são comunitárias, autorizadas ou não, segundo a AMARC, as emissoras que representam os interesses de sua comunidade, promovendo a defesa dos direitos humanos, constituindo-se em espaços de participação cidadã. Podem ser nomeadas de diferentes modos (comunitárias, cidadãs, populares, educativas, livres, participativas, rurais, associativas, alternativas etc.), mas carregam o mesmo desafio de "democratizar a palavra para democratizar a sociedade", por meio do compartilhamento de interesses:

> Grandes ou pequenas, com muita ou pouca potência, as rádios comunitárias não fazem referência a um "lugarejo", mas sim a um espaço de interesses compartilhados. [...] Ser comunitário não se contrapõe à produção de qualidade nem à solidez econômica do projeto. Comunitárias podem ser as emissoras de propriedade cooperativa, ou as que pertencem a uma organização civil sem fins lucrativos, ou as que funcionam com outro regime de propriedade, sempre que esteja garantida sua finalidade sociocultural[41].

López Vigil afirma que é princípio de uma emissora comunitária melhorar o mundo e democratizar a sociedade através da democratização do uso da palavra. Para o autor, uma emissora é efetivamente comunitária quando:

> [...] promove a participação dos cidadãos e defende seus interesses; [...] quando informa com verdade; quando ajuda a resolver os mil e um problemas da vida cotidiana; quando em seus programas são debatidas todas as ideias e todas as opiniões são respeitadas; quando se estimula a diversidade cultural e não a homogeneização mercantil; [...] quando a palavra de todos voa sem discriminações ou censuras. (LÓPEZ VIGIL, 2003, p. 506).

Em diferentes partes do mundo, experiências com emissões classificadas de comunitárias costumam ser associadas ainda à "comunidade geograficamente delimitada" ou grupos com interesse comum[42]; instrumentos de ação de comunidades, onde minorias possam expor seus pontos de vista[43]; emissora que contribua para o desenvolvimento socioeconômico e cultural da comunidade onde se insere[44], entre outras. Interessante é a noção que se repete de comunidade associada não apenas a grupo social ou setor público com interesses comuns ou específicos, mas também à ideia de delimitação físico-geográfica de comunidade. É esse principio que acaba sendo adotado no estatuto jurídico brasileiro de radiodifusão comunitária, acusado, justamente em virtude dessa delimitação, de ser extremamente restritivo.

---

[41] "Afinal, para a Amarc, o que é uma rádio comunitária". Disponível em: <http://bit.ly/L69MHf>. Acesso em: 16 mar. 2012. Ver também: <http://www.amarc.org/>. Acesso em: 16 mar. 2012.

[42] Ver, por exemplo, na África do Sul, o *Broadcasting Act* de 1999, concebido IBA (Independent Broadcasting Authority), criado em 1993 para promover interesses das comunidades. Em 2000, o IBA foi incorporado ao ICASA (The Independent Communications Authority). Disponível em: <http://icasanuke5.syncrony.com/tabid/89/Default.aspx>. Acesso em: 18 nov. 2010

[43] Ver também: *Community Media Network* (CMN), na Irlanda. Disponível em: <http://www.cmn.ie/cmnsitenew/directory/irtc.htm>. Acesso em: 18 nov. 2010

[44] E ainda, conferir experiência do Centro de Apoio à Informação e Comunicação Comunitária de Moçambique. Disponível em: <http://bit.ly/KWbufH>. Acesso: 18 nov. 2010

Peruzzo (2006a) destaca que, muitas vezes, a comunicação comunitária se confunde com a comunicação popular, ao reproduzir suas práticas. Apesar da grande diversidade de formas sob as quais as emissoras *ditas* comunitárias podem se apresentar – variando desde aquelas com caráter comercial até as de contestação política, passando pelas independentes e comunitárias propriamente ditas – há um traço em comum ligando as emissoras efetivamente comunitárias: o serviço à comunidade, objetivando o desenvolvimento social e a construção da cidadania (PERUZZO, 1998, p. 253). Assim, além de desenvolver uma programação voltada à comunidade, de contar com gestão coletiva de promover a interatividade e de valorizar as manifestações culturais locais (PERUZZO, 1998, p. 256-258), uma rádio efetivamente comunitária (não necessariamente legalizada) se caracterizaria por:

> [...] processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania. [...] Em última instância, realiza-se o direito à comunicação na perspectiva do acesso aos canais para se comunicar. Trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, [...] mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de emissor e difusor de conteúdos. (PERUZZO, 2006a, p. 10)

No Brasil, o termo "rádio comunitária" teria surgido no início dos anos 1990, provavelmente durante um dos muitos encontros, fóruns, debates ou congressos que, desde a década anterior, se espalhavam em todo o território nacional, tendo como principal bandeira a democratização do uso do espectro radiofônico[45]. Não se deve esquecer de que as emissões não autorizadas haviam se intensificado desde fins da década de 1970, período em que o País ainda se encontrava sob a ditadura militar, embora já em franca exaustão – e, talvez, justamente por isso o movimento pela democratização da comunicação tenha ganhado corpo. Assim, em muitos aspectos, em seus primórdios, esse movimento acaba se confundindo com a luta pela conquista do Estado de Direito, em um período em que predominava uma rígida

[45] Para Cristofoli, o termo teria surgido em 1995, durante o I Encontro Nacional de Rádios Livres e Comunitárias. Já Garcia se apoia em entrevista com José Carlos Rocha, integrante do Fórum Democracia na Comunicação, para afirmar que o termo teria surgido em 1991, durante o 3º Encontro Nacional de Rádios Livres, em Macaé (RJ). Cf. CRISTOFOLI, Emerson. Emissoras Comunitárias: uma alternativa crítica à comunicação de massa. Revista **Alamedas** – Revista Eletrônica do NDP, v. 1, n. 1, jan/jun. 2006. Ou: GARCIA, S. **Rádios Ilegais:** da legitimidade à democratização das práticas. 1991. Dissertação (Mestrado) – Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), 1991.

estrutura no segmento nacional de telecomunicações[46]. As experiências de radiodifusão ditas "comunitárias" (nesse momento ainda não autorizadas legalmente) multiplicam-se paralelamente ao processo de redemocratização do País, firmando-se como expressão de forças de contrapoderes, "guardiãs do espaço público"[47].

A criação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), em 1991, constitui-se um marco fundamental da existência legal das RadCom, na medida em que foi o ponto de partida para a multiplicação de discussões e propostas, encontros e debates. Credita-se ao movimento, a geração de um ambiente que não apenas propiciou o surgimento de um conceito de radiodifusão comunitária, mas também que teria levado à criação da Abraço (Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária)[48] e a um intenso movimento de pressão para a regulamentação da atividade. A ideia central consistia em democratizar a comunicação e a informação, por meio, sobretudo, da amplificação de "vozes", do estímulo ao pluralismo de ideias e opiniões. Nesse sentido, segundo a Abraço, as rádios comunitárias teriam papel fundamental como alternativa ao monopólio das comunicações no País, sendo de suma importância na luta pela democratização e liberdade de expressão[49].

A *esfera pública* idealizada pelo movimento de democratização da comunicação (responsável, em grande parte, pelo surgimento da lei de RadCom) constitui-se no espaço da *comunidade*[50]. Note-se que a palavra possui uma variedade de sentidos na língua portuguesa[51], entre os quais: estado ou qualidade de coisas materiais ou abstratas comuns a diversos indivíduos; conjunto de indivíduos organizados que apresentam algum traço de união; conjunto de habitantes de um Estado ou de uma determinada área, irmanados sob um governo comum ou um mesmo legado cultural e histórico; o Estado; o município; população que vive em determinado lugar, ligada por interesses comuns; grupo de indivíduos que exercem a mesma atividade ou partilham crença econômica ou social; etc.

Comunidade, no contexto do movimento pela democratização da palavra, parece entendida como um grupo de interesses comuns, não necessariamente em uma área

---

[46] Apesar da Constituição Cidadã (1988) e de uma série de leis regulando o setor, no tocante à radiodifusão e às telecomunicações, a legislação brasileira ainda é considerada retrógrada e ultrapassada, na medida em que poucas alterações substanciais sofreu desde a década de 1960.

[47] A reabertura política supunha mudanças estruturais na comunicação em nosso País, com a adoção de políticas comunicacionais em consonância com expedientes democráticos, entre os quais transparência, liberdade de expressão e divisão de poderes.

[48] Ver: <http://www.abraconacional.org/>. Acesso em: jan. 2012.

[49] Código de Ética das Rádios Comunitárias, elaborado pela Associação Brasileira de Radiodifusão (Abraço). Disponível em: <http://bit.ly/LX77zr>. Acesso em: 18 nov. 2010.

[50] Ver Capítulo 3: 3.1 As noções fundantes das RadCom no espaço de fluxos.

[51] Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br>. Acesso em: 15 maio 2012.

geograficamente delimitada[52], que compartilha manifestações culturais. A exemplo do observado por Williams (2007, p. 103-104), essa *comunidade* pode tanto descrever um conjunto de relações existentes como um conjunto *alternativo* de relações – por exemplo, os grupos minoritários, de gênero, raça etc. –, e seu sentido soa muito mais imediato, mais próximo do que o termo *sociedade*.

De certa forma, essa RadCom idealizada pelos movimentos sociais assemelha-se a uma reprodução, no âmbito das pequenas comunidades, daquela esfera pública moderna que, ao mesmo tempo em que reclama sua institucionalização pelo Estado, pretende funcionar como "freios" ao poder deste, ou seja, como espaços onde o poder do Estado poderia ser confrontado, a partir da força da opinião pública, daí advinda. Ao mesmo tempo diálogo para obtenção de consensos e ação estratégica de confrontação da lógica instrumental de dominação, essa *ação comunicativa* – originalmente aspirada pelos movimentos sociais – elege o espaço público como local de troca coletiva, de modo a fazer com que essa dimensão se construa como elemento de contraposição ao Estado. Ou seja, precisa que esse espaço se materialize para que nele se deem as tomadas de decisões consensuais, monitoradas pela *publicidade* do espaço. Parece-nos claro que há, do ponto de vista das aspirações dos movimentos sociais, a ideia de uma circularidade comunicativa, que pressupõe um receptor que é também cogestor do processo de emissão.

Mas esse sujeito da radiodifusão comunitária aspirada pelos movimentos sociais – ao contrário da esfera pública burguesa, detalhada por Habermas (2003) – não é o indivíduo, mas a comunidade, no sentido de coletividade. Não se trata mais do sujeito *individual* que postula suas propostas em uma esfera pública e, por meio do confronto de opiniões, busca o consenso para estabelecer regras de relacionamento. A RadCom surge, então, como elemento constitutivo da comunidade como *sujeito coletivo*. Ou seja, a própria comunidade vai encontrar na RadCom formas de se constituir e de se organizar, de modo que seus membros possam atingir o patamar de cidadão – que não é mais apenas o sujeito dotado dos direitos civis, sociais e políticos, mas também aquele que detém o direito de acesso à *fala* e o de controle do meio.

Se, por um lado, temos ampliada a ideia matriz de "*espaço público* da comunidade" – que impulsionou a criação de várias emissoras comunitárias (não autorizadas) Brasil afora, forjou posturas éticas e serviu de parâmetro para a sua demarcação legal –, por outro lado, essa é uma ideia também *exclusivista*, na medida em que procura defender e preservar a

[52] Ainda que algumas organizações internacionais (como ICASA e CMN, por exemplo) admitam a possibilidade de que a comunidade de atuação de uma rádio comunitária seja estabelecida a partir de critérios geográficos.

pureza da vida comunitária, tentando mantê-la imune às interferências culturais, econômicas e políticas externas. A utopia de proteger a comunidade das interferências externas parece remeter à própria origem da esfera pública moderna: enquanto o burguês, a que Habermas se refere, buscava proteger o seu raio de ação individual contra a interferência do Estado, os movimentos sociais idealizam um espaço onde os vínculos comunicacionais da coletividade *local* possam ser estimulados, intensificados e protegidos por meio de normas legais (por exemplo, a obrigatoriedade de reprodução e estímulo às manifestações artísticas e culturais locais) contra toda forma de interferência externa, como se possível fosse mantê-la imune às influências de outros valores e manifestações culturais.

A Lei de Radiodifusão Comunitária é outra perspectiva a ser levada em conta em nosso processo de análise da configuração das RadCom, na medida em que também confere outros contornos às suas noções fundantes. Não é possível desconsiderar os avanços propiciados pela norma legal de 1998, que, em sintonia com princípios comunitários, efetivamente, procurou responder às demandas de diversos segmentos sociais, estabelecendo, por exemplo, critérios para estímulo e preservação da cultura local e garantindo a abertura de um canal de participação popular.

No entanto, apesar das intensas pressões de grupos e movimentos populares, a Lei n. 9.612/98 acabou, segundo o FNDC[53], distorcendo o conceito de radiodifusão comunitária, ao se mostrar excessivamente burocratizante, inibidora e restritiva. As limitações seriam resultado do intenso lobby perpetrado pelos grandes grupos de comunicação do País – sobretudo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), constituída por conglomerados de comunicação como Rede Globo, SBT, Rede Record – durante a elaboração e votação da lei no Congresso Nacional[54].

Aliás, diferentemente das leis que regem a radiodifusão comercial, a Lei de RadCom traz regras que não são apenas estruturantes (por exemplo, como constituir uma sociedade, no caso das rádios comerciais, ou como montar uma fundação ou associação sem fins lucrativos, no caso das comunitárias), mas são também regras prescritivas, na medida em que definem, entre outros pontos, exatamente como as RadCom devem operar, qual conteúdo é permitido ou proibido, como deve ser a participação da comunidade, o raio da antena etc. De qualquer modo, é certo que a Lei acabou refletindo os conflitos e antagonismos que marcam os

[53] Cf. em *Perguntas Frequentes*, "Quais as vitórias alcançadas?". Disponível em: <http://bit.ly/K7Qsb6>. Acesso em: 18 nov. 2010.

[54] Em entrevista concedida em fevereiro de 2004, durante a pesquisa de nossa dissertação de Mestrado, o ex-vice-presidente da ABERT e executivo da TV Globo por 33 anos, Luiz Eduardo Borgerth, falou sobre o intenso *lobby*, na sua opinião bem-sucedido, pelos gabinetes e corredores do Congresso Nacional, em defesa dos interesses das empresas de radiodifusão.

interesses tanto dos representantes de movimentos sociais – que buscavam um modelo efetivamente democrático que atendesse aos setores populares – como dos grandes grupos comerciais de comunicação – que investiram pesado para preservar a todo custo aquilo que consideram o próprio mercado.

Assim como na percepção habermasiana da esfera pública no mundo contemporâneo – onde o sujeito coletivo (a classe operária, por exemplo) busca a proteção do Estado, resultando dessa reclamação basicamente os direitos chamados sociais (férias, semana, limite de jornada de trabalho, segurança social etc.), ou seja, direitos que surgem da interferência do Estado na esfera econômica privada – da mesma forma, os movimentos sociais reclamam a proteção do Estado para definir a fronteira entre eles e a radiodifusão comercial. Ou seja, reclamam a proteção do Estado para que esse sujeito coletivo (sujeito/comunidade) possa brigar contra a potência econômica maior (a radiodifusão comercial), que é do domínio da esfera privada.

De forma semelhante ao observado por Habermas (2003), aqui também a concepção do Estado protetor é "englobante": é ele quem pode garantir a proteção do indivíduo no plano do coletivo, pois é ele quem pode organizar o espaço público coletivo de modo a permitir que todos se realizem igualmente, por meio da palavra, dos discursos, dos argumentos e da racionalidade[55]. Esse mundo pressupõe a constituição de um Estado de Direito, no qual "a política não se dissolve na atividade do Estado; seu mundo é uma cultura da contradição, na qual as liberdades comunicativas dos cidadãos podem ser desencadeadas e mobilizadas" (HABERMAS, 2006).

Ocorre que, nesse caso, a interferência que se espera do Estado não será *neutra*, não apenas porque ele também *tem* de zelar pelos interesses da radiodifusão comercial (atividade cuja regulação é prerrogativa do Governo Federal), mas também porque o próprio Estado acabou submetido aos interesses do setor que, não se pode negar, tem força política extraordinária.

Em seu Art. 1º , a Lei denomina como radiodifusão comunitária o serviço em FM, operado em baixa potência (máximo de 25 watts ERP e altura máxima de 30 metros de antena) e com cobertura restrita por fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos, sediadas na localidade onde prestam o serviço, entendendo-se por cobertura restrita "aquela

[55] Também na *polis* grega se dava assim: era por meio da palavra e da dialética, da troca de impressões, do poder de persuasão da opinião emitida pelos mais "fortes" que construía a identidade da *polis* e a própria identidade dos indivíduos que a constituíam.

destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila" (Lei de Radiodifusão Comunitária n. 9.612/98).

Para obter uma concessão comunitária, é preciso, primeiro, constituir uma *entidade comunitária*, que, segundo o "Manual de Orientação – Como instalar uma Rádio Comunitária"[56] editado pelo Ministério das Comunicações, se configura como: "entidade civil de direito privado, sem fins lucrativos, de duração indeterminada ou determinada, de caráter cultural e social, de *gestão comunitária*, composta por número ilimitado de associados e constituída pela união de moradores e representantes de entidades da comunidade" (2005, p. 11, grifo nosso).

O chamado *Serviço de Radiodifusão Comunitária* (Lei n. 9.612/98) determina que as RadCom devem atender à *comunidade* onde estão instaladas, difundindo ideias, elementos culturais, tradições, hábitos locais e estimulando o lazer, a integração e o convívio, ou seja, prestando serviços de utilidade pública. Segundo *Cartilha* editada pelo Ministério das Comunicações, a rádio comunitária deve ajudar "ao desenvolvimento local mediante a divulgação de eventos culturais e sociais, *acontecimentos comunitários* e de utilidade pública. É o cidadão exercendo a sua cidadania através do *convívio comunitário*"[57].

A Lei não impõe limitações de quantidade de emissoras por localidade, no entanto apenas um único canal de RadCom é destinado a cada município. Para garantir que cada *comunidade* possa ouvir a sua emissora, sem interferência das demais, é imposto um distanciamento de quatro quilômetros entre uma emissora comunitária e outra. De acordo com o Plano Básico de Referências do Ministério das Comunicações, um município pode ser contemplado com mais de uma RadCom, mas todas, necessariamente, devem operar no mesmo canal e, na quase totalidade dos casos, na mesma frequência. Deve-se ressaltar que, dependendo da distância entre as torres de transmissão, configuração geográfica, dos equipamentos, entre outros pontos, os sinais podem colidir, interferindo um sobre o outro e dificultando a audição.

Do ponto de vista legal, a concepção do termo comunidade é restrita, confusa e equivocada. Em seu artigo 1º, a Lei considera que a *comunidade atendida* deve se referir à área atingida por um serviço de radiodifusão "em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita":

---

[56] Também disponível em <http://www.mc.gov.br>. Acesso em: 20 jul.2008.

[57] Cartilha "O que é uma Rádio Comunitária?", criada pelo Ministério das Comunicações. Disponível em: <http://bit.ly/JFcZMU>. Acesso em: 20 jun 2008.

> § 1º Entende-se por baixa potência o 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.
> § 2º Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila.

Já no Capítulo I (Das Generalidades,) do Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária, aprovado pelo Decreto nº 2.615 de 3 de junho de 1998, fica determinado que "a cobertura restrita de uma emissora de RadCom é a área limitada por um raio igual ou inferior a *mil metros* a partir da antena transmissora, destinada ao atendimento de determinada *comunidade de um bairro*, uma *vila* ou uma *localidade de pequeno porte*" (grifos nossos). Assim, a lei estabelece como *comunidade* a área atingida por um raio de mil metros, o que, quase nunca, corresponde a um "*bairro*, uma *vila* ou uma *localidade de pequeno porte*" (grifos nossos).

É fato que os artigos da Lei que tratam especificamente dos princípios, das obrigações de uma RadCom e de suas finalidades (art. 3º, 4º, 8º, e 15º) parecem em consonância com as reivindicações do Movimento de Democratização da Comunicação por um marco legal de uma comunicação efetivamente democrática. Esses artigos proíbem a prática de proselitismo de toda natureza e a discriminação de qualquer tipo (sexo, raça, cor, preferências sexuais ou convicções político-ideológico-partidárias ou condição social); asseguram o direito de todo cidadão emitir opinião sobre qualquer assunto abordado na emissora ou mesmo de apresentar sugestões e reclamações; determinam que as RadCom devem abrigar o pluralismo de opinião e dar oportunidade à difusão de ideias e tradições culturais locais; e, ainda, estabelecem que as emissoras comunitárias devem contar com um Conselho Comunitário que fiscalize a programação e funcione como uma "ponte de ligação" com a comunidade.

O Art. 3º, por exemplo, define que a RadCom deve atender à comunidade onde está inserida procurando, entre outros pontos:

> I - dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;
> II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;
> [...] V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Já no que diz respeito à programação da emissora comunitária legalizada, o Art. 4º diz que as emissoras devem dar preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, e:

> § 2º As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

A esfera pública que se configura a partir das determinações legais é, portanto, rigidamente delimitada não apenas geograficamente (ao circunscrever os limites de atuação ao raio de um quilômetro a partir do transmissor, limitando como comunidade "um bairro e/ou vila"), ou no que diz respeito ao porte (ao restringir a potência em, no máximo, 25 watts), ou ainda no que concerne à questão econômica (ao não permitir, por exemplo, o sistema cooperativo, limitando o controle a fundações e associações sem fins lucrativos). De alguma maneira, é também um espaço nitidamente demarcado no que diz respeito às normas relativas ao conteúdo e à programação. Ao vedar, por exemplo, a prática de qualquer tipo de proselitismo – ainda que visando coibir o uso inadequado da emissora com fins políticos ou religiosos –, a lei impõe um limite de conteúdo que inexiste para as emissoras comerciais. E mais: ao restringir a arrecadação de recursos à inserção de apoio cultural (impedindo a veiculação de propaganda comercial), a legislação ignora as necessidades dos pequenos comércios locais e dificulta as possibilidades de sustentação das RadCom, impedidas ainda de concorrer em pé de igualdade com os meios de comunicação comerciais.

Assim, a esfera pública idealizada de forma amplificada pelos movimentos sociais de democratização da comunicação acaba configurando um espaço claramente delimitado (geograficamente, economicamente etc.). As rígidas restrições são resultado de uma *arbitragem estatal*, ou seja, da forma pela qual o Estado tem condições políticas de intervir na relação entre RadCom e rádio comercial. É preciso que se esclareça, no entanto, que ainda que o poder econômico e *midiático* (a ABERT, representando as grandes emissoras) tenha efetivamente realizado pressões no sentido de estabelecer limites na Lei de RadCom, tais limites não nascem *da* radiodifusão comunitária: eles nascem na própria Constituição brasileira, que atribui à União a competência exclusiva para legislar sobre a radiodifusão em nosso País.

No que diz respeito ao conteúdo, a lei enuncia valores que devem ser defendidos pelas RadCom, mas que, por outro lado, são valores que surgem também da confrontação de opiniões, de preferências ideológicas, de estilos de vida. Usualmente, são valores que os dirigentes das RadCom buscam difundir, como demonstrou nossa Dissertação de Mestrado (FERREIRA, 2006) e que discutiremos a seguir. Ocorre que esses dirigentes têm a sua própria visão do problema, a sua própria visão editorial sobre toda a sorte de temas. Se, muitas vezes, as posições tomadas pelas RadCom não diferem do que se vê nos meios de comunicação de massa, isso se dá porque os dirigentes são, eles mesmos, pessoas concretas, inseridas em uma comunidade. Não são ilhas isoladas em mar aberto. Da mesma forma, também os interesses locais dizem respeito a pessoas que não vivem isoladas. Há uma dinâmica entre o que é local, nacional, internacional. Referindo-se aos dirigentes comunitários ou à própria comunidade, os valores não são unívocos. Daí a diversidade de formas como a questão do que é estabelecido como regra de conteúdo pode ser abordada a partir do próprio registro legal.

Finalmente, uma terceira perspectiva na reflexão da radiodifusão comunitária legalizada no Brasil, considerando alguns de seus princípios norteadores, é o modo como as RadCom se realizam cotidianamente. Como já dito, a legalização das RadCom no Brasil perfila-se aos interesses de livre acesso aos meios de radiodifusão, que surge em pleno processo de redemocratização do País, e traz em seu bojo como principal promessa "democratizar a comunicação para democratizar a sociedade" e fortalecer a cidadania e os valores e interesses de determinada localidade.

Movidas por esses princípios, mais de 4,4 mil emissoras comunitárias foram legalizadas desde 1998, alterando definitivamente a configuração do espectro[58]. No entanto, apoiadas sob os alicerces da democracia, do popular e da cidadania, uma vez legalizadas, nem sempre elas estão alinhadas, do ponto de vista da prática, a esses princípios presentes – ainda que com algumas diferenças e polêmicas – tanto nos movimentos sociais como nas regras (Lei n. 9.612/98) que lhes garante existência legal.

Embora em grande parte umbilicalmente ligadas às comunidades onde estão inseridas, os desvios de conduta por parte das RadCom, em relação ao modelo idealizado pelos movimentos sociais e concretizado pela Lei, não são novidade. Ao contrário, são pressentidos

[58] Na análise que realizamos neste trabalho, para efeito de delimitação do *corpus*, consideramos o total de 4.395 emissoras comunitárias autorizadas – dados relativos a 16 de janeiro de 2012. No entanto, em 19 de março do mesmo ano, segundo informações do Ministério das Comunicações, já existiam 4.433 RadCom em todo o País, sendo 576 delas no Estado de São Paulo. Ver "Processos Autorizados", disponível em: <http://bit.ly/KWcdh6>. Em março de 2011, o Governo Federal anunciou que iria trabalhar para que todos os 5.565 municípios brasileiros tivessem ao menos uma rádio comunitária até o final de 2012. Ver: <http://bit.ly/gcU9aT>. Acesso em: 10 jan. 2012.

e anunciados desde as primeiras autorizações legais de funcionamento das RadCom e têm sido objeto de pesquisa e análise a partir de diferentes perspectivas em todo o País, entre as quais, inclusive, nossa Dissertação de Mestrado, defendida em 2006 na ECA-USP.

Lopes, por exemplo, chega a esses desvios por meio do mapeamento da malha de ação do poder político constituído – sobretudo senadores e deputados federais. A partir de informações obtidas no sistema "Pleitos" (dados sigilosos do Ministério das Comunicações), o pesquisador avaliou todas as 503 autorizações de RadCom concedidas entre 2003 e 2004, durante o governo do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva e constatou que 70,97% delas tiveram o apadrinhamento de um político profissional, quase sempre um parlamentar federal[59]. Segundo ele, "os processos apadrinhados têm 4,41 vezes mais chances de serem aprovados do que os que não contam com qualquer apadrinhamento" de um político com mandato (LOPES, 2005b, p. 7). Isso comprova, entre outros pontos, que a utilização de critérios pouco democráticos nos processos de concessão e a continuidade da prática de utilização política do espectro radiofônico persistiram no governo Lula, do Partido dos Trabalhadores, tradicionalmente ligado aos movimentos pela democratização das comunicações.

Em outro estudo mais amplo, com 14.006 processos de outorga de RadCom, Lopes (2005a) aponta ainda outros problemas no processo de legalização das emissoras, entre os quais: em função das restrições legais, a política de radiodifusão comunitária é um fator de exclusão e não de inclusão radiofônica; não só os interesses financeiros, mas também os interesses hegemônicos tiveram papéis cruciais no estabelecimento da política de RadCom e, por isso, essa política pública pode ser caracterizada como uma contrarreforma; tanto o excesso de regras como a falta delas acabam beneficiando políticos profissionais detentores de poder estatal, que possuem acesso privilegiado ao Ministério das Comunicações.

Buscando comprovar o que chamam de "coronelismo eletrônico de novo tipo" (ou seja, o uso de emissoras comunitárias como moeda de barganha política), Lima e Lopes (2007) constroem um banco de dados com informações detalhadas sobre 2.205 emissoras comunitárias legalizadas entre 1999 e 2004, o que representa pouco mais de 80% de todas as rádios legalizadas até janeiro de 2007. Entre outros resultados, a pesquisa mostra que: em 50,2% das emissoras espalhadas pelo País é possível identificar vínculos políticos, o que denota uma prática nacional, e em 99% desses casos os políticos atuam em nível municipal;

[59] Em nossa Dissertação de Mestrado, como veremos a seguir, apontamos um número ainda maior de emissoras apadrinhadas politicamente: 86% das emissoras pesquisadas confirmaram a importância do apoio político (sobretudo de deputados federais) durante o processo de obtenção de outorga (FERREIRA, 2006, p. 276)

5,4% possuem vínculos com instituições religiosas (sobretudo emissoras ligadas à religião católica e a igrejas protestantes); em 1,2% (26 das emissoras comunitárias pesquisadas) há duplicidade de outorga, ou seja, ao menos um integrante da diretoria está ligado à direção de outra concessionária de radiodifusão (seja educativa, comercial ou comunitária), o que é proibido por lei. Os motivos pelos quais esses desvios podem ser facilmente comprovados seriam:

> Primeiro, porque a lei que regularizou as rádios comunitárias é excludente. Ela mais dificulta do que facilita o exercício do direito à comunicação. E, segundo, porque o processo de outorga para funcionamento de uma rádio comunitária é um interminável e tortuoso caminho que poucos conseguem percorrer. Existem milhares de pedidos de outorga aguardando autorização para funcionamento no Ministério das Comunicações (LIMA; LOPES, 2007).

No trabalho de confrontar a aspiração das RadCom com a realidade em que elas se dinamizam, por meio da identificação e análise das relações de poder que as constituem, em nossa Dissertação de Mestrado, defendida em 2006, pela ECA-USP, detectamos que muitas das emissoras legalizadas nada mais são que "alternativa de negócios de microempresários que contam, para isso, com o apoio de lideranças políticas, sobretudo de um parlamentar federal, na tramitação e agilização do processo junto ao Ministério das Comunicações" (2006, p. 17). A conclusão se dá após a detecção das motivações preponderantes que suscitaram a criação das RadCom pesquisadas na região noroeste do Estado de São Paulo.

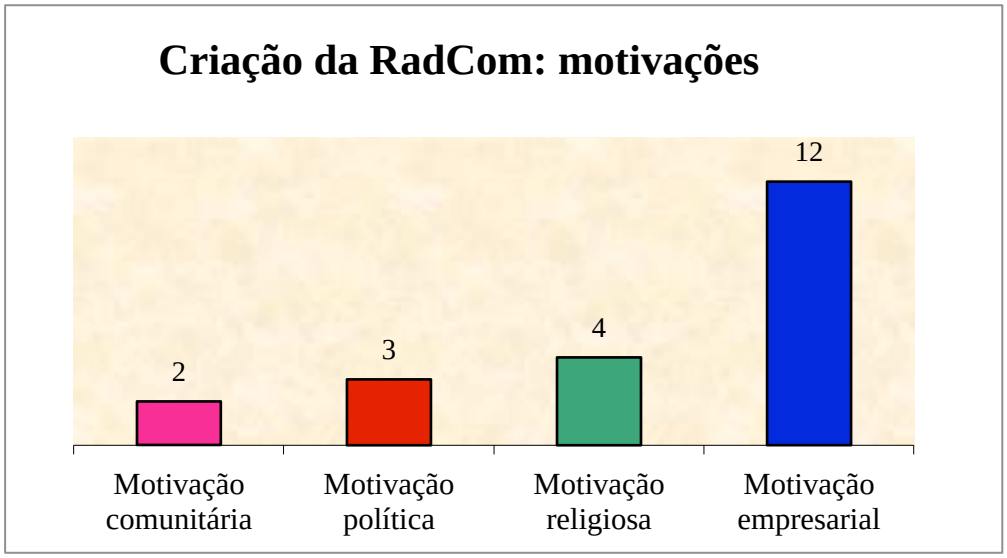
Intitulada "Rádios Comunitárias e Poder Local: um estudo de caso de emissoras legalizadas da região noroeste do Estado de São Paulo", o estudo refletiu sobre o padrão de funcionamento de 21 RadCom, a partir da análise de pesquisa quanti-qualitativa presencial realizada com 22 dirigentes comunitários[60], composta de seis itens: questões conceituais (o conceito das RadCom sobre comunicação comunitária); cadastro interno das emissoras (dados como nome fantasia da emissora, endereço, telefone etc., que não foram divulgados); histórico (a trajetória de implantação da emissora e suas relações na comunidade); programação (dados sobre o conteúdo irradiado); sustentação (formas de arrecadação de recursos para manutenção); situação legal (informações sobre os dirigentes e a forma de gestão adotada). Uma vez que os desvios detectados na conduta das emissoras pesquisadas

[60] Foram entrevistados dirigentes das 34 RadCom legalizadas na região até aquele momento; no entanto, a decisão de inserir apenas 22 das entrevistas, de 21 RadCom, deveu-se à necessidade de evitar a identificação das emissoras, que poderiam sofrer sanções legais.

poderiam levar a uma advertência ou mesmo cassação de outorga, as RadCom pesquisadas não tiveram seu nome e cidade divulgados no trabalho para impedir a sua identificação e consequente punição.

De acordo com a classificação que adotamos, nossa pesquisa aferiu que 57% das emissoras pesquisadas foram criadas a partir de motivações claramente empresariais; 19% surgiram a partir de motivações religiosas; 14% apresentam motivação preponderantemente política; e em apenas 10% delas é percebido com mais clareza a motivação efetivamente *comunitária* no processo de criação da emissora (FERREIRA, 2006, p. 166-178).

Gráfico 1 – Motivações preponderantes na criação da RadCom no *dial*



Fonte: FERREIRA, 2006, p. 167.

Como se percebe, apesar de distintas, os resultados das três pesquisas – Lopes (2005a, 2005b), Lima e Lopes (2007) e Ferreira (2006) – não diferem em sua essência: mostram o distanciamento entre as aspirações primordiais e a realidade na qual se concretizam as emissões comunitárias legalizadas. Também sinalizam para uma nova possibilidade de caracterização da esfera pública, na qual a distância entre o público e o privado é tênue, sendo fortes as possibilidades de introjeção de uma esfera na outra. Entretanto, se, por um lado, há uma clara instrumentalização das normas legais para a legalização das RadCom, por outro, não é possível afirmar que as motivações, os vínculos ou mesmo o apadrinhamento político

nos processos de outorga configurem de forma definitiva uma *pseudoesfera pública* (na qual a comunidade teria apenas o papel de receptor passivo) e sejam os únicos traços a definir a inserção dessas emissoras na vida concreta de suas comunidades.

Gráfico 2 – Conteúdos oferecidos pelas RadCom no *dial*

Fonte: FERREIRA, 2006, p. 210.

Nesse sentido, tendo como ponto de partida os dados levantados em nossa pesquisa de Mestrado (FERREIRA, 2006, p. 298-220) e na esteira das reflexões de Bucci (2005) em

relação à TV[61], podemos levantar algumas das constantes que parecem marcar o funcionamento das emissões comunitárias, que tendem a ampliar a esfera pública dessas emissões.

A primeira delas é o fato de encontrarmos uma relativa diversidade de conteúdo de programação e de estilos musicais irradiados (ver gráfico 2). Em contraposição à programação musical pasteurizada e homogeneizante das grandes redes comerciais – que transmitem para todo o País, a partir dos grandes centros (sobretudo São Paulo e Rio de Janeiro), uma programação em sintonia com os interesses da indústria fonográfica – muitas RadCom evitam a segmentação em apenas um estilo musical e arriscam a diversidade de estilos, de forma a atender ao gosto de mais de um grupo da comunidade. Também é comum verificar a abertura de espaços para programas voltados para idosos, esportes, direitos humanos, discussão política e geração de emprego e renda. E mais: a maioria das emissoras veicula a produção de músicos e artistas locais e regionais. Ainda que seja muito comum encontrar a reprodução de modelos e formatos irradiados pelas grandes redes, há efetivamente elementos novos presentes na programação. Essa diversidade enriquece culturalmente e contribui para o alargamento do espaço público.

Uma segunda característica das emissões legalizadas, corriqueira na maioria das RadCom espalhadas pelo País é a veiculação de conteúdo voltados à prestação de serviços e utilidade pública (como divulgação de campanhas de vacinação, matrículas escolares, atendimento nos hospitais, documentos perdidos etc.) e programas jornalísticos e informativos produzidos na localidade. Em especial nas pequenas e médias comunidades, quase sempre desprovidas de veículos impressos e de televisão, a prestação de serviço e os programas informativos servem para estreitar os vínculos ao trazer os problemas da comunidade para o centro do debate, estimulando, de certa forma, a posição crítica fundamental na constituição da opinião pública e na eficácia da ação comunicativa.

Pode-se questionar aqui a *qualidade* e a *objetividade* do material jornalístico apresentado, uma vez que os inegáveis vínculos políticos, religiosos e econômicos – como

[61] Segundo Bucci, são cinco as constantes que marcam o funcionamento da TV no Brasil: 1) o telejornalismo se organiza como melodrama, de forma a entreter o tempo todo, funcionando como mais uma ficção nos intervalos das novelas e tratando a notícia como uma mercadoria; 2) plenas de complexidade, as telenovelas precisam se apresentar como uma espécie de síntese da realidade brasileira; 3) ao mesmo tempo em que integra, a TV reproduz o preconceito e a exclusão que marcam a sociedade brasileira; 4) para se firmar como o "mestre de cerimônias da integração da nacionalidade", a TV precisa contar periodicamente com temas que tenham como objeto tudo o que promova o congraçamento e a confraternização nacional (por exemplo, as tragédias, os campeonatos, as datas festivas etc.); 5) seja no campo dos costumes, seja no dos valores éticos, a TV precisa transgredir constantemente os próprios limites, "seja porque o espaço público tende a crescer, seja porque a imbricação entre ele e o espaço privado tende a aumentar, [...] a TV depende de ir sempre além. O seu oxigênio vem de espaços virgens" (2005, p. 28-35).

demonstram as pesquisas apresentadas por Lopes (2005a, 2005b), Lima e Lopes (2007) e mesmo Ferreira (2006) – acabam influindo de forma decisiva na produção final, já comprometida em função da falta de qualificação de seus operadores. No entanto, não há dúvida de que são novos espaços que se abrem para a ampliação do debate local: das 21 RadCom entrevistadas, 19 ofereciam programas jornalísticos ao vivo diários voltados à comunidade (FERREIRA, 2006, p. 198-210).

A participação do ouvinte nas RadCom determina uma terceira característica que pode sinalizar a ampliação do espaço público. Vale ressaltar que consideramos que o termo "participação" se presta a uma série de interpretações, pois participar pode se dar em diferentes níveis. Na radiodifusão comunitária, por exemplo, a participação pode envolver desde o simples papel de ouvinte que eventualmente faz pedidos de música por telefone, até os níveis mais elevados de gestão e administração, passando pela produção de conteúdo.

Aqui se faz necessária uma pequena digressão: ainda não estamos tratando especificamente nem de mediação – que é do nível do fixo e pressupõe a linearidade do emissor para o receptor –, nem de interação – do nível do fluxo e que supõe a circularidade de um meio comunicativo, onde receptor se transforma em emissor e vice-versa (FERRARA, 2009a, 2008). Buscamos apenas analisar formas da presença e da ação da comunidade nas emissões comunitárias radiofônicas.

Nesse sentido, para refletir sobre as possibilidades de exercício da cidadania por meio da participação nas RadCom operando legalmente no dial, aplicamos as categorizações de Peruzzo/Utreras às informações fornecidas por seus dirigentes nas entrevistas presenciais semidirecionadas (FERREIRA, 2006, p. 212-216 e 268-271). Peruzzo, por sua vez, a partir de Marino Utreras, destaca cinco níveis diferentes de participação nos meios de comunicação popular, cuja variação depende dos critérios mais ou menos democráticos desenvolvidos: 1) meros *receptores de conteúdo*, a audiência passiva; 2) participação nas *mensagens*, por meio de pedidos de música e solicitação de serviços de utilidade pública e entrevistas concedidas; 3) participação na *produção* e transmissão de conteúdo (elaboração e edição de programas, mensagens ou matérias); 4) participação no *planejamento* do veículo comunitário, compreendendo várias etapas do processo: da definição de um plano de ação até a discussão da sustentação financeira e dos princípios da emissora; 5) finalmente, a participação integral na *gestão*, que "compreende a participação no processo de administração e controle do veículo [...], requerendo-se também aqui o exercício conjunto do poder" (PERUZZO, 1998, p. 144-145).

Na ocasião, havíamos constatado que, nas emissoras comunitárias legalizadas da Região Noroeste do Estado de São Paulo, o cidadão ultrapassava o nível básico de participação, no qual está confinado o mero receptor passivo das mensagens, uma vez que, em todas as emissoras pesquisadas, encontramos abertura para pedidos de música, reclamações, solicitação de serviços de utilidade pública e até entrevistas. Na maior parte das RadCom pesquisadas (71,5%), porém essa participação resumia-se ao nível 2, levantado por Peruzzo. Em 9,5% dos casos, encontramos o nível 3 de participação, na medida em que as RadCom contavam com o apoio de seus colaboradores na produção e transmissão de conteúdo. E nos demais 19% das emissoras comunitárias legalizadas que fizeram parte da pesquisa de mestrado observamos um *quarto nível* de participação, ou seja, a participação no *planejamento* da emissora.

O problema, no entanto, é que, neste último caso, todas as rádios eram ligadas a grupos religiosos (católicos e evangélicos), o que reduzia fortemente a participação às suas comunidades e lideranças religiosas, com intenso controle dos pontos de vista das respectivas igrejas. Por outro lado, não observamos nas emissoras pesquisadas para a Dissertação de Mestrado o nível de participação na *gestão*, uma vez que mesmo nas rádios religiosas o poder de decisão ainda é fortemente centrado em um núcleo muito reduzido de pessoas, normalmente os mesmos dirigentes que se alternam na direção da fundação ou associação mantenedora da entidade.

O paradoxo reside exatamente no fato de que essas emissoras, tanto no que diz respeito às aspirações primordiais como no tocante ao processo das determinações legais, são definidas e se diferenciam da emissão comercial na promessa de abrir formas efetivas de controle e participação da comunidade, de modo a suprir suas “carências comunicacionais”. O descompasso em suas dinâmicas é, claramente, um desafio a ser superado.

De qualquer modo, nos níveis mais básicos, por telefone, carta, *e-mail* ou mesmo pessoalmente, a comunidade tem efetivamente participado das emissões comunitárias legalizadas pedindo música, mandando recados, solicitando algum serviço de utilidade pública, divulgando eventos pró-entidades, ou solicitando apoio da comunidade. Ainda que, em grande parte das emissões legalizadas, o ouvinte não ultrapasse o nível de participação nas mensagens (pedidos musicais e de serviços) ou, eventualmente, participação na produção e transmissão de conteúdo, a disseminação das RadCom no País abriu novas possibilidades ao permitir o encontro emissor/receptor.

Em seu artigo 4º, a Lei n. 9.612/98 determina que qualquer cidadão da comunidade tem direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da

emissora, bem como manifestar ideias e reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado para fazê-lo, mediante pedido previamente encaminhado à direção da emissora. Tomando como ponto de partida a delimitação legal de "participação popular", não há dúvida de que as RadCom têm contribuído para *amplificar* a fala do cidadão, ampliando, dessa forma, o espaço de debate público, ainda que a participação seja marcada por restrições de tempo, espaço, e mesmo pela dependência de uma "decisão superior".

De qualquer forma, o cidadão parece ter aprendido a utilizar os espaços que se abrem para participação nas RadCom, não apenas como espaços de expressão, mas também de pressão e recursos de mediação diante das autoridades. Como ressalta Winocur, o ouvinte parece ter aprendido também a utilizar todos os recursos que são oferecidos para apresentar as suas reivindicações, tais como os horários e programas mais adequados para cada tipo de pedido, o fato que pode se tornar notícia etc. Ainda que, usualmente, de caráter efêmero e restrito, a participação nas RadCom sinaliza efetivamente para a ampliação do espaço público, na medida em que:

> [...] possuem um efeito democratizador independentemente se as demandas são solucionadas ou não, da intencionalidade dos atores ou dos filtros que sofrem no processo de irem ao ar. Em primeiro lugar, permitem ampliar o espectro das questões que são debatidas, em segundo lugar possibilitaram o reconhecimento das necessidades de outros, e, finalmente, validam socialmente a experiência de indivíduos e grupos que normalmente são ignorados ou discriminados em seus âmbitos de pertencimento mais próximos (WINOCUR, 2007, tradução nossa)[62].

Finalmente, um quarto ponto que marca o funcionamento das RadCom legalizadas e sinaliza a constituição de um novo espaço público é a dependência dessas emissoras dos fatos envolvendo – aqui não mais a Pátria, como observa Bucci em relação à TV – a comunidade onde se inserem e o seu lugar em relação à nacionalidade e ao mundo. Justamente por estarem umbilicalmente ligadas às suas localidades, a vida cotidiana (os problemas, as questões, as experiências e as necessidades sociais, culturais, políticas e até econômicas locais) é o ponto central da programação irradiada. Nesse sentido, ainda que "fragmentada" – o que poderia falsamente remeter à ideia de "re-feudalização", como apresentada por Habermas –, a esfera é

[62] Texto original: "tienen un efecto democratizador independientemente de si las demandas se solucionan o no, de la intencionalidad de los actores o de los filtros que sufren en el proceso de salir al aire. En primer lugar, permiten ampliar el espectro de las cuestiones que se debaten, en segundo término posibilitan el reconocimiento de las necesidades de otros, y, por último, validan socialmente la experiencia de individuos y grupos que normalmente son ignorados o discriminados en sus ámbitos de pertenencia más próximos" (WINOCUR, 2007).

ampliada ao envolver, proporcionalmente, de forma possivelmente mais igualitária, um número maior de cidadãos locais no debate.

Se, como diz Bucci[63], no Brasil a TV (de)limita o espaço público, lançando às trevas o que não está na tela, a radiodifusão comunitária legalizada que opera no dial parece ser o instrumento que ajuda a iluminar desde o sentido oposto, ou seja, de nossas entranhas, do Brasil mais profundo, à nossa frente. Assim, mais do que dizer que o rádio constitui ou não o espaço público, é preciso apontar em que medida pode haver, nas fronteiras da radiodifusão comunitária, *outros* espaços públicos, inclusive aqueles que se reconfiguram a partir da atuação das RadCom também na *web*, objeto deste trabalho. Mas, para que isso seja possível, precisamos refletir sobre a característica das linguagens radiofônicas que estruturam as suas produções discursivas.

1.2 A linguagem do meio

> Chega um momento em que se torna claro que não se pode mais continuar dizendo como antes: o cinema, a fotografia, a pintura [...]. Em lugar de pensar os meios individualmente, o que passa a interessar agora são as passagens que se operam entre a fotografia, o cinema, o vídeo, a televisão e as mídias digitais. Essas passagens permitem compreender melhor as tensões e as ambiguidades que se operam hoje entre o movimento e a imobilidade [...], entre o analógico e o digital, o figurativo e o abstrato, o atual e o virtual (MACHADO, 2007, p. 69).

De forma geral, o rádio no dial é um dispositivo que permite a transmissão de mensagens *sonoras* entre dois pontos e a distância, por meio de ondas eletromagnéticas. A transmissão é massiva e se dá em fluxo; a produção é centralizada e institucionalizada. Como vimos, no dial, a estrutura radiofônica atual foi moldada e instrumentalizada pela lógica do capital, de forma a operar como veículo ordenador e difusor do contexto ideológico do Estado moderno, na medida em que, se constituindo em meio de transmissão técnica por excelência, o veículo pudesse influir de forma decisiva nas grandes manobras econômicas, sociais, políticas e culturais durante a Primeira e, sobretudo, a Segunda Guerra Mundial. O papel

[63] "O espaço público no Brasil começa e termina nos limites postos pela televisão. Ele se estende de trás para diante: começa lá onde chegam a luz dos holofotes e as objetivas das câmeras; depois prossegue, assim de marcha à ré, passa por nós e nos ultrapassa, terminando às nossas costas, onde se desmancha a luminescência que sai dos televisores. O resto é escuridão. O que é invisível para as objetivas da TV não faz parte do espaço público brasileiro. O que não é iluminado pelo jorro multicolorido dos monitores ainda não foi integrado a ele" (BUCCI, 2005, p. 11).

ordenador, que lhe foi confiado pela indústria cultural, objetiva a sincronização funcional dos corpos-homens nas cidades[64] e a formatação do veículo como simples dispositivo distribuidor, unidirecional, linear, operando no sentido de fixar o ritmo social por meio do relógio radiofônico.

No entanto, porque o rádio é som, refletir sobre a linguagem radiofônica impõe-se a partir da compreensão das características de sua matriz sonora, contraponto à rigidez imposta pela linearidade da programação atual:

> O som é airoso, ligeiro, fugaz. Emanando de uma fonte, o som se propaga no ar por pressões e depressões, percorrendo trajetórias, sujeitas a deformações, cujos contornos e formas nunca se fixam. Vem daí a qualidade primordial do som, sua evanescência, feita de fluxos e refluxos em crescimento contínuo, pura evolução temporal que nunca se fixa em um objeto espacial. O som é omnidirecional, sem bordas, transparente e capaz de atingir grandes latitudes. Não tropeçamos no som. Ao contrário, ele nos atravessa (SANTAELLA, 2001, p. 105).

Se a matriz do som está na natureza, a matriz do rádio reside na oralidade, "como linguagem híbrida, entre o som e o verbo" (SANTAELLA, 2001, p. 397). No rádio, os acentos agudos e átonos da voz do locutor portam um som que se recupera no desenho do verbal escrito e que apenas simula suas potencialidades naturais. Afinal, o processo técnico de radiodifusão compreende etapas bem definidas como tomar, preservar, manipular e transferir[65], processo em que se busca, claramente, resgatar aquele som que *está* na natureza.

Não por acaso, a música constitui linguagem por excelência, sistema ainda mais icônico que a imagem: é som resgatado e preservado em uma estrutura que não se reduz a uma mera combinação, mas se constitui pelo próprio encaixe sintático. Aliás, é importante ressaltar que qualquer corpo que se mova sobre a terra, fazendo vibrar o ar de modo a oscilá-lo mais do que dezesseis vezes por segundo, produz som, de todas as intensidades. Nesse sentido, signo por excelência, o som *está* na natureza e não *é produzido* por ela.

A tentativa de resgatar e preservar o som tem uma matriz de natureza analógica, assim como na imagem simbólica e tradicional. Porém, o som produzido tecnicamente[66] perde sua natureza analógica e adquire uma matriz técnica: seu objetivo não é mais apenas resgatar e

---

[64] Para Menezes, em sua dinâmica no cotidiano das cidades, o rádio também pode se constituir em um sincronizador no sentido de "espaços de sincretismo, ambientes de expressões sonoras de diferentes culturas" (2007, p. 16), meio que "permite a mistura dos tempos e das vozes dos cidadãos" (2007, p. 20).

[65] Ver: MANOVICH, 2005, p. 102.

[66] Por exemplo, dos sons de instrumentos de corda aos dos instrumentos de percussão, até os sons eletrônicos e digitais.

preservar o que foi retirado da natureza, mas, sobretudo, produzir, tratar, manipular e transmitir tecnicamente um som. Nesse sentido, trata-se de um processo similar ao que ocorre com a imagem, na medida em que esse som deixa de ter uma matriz analógica para assumir uma matriz técnica. É por isso que a grande questão que se coloca nesse momento não é mais a da mediação, mas a da *mediatização*, ou seja, dos processos de veiculação e de vinculação de natureza técnica que emergem e podem atuar tanto no âmbito da mediação como no da interação (FERRARA, 2012, no prelo), como veremos no Capítulo 3, 3.2.1 Das relações aos vínculos: mediações e interações.

No entanto, como elemento básico (e vivo) da natureza, ao ser resgatado, o som mantém um sentido de preservação que o diferencia do processo pelo qual passa a imagem, produzida, em um primeiro momento, por *imitação*. Mas como pensar representação a partir dessa perspectiva? A imagem está em lugar de, enquanto o som não se representa, ele *é*. Isso porque:

> A linguagem sonora tem um poder referencial fragilíssimo. O som não tem poder para representar algo que está fora dele. Pode, no máximo, indicar sua própria proveniência, mas não tem capacidade de substituir algo, de estar no lugar de uma outra coisa que não seja ele mesmo. Essa falta de capacidade referencial do som é compensada pelo seu alto poder de sugestão (SANTAELLA, 2001, p. 19).

Daí a ideia de tomar, de resgatar da natureza, de criar uma forma de preservação, como a gravação de um som, sua manipulação ou mesmo sua transmissão. Por outro lado, não nos esqueçamos de que esse mesmo som também pode ser produzido tecnicamente: o surgimento do sintetizador, em 1960, e o dos equalizadores, na década seguinte, bem como a possibilidade de controle e edição por computador, permitem a produção de sons gerados artificialmente, através da manipulação de sinais elétricos, sem a necessidade de um instrumento acústico.

Rádio é som. No entanto, eletrônico e sonoro, artificialmente produzido, pois submetido às intermediações eletromagnéticas, o som do rádio não pode ser resumido às experiências acústicas naturais. Primeiro, porque,

> As suas possibilidades e limites [...] não serão as mesmas do som natural. A demarcação destes limites é bastante complexa, pois não depende apenas das leis físicas que permitem a descrição objetiva deste som mediatizado pelo áudio, mas também de variáveis psicológicas relacionadas à percepção e à

> imaginação que estão longe de constituir uma ciência exata (MEDITSCH, 2001a, p. 148).

E depois, porque, separado da fonte que o produziu, o som do rádio ganha uma "existência amplificada e independente", dominando a vida moderna ao torná-la "ventriloquizada" (SCHAFER, 1991, p. 173) e ao fazer que "na esquina de uma rua, no centro de uma cidade moderna, não [haja] mais distância, [haja] somente presença" (SCHAFER, 2001, p. 72).

No processo de desenvolvimento da produção técnica do rádio – ou seja, sua configuração como meio técnico –, há um momento em que som e imagem se misturam exageradamente. Isso se dá porque o som tenta se concretizar, criar corpo. O som precisa "passar do contínuo ao discreto" (MANOVICH, 2005, p. 97, tradução nossa)[67], ou seja, deve receber uma sintaxe, um enquadramento que o traduza em imagem e lhe confira significado. A sonoplastia é, justamente, o elemento vital que marca essa aproximação entre som e imagem, facilitando o seu processo de discretização e construção de significados.

Portanto, como meio técnico, o rádio é meio de transmissão que lida com uma organização lógica que lhe permite criar estruturas. Também na música criam-se estruturas: por exemplo, ritmo, harmonia, melodia, timbre são elementos estruturais de organização lógica (e que envolvem uma clara hierarquia, por exemplo, da harmonia sobre a melodia) daquele som que tem sua matriz na natureza. Assim, os meios técnicos já não permitem falar em *analogia* como matriz cognitiva: no limite, podemos afirmar que a sua natureza é a maior ou menor fidelidade da transmissão. Ao mesmo tempo, à medida que a questão da produção técnica vai se tornando cada vez mais elaborada, mais distante nos colocamos do som primordial, daquele som cuja matriz cognitiva é, sem nenhuma dúvida, analógica. E aqui, compreendemos a analogia a partir da formulação de Valéry, para quem:

> A analogia é precisamente apenas a faculdade de variar as imagens, combiná-las, fazer coexistir a parte de uma com a parte da outra e perceber, voluntariamente ou não, a ligação de suas estruturas. E isso torna indescritível o espírito, que é seu lugar. As palavras perdem a sua virtude. Lá, elas se formam, brilham diante de seus *olhos*: é ele que nos descreve as palavras.
> O homem leva, assim, *visões*, cuja força faz a dele. Relaciona sua história a elas. São seu lugar geométrico (VALÉRY, 2007, p. 135, grifos do autor).

[67] Texto original: "[…] pasar de lo continuo a lo discreto" (MANOVICH, 2005, p. 97).

Assim, já não se pode falar em *analogia*, quando tratamos do meio técnico no espectro eletromagnético, na medida em que a analogia deixa de ser sua matriz cognitiva e sua natureza passa a se relacionar com a maior ou menor fidelidade da transmissão. E, à medida que a produção técnica vai se tornando mais e mais elaborada, mais distante o meio configurado *rádio* fica daquele *som* primordial cuja matriz cognitiva é, efetivamente, analógica, pois capaz de combinar, relacionar e associar uma multiplicidade de significações, tão próximo que este último está da estrutura do pensamento quanto distante da subordinação que a ordem funcional da técnica imprime.

Como meio técnico, conforme já discutido, o rádio foi diretamente marcado pela racionalidade dos três tempos do moderno (FERRARA, 2012), em especial seu segundo momento, tempos pautados pelos princípios da universalidade, individualidade e autonomia, e a crença no progresso inexorável que levaria a um mundo ordenado. Nesse sentido, será constituído meio de transmissão de massa por excelência, operando na lógica da reprodutibilidade técnica por meio da multiplicação e da serialização de imagens sonoras, sobretudo a partir da década de 1930, quando tem início a fase que se convencionou chamar "era de ouro", em quase todos os cantos do mundo.

E ao ser limitado a mero veículo de difusão de informação, usualmente, o rádio acaba por ter a sua linguagem reduzida às características do suporte, ignorando, quase sempre, seu potencial expressivo, objeto das reflexões e experimentos de Arnheim (2005) e Brecht (2005), desde os anos 1930. Segue nessa linha o alerta de Balsebre de que a homogeneização dos gêneros e formatos radiofônicos, em função da sua progressiva instrumentalização por interesses econômicos e empresariais, acabou por alterar e desvalorizar sua tripla função de meio de difusão, comunicação e expressão (2007, p. 13).

Transformado em mero objeto de difusão e transmissão de informação, por se concentrar na compra e venda de mercadorias (como informação, música, anúncios e produtos), o rádio tem sua linguagem reduzida a um conjunto de fórmulas e códigos que ocultam o caráter expressivo do meio comunicativo e acabam por contribuir para a construção de uma visão centrada nas especificidades do canal que o veicula e não em suas potencialidades artístico-expressivas, alijadas a segundo ou a terceiro plano.

Vale ressaltar que é preciso considerar o meio através do qual determinada linguagem é veiculada para compreender não apenas o processo de produção, transmissão e de recepção de mensagens, mas também as suas próprias consequências sociais, o que vem corroborar a polêmica afirmação de McLuhan de que o "meio é a mensagem", na medida em que "configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas" (2007, p. 23).

Por outro lado, a atenção concentrada no suporte certamente pode comprometer a apreensão das linguagens que como “quaisquer organismos viventes, [...] estão em permanente crescimento e mutação” (SANTAELLA, 2001, p. 27).

Ferrara chama a atenção para a necessidade de se evitar uma confusão recorrente entre meios e suportes. Enquanto estes últimos se referem a uma comunicação dominada pela linearidade eficiente da transmissão de determinados códigos tecnológicos, em uma sociedade ordenada pelo consumo cultural orquestrado, os meios devem ser entendidos como

> ações que se desenvolvem motivadas pelas tecnologias dos suportes. Aquelas ações se ampliam e se expandem pelo processo interativo que faz implodir repertórios, valores culturais, tensões sociais e políticas que, sediadas nos contextos exclusivos de realidades particulares de recepção, assumem características distintas, mas sempre desconcertantes e imprevisíveis (FERRARA, 2009a).

Aspectos convergentes e divergentes

Mantendo em perspectiva essa permanente expansão e ampliação de processos, podemos lançar mão de Machado para afirmar que o estudo do rádio (e, por extensão, da linguagem radiofônica) tem sido marcado pela alternância do predomínio de pensamentos convergentes e divergentes (2007, p. 60), ou seja, de um lado uma visão que considera a complexidade dos diversos sistemas e processos sígnicos e, de outro, a necessidade de definir o campo de trabalho a partir do seu “núcleo duro”, qual seja, daquelas características que o distinguem em relação aos demais veículos.

Ao analisar a estrutura radiofônica, em trabalho que, desde meados dos anos 1980, tem sido referência nos estudos do meio, Ortriwano destaca justamente as “características intrínsecas” ao rádio, ou seja, aqueles traços que o diferenciam em relação aos outros veículos e que determinam as especificidades de sua linguagem, que são: imediatismo, instantaneidade, linguagem oral, penetração geográfica, mobilidade de emissão e recepção, sensorialidade, baixo custo de produção e recepção, e autonomia (1985, p. 78-83).

A partir de Machado, podemos aferir que a caracterização de Ortriwano reproduz uma tendência que vigorou, sobretudo, entre os anos 1950 e 1980 e que marca o pensamento divergente, uma abordagem, de certa forma, ortodoxa e separatista, que desconsidera os pontos de hibridização e fusão com outras linguagens também em permanente expansão. Matriz fundadora do pensamento de muitas produções desse período, a Escola de Frankfurt

ocupa papel central na compreensão dos meios de comunicação de massa, quando os meios técnicos são entendidos como capazes (a partir justamente de suas características essenciais) de plasmar um processo de recepção pensado de forma linear, de tal sorte que o *receptor* se constitui justamente naquele que recebe, em massa inerte, incapaz de processar e fazer circular a informação recebida.

No entanto, exatamente porque esse receptor é também capaz de pensar e de fazer circular a informação, gerando outras informações, cada uma dessas características pode ser vista a partir de suas possibilidades tanto convergentes como divergentes, na medida em que abrem (ou não) uma infinidade de novas possibilidades de consequências no ambiente cultural, tanto no analógico como no digital. Pensemos em algumas dessas possibilidades, retomando e ampliando as contribuições de Ortriwano, que, embora hoje possam ser interpretadas como "divergentes" ao tomar o meio por suas especificidades e funcionalidades, foram pioneiras e importantes para a consolidação de um campo de estudos da radiofonia.

O surgimento do transistor, em meados dos anos 1950, permitiu a fabricação de aparelhos menores e mais baratos e, ao mesmo tempo, conferiu *autonomia* ao veículo. Ao ficar livre de fios e tomadas, a audiência deixou de ser predominantemente coletiva e se individualizou: o rádio abandonou o centro da sala, de onde falava para a família toda, e ocupou outros espaços da casa, mais íntimos. Também a linguagem radiofônica passou a explorar a *intimidade/proximidade* (ORTRIWANO, 1985, p. 81). De certa forma, essa "intimidade" ampliada e estendida pelo transistor remete aos primeiros aparelhos receptores de galena, que, desprovidos de alto-falante, demandavam o uso de fones de ouvido. Ainda que o aparelho possuísse mais do que um par de fones, sua audição não deixava de ser íntima, porque não abertamente compartilhada.

Nessa perspectiva, o "rádio de pôr no ouvido" (BOSI apud APROBATO FILHO, 2008, p. 212) teria amadurecido com a audiência coletiva ao ocupar o centro da casa e teria, na etapa pós-transistor, atingido a idade adulta na relação mais e mais íntima e próxima com o ouvinte. Ainda seguindo esse raciocínio, voltou a se "pôr no ouvido", algumas décadas depois, com a mobilidade cada vez maior propiciada pela recepção de rádio em dispositivos móveis, como o celular, acompanhados, mais uma vez, dos fones de ouvido, agora definitivamente incorporados à audição radiofônica que ocupa os espaços urbanos. Graças às formas mais recentes de produção técnica radiofônica, o rádio ampliou ainda mais o seu espectro porque se tornou excessivamente móvel. Agora acoplado ao corpo humano, com o som vibrando no interior do indivíduo, ele pode se deslocar indefinidamente, em uma intimidade que, apesar de particularizada, se faz mais compartilhada e em rede.

Mas seria efetivamente essa intimidade uma característica intrínseca ao meio ou determinada pela configuração da mensagem? Para Bachelard (2005), a intimidade atribuída ao rádio está exatamente no fato de carregar uma voz desprovida de rosto[68], que, em suas infinitas possibilidades, tem o poder de tocar o mais profundo inconsciente, ao falar na solidão. É nessa voz que reside a sua "superioridade", o seu poder de criar devaneios, de conduzir ao plano mais profundo dos sonhos:

> O ouvinte encontra-se diante de um aparelho. Está numa solidão que não foi ainda constituída. O rádio vem constituí-la, ao redor de uma imagem que não é apenas para ele, que é para todos, imagem que é humana, que está em todos os psiquismos humanos. [...] Ela chega por trás dos sons, sons bem feitos. [...] O rádio está verdadeiramente de posse de extraordinários sonhos acordados (BACHELARD, 2005, p. 132-133).

Assim, o rádio atinge milhares de pessoas, mas fala para o indivíduo em particular, para o indivíduo na sua solidão. A essa característica, López Vigil denomina *linguagem afetiva*. Partindo da ideia proposta por esse autor de que "no rádio, o afetivo é o efetivo" (2003, p. 33), as sonoridades das RadCom legalizadas, sendo elas mesmas frutos também dos afetos locais, grosso modo, podem se construir mais "efetivas" do que as da radiodifusão comercial, sobretudo dos grandes grupos de comunicação, cuja voz se faz sempre muito distante das questões e relações localizadas. E se as RadCom legalizadas operam no nível do afetivo-efetivo, as grandes redes de rádio se estruturariam no eixo do afetuoso-eficiente: o jogo sonoro da proximidade inclui também um objetivo a ser alcançado, qual seja, equilibrar as necessidades e demandas das audiências e do mercado.

A *sensorialidade* se refere à capacidade do rádio de criar ambientes mentais por meio da voz e da sonoplastia (a agregação de música e trilhas, efeitos sonoros e silêncio) e ao seu poder de criar um todo envolvente e multissensorial, em que a audição sintetiza as sensações provenientes de diversos órgãos, conduzindo à percepção do objeto. Trata-se de uma mediação de natureza ambiental que, como veremos a seguir, constrói espacialidades perceptíveis por meio da articulação visualidade/visibilidade correlatas com a sonoridade/sonoplasticidade.

Desse modo, a afetividade/afetuosidade se constrói justamente em função da *sensorialidade* do rádio, ou seja, da sua capacidade de envolver o receptor de tal forma que o

[68] Schafer chama de esquizofonia este "corte livre do som, de sua origem natural" (1991, p. 176). E justifica: "e se uso, para o som, uma palavra próxima de esquizofrenia é porque quero sugerir a vocês o mesmo sentido de aberração e drama que esta palavra evoca" (SCHAFER, 1991, p. 172).

arrasta a um “diálogo mental”, no qual “o ouvinte visualiza o fato narrado por meio dos estímulos sonoros que recebe, da entonação vocal, da tonalidade, do ritmo da mensagem” (ORTRIWANO, 1990, p. 105). A essência desse jogo está em sua *função antecipadora*, ou seja, na sua capacidade de sugestão, de fazer que o ouvinte antecipe no seu espírito o que poderá ser narrado (SIEGBERT, 1998, p. 142). Isso acontece mesmo na ausência de uma escuta atenta da estruturalidade do som, ainda que a audição ocorra em um ambiente saturado de outras informações e demandas, com o ouvinte disperso na profusão da informação ambiental.

Por outro lado, não podemos deixar de destacar que essa sugestão gerada pelo rádio, esse se deixar levar pela força “antediluviana” (BRECHT, 2005), não pode ser definida somente pela *oralidade* e pelas formas de ordenamento dos discursos. Ela também reside na própria mediação técnica. Ou seja, para não quebrar a “fantasia” criada pela transmissão, locutor e ouvinte estabelecem vínculos mediadores por meio do veículo, um contrato tácito: o locutor/emissor instaura um jogo, alimentando a ideia de que o espaço ficcional e o real são uma única coisa; e o ouvinte finge que está na companhia de alguém, interagindo com os programas.

Dessa forma, se falamos em “intimidade” a partir da perspectiva de audição privada, ou seja, da audição pessoal, realizada quase sempre individualmente, podemos tomá-la como mais uma das características que têm constituído o veículo. No entanto, é preciso reconhecer que a construção da “intimidade” afetiva ou afetuosa tem relação estreita com o modo como se configura a mensagem e depende fortemente da *performance vocal*, não sendo, portanto, característica intrínseca, mas um dos modos possíveis de constituição da linguagem.

Estranhamente desprovida de corpo volumétrico, a voz se faz acentuadamente presente em função da pregnância sensível que permite ouvir, como se estivesse vendo, tocando, cheirando... A voz é, assim, a “construtora do espaço simbólico e imaginário em que se realizam a produção e a escuta radiofônica” (NUNES, 1993, p. 16) e que possibilita a criação de espaços afetivos-afetuosos de intimidade.

De modo geral, Nunes (1993) observa dois padrões de emissão sonora, o padrão FM e o padrão AM, que sintetizariam o modo como elementos característicos de emissão de voz podem ser manipulados no rádio. O padrão FM estaria ligado à “urbanidade e dessemantização” (NUNES, 1993, p. 131), pois construído em falas rápidas, curtas, carregadas de tons ascendentes alegres, enunciados incompletos e significado verbal atrofiado, com vozes tecnicamente manipuladas apoiadas em ritmos musicais acelerados.

Tome-se como exemplo qualquer programação classificada como para “público jovem”, de emissoras como Mix ou Jovem Pan.

Já o padrão AM estaria ligado à “proximidade libidinal” (NUNES, 1993, p. 135), na medida em que, tradicionalmente, construído por vozeirões quentes e sensuais, carregados de dramáticos maneirismos vocais que sugerem sentimentos diversos e distintos, em uma linguagem que se faz amigável e familiar. São bons exemplos programas como os de Paulo Lopes e Eli Correa, ou mesmo tradicionais programas policiais do meio da tarde.

“Urbanidade e dessemantização” ou “proximidade libidinal” são apenas duas das possibilidades de diferentes dimensões da mesma tentativa de humanizar a transmissão e o suporte, imprimindo cumplicidade e aproximando locutor de ouvinte. Em ambos os casos, AM e FM, apesar das diferenças apontadas acima, quase sempre, temos um texto construído em primeira pessoa que simula, na mediação do corpo a corpo, uma comunicação face a face. Nesse processo, uma “voz xamânica” que fala ao “pé do ouvido” com sua audiência, simula o dialógico ao convidar o ouvinte a todo o momento a “participar do ritual eletroeletrônico por meio de telefonemas, cartas e presenças” (NUNES, 1993, p. 140-141). E assim se repetem textos como: “eu espero a sua ligação”, “sua participação é muito importante”, “ligue e peça a sua música”, “você, meu amigo(a)” etc.

Como “meio cego” (ARNHEIM, 2005), o rádio cria um mundo puramente acústico-auditivo elaborado por meio de sons, cuja função primária “é aquela de uma voz falando para a audiência” (ARNHEIM, 2005, p. 84). É a voz descorporificada que pode conferir materialidade sígnica a qualquer texto: “A voz faz presente o cenário, os personagens e suas intenções; a voz torna sensível o sentido da palavra, que é personalizada pela cor, ritmo, fraseado, emoção, atmosfera e gesto vocal” (SILVA, 1999, p. 54). Mediatizada, a *performance* vocal é determinada não apenas pelas características do próprio meio (radiofônico), mas também pelo tempo histórico em que se insere, portanto pelas implicações políticas, culturais, sociais e econômicas. Da mesma forma se dá com a decodificação por parte do ouvinte dessa construção de espaço simbólico.

Em resumo, podemos afirmar que a “proximidade/intimidade”, exponencializada com o advento do transistor, existe como latência, como possibilidade nas diversas linguagens radiofônicas e, para sua concreção, a plasticidade da voz tem papel fundamental. Nem todo texto radiofônico opera nesse sentido: o radiojornalismo e a publicidade radiofônica, por exemplo, podem buscar cumplicidade e, até mesmo, a emotividade, mas nem sempre operam na lógica da intimidade. Tampouco os programas que se resumem à simples apresentação das atrações musicais ou informação da hora certa. No caso específico do radiojornalismo

operando no dial, a "intimidade" com o ouvinte corre o risco de redundar em sensacionalismo[69].

A "intimidade" exige uma "resposta" de um ouvinte que em quase nada se parece com aquele ouvinte "estático" das primeiras transmissões: agora, são intensos e constantes os movimentos *do* e *para* o seu corpo. O rádio lhe impõe a solidão (BACHELARD, 2005) em todos os espaços, públicos ou privados. A resposta está na aceitação do jogo.

Ainda de acordo com as caracterizações de Ortriwano, a *mobilidade*, que também adveio com o transistor, conferiu mais liberdade para o ouvinte sintonizar rádio em qualquer lugar e também para o emissor transmitir os fatos a partir de onde eles acontecem. Assim, a *mobilidade* possibilitou o *imediatismo*, ou seja, a transmissão do fato no mesmo momento em que ele acontece, muito antes do jornalismo impresso, muitas vezes, antes mesmo da televisão, que exige um aparato técnico muito maior e complexo (ORTRIWANO, 1990, p. 104-106; 1985, p. 80).

Já a *instantaneidade* estaria ligada às condições de recepção por parte do ouvinte, que é simultânea em relação à transmissão, mas não necessariamente à ocorrência do fato. É a noção de que, no rádio, o tempo é sempre presente, ainda que a mensagem tenha sido previamente gravada. Ela exigiria redundância, ou seja, suporia repetição das informações principais para que a mensagem mantenha sua totalidade e compreensão por parte do ouvinte (ORTRIWANO, 1990, p. 105; 1985, p. 80). Na *web*[70], com a possibilidade de disponibilização de arquivos sonoros, de *podcasts* especialmente criados ou simplesmente arquivos editados de programas que já foram ao ar, a *instantaneidade* ganha outras dimensões, como veremos no capítulo seguinte.

Aqui também é necessário que nos atenhamos com mais atenção a essas duas características, ambas relacionadas à dimensão temporal, eixo estruturante do discurso nas linguagens radiofônicas, uma vez que foi o primeiro veículo a permitir a simultaneidade entre a enunciação e a recepção do enunciado, imprimindo uma nova lógica e dinâmica nas trocas comunicativas. O próprio suporte "rádio" se constrói na transmissão de sinais eletromagnéticos em um determinado tempo e espaço.

---

[69] Há casos em que esses limites não são absolutamente estanques, por exemplo, o papel dos âncoras nas emissoras dedicadas ao radiojornalismo. Para citar apenas um, Mílton Jung, da rádio CBN, que mais do que a relação de cumplicidade, busca criar laços de proximidade com seus ouvintes.

[70] O mesmo vale para o rádio digital que promete, entre outros pontos, a possibilidade de armazenar pequenos pacotes de informação, permitindo ao ouvinte, a exemplo do que já vem ocorrendo na TV digital, pausar alguns segundos a programação que está ouvindo ou mesmo voltar alguns segundos e ouvir novamente o que foi transmitido.

Diferentemente da imprensa, primeiro o rádio e depois a televisão surgiram como veículos do *ao vivo*, da possibilidade de veiculação em "tempo real". Destaque-se que as primeiras transmissões, tanto de um veículo como de outro, eram necessariamente "ao vivo", uma vez que as tecnologias que facilitavam a gravação e edição[71] dos programas vieram depois. Assim, a noção de "tempo real" em fluxo contínuo, ou seja, de um tempo simultâneo entre a transmissão de determinado enunciado e sua recepção, emerge junto com o rádio, conferindo-lhe a sensação de "estar junto", da presença compartilhada entre emissor e receptor e, por extensão, a percepção de *proximidade*, como vimos anteriormente.

Ao descrever a multitemporalidade do discurso informativo no rádio, Meditsch nomeia a essa condição de "ao vivo em primeiro grau": temos necessariamente a simultaneidade entre emissão/recepção, mas não obrigatoriamente entre tempo de produção do enunciado e sua enunciação: "funcionando 24 horas por dia, o discurso do rádio atinge a *isocronia absoluta* com o tempo da vida real, provocando a torção na linha do tempo de programação que passa a ser representada, visualmente, por uma espiral infinita" (MEDITSCH, 2001a, p. 210, grifos do autor). Essa programação isocrônica, de permanente circularidade, tem relação direta com o próprio tempo social do moderno: inserido no território da cultura, o rádio encurtou distâncias e comprimiu o tempo; permitiu a sincronização social do ritmo dos corpos, não apenas em suas atividades, mas também em seu universo simbólico (MENEZES, 2007, p. 63).

O processo de "presentificação" teria, ainda, para Meditsch (2001a, p. 208-215), outras camadas: 1) o "vivo em segundo grau", no qual a interpretação (ao vivo) pelo locutor de um texto previamente escrito ou memorizado, mesmo que ainda diferido, acrescenta novos elementos ao "ao vivo"; 2) o "vivo em terceiro grau", no qual a elaboração do conteúdo ocorre ao mesmo tempo em que se dá a enunciação, com largo uso de improviso; 3) e, finalmente, o "vivo em quarto grau", em que temos a conjunção de quatro tempos distintos: o do acontecimento, o da produção do relato, o da própria enunciação e o da recepção.

Fechine (2001, 2002, 2008), por outro lado, ao estudar as transmissões de telejornais, relata um efeito de "ao vivo" que pode ser impresso tanto em uma transmissão direta (ou seja,

[71] A reprodução automática de música remonta ao século IX com a invenção de um órgão mecânico que tocava cilindros intercambiáveis automaticamente, dispositivo utilizado até meados do século XIX, quando as técnicas de registro do som (gravação mecânica ou elétrica, gravação em disco ou cilindro) foram aprimoradas, concomitantemente, portanto, ao desenvolvimento tecnológico do rádio. Porém, foi somente a partir de meados dos anos 1930, com o surgimento da fita de gravação magnética, e sua popularização na década seguinte, no pós-Segunda Guerra Mundial, que se tem a possibilidade de gravação e edição do conteúdo gravado. A fita plástica magnética não permitiu apenas a manipulação ainda em estúdio, mas, por ser mais leve e compacta, facilitou a conservação e o arquivo de registros, o transporte e o compartilhamento de conteúdo em redes de emissoras, além de conferir maior fidelidade, qualidade e duração da gravação.

"um vivo de quarto grau", no qual há simultaneidade temporal entre acontecimento, produção, transmissão e recepção) como em uma transmissão previamente gravada, em que o "ao vivo" é apenas simulado por meio de determinados procedimentos, de modo que o receptor tenha as mesmas sensações de uma transmissão direta. No entanto, ela alerta:

> Semioticamente, o reconhecimento de uma transmissão direta é, da parte de quem transmite, um *fazer-crer* e, da parte de quem [ouve rádio], um *crer-verdadeiro*: a crença de que aquilo que se está [ouvindo no aparelho de rádio] está, de fato, *acontecendo* no momento em que é [ouvido] (FECHINE, 2001, grifos da autora).

Na transmissão direta, mais do que mero "efeito de ao vivo", temos a criação de um texto, nascido da sintonia sincrônica da enunciação com o enunciado, que só existe na duração efêmera que o constitui. "Texto em ato" ou "texto em situação", seu objetivo é criar sentidos de presença, que amplifiquem o envolvimento e a interação do receptor, a quem é feito crer que participa do acontecimento ou evento no momento mesmo em que ocorre. No tempo radiofônico, o ouvinte é arrastado para dentro do espaço do acontecimento, na medida em que é incorporado à própria transmissão. Temos, portanto, no "texto em situação",

> um tipo particular de texto que incorpora o seu próprio ato de produção/recepção como um elemento constitutivo do sentido do qual ele é depositário. [...] [Trata-se de] um tipo de transmissão na qual a ação/interação proposta ao [ouvinte], a partir da própria transmissão, é parte daquilo que lhe define como texto: é parte integrante do sentido atribuído àquilo que se [ouve no rádio]. Ou seja, a "resposta" do [ouvinte] àquilo que está [receptor de rádio] – mesmo que não haja mecanismos concretos de interatividade e que esta interação se dê através de mecanismos simbólicos. É um elemento essencial daquele "conjunto significante" que lhe é proposto como texto televisual (FECHINE, 2001).

Ou seja, o locutor faz questão de mostrar ao seu ouvinte que o programa está acontecendo naquele exato momento: informando a hora certa com frequência; convidando o ouvinte a participar por telefone, *e-mail*, SMS etc.; mandando alôs e recados; mantendo no ar os possíveis erros de transmissão, entre outros mecanismos. O texto sonoro é, portanto, um lugar de construção de sentidos, ligados à própria duração em que se dá a enunciação.

É na complexa equação "eu-locutor / você-ouvinte / nós-aqui e agora" que se projeta no enunciado que o corpo a corpo simula o face a face: o ouvinte não está sozinho diante do

fato, mas está diante do fato (ou de sua construção) junto com aquele que o conduz até lá. Portanto, *imediatismo* e *instantaneidade*, mais do que características intrínsecas ao meio, ligadas à transmissão ou recepção de conteúdo, estão ligados à própria representação (enquanto *performance* do som) construída em sintonia com a transmissão/recepção e o processo do acontecimento, no qual a *proximidade*, o *estar junto* é a linha condutora.

Essa é, sem dúvida, uma das marcas principais do discurso radiofônico, exponencializada pela radiodifusão comunitária no dial. Isso porque, nas RadCom, graças à sua própria configuração – limitação de abrangência, localização geográfica, obrigatoriedade de manter microfones abertos para a comunidade, entre outros pontos –, há, efetiva e forçosamente (em função das exigências legais), uma "valorização" do *face a face* (ampliado em um corpo a corpo ao mesmo tempo sensível e técnico) norteando a construção do ambiente comunicativo. Não se trata de dissimular a mediação técnica que, verdadeiramente, existe e também veicula e vincula corpos, mas, sim, de reconhecer as individualidades e valorizar o compartilhamento e as relações comunicativas que vão do face a face ao corpo a corpo.

Primeiro, porque, estruturalmente, as RadCom estão inseridas no seio do corpo coletivo. A localização dos estúdios da RadCom e de sua antena de transmissão no mesmo espaço físico (um quilômetro, segundo determina a lei) em que se tem a emissão das ondas e no qual seus ouvintes se encontram favorece o fortalecimento e manutenção das relações interpessoais. Não nos esqueçamos de que, por exigência legal, seus dirigentes, locutores e colaboradores devem estar vinculados (habitar) nessa mesma comunidade, portanto participam dos embates e disputas que estruturam o tecido social local.

Aqui, a "voz descorporificada" mediatizada e propagada por meio do espaço eletromagnético está associada à vivência e à construção coletivas. Se, "da comunicação face a face àquela veiculativa caminha-se da retórica à tecnologia, da comunicação reiterativa e redundante, da prática social e coletiva de produzir consensos à sociedade da comunicação" (FERRARA, 2012, no prelo), as RadCom podem implicar exatamente um retorno àquele ponto de partida, ao falar não mais à massa homogênea de corpos veiculados, mas a um "conjunto de *singularidades*" (HARDT; NEGRI, 2005, p. 139), conforme proposto pela multidão de Hardt e Negri:

> A multidão designa um sujeito social ativo, que age com base naquilo que as singularidades têm em comum. A multidão é um sujeito social internamente diferente e múltiplo cuja constituição e ação não se baseiam na identidade ou na unidade (nem muito menos na

> indiferença), mas naquilo que tem em comum (HARDT; NEGRI, 2005, p. 140).

Em um primeiro momento, poderíamos pensar que esse é um traço mais perceptível nas RadCom instaladas em pequenas comunidades, com menos de 25 mil habitantes. Não necessariamente. Distintos trabalhos acadêmicos têm mostrado a força da inserção de emissoras localizadas em grandes centros urbanos. Bom exemplo é a Rádio Comunitária Heliópolis[72], instalada na comunidade de mesmo nome, na zona sudeste da cidade de São Paulo, capital. A emissora foi idealizada, criada e, ainda, é dirigida pela União de Núcleos, Associações e Sociedades dos Moradores de Heliópolis e São João Clímaco (UNAS), entidade que, desde fins dos anos 1970, trabalha na promoção da organização dos moradores de Heliópolis, lutando para a melhoria da qualidade de vida local.

Com cerca de 130 mil habitantes em uma área de quase um milhão de metros quadrados, a Vila Heliópolis já foi considerada a maior favela do Brasil, mas graças à luta de seus moradores (organizados pela UNAS) e à intervenção do poder público, passou por um intenso processo de urbanização, ganhando estatuto de bairro. Operando ilegalmente a partir de 1997 até sua autorização oficial pelo Ministério das Comunicações em 2008, a Rádio Comunitária Heliópolis teve um papel importante nessa luta, divulgando o movimento, conferindo-lhe visibilidade, ampliando a esfera pública de debates. Portanto, embora inserida numa megalópole como São Paulo, pode-se afirmar que na Rádio Heliópolis a vinculação técnica dos corpos não substitui as trocas comunicativas que se dão no *face a face* do espaço público na comunidade, inclusive favorecendo os processos interativos, como veremos no terceiro capítulo.

Retomando as características propostas por Ortriwano, o rádio possui *baixo custo de produção e recepção* (1985, p. 79): é acessível a uma gama de pessoas em escala exponencial; e sua instalação, operação, produção e manutenção no dial custam bem menos que em outros meios, como no jornal impresso e na televisão. Apesar de a operação e a manutenção de páginas e serviços na Internet também serem relativamente baixas, é preciso um investimento inicial significativo na compra de equipamentos e de meios de acesso à rede.

Graças ao baixo custo de montagem das emissoras no dial é que, primeiramente, as emissões não oficiais e, em seguida, as rádios comunitárias se espalharam com tanta força por todo o país. Some-se a isso, como mais uma das características intrínsecas do veículo,

---

[72] Ver: <http://www.radioheliopolisfm.com.br/>. Acesso em: 15 mar. 2012. Sobre a UNAS, ver: <http://www.unas.org.br/>. Acesso em: 18 abr. 2011.

apontadas por Ortriwano, a grandiosa *penetração geográfica* (1985, p. 79) do meio – que, a princípio, não possui limitações para chegar às regiões mais distantes do País – e teremos, finalmente, alguns dos traços que mais comumente vêm sendo associados à conformação de uma "linguagem radiofônica". A questão que se coloca é *em que* e *como* ela se constituiria?

Antes de tudo, é preciso que se destaque que acreditamos serem as linguagens múltiplas e com alto poder de proliferação – na medida em que crescem, se expandem e hibridizam concomitantemente ao surgimento de novos meios. E por acreditarmos que "linguagens e meios se combinam e se misturam" (SANTAELLA, 2001, p. 28), bem como que o próprio rádio se constitui em uma multiplicidade de meios em si mesmo, é possível também falar em possibilidades de "linguagens radiofônicas" ou, ao menos, distintas conformações de linguagens. Prova de que o suporte tem gerado múltiplos meios são as distintas experiências e dinâmicas possibilitadas por rádio poste, rádio escolar, rádio educativa, rádio comunitária, rádio comercial, entre outras, que não podem ser simplesmente reduzidas a "gêneros" ou mesmo a "formatos".

Não se resumem a gênero porque não se tratam de tipologias ou agrupamentos específicos, subdivisões extensivas de uma mesma classe; ao contrário, podem se constituir, multiplicar, exponencializar em outras experiências, encaminhamentos e construções, em diferentes espaços de produção. Tampouco são apenas formatos, ou seja, meros conjuntos "de ações integradas e reproduzíveis, enquadrado[s] em um ou mais gêneros radiofônicos, manifestado[s] por meio de uma intencionalidade e configurado[s] mediante um contorno plástico, representado pelo programa de rádio ou produto radiofônico" (BARBOSA FILHO, 2003, p. 71).

Há, por certo, uma estrutura de linguagem que toma forma a partir do cruzamento da pluralidade de signos sonoro-verbais: do verbal oral ou verbo-sonoro (a própria fala que compõe a emissão), do verbal escrito (os roteiros que sustentam a programação), bem como do sonoro e do sonoro-verbal (das canções, das músicas, dos ruídos, dos sons ambientes), enfim, "verbo-voco-sonoplástico":

> Portanto, a linguagem radiofônica não é exclusivamente verbal-oral. Assim como a palavra escrita, músicas, efeitos sonoros, silêncio e ruídos são incorporados em uma sintaxe singular ao próprio rádio, adquirindo nova especificidade, ou seja, estes elementos perdem sua unidade conceitual à medida que são combinados entre si a fim de compor uma obra essencialmente sonora com o "poder" de sugerir imagens auditivas ao imaginário do ouvinte (SILVA, 1999, p. 71).

No dial brasileiro, ainda hoje, a junção e o embate "verbo-voco-sonoplástico" funcionam como um grande "guarda-chuva" que abarca todas as possíveis manifestações da linguagem a partir de um eixo central, uma conexão subjacente entre as diferentes linguagens que mantêm um diálogo entre si. Não há dúvidas, no entanto, de que o desenvolvimento técnico do meio tem acrescentado outras possibilidades, sobretudo a partir da hibridização ou convergência com as linguagens visuais: por exemplo, pequenas imagens ou textos escritos (dados) transmitidos pelo rádio digital por meio do espectro eletromagnético, ou mesmo as reconfigurações de linguagem no ambiente da *www*.

Ao analisar a estrutura da linguagem do radiojornalismo, Ortriwano (1990, 1985) afirma que, passado um primeiro momento em que ainda se baseava fortemente na estrutura e na leitura de textos impressos, o rádio desenvolveu uma linguagem própria, coloquial, em que se destacam: clareza, objetividade e, sobretudo, simplicidade. Trata-se, segundo a autora, da *linguagem comum*, meio-termo entre a linguagem culta e a popular, que pode ser compreendida por todas as camadas de ouvinte (1990, p. 101). Surge, então, a percepção de que o texto deve ser escrito para ser "contado" e não simplesmente lido.

É importante destacar que traços da oralidade estruturam toda a construção do texto radiofônico, que, no entanto, pela própria circularidade do espaço sonoro, está muito mais próximo de marcas como a coloquialidade e a simplicidade[73] do que da "clareza e objetividade" apontadas por Ortriwano. Embora tenha sido criado e se consolidado no contexto linear e cartesiano da escrita alfabética, como linguagem, o rádio se vale das táticas e estratégias das culturas de tradição oral para memorização, transferência e perpetuação de conhecimentos: desprovido da força da expressão corporal, apoia-se no gesto vocal proporcionado pela *performance* da voz; instantâneo e fugaz, lança mão de construções verbais mais simples, do ritmo, da repetição e da redundância para garantir o entendimento e a apreensão da mensagem por todos os ouvintes (alfabetizados ou não). A linearidade da palavra escrita, que desde o seu início tem sustentado a linguagem radiofônica, é conformada à circularidade do espaço acústico de recepção do sonoro.

Por outro lado, "clareza e objetividade" estão relacionadas à organização de uma estrutura composicional simplificada do verbal escrito. Ambas surgem como características que operam no processo de instrumentalização do veículo, transformado em *mídia* e dedicado à multiplicação de imagens de consumo de alta descartabilidade. É nesse contexto que operam

[73] Aqui usada no sentido de "natural" e "sem complicação", em oposição a "pretensioso" e "afetado", porém, não necessariamente, desprovida de complexidade.

os manuais de redação, estilo e ética, cujo pioneiro no Brasil foi o “Manual de Produção” do Repórter Esso, o primeiro guia impresso que estabelecia regras para a elaboração de programas noticiosos no rádio. Modelo de síntese noticiosa (programete de curta duração), o Repórter Esso foi o primeiro a implantar a ideia de que as notícias e informações no rádio deviam ser apresentadas de forma simples e objetiva, por meio de frases claras e sucintas, construídas sempre na ordem direta, sem orações intercaladas e com períodos curtos.

Idealizado pela agência de publicidade norte-americana McCann-Erickson, o Repórter Esso começou a ser transmitido no Brasil em agosto de 1941 pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Consistia em cópia de síntese noticiosa transmitida nos EUA, desde 1935, pela United Press e integrava uma grande rede global radiofônica, que irradiava em 59 estações de 14 países do continente americano. A versão radiofônica brasileira do Repórter Esso ficou no ar até dezembro de 1968, quando encerrou as atividades em função das restrições impostas pelo regime militar. Idealizado como instrumento da política de integração e aproximação engendrada pelo governo norte-americano, o Repórter Esso se transformou em marco na história do radiojornalismo brasileiro, alterando completamente o padrão dos jornais-falados até aquele momento (MOREIRA, 1991, p. 26).

Ainda hoje proliferam os manuais de redação, estilo e ética, com dicas, recomendações, instruções de como escrever e falar no rádio, buscando a “eficiência” na recepção da mensagem, ou seja, mecanismos que permitem o texto objetivo, de modo a diminuir os ruídos que possam prejudicar a sua compreensão e fixação, por exemplo, Parada (2000), Barbeiro e Lima (2003), César (2009), Porchat (1986), Jung (2004), Prado (2006), para citar apenas alguns, voltados ou não para o radiojornalismo. Desde o pioneiro guia do Repórter Esso, trazem não apenas as regras de redação e composição de texto, mas, usualmente, também apresentam orientações de produção e planejamento editorial, disposições de ética e comportamento, enfim, um conjunto de tarefas e determinações que orientem o trabalho dos profissionais na redação e também em relação à própria linha empresarial.

Em relação à construção do texto jornalístico no rádio, vejamos algumas das recomendações para alcançar “clareza e objetividade”: 1) “escreva sempre na ordem direta. Sujeito, verbo e predicado, nesta ordem: eis um trio insubstituível em qualquer texto” (PARADA, 2000, p. 65); 2) “A adjetivação excessiva ou inadequada enfraquece a qualidade e o impacto na informação” (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 73), por isso, “no relato dos fatos, explore verbos, não adjetivos” (PORCHAT, 1986, p. 45); 3) “Tente suprimir a palavra ‘ontem’ no noticiário, pois a informação soa datada” (PRADO, 2006, p. 100); 4) “Escreva o

texto de forma positiva. Tente evitar o 'não' ao contar uma história" (PARADA, 2000, p. 66); 5) [sobre o improviso] "construa uma linha sucessória de fatos na mente antes de discutir o assunto; defina o começo, o meio e o fim da ideia a ser exposta" (CÉSAR, 2009, p. 166); 6) "Evite frases longas: elas dificultam a respiração do apresentador/locutor e são mais difíceis de ser entendidas pelo ouvinte. Cada frase deve expressar uma ideia" (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 73), por isso, o tamanho de cada frase "não deve ultrapassar uma linha e meia de lauda, ou 100 toques" (PORCHAT, 1986, p. 57) etc. Apesar de a maioria dessas recomendações ser destinada à redação de informações jornalísticas, acabaram se popularizando, consolidando uma ideia do que seria uma "linguagem do rádio".

O ordenamento[74] da mensagem opera para eliminar incertezas e atende a uma necessidade específica da indústria cultural que, no que diz respeito ao radiojornalismo, se consolidava, no Brasil, a partir dos anos 1940, tendo como parâmetro o modelo norte-americano. Antes disso, a informação no rádio:

> Não é sintética, resumida, imediata, relato puro, nem elaborada mediante requisitos que busquem uma linguagem própria, adequada às características específicas do meio. Baseia-se nas notícias dos jornais impressos, mas vai além, com interpretações e comentários, não ficando restrita às únicas informações que caracterizam a notícia primária, aquela que realmente se tornará hegemônica no radiojornalismo brasileiro, principalmente nas décadas seguintes (ZUCULOTO, 2003).

Precursor da introdução de informação jornalística no rádio, Roquette-Pinto produzia e apresentava o seu "Jornal da Manhã" na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, desde as primeiras transmissões da emissora. De casa, por telefone, ele lia, diretamente do jornal impresso, as notícias que considerava interessantes e que já havia assinalado anteriormente. À leitura, improvisava comentários e análises, não se restringindo ao mero relato breve, conciso e mecânico dos acontecimentos. A emissão da mensagem não obedecia apenas ao ritmo regular e organizado da palavra escrita, mas era composta também pelas pausas do pensamento, pelas inflexões, e pela reflexão e organização da palavra falada. Temos, portanto, aqui configurada uma espacialidade completamente distinta daquela engendrada posteriormente pelo Repórter Esso.

[74] O *script* ou roteiro atua justamente como uma "rede de segurança" no sentido de "assegurar que haja o mínimo possível de tensão na transmissão" (McLEISH, 2001, p. 61), contribuindo para conferir uma unidade lógica à palavra falada.

De acordo com McLuhan, o rádio [no dial] é um meio quente na medida em que "prolonga um único de nossos sentidos e em 'alta definição' [ou seja] a um estado de alta saturação de dados" (2007, p. 38). Semelhante à batida profunda de um *tambor tribal*, é uma força arcaica que estabelece uma conexão direta com a cultura oral, afetando e envolvendo de modo particular cada pessoa. Extensão do sistema nervoso central, ele alarga a audição e tem alto poder de retribalizar, no sentido de ligar diferentes grupos dentro de uma mesma comunidade, de fortalecer o coletivo ao facilitar a conexão do homem com seu grupo.

Como meio quente, não permitiria o mesmo grau de *participação* do que um meio frio como a televisão e o telefone, por exemplo, pois, enquanto o rádio "pode servir como cortina sonora ou como controle do nível de ruído [...] [a TV] não funciona como pano de fundo. Ela envolve. É preciso estar *com* ela" (McLUHAN, 2007, p. 350). Ou seja, enquanto o telespectador está *com a* TV, é o rádio que *está com o ouvinte*. O que significa que o grau de *participação* nos meios a que McLuhan se refere não está relacionado, necessariamente, ao seu poder de envolvimento ou de interação, ou, como vimos anteriormente, ao seu potencial de arrastar ou abarcar o ouvinte em um "diálogo mental". Está ligado à sua maior ou menor capacidade de transmitir informação e de preencher lacunas que possam comprometer o entendimento da mensagem; ou ainda à sua maior ou menor capacidade de envolver o ouvinte/receptor "como força de trabalho" (McLUHAN, 2005, p. 121) no processamento das mensagens no ambiente comunicacional.

Nesse sentido, o rádio contém informação necessária de modo a demandar menor esforço ou "força de trabalho" do ouvinte, que pode se deixar envolver. Como meio quente, o rádio exige pouco esforço para captação e compreensão da mensagem, daí ser possível ouvir rádio enquanto se realizam outras tarefas, como dirigir, executar serviços domésticos, correr, estudar etc. A atenção pode ser flutuante, ou seja, o ouvinte pode alternar momentos de maior ou menor abstração ou atenção que não deixará de "ouvir" o rádio e ser por ele tocado. Assim, o rádio "exclui", no sentido de que não demanda esforço para a sua apreensão, mas pode ser "todo-envolvente" (McLUHAN, 2007, p. 337) graças à sua dimensão ressonadora. Aliás, para McLuhan, os meios quentes (como o rádio, o livro, a fotografia e a imprensa) tendem a ser muito visuais, privados e lógicos.

Instrumentalizado pela indústria da comunicação e transformado em veículo que fala às massas, o rádio passa por um processo de superaquecimento, na medida em que se intensifica o uso de todos os seus recursos auditivos e do seu potencial mobilizador. A famosa transmissão de "Guerra dos Mundos", de Orson Welles, em 1938, é um bom exemplo de sonoridade altamente implosiva: ao combinar os elementos da estética radiofônica (palavra,

música, efeitos sonoros e silêncio), esses mesmos elementos são levados a uma interação transformadora que intensifica as possibilidades expressivas e comunicativas do meio (BALSEBRE, 2007). Ainda que tal experiência possa ser compreendida a partir de seu alto poder expressivo, conforme preconiza Balsebre, ela não deixa muito a ser preenchido pelo ouvinte, que é simplesmente arrastado em um turbilhão de dados em fluxo contínuo.

De certa forma, também o advento da televisão contribuiu neste processo que podemos qualificar de "superaquecimento", na medida em que lhe conferiu uma espécie de "papel" mais eficiente. Isso porque, de acordo com McLuhan, um dos "efeitos da televisão sobre o rádio foi o de transformá-lo de um meio de entretenimento em uma espécie de sistema nervoso da informação" (2007, p. 335).

Concentrado no tripé música-informação-conversa, intercalado com hora certa e previsão do tempo, o rádio comercial acabou transformado em mero meio de difusão (BALSEBRE, 2007), submetido à organização linear e objetiva, em que "o fio narrativo [é] encadeado como forma de organizar dados" (McLUHAN; STAINES, 2005, p. 105), restando muito pouco a ser preenchido pelo ouvinte. Temos, então, uma comunicação linear, altamente fragmentada e segmentada, composta por estruturas sintáticas simplificadas dispostas em uma sequência temporal e montadas sobre a redundância, de forma a facilitar a experiência de memória limitada do ouvinte (BALSEBRE, 2007). Ouvintes superficiais, segundo Schafer (1997), produzidos pelo aumento e excesso de ruído no ambiente.

Por outro lado, o esfriamento do meio, também previsto por McLuhan, poderia ser empreendido por meio de estratégias que propiciassem um posicionamento crítico por parte do ouvinte. Distanciamento, para Brecht (1967), estranhamento, para Chklovski (1976), mecanismos que permitem desnaturalizar a audiência, afastando-a da forma habitual de se relacionar com a mensagem que chega do rádio. Opera nesse sentido a proposta de "rádio radical" de Schafer (1997) de trazer os sons, ritmos e acentos mais inusitados para construir a programação radiofônica, "sem um locutor que fique direcionando o pensamento das pessoas", como instalar um microfone num banco de praça, num chá beneficente feminino, na hora do recreio de um grupo de estudantes, por exemplo. Trata-se de, segundo Schafer, conduzir a uma nova aprendizagem do ouvir. O "Voo Transoceânico", de Brecht (2005), também caminha para o esfriamento do meio, na medida em que se propõe um "objeto de ensino" que requer "uma espécie de rebelião por parte do ouvinte, sua ativação e sua reabilitação como produtor" (2005, p. 39). Dessa forma, o próprio Roquette-Pinto e o seu "Jornal da Manhã" esfriavam o rádio.

Também as RadCom, quando se articulam ambientes efetivos de interação comunitária, por meio da construção de processos comunicacionais que retomam a lógica do *muitos-muitos* que está na base da criação do rádio como tecnologia, podem retomar a circularidade complexa do pensamento sistêmico que marcou as primeiras experiências. O processo de esfriamento do meio quente pelas RadCom se daria em função da demanda cada vez maior de participação em profundidade do ouvinte na construção de sentidos e da sua incorporação ao processo criativo. Como discutiremos a seguir, a tradução para a *web* pode implicar um esfriamento ainda maior do meio.

Dessa forma, encerramos essa breve reflexão das características ditas intrínsecas, tradicionalmente arroladas como "núcleo duro" do rádio. As possibilidades advindas da digitalização do áudio, bem como da sua inserção em rede, implicam uma profunda reconfiguração desse paradigma. Ao contrário da rigidez e da unidade com que o rádio tem se apresentado no dial, a mobilização agora é fluida, fragmentada, desterritorializada e em fluxo[75]. Em essência, ele é feito para ser ouvido *em sendo visto*, portanto ele é cada vez mais *visual* (FERRARA, 2008b). É sobre essas novas possibilidades que nos debruçaremos brevemente agora.

1.3 O contexto do digital e do *www*

Quando falamos em "digital", estamos nos referindo à conversão de qualquer tipo de informação de texto, áudio ou vídeo para códigos binários (BIT), ou seja, sequências de *zeros* e *uns* que transportam a informação codificada. Nesse processo, sons, imagens e textos são coletados em intervalos frequentes e convertidos em dígitos numéricos que não mais correspondem à informação original. E, justamente porque passam a "falar a mesma língua", convertidas que foram a dados numéricos, essas informações, tão distintas na sua conformação original, podem ser intercambiáveis. Partindo de Flusser, podemos afirmar que a

[75] Ressalte-se que há profundas diferenças na inserção dos dois veículos: enquanto o rádio está presente em quase 90% dos domicílios brasileiros, o acesso à Internet ainda é privilégio de uma minoria, mas os números crescem a cada ano. Segundo dados do Ibope NetRatings, relativos ao último trimestre de 2007, o País já conta com mais de 40 milhões de internautas com 16 anos ou mais. Em entrevista recente ao Território Eldorado, o presidente do Google no Brasil, Alexandre Hahagen, vinculou o significativo crescimento da Internet no Brasil ao crescimento da classe média e à inclusão do acesso à *web* entre seus hábitos. Ele destaca que, em 2007, pela primeira vez na história, se vendeu mais computadores do que aparelhos de TV. Daí, segundo ele, o crescimento de ferramentas de redes sociais e de relacionamento, como o Orkut, o Gmail e o YouTube (todos do Google), por exemplo, e das grandes possibilidades de mobilização inerentes ao digital. Disponível em: <http://bit.ly/KIFj59>. Acesso em: 13 jan. 2012.

aceleração da digitalização marca a invasão definitiva das “não coisas”, informações inapreensíveis na medida em que são apenas decodificáveis, ao mesmo tempo efêmeras e eternas (FLUSSER, 2007, p. 54-55), sob o domínio das imagens.

Por outro lado, a comunicação eletrônica – usualmente chamada “analógica” porque associada à ideia de que o som reproduzido é *análogo* ou *comparável* ao som produzido – “transmite toda a informação presente na mensagem original no formato de sinais de variação contínua, que correspondem às flutuações da energia de som e luz originadas pela fonte de comunicação” (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 15). Assim, se na emissão a onda eletromagnética é comparável ao sinal sonoro original, também na recepção a análise dessa mesma onda eletromagnética cria um sinal sonoro que é equivalente ao original. Dessa forma, na transmissão eletrônica por meio do espectro eletromagnético, mesmo que a voz do locutor tenha recebido algum tipo de tratamento digital, sua captação, transmissão e mesmo recepção mantém as características integrais, variando continuamente no tempo e, teoricamente, permitindo a recepção de toda a informação originalmente produzida e captada.

O problema é que, se a onda eletromagnética sofre qualquer interferência e é modificada, a onda sonora criada a partir dela também portará a interferência. Daí os chiados que podem ocorrer nas transmissões radiofônicas, sobretudo em relação à AM: apesar de chegar até o aparelho receptor, a onda eletromagnética não está perfeita porque sofreu alterações. Também o rádio FM não está imune às interferências e ruídos, sendo as mais comuns, o “efeito Doppler” – ou seja, a recepção de uma frequência diferente daquela que está sendo emitida, em função do movimento em relação à fonte transmissora –, que ocorre, sobretudo, em recepções móveis, como no automóvel; e o “Multipath”, quando vários sinais espalhados se embaralham, em função da recepção simultânea de “ondas refletidas” por prédios e construções, muito comum nas grandes cidades, onde o espectro magnético tem superocupação.

Basicamente, a digitalização sonora envolve dois passos. Primeiro, é preciso “amostrar” o sinal, isto é, coletar pequenas amostras da onda sonora ou elétrica, transformando o sinal contínuo em sinal discreto. A taxa de amostra indica a quantidade de vezes em que foi medida a amplitude de uma onda. Esse processo é possível graças ao Teorema de Nyquist ou Teorema da Amostragem, proposto em 1929, e que garante que, se a frequência da amostragem for dupla da frequência do sinal, é possível recuperar o dado original sem perder informação. O passo seguinte é atribuir símbolos numéricos às amostras, ou seja, estabelecer o número de *bits* da amostragem. Como os números são finitos, é preciso arredondá-los a determinados patamares preestabelecidos, de modo a representar todos os

valores possíveis da amostra. Dessa forma, segundo Straubhaar e LaRose (2004, p. 17), o que o ouvinte capta quando recebe um áudio digitalizado são "emulações computadorizadas" de uma onda elétrica, que, depois de fracionada em dados, é reconstruída e complementada para que não se percebam as partes que faltam.

Assim, quanto maior o número de amostras e a quantidade de divisões dos níveis de som utilizados, melhor a qualidade das transmissões e do material digitalizado. Por exemplo, digitalizada, uma emissora de rádio em AM pode reproduzir qualidade de som semelhante ao das rádios FM, enquanto o som digital de uma rádio FM se assemelha à qualidade de um CD. Além disso, com a digitalização, a recepção melhora, uma vez que a qualidade do áudio é estável, sem variação de sinais ou interferências e ruídos. Como a recepção analisa os *bits* transmitidos em fluxo contínuo, eles não são modificados e, por isso, se houver qualquer interferência na transmissão, o sinal simplesmente não é finalizado, ou seja, não chega até o receptor, pois só há informação se houver integridade dos dados.

Além de viabilizar a *transmissão* de informações com "qualidade", a digitalização permite ainda a sua compressão ou compactação, ou seja, a redução do número de dígitos que devem ser transmitidos, por meio da eliminação das informações redundantes ou mesmo discrepantes. Por isso, de certa forma, toda digitalização implica perda ou supressão de determinadas informações e, em alguns casos, pode resultar em menor *qualidade auditiva*. Como observa Manovich, mesmo com redes mais rápidas e com maior capacidade de armazenamento, "a compressão com perdas está se tornando cada vez mais a norma para a representação de imagem visual" (MANOVICH, 2005, p. 102, tradução nossa[76]) e, acrescentamos, sonora.

No caso do áudio, por exemplo, dependendo do formato de compactação, são eliminadas informações que não ouvimos ou que ouvimos menos, em especial as grandes curvas de graves e agudos que propiciam, entre outros pontos, a sensação de profundidade, de som "encorpado". Daí os puristas e DJs preferirem o velho disco de vinil (*Long Play*) ao CD ou a arquivos sonoros, a quem acusam de "chapar" o som. "O grave do vinil é mais orgânico", defende o DJ Raffa Alem[77]. Se compararmos vinil e CD, veremos que a diferença de compactação não é grande: enquanto o CD tem taxa de amostragem de 44 kHz a 16-bit, o

[76] Texto original: "[…] y la compression con pérdidas se está volviendo cada vez más la norma para la representación de imagen visual" (MANOVICH, 2005, p. 102).
[77] Entrevista concedida a Luiz Fukushiro, do Uol Tecnologia. FUKUSHIRO, L. **O som do vinil é superior ao do CD?**. Uol Tecnologia, 19 maio 2009. Disponível em: <http://bit.ly/M1hu4K>. Acesso em: 5 jan. 2012.

vinil teria 16 kHz a 8-bit. No entanto, se compararmos com o MP3[78], formato bastante popular de compactação, teremos uma perda de informação muito maior. Com a popularização do MP3, temos uma transformação profunda na forma de ouvir música e rádio e de se relacionar com o som, como veremos a seguir.

A compactação acelerou muitíssimo a velocidade da difusão e do processamento da informação, além de otimizar o seu transporte e arquivo. Os pesados rolos de fita magnética, mais sujeitos à deterioração e à dificuldade de manejo, por exemplo, foram substituídos por arquivos compactados em CDs, DVDs, HDs internos e externos de grande capacidade etc.

Por outro lado, além da vertiginosa aceleração e otimização do processo, a digitalização permitiu ainda a cópia em número ilimitado, teoricamente, sem perda da qualidade "original". Podemos citar como exemplo a cópia em fita magnética de um determinado programa de rádio: a cópia sucessiva, ou seja, a sequência de "cópia da cópia" implicava uma degradação em relação ao arquivo original. Em contrapartida, o digital permite copiar de maneira ilimitada e sucessiva sem qualquer perda ou degradação em relação ao material duplicado. O que ocorre é que, se "a tecnologia informática supõe a duplicação perfeita dos dados, seu uso real na sociedade contemporânea se caracteriza pela perda de dados, pela degradação e o ruído" (MANOVICH, 2005, p. 103, tradução nossa[79]).

Assim, no que diz respeito à voz humana, aos efeitos sonoros e à música, o processo de digitalização permitiu acrescentar ou alterar substancialmente as informações. Tomemos como exemplo os efeitos sonoros nas produções dramáticas como as radionovelas. Durante muitos anos, a recriação de sons da natureza, de animais e de objetos era realizada, prioritariamente, *em direto*, no próprio estúdio ou, eventualmente, utilizando efeitos gravados em 78 RPM. Um profissional chamado "sonorizador" simulava sons e efeitos concomitantemente à dramatização, ou seja, no próprio processo de construção da cena. O galope de um cavalo surgia ao percutir cascas de coco sobre uma mesa; para fazer chover, bastava derrubar grãos de arroz ou areia sobre uma fina placa de metal; e se fosse uma tempestade, os trovões surgiam ao se agitar rapidamente uma folha grande e rígida de alumínio próxima ao microfone, entre muitos outros exemplos. A alteração das vozes dependia do trabalho e da competência dos próprios atores e locutores: Chico Anysio, por

[78] O MP3 (MPEG-1/2 Audio Player 3) é um dos primeiros formatos de codificação de áudio que permite redução do tamanho do arquivo entre 25% a 90%. Como os demais, seu método de compressão consiste em retirar do áudio tudo o que a maior parte dos ouvintes humanos não conseguiriam perceber, o que ocorre em função das limitações físicas do próprio ouvido humano.

[79] Texto original: "[…] la tecnología informática supone la duplicación perfecta de los datos, su uso real en la sociedad contemporánea se caracteriza por la pérdida de datos, la degradación y el ruido" (MANOVICH, 2005, p. 103).

exemplo, cuja trajetória teve início em 1948 na rádio Guanabara do Rio de Janeiro, consolidou-se como humorista e ator no rádio exatamente por sua grande capacidade de criar personagens e vozes diferentes.

A partir dos anos 1950, a popularização dos gravadores magnéticos facilitou a coleta dos sons diretamente das suas fontes, bem como a sua manipulação e edição, de modo a obter mais qualidade e controle do conteúdo: ao vivo, tudo poderia acontecer (ou, pior, não acontecer!); gravado, o risco de surpresas era muito menor. Em ambos os casos, simulado ou coletado na fonte, havia um objeto físico concreto produzindo sons determinados. Hoje, no entanto, programas podem criar numericamente sons e efeitos que são simulacros dos eventos naturais. O mesmo se dá com a voz, que pode ter, por exemplo, o *pitch* alterado de forma a simular personagem de filmes de desenho animado (como o Pato Donald) ou mesmo personagens de terror. É possível ainda que um dado original seja manipulado de tal modo que se constitua em outro fenômeno: na animação *Wall-E*[80], por exemplo, o desenhista sonoro Ben Burtt parte da alteração da própria voz no computador para construir um referencial de registro vocal completamente novo para o personagem *Wall-E*, uma pequena máquina inteligente.

Já em relação à transmissão radiofônica, graças à compactação, a frequência que hoje acomoda apenas uma emissora de rádio tradicional pode abrigar múltiplos canais com qualidade técnica e com diferentes programações, além de transportar também dados, imagens, vídeos, junto com a informação sonora. Ressalte-se que, quanto maior a compressão, menor pode ser a qualidade final. No entanto, transmissões de alta qualidade que exigem mais espaço do que aquele disponível nas frequências atuais de rádio e TV, também podem ser comprimidas até se adequarem ao espaço existente, ainda assim oferecendo qualidade muito superior àquela disponível.

Também é preciso registrar que, mesmo com o arquivo menor, já compactado, a transmissão ao vivo do rádio digital ou na *web* exige outra tecnologia: o *streaming*, que divide o arquivo de dados em pequenos pacotes, ou seja, pequenos conjuntos de informação, que são enviados continuamente. Tendo surgido na Internet em 1995[81], ainda restrito a arquivos de

[80] Animação produzida pela Pixar Animation Studios, lançada em 2008 pela Walt Disney Pictures. Direção de Andrew Stanton. Recebeu o *Golden Globe Award* de Melhor Filme de Animação, o *Hugo Award* de Melhor Apresentação Dramática e o Oscar 2009 de Melhor Filme de Animação, além de outras cinco indicações em diferentes categorias, inclusive de Melhor Edição de Som (Ben Burtt e Matthew Wood) e Melhor Mixagem de Som (Tom Myers, Michael Semanick e Ben Burtt). Conta a história de *Wall-E*, um robô criado 800 anos antes para limpar a Terra, que havia sido coberta de lixo. Ele se apaixona por outro robô chamado *Eva*, a quem segue em uma aventura no espaço.

[81] Segundo Felipe Lobo, no Brasil, o primeiro arquivo de áudio em *streaming* foi disponibilizado em 21 de novembro de 1998 pela revista Época. O arquivo em formato WAV (ainda não havia Windows Media Player)

áudio, o *streaming* possibilitou ouvir músicas ou programas de áudio enquanto a informação é recebida no computador, por meio de um processo de armazenamento provisório chamado *buffer*, sem necessidade de *download*. Sem dúvida, o *streaming* é uma das principais tecnologias que provocaram verdadeira revolução no modo como é possível, na atualidade, produzir, manipular, compartilhar, consumir produções sonoras.

Finalmente, na medida em que o computador digital trabalha com sinais e símbolos, pulsos elétricos representando zeros e uns, para que possa ser apreendido interativamente, compreendido pelo usuário, ele deve "*representar-se a si mesmo*" (JOHNSON, 2001, p. 17), em uma linguagem acessível, na qual a interface atua como tradutor organizando a relação semântica:

> Aqueles pulsos de eletricidade são símbolos que representam zeros e uns, que por sua vez representam simples conjuntos de instrução matemática, que por sua vez representam palavras ou imagens, planilhas e mensagens de e-mail. O enorme poder do computador digital contemporâneo depende dessa capacidade de autorrepresentação (JOHNSON, 2001, p. 18).

Para Manovich (2005, p. 72-95), a representação numérica (que constitui o seu poder de autorrepresentação, segundo Johnson), permite aos meios se tornarem *programáveis*. Ela é o primeiro dos cinco princípios característicos dos novos meios e que atuam como tendências gerais, afetando estratos profundos de uma cultura cada vez mais informatizada, sendo os demais: modularidade, automação, variabilidade e transcodificação. Esses princípios, segundo o autor, organizam-se em uma ordem lógica, ou seja, os três últimos dependem dos dois primeiros.

O segundo princípio é a estrutura modelar, ou seja, composições de mostras discretas (*pixels*, caracteres etc.) que podem ser agrupadas, mas que mantêm suas identidades em separado. Graças à sua representação numérica e estrutura modelar, os novos meios permitem a automatização (terceiro princípio) de muitas operações relacionadas à criação, manipulação e acesso. Também consequência da codificação numérica e da estrutura modelar e intimamente ligada com a automatização, a variabilidade, o quarto princípio, é a marca de novos objetos que já não são tomados como fixos, mas fluidos e múltiplos, pois podem existir em infinitas possibilidades de versões. Finalmente, o quinto e último princípio é a

---

continha o áudio das escutas de uma reportagem sobre um escândalo no BNDES. Lobo afirma que "Leia e ouça" é o primeiro conteúdo *cross media* brasileiro. LOBO, Felipe. **A história do primeiro streaming brasileiro.** Remixando. Publicado em 15 fev. 2008. Disponível em: <http://bit.ly/KZ0ZIM>. Acesso em: 28 dez. 2012.

transcodificação cultural, considerada por Manovich a consequência mais importante dos meios, pois:

> No *argot* dos novos meios, "transcodificar" algo é traduzi-lo a outro formato. A informatização da cultura realiza de maneira gradual uma transcodificação similar em relação a todas as categorias e conceitos culturais, que são substituídos, no plano da linguagem ou do significado, por novos outros que procedem da antologia, da epistemologia e da pragmática do computador. Portanto, os novos meios atuam como precursores deste processo de caráter mais geral de reconceitualização cultural (MANOVICH, 2005, p. 94, tradução nossa[82]).

Se, naquele momento, Manovich destacava o modo como os novos meios transcodificam no ambiente digital conceitos, categorias, convenções consolidadas pelos meios tradicionais, alguns anos mais tarde, em *Software takes command* (2008), ele trabalhará com a ideia de uma transformação importante: a linguagem visual híbrida, na qual as imagens antes relacionadas a meios específicos começam a se combinar de formas contínuas e variáveis, por meio da integração sistemática de técnicas até então não compatíveis. Desse processo, emergem duas categorias, a remixagem e a hibridização: a primeira está relacionada à combinação de conteúdos de meios diferentes (como a remixagem de uma música e outra, por exemplo); a segunda corresponde à mistura, não apenas à mistura de conteúdos de distintos meios, mas também suas técnicas, métodos e formas de representação e expressão. Essa segunda categoria, Manovich classifica de *deep remixability*: em um "metameio", que tem como base os meios pulverizados, as imagens interagem de modo inimaginável (MANOVICH, 2008, p. 95).

Em resumo, o rádio "analógico", que registrou o constante deslocamento e velocidade do século XX, passou a conviver também com outras interfaces e configurações sonoras em aceleração constante, como o rádio digital[83], o rádio por satélite, o rádio por cabo (com os serviços de TV paga), o rádio no/para celular e várias outras construções possibilitadas pela Internet e o seu protocolo mais popular, o *www* – por exemplo, *podcasts*, aplicativos de compartilhamento de informação sonora, redes sociais que simulam emissoras de rádio,

[82] Texto original: "En el argot de los nuevos medios, 'transcodificar' algo es traducirlo a otro formato. La informatización de la cultura lleva a cabo de manera gradual una transcodificación similar en relación con todas las categorías y conceptos culturales, que son sustituidos, en el plano del lenguaje o del significado, por otros nuevos que proceden de la ontologya, la epistemología y la pragmatic del ordenador. Por tanto, los nuevos medios actúan como precursores de esto proceso de carácter más general de reconceptualización cultural" (MANOVICH, 2005, p. 94)

[83] Dos quatro sistemas de rádio digital desenvolvidos no mundo, dois estão sendo testados no Brasil: o Americano iBOC e o europeu DAB.

rádios criadas especialmente para a *web* ou mesmo rádios presentes no espectro eletromagnético que estendem sua ação para o novo ambiente, agora estruturado em rede. No caso das RadCom legalizadas transpostas para a *web*, analisadas neste trabalho, há um processo claro de remedição de meios, que, em maior ou menor escala, deve levar à remixagem. Apesar disso, não há como desconsiderar a potencialidade, vislumbrada por Manovich, que o ambiente tem de fazer emergir um processo de *deep remixability*.

Os números da digitalização

De acordo com Sonia Virginia Moreira, o avanço no processo internacional de digitalização do rádio e da televisão em meados dos anos 1980 coincide com um período global de flexibilização dos mercados, no qual "a evolução e a inserção tecnológicas nos países estão intimamente ligadas a três palavras que passaram a identificar o mundo das telecomunicações: agentes empresariais, operadoras de telecomunicação e público" (MOREIRA, 2010, p. 177).

Atraídos pelas políticas liberais empreendidas no governo Fernando Henrique Cardoso e consolidadas no governo Luiz Inácio Lula da Silva, hoje grandes corporações internacionais atuam no mercado nacional, controlando o setor de telecomunicações: Telefônica e Vivo pertencem a espanhóis e franceses; a NET tem como sócia a mexicana Telmex, de propriedade de Carlos Slim, que também controla a Claro e a Embratel; a Oi é resultado da fusão entre a Telemar e Brasil Telecom; a GVT foi comprada pela francesa Vivendi; e a TIM tem origem italiana; para citar apenas algumas empresas.

No caso da TV digital, sob a supervisão do governo federal, emissoras e indústrias de equipamentos financiaram parte dos testes para escolher qual o mais adequado para as condições nacionais entre os três padrões existentes no mundo. Escolhido o padrão japonês, a TV digital começou a operar oficialmente no Brasil no dia 2 de dezembro de 2007, inicialmente apenas na região da Grande São Paulo, somente pela Rede TV!. Hoje, o sinal de TV digital está presente nas principais cidades e capitais do País, com produções de todas as grandes redes privadas de televisão e também da TV Cultura de São Paulo[84].

O padrão de rádio digital brasileiro, entretanto, continua sem definição, alijado que foi nos últimos anos das prioridades governamentais para o setor. Por se constituir um dos principais meios de comunicação do País, o rádio digital poderia desempenhar importante

[84] A expectativa é de que toda a população brasileira tenha acesso ao sinal digital de televisão até 2016 quando, então, deve ser desligado o sistema de transmissão eletrônica tradicional.

papel nas políticas públicas de inclusão digital, por vários motivos: permitir a ampliação no número de canais, possibilitando a multiplicação no número de emissoras; prever abertura de canais de interatividade ou canal de retorno do usuário para operadora; transmitir textos e imagens; possibilitar o envio de mensagens direcionadas etc.

Por não ser objeto deste trabalho, não nos aprofundaremos nas questões relacionadas ao rádio digital no Brasil, embora em determinados aspectos tenham relação direta com as RadCom e mesmo com as traduções das RadCom na *web*. No entanto, parece oportuna uma breve digressão sobre os diferentes tempos de evolução tecnológica. Como observam Regina Mota e Takashi Tome, uma visada mais abrangente pode nos dar a impressão de que, de modo geral, apesar das pequenas defasagens pontuais, o desenvolvimento técnico-tecnológico ocorre de forma equilibrada e sincronizada em todos os países do mundo.

Entretanto, um olhar mais aprofundado nos mostra que a evolução em cada país depende da realidade econômica, social e política específica. Ou seja, existe um diálogo horizontal em nível global que estabelece certa uniformidade de parâmetros para as tecnologias, mas, verticalmente, quando essa determinada tecnologia vai ser implantada em cada país, é confrontada com as especificidades de cada mercado. Isso quer dizer que "o sucesso da tecnologia [...] depende, então, nem tanto de seu valor tecnológico intrínseco [...] mas de quanto ela está enraizada nos valores culturais e sociais de seus futuros usuários" (DAGNINO apud MOTA; TOME, 2005, p. 60).

Nesse sentido, o *rádio digital* parece não encontrar o mesmo "enraizamento social e cultural" que a TV digital, a TV a cabo e outras modalidades de TV por assinatura, as transmissões por satélite e mesmo a telefonia fixa e móvel, todos sistemas já digitalizados. Senão, vejamos. Como resultado das privatizações das telecomunicações, nas últimas duas décadas, houve uma pulverização da telefonia (móvel e fixa), bem como um aumento significativo no acesso à Internet (móvel e fixo) em todo o País, apesar da falta de políticas públicas efetivas e eficientes para este último segmento.

Apenas em outubro de 2011, segundo dados da Anatel, houve um acréscimo de quatro milhões de novos aparelhos, fazendo que o Brasil atingisse a marca de 232 milhões de celulares em serviço, o que significa 120 celulares por cem habitantes. Para Ethevaldo Siqueira (2011), as pessoas passaram a ter mais de dois aparelhos de celular e a tendência ainda é de crescimento por três razões: 1) as pessoas *precisam* de comunicação pessoal e exclusiva, a qualquer hora e em qualquer lugar; 2) a tecnologia oferece a cada dia opções mais atraentes e recursos mais sofisticados por preços mais baratos; 3) a competição cresceu muito, tanto no sistema pré-pago como no pós-pago, o que pode favorecer o consumidor.

O aumento no acesso aos aparelhos celulares cada vez mais modernos traz consigo o crescimento na capacidade de recepção de emissoras em AM e FM, emitidas via espectro eletromagnético, ou mesmo de acesso a estações de rádio presentes na *web*. Segundo estimativas da União Internacional de Telecomunicações (UIT), publicadas por Siqueira em 2010, no mundo todo, existiam 1,08 bilhão de celulares capazes de sintonizar emissoras de rádio, número que superava em muito o total de 850 milhões de receptores de rádio dedicados ou tradicionais. "Por outras palavras: o mundo tem hoje mais receptores de rádio embutidos em celulares do que receptores tradicionais, em carros ou residências" (SIQUEIRA, 2010).

Observe-se que os dados se referem a 2010 e que, em 2011, não apenas em nível nacional, mas também global, houve um aumento significativo na posse de novos aparelhos celulares, enquanto o número de receptores tradicionais de rádio tem registrado declínio. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a presença de aparelhos de rádio nos domicílios brasileiros caiu de 87,45% no ano de 2000 para 81,4% em 2010, reforçando a tendência de ligeira queda registrada na década anterior.

O declínio na posse de receptores domésticos não indica, necessariamente, que o brasileiro está ouvindo menos rádio. Ao contrário, é preciso considerar as novas formas de audiência sonora, por exemplo, a recepção de rádio por meio de computadores, *laptops*, *smartphones* e celulares, ou mesmo os aparelhos de rádio em carros, que comprovam um efetivo "enraizamento social e cultural" do *rádio digitalizado*.

O censo do IBGE não capta esse fenômeno. Isso porque ao invés de perguntar se o entrevistado "ouve rádio" (por meio de qualquer suporte), a questão formulada pelos recenseadores é se ele possui aparelho receptor de rádio em casa. Para se ter uma ideia, de acordo com estimativas da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), no final de 2010, existiam no Brasil 75 milhões de aparelhos celulares com rádio (36% do total) e outros 23,92 milhões de receptores em veículos automotores[85], que não são normalmente computados quando se trabalha com a audiência de rádio. Por isso, não temos uma visão clara dos modos como se organiza essa nova audiência.

Por ser uma experiência relativamente recente, se comparada com a história da radiodifusão, a Internet não possui a mesma capilaridade que o rádio no Brasil, mas, a exemplo da telefonia, já apresenta também números significativos. Segundo dados do Ibope NetRatings, o Brasil encerrou o ano de 2011 com 79,9 milhões de pessoas com acesso à Internet, somados todos os ambientes de conexão (como residência, trabalho, telecentros, *lan*

[85] Ver: IBGE divulga análise de dados sobre rádio e TV. Disponível em: <http://bit.ly/JMi8r7>. Acesso em: 12 fev. 2012.

houses, escolas etc.)[86]. Considerando-se apenas os acessos de casa ou do trabalho são 66 milhões de usuários, e o total de pessoas que moram em residências em que há a presença de computador com Internet chegou a 62,6 milhões no mesmo período.

Por outro lado, também a Internet móvel tem apresentado um crescimento expressivo: em 2011, o uso de banda larga móvel dobrou no Brasil, em relação ao ano anterior, atingindo 41,1 milhões de acesso, a maior parte originados de aparelhos com a tecnologia 3G, que já representava, no período, 20% do total de celulares vendidos no País (ARAGÃO, 2012). A justificativa é o aumento no número de municípios brasileiros servidos por Internet móvel de alta velocidade, que passou de 23% em 2010 para 48,6% em 2011, o que constitui um universo potencial de 84% da população (ARAGÃO, 2012).

O número de usuários ativos em fevereiro de 2012, ou seja, que acessaram a rede pelo menos uma vez durante o período, foi de 48,7 milhões, resultado que fez que o Brasil superasse Alemanha, França e Reino Unido. De acordo com o Ibope Nielsen *On-line*, o maior crescimento tem ocorrido entre os usuários ativos que acessam em residência, com uma variação, em dois anos (de setembro de 2009 a setembro de 2011), de 37%, o que parece indicar um aumento na distribuição do acesso[87], sendo motivado pela expansão do número de pessoas com banda larga. Em dois anos, segundo o Ibope Nielsen *On-line*, houve um crescimento de 300% no número de usuários ativos residenciais com mais de 2 Mb de velocidade[88].

Ainda segundo esse levantamento, em média, cada usuário passou 57 horas e 48 minutos conectado à *web*, durante o mês de fevereiro de 2012, índice 8,9% menor em relação ao registrado no mês anterior. A velocidade da banda larga mais utilizada no país está compreendida entre a faixa de 512 Kbps e 2 Mbps (45% dos clientes)[89]. Apesar do crescimento significativo verificado nos últimos anos, essa velocidade ainda está muito abaixo da média experimentada por países mais desenvolvidos, como Japão (92,8 Mbps), Portugal e Austrália (15,5 Mbps), França (51 Mbps), Coreia do Sul (80,8 Mbps), ou mesmo EUA (9,6 Mbps).

Por não cruzarem os dados, as pesquisas são frágeis e não dão conta do universo de que tratamos: não é possível saber, por exemplo, se são os mesmos usuários que acessam a

---

[86] Dados relativos a dezembro de 2011, publicados em 10 de abril de 2012. Disponível em: <http://bit.ly/HGMAQx>. Acesso em: 25 maio 2012.
[87] Dados relativos a dezembro de 2011. Disponível em: <http://bit.ly/v50odB>. Acesso em: 1 dez. 2011.
[88] Ver: <http://bit.ly/Hz1Jmm>. Acesso em: 25 maio 2012.
[89] Outros 13% de usuários navegam com banda larga ainda mais lenta, com velocidade entre 128 Kbps a 512 Kbps. Na sequência, aparece a faixa de 2 Mbps a 8 Mbps (27,1% de usuários) e superior a 8 Mbps (10% dos usuários). Dados relativos a fevereiro de 2012. Disponível em: <http://bit.ly/Hz1Jmm>. Acesso em: 25 maio 2012.

rede de casa e do celular ou se são usuários diferentes. Tampouco mostram com clareza quantas pessoas estão efetivamente conectadas, uma vez que uma pessoa pode ter mais de um acesso, assim como um acesso pode atender mais de uma pessoa. Essas informações podem mudar, substancialmente, a análise do cenário.

De qualquer modo, há algo de que não se pode mais fugir: há uma mudança estrutural no modo como recebemos e lidamos com a mídia sonora, o que vem obrigando profundas revisões no modo de produzi-la. Há uma mudança comportamental que pode ser atestada, por exemplo, pelo uso do telefone celular, que, mais do que um instrumento de comunicação pessoal de um ponto a outro, incorporou múltiplas funções (incluindo ouvir, compartilhar e até produzir áudio), e que contamina (assim como é contaminado) os demais meios comunicativos.

Para alguns analistas, como Barreto (2012), por exemplo, as pesquisas mais recentes sobre o acesso às redes no Brasil levam a pensar em uma "nova perspectiva estrutural da exclusão digital" em nosso País e exigem um exame mais apurado sobre o tamanho real da tão propalada exclusão digital brasileira. Por outro lado, não podemos ignorar que as tecnologias digitais não avançaram efetivamente no sentido de universalizar as riquezas produzidas, nem em equilibrar o crescimento material e cultural desigual do planeta.

Por não ser o objetivo deste trabalho, não entraremos nesse debate. Contudo, não podíamos deixar de apontar, ainda que muito resumidamente, esse movimento mais recente de popularização das tecnologias digitais no Brasil, pois acreditamos que, dessa forma, elucidamos o contexto sobre o qual se constrói essa nova ambiência na qual as RadCom estendem a sua atuação, em um processo em que, mais do que "ampliado", o meio resulta "reconfigurado".

Isso pode ser verificado com a análise do uso do computador e do acesso à Internet pelas emissoras de rádio em nosso País. Um mapeamento inédito das condições técnicas das emissoras brasileiras, realizado pelo Laboratório de Pesquisa em Políticas de Comunicação (Lapcom), da Universidade de Brasília, aponta que a maioria delas possui, ao menos, entre um e três computadores, assim distribuídos: estúdio de transmissão (72,56%), estúdio de produção (70,84%), redação jornalística (59,46%) e salas de direção geral, técnica e programação (67,34%). Pouco menos de 13% das rádios pesquisadas pelo Lapcom afirmaram não possuir nenhum computador (DEL BIANCO; ESCH, 2011, p. 13). Foram ouvidas 750 emissoras educativas, comerciais, comunitárias, em AM e FM[90], o que representa um

[90] Do total de emissoras mapeadas pela pesquisa, a maioria se concentra nas regiões Sul e Sudeste do País, sendo 43% de rádios em AM e 56% em FM, incluídas aí 14% de rádios comunitárias. É importante registrar que o

universo estatístico de 96,42% do perfil das rádios brasileiras, com margem de erro de 3,58% do universo analisado.

No que diz respeito ao processamento e edição de som, 80% das emissoras pesquisadas pelo Lapcom disseram possuir ao menos um *software* em seus computadores (DEL BIANCO; ESCH, 2011, p. 14), o que sinaliza para um processo de manipulação do áudio gravado dentro de uma nova lógica. Também é significativo o número de acesso à Internet: 97% das emissoras que compõem o mapeamento em questão dizem ter acesso à Internet e 95% desse total utilizam banda larga para apenas 4,55% de conexão por acesso discado. Segundo Del Bianco e Esch, "a crescente informatização levou 79,55% das emissoras a criarem um sítio na Internet, sendo que 34% deles entraram em operação há mais de cinco anos" (2011, p. 16). No segmento das comunitárias, especificamente, segundo Del Bianco e Esch, 54% das RadCom já possuem *site* ativo ou em elaboração, a maioria, em funcionamento há menos de três anos.

Levando em conta as diferenças de metodologia, período de realização e objetivos, os números são similares àqueles que encontramos em pesquisa realizada em 2006 com RadCom legalizadas da região noroeste do Estado de São Paulo: 81% das emissoras disseram possuir acesso à rede (FERREIRA, 2006, p. 207), e "na opinião de mais de 80% dos entrevistados (17 dirigentes) todo o cotidiano da RadCom gira em torno da Internet" (FERREIRA, 2006, p. 208). Também são muito semelhantes aos resultados do levantamento realizado para esta tese, como veremos no Capítulo 2, demonstrando que 53,15% das RadCom legalizadas do Estado de São Paulo têm página na *web*.

Segundo os dirigentes comunitários entrevistados em nosso trabalho realizado em 2006, a rede era utilizada para: acessar *sites* com *ranking* das músicas mais tocadas, baixar músicas, baixar boletins noticiosos prontos, acessar *sites* de veículos impressos de inserção nacional ou regional para reproduzir o conteúdo na emissora, acessar informação meteorológica, receber música promocional gratuita, de gravadores e cantores, trocar informações com outras emissoras, receber e enviar correspondência, realizar pesquisas, receber áudio de locutores de outras localidades e enviar áudio da emissora, bem como disponibilizar a própria emissora na *web*, entre outros pontos (FERREIRA, 2006).

Cinco anos depois, a pesquisa de Del Bianco e Esch aponta que, para a maioria das RadCom, os principais *motivos* para o uso de um *site* são "interagir com os ouvintes" e

---

levantamento pode não traduzir, necessariamente, o universo das RadCom, mas apenas sinalizar uma tendência. Isso porque, segundo dados da Anatel, em dezembro de 2010, existiam no Brasil 3.064 emissoras em FM (comerciais e educativas) e 4.150 rádios comunitárias legalizadas. Portanto, a amostra do mapeamento do Lapcom parece carecer de representatividade estatística em relação ao universo das RadCom.

"transmitir a programação 'ao vivo'", enquanto os principais *benefícios* de possuir um *site*, são, novamente, "interagir com os ouvintes", bem como ter um novo espaço para "divulgar eventos" (DEL BIANCO; ESCH, 2011). Por outro lado, segundo os pesquisadores, as RadCom que ainda não possuem páginas na Internet alegam que não o fazem por considerar, primeiro, não dispor de condições financeiras para contratação do serviço e, em segundo lugar, por acreditarem ser alto o custo de manutenção (DEL BIANCO; ESCH, 2011).

A rede e o rádio

A partir de meados dos anos 1980, ao mesmo tempo em que os grandes interesses corporativos passam a dominar os sistemas digitais de comunicação em nível global e nacional, alterando inclusive a própria arena política de comunicação global com a concentração dos grandes interesses econômicos, a Internet, mais especificamente, surge como um recurso relativamente simples e barato por meio do qual a mídia sonora pode apresentar alternativas que se contraponham aos sistemas dominantes. Trata-se de um ponto importante que dialoga, como veremos no Capítulo 3, com as próprias noções estruturantes da radiodifusão comunitária no Brasil.

Criada em 1969 pelo governo norte-americano para uso militar, e inicialmente denominada Arpanet, a Internet é o meio que propicia, pela primeira vez, a comunicação de "muitos para muitos", a qualquer hora e lugar, e que "se tornou a alavanca na transição para uma nova forma de sociedade – a sociedade de rede" (CASTELLS, 2003, p. 8)[91]. A facilidade de acrescentar novos nós a essa rede comprova o caráter aberto da arquitetura da Internet, e reforça o papel do usuário como *produtor* de tecnologia. Segundo Castells, as comunidades virtuais são fontes de valores sociais, que criam padrões de comportamentos e novas práticas, ao desenvolverem e difundirem formas e usos da Internet, como o *e-mail*, bate-papos etc. (CASTELLS, 2003, p. 47-48).

Desde seu início, a Internet é marcada pela possibilidade de convergência de várias sub-redes, que utilizam uma linguagem específica denominada *protocolo*, fundamental para a transmissão da informação. Criada no início dos anos 1990 pelo engenheiro britânico Tim Berners-Lee[92], a *world wide web* (*www*) tornou-se uma das maiores e mais populares sub-redes da Internet. Sua linguagem é estruturada no protocolo HTTP (*Hypertext Transfer*

[91] Ver também: LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3 reimp., 2003. São Paulo: Editora 34, 1999. p. 63

[92] Para saber mais sobre a criação da parte multimídia da Internet, ver: <http://www.w3.org/People/Berners-Lee>. Acesso em: ago. 2008.

Protocol), que se serve de *browsers* (por exemplo, o Mozilla Firefox, o Internet Explorer ou o Camino) para acessar e "hiperligar" diferentes páginas na *web* (*home pages*).

A convergência de meios e mídias passou a ser uma das principais características do protocolo criado por Berners-Lee, cuja particularidade mais importante é a capacidade de conectar por meio de *hyperlinks* páginas e documentos, que podem conter sons, textos, vídeos, gráficos, aplicativos etc., criando um gigantesco hipertexto. Para Johnson, é princípio do hipertexto o potencial da leitura em profundidade e "tem a ver com a excitação da superfície [...] com vontade de saber *mais*" (2001, p. 96), na medida em que a informação pode ter o tamanho da curiosidade do usuário. Essa questão será aprofundada a seguir.

Com o objetivo de compreender os novos espaços criados pela Internet, entre os quais a ambiência do *www*, pesquisadores estabeleceram conceitos e nomenclaturas, propuseram formatos de narrativas (MANOVICH, 2001; BOLTER; GRUSIN, 2003; PALACIOS, 2003; ALVES, 2004), sistemas de publicação variados (SCHWINGEL, 2003, 2004; GILMOR, 2004) e analisaram o ciberespaço (CASTELLS, 1999; LÉVY, 1999) no âmbito cultural, econômico e tecnológico. Em especial o termo convergência e suas especificidades tem sido amplamente discutido e classificado por autores como Saad Corrêa (2003), Quinn (2005), Salaverría (2005), Gordon (2003), Manovich (2001) e Murray (2003).

Machado, por exemplo, alerta que, assim como nos processos culturais a ênfase nas identidades isoladas pode levar à intolerância enquanto o hibridismo implica equilíbrio e respeito às diferenças, também "no campo da comunicação, chega um momento em que a diversidade entre os meios torna-se improdutiva, limitativa e beligerante, deixando claro, pelo menos aos setores de vanguarda, que a melhor alternativa pode estar na convergência" (2007, p. 64).

Nesse sentido, talvez resida justamente na força "descentralizadora e pluralística", observada por McLuhan (2007, p. 344) em relação ao rádio, a ocorrência de um inegável intercâmbio entre todos os meios de comunicação, elevado, na contemporaneidade, à máxima potência pelo digital. A tal ponto que a divergência se torna improdutiva na comunicação, levando-nos a buscar não mais o que diferencia um determinado meio, como vimos anteriormente com as propostas de definição das "características intrínsecas ao veículo", mas o que há de outros meios nele mesmo.

Enquanto em McLuhan esse intercâmbio parece resultar na mistura e consequente transformação dos meios, Bolter e Gruisin falam em *remediation* (remediação), ou seja, a "representação de um meio em outro". Não se trata, para esses autores, da *transformação* de um meio em outro, mas de apropriação e remodelagem de meios anteriores, característica da

nova mídia digital (1998, p. 45) Esse processo se dá a partir de duas lógicas: *imediation* (imediação)[93] ou *hipermediation* (hipermediação), a transparência e a opacidade, ou seja, quando o meio tende a desaparecer buscando nos deixar na presença da coisa representada; ou exatamente o oposto, quando o meio deixa transparecer o processo de mediação.

Para o pesquisador russo Lev Manovich (2005), a nova mídia surge a partir da *convergência* entre formas culturais contemporâneas (interfaces digitais, *hipertexto* e bases de dados) e modelos anteriores, entre os quais ele aponta o cinema. O autor considera como forma cultural modalidades tecnológicas pelas quais pode haver uma relação homem-conteúdo:

> Todos os meios existentes são traduzidos para dados numéricos acessíveis pelo computador. Como resultado temos: gráficos, imagens em movimento, sons, formas, espaços e textos tornam-se computáveis, isto é, conjuntos simples de dados informáticos. Em resumo, os meios tornam-se novos meios (MANOVICH, 2005, p. 71, tradução nossa)[94].

Não se trata, para Manovich, de buscar na nova mídia uma lógica de transposição de formas culturais existentes ou mesmo de projetar um novo modelo a partir da simples remissão a modelos anteriores. Ao contrário, a nova mídia deve operar no sentido de migração ou de deslocamento, buscando ampliar os atuais modelos narrativos (MANOVICH, 2005, p. 72-95).

Também o conceito de convergência proposto por Machado pode ser visto dessa perspectiva, na medida em que ele sugere pensar as passagens que se dão entre os meios analógicos e digitais, como a melhor maneira para compreender "as tensões e as ambiguidades" que se operam hoje na produção de novas imagens e no próprio *funcionamento* do audiovisual (2007, p. 69).

Para Saad Corrêa, a convergência é a condição de existência da mídia digital: "computadores e Internet são os elementos determinantes, ou o espaço de configuração da convergência" (2003, p. 4). Já Gordon busca na história a definição do termo "convergência" (cunhado em 1713 por William Derham), para explicá-lo a partir de duas vertentes: a convergência de tecnologias (sistemas para a criação, distribuição e consumo de conteúdos) e

---

[93] Giselle Beiguelman adota a forma *a-mediação*, pois afirma tratar-se da *ausência de mediação*.

[94] Texto original: "Todos los medios actuales se traducen a datos numéricos a los que se accede por ordenador. El resultado: los gráficos, imágenes en movimiento, sonidos, formas, espacios y textos se vuelven computables; es decir, conjuntos simples de datos informáticos. En definitiva, los medios se convierten en nuevos medios" (MANOVICH, 2005, p. 71).

a convergência organizacional: na propriedade (fusões, aquisições, monopólios multimídia, etc.); nos aspectos táticos (parcerias, mercados, provimentos de conteúdos); na estrutura organizacional (formato das redações, treinamento de pessoal); no processo de captação de informações; e nos processos de apresentação dos conteúdos (narrativas multimídia).

Quando apareceu pela primeira vez, no século XVIII, o termo convergência era aplicado a áreas como matemática, física e biologia. No século XX, passou a ser usado para explicar a ciência política e a economia. Apesar de os computadores e as redes terem sido desenvolvidos nas décadas de 1960 e 1970, a palavra convergência só apareceu relacionada às novas mídias em 1983, no livro *Technologies for Freedom*, do estudante de comunicação Ithiel de Sola Pool[95].

Conforme explica Gordon, não há como determinar quando o termo começou a ser usado nas referências a tecnologias de comunicação. Entretanto, é possível afirmar que o entendimento de convergência na nova mídia passa pelos conceitos de multimídia, amplificado com o surgimento da *web*, (DEUZE, 2001), de remediação, representação de uma mídia em outra (BOLTER; GRUSIN, 2003), intermediação, inter-relação entre diferentes formas de representação que se fundem em um novo meio (HIGGINS, 1965), e de hibridização, uma vez que, "a rigor, todas as mídias, desde o jornal até as mídias mais recentes, são formas híbridas de linguagem, isto é, nascem na conjugação simultânea de diversas linguagens" (SANTAELLA, 1996, p. 43).

Portanto, não se trata de um conceito novo, que opera como ponto final, mas de um "processo contínuo ou uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas midiáticos, não uma relação fixa" (JENKINS, 2008, p. 333), no qual o modo como os meios circulam em determinada cultura é definido pelas mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais. Nesse processo contínuo, no qual se transformam tanto a forma de produzir como de consumir meios, coexistem distintas possibilidades de convergência: alternativa (fluxo não autorizado de conteúdo midiático apropriado e compartilhado por consumidores), corporativa (fluxo comercialmente direcionado), cultural (mudança na lógica como a cultura opera) e tecnológica (as distintas funções de um suporte).

Assim, uma nova tecnologia não elimina nem substitui a anterior, mas a incorpora e a transforma a partir de novas práticas culturais. Ocorre que a aceleração dos processos gerada pelos meios emergentes nos insere em uma "cultura da convergência" e nos obriga a pensar o

---

[95] Ver: GORDON, Rich. Convergence defined. *Online Journalism Review*, 2003. Disponível em: <http://www.ojr.org/ojr/business/1068686368.php>. Acesso em: ago. 2008. Ver também: BURKE, 2004, p. 270.

mundo a partir de uma nova perspectiva convergente, na qual, além da convergência midiática, é preciso considerar ainda a inteligência coletiva e a cultura participativa.

Jenkins (2008) toma emprestado o termo proposto por Lévy (1998) quando se refere à inteligência coletiva como uma nova forma de consumo de produtos midiáticos, caracterizada pela colaboração e discussão em conjunto e em larga escala, e que pode ser considerada uma nova forma de poder. Já a expressão "cultura participativa" tem relação com o atual comportamento do consumidor, não mais reduzido a mero receptor passivo, mas convidado a participar ativamente da produção, manipulação e compartilhamento dos novos conteúdos. O modo mesmo como o sistema se apresenta é para ser vivenciado cada vez mais coletivamente[96].

A própria história do rádio é marcada pela interpenetração com "círculos definidores" (MACHADO, 2007, p. 58) de diferentes meios, ou pela convergência tecnológica (JENKINS, 2008) com outras linguagens. O rádio contaminou o cinema, que dele incorporou a linguagem sonora, mas também foi contaminado, no modo de construção das tessituras das imagens sonoras. A televisão absorveu uma série de gêneros e formatos radiofônicos, por exemplo, as radionovelas, os programas de humor e os *shows* de auditório: "As novelas, os programas de auditório, o *Repórter Esso*, todos começam a ser fielmente reproduzidos na TV: era o rádio com imagem" (MOREIRA, 1991, p. 35). E o rádio, por sua vez depois da TV, consolidou uma programação voltada à música, informação e conversa. Com o advento do *www*, fica mais difícil falar em "hegemonia" ou "núcleos duros" dos meios.

No caso específico da transmissão radiofônica, "a migração para a rede fez com que o rádio identificasse no novo suporte características que o veículo não tinha, até então, condições físicas de ter (por ser o áudio o único suporte) e que eram exclusivas de outros meios" (ALVES, 2004, p. 130), entre as quais a disponibilização de textos e de arquivos de áudio e vídeo e o uso de listas de discussão, de enquetes e de salas de bate-papo, alterando os mecanismos de participação da audiência na programação. Temos uma nova radiofonia, ressignificando o que havíamos nos habituado a chamar de "rádio". Agora, mais do que nunca, é preciso refletir sobre os novos modelos.

De fato, desde o anúncio da criação da *web*, entre outros pontos, houve uma transformação radical nas possibilidades de relação entre as emissoras de rádio com os

[96] Para referenciar a noção de convergência, Jenkins desenvolve a noção de narrativa transmidiática, "histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas midiáticas, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo" (2008, p. 339), ou seja, uma narrativa em que o envolvimento do consumidor midiático é fundamental para o entendimento do universo ficcional, na medida em que ele precisa interagir com conteúdo espalhado em múltiplas plataformas para ter uma visão mais completa do universo narrativo.

ouvintes e com os seus profissionais (radialistas): os ouvintes/internautas ganharam a chance de ampliar a participação na produção do conteúdo; os radialistas e as emissoras aprendem a conviver com um novo suporte que requer formas diferenciadas não apenas de estrutura física, mas também de produção, distribuição e circulação de conteúdo; o ouvinte participa ainda mais ativamente na produção da informação; e as questões éticas ganham outra dimensão (PAVLICK, 2000)[97].

A Internet multiplica as possibilidades de transmissão sonora. Em pesquisa desenvolvida para a elaboração da dissertação de Mestrado, no biênio 2005-2006, Medeiros (2009), por exemplo, identificou 13 fenômenos de transmissão sonora pós-digitalização. Mapeadas as experiências, esse autor separou aquelas que poderiam ser, efetivamente, consideradas "transmissões radiofônicas", apoiando-se em dois critérios que, segundo ele, devem estar necessariamente presentes: o fluxo de transmissão, que no rádio [como o conhecemos] é contínuo, sem interrupções (em *streaming*); e a presença de elementos radiofônicos, como a transmissão em tempo real (ou seja, a sincronia entre transmissão e recepção), os diversos elementos constitutivos da linguagem, o papel do locutor/apresentador, entre outros.

Os dois critérios estão associados à oposição proposta por Arnheim entre a forma de transmissão e a forma de expressão do rádio: o rádio como meio de transmissão por meio de ondas eletromagnéticas em fluxo contínuo em oposição às suas potencialidades expressivas, posteriormente exploradas por inúmeros autores, entre os quais destacamos Balsebre (2007). Assim, Medeiros não classifica como "produção radiofônica" as produções sonoras *on demand*, ou seja, aquelas em que a transmissão tem início quando acessada pelo ouvinte e que pode ser momentaneamente interrompida, uma vez que não se dá em fluxo contínuo.

Na categorização proposta por Medeiros (2009), constituem-se transmissões radiofônicas no ambiente digital: *webradio* (emissora criada especificamente para a Internet, que não opera via ondas hertzianas); NetStation, TVStation e CellStation (emissoras transmitidas por radiofrequência, mas que também são simultaneamente recebidas via Internet, aparelhos de TV ou celulares, respectivamente); rádio digital via satélite[98] ou espectro eletromagnético[99] (modelo de transmissão em que o radiorreceptor é substituído por

[97] Ao analisar o impacto da *web* no jornalismo digital, Pavlick afirma que houve alterações na relação entre autor, texto e audiência e aponta cinco grandes mudanças nos grupos de comunicação: 1) em como os jornalistas realizam seu trabalho; 2) no conteúdo noticioso; 3) nas redações e nas estruturas industriais; 4) na relação entre as organizações de notícias e seus públicos; e 5) em questões éticas (PAVLICK, 2000).
[98] Modelo ainda não disponível no Brasil.
[99] Ainda em testes no Brasil, não tendo sido implantado oficialmente.

aparelhos digitais); *cellradio*[100] (transmissão diferenciada de emissoras que operam no espectro eletromagnético, oferecendo serviços interativos diferenciados em relação à simples transmissão de sinais do modelo CellStation).

Entre as transmissões que o autor desconsidera "radiofônicas", vale destacar: *podcasting*, pois, apesar de possuir muitos dos elementos da linguagem radiofônica, sobretudo nos modelos Metáfora e Editado, sua transmissão se dá *on demand*, com ou sem necessidade de *download*; e o modelo *Playlist*, ou seja, a *jukebox* eletrônica, na qual o ouvinte monta sua própria programação musical, resumida a uma sequência de músicas, que pode se apresentar como Jukebox On Net, On TV ou On Cell, dependendo do suporte utilizado – Internet, TV ou celular, respectivamente (MEDEIROS, 2009).

Sobre o fenômeno *podcast*[101], especificamente, apesar de não o considerar um programa de rádio, Medeiros acredita que "o *Podcasting* ainda será considerado uma rádio via Internet, já que não existe uma definição mais contundente para classificar esse tipo de transmissão sonora digital" (2005, p. 8). É essa "falta de definição" que consideramos premente discutir, uma vez que não acreditamos poder mais classificar essas transmissões sonoras nem como *áudio* nem como *rádio*, mesmo nos casos em que a *web* é tomada apenas como suporte.

A categorização de Medeiros remete à definição proposta por Meditsch do que ainda hoje poderia ou não ser considerado "rádio", na medida em que, para esse autor, a especificidade do meio seria definida a partir de três características, que não podem ser tomadas separadamente porque são indissociáveis:

> [...] é um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real. Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo real da vida do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é rádio. É uma definição radical, mas permite entender que o rádio continua rádio (como meio de comunicação) mesmo quando não transmitido por onda de radiofrequência. E permite distinguir uma *web radio* (em que só ouvir o som basta) de um *site* sobre rádio (que pode incluir transmissão de rádio) ou de um *site* fonográfico (MEDITSCH, 2001b, p. 228-229, grifos do autor).

[100] Modelo ainda não disponível no Brasil.

[101] Basicamente, arquivos de áudio distribuídos em rede, que podem ser ouvidos em *streaming* ou recebidos automaticamente via um agregador como RSS (*really simple syndication*). O formato foi criado em meados dos anos 2000 por Adam Curry, ex-VJ da MTV, que pretendia compartilhar pela Internet um programa de rádio que se diferenciasse do que habitualmente tocava nas emissoras. A ideia era que o arquivo ficasse disponível para ser baixado e depois ouvido em qualquer lugar com um iPod ou similar. E para que o ouvinte não precisasse acessar o *site* o tempo todo à procura de uma nova edição, Curry criou um *software* que busca novos arquivos e faz o *download* automaticamente para o usuário. No Brasil, o *podcasting* se popularizou a partir de 2006.

É a partir de tal premissa (meio sonoro, invisível, com tempo simultâneo de transmissão e recepção), aliás, que se estruturam grande parte das categorizações e classificações de transmissões radiofônicas por meio da Internet. Vejamos algumas delas.

No trabalho de sistematizar os gêneros do radiojornalismo nas redes digitais, Alves discute três tipos de emissoras de rádio na rede: a rádio convencional (emissoras que transmitem tanto pelo dial como pela Internet); *webrádios* (emissoras que se constituem e atuam apenas no *www*); e a rede de rádios na *web* (emissoras convencionais que se unem na rede para alcançar maior representatividade) (2004, p. 24-26). A autora explica ainda que o meio rádio tem atravessado quatro fases distintas na Internet: a *interseção*, ou seja, a incorporação de ferramentas de oferta de conteúdo de participação do internauta; a *adaptação*, na medida em que o modo de produção foi alterado e não se trata mais da simples difusão de conteúdo; a *mudança* técnica e a *transformação* a partir da incorporação de ferramentas da própria *web* (ALVES, 2004, p. 130-134).

Trigo-de-Souza também fala em três categorias de emissoras presentes na *web*: rádios *off-line* (que transmitem pelo dial e estão presentes apenas institucionalmente na rede, ou seja, até disponibilizam alguns tipos de áudio, mas não necessariamente uma programação radiofônica); as rádios *on-line* (que operam no espectro eletromagnético e que veiculam programação na *web*); e as NetRadios (emissoras criadas exclusivamente para a rede) (2002-2003, p. 94-95).

Neste trabalho, aliás, como veremos no Capítulo 2, em "As RadCom nas infovias: uma análise pontual", adotamos os termos "*off-line*" e "*off-line e on-line*" não como definições epistemológicas, mas em seu sentido estrito, apenas como critérios de análise que deem conta de abarcar duas experiências distintas do nosso objeto, relativas à forma de apresentação na *web*: *off-line* – emissoras comunitárias legalmente autorizadas a operar no dial, que possuem página na Internet, mas não disponibilizam o áudio analógico, podendo ou não divulgar arquivos sonoros; *off-line e on-line* – emissoras comunitárias legalmente autorizadas a operar no dial, que possuem página na Internet e que disponibilizam o áudio analógico, podendo ou não divulgar arquivos sonoros.

Nair Prata (2009) por outro lado, também apresenta três modelos ou categorias de experiência: as emissoras hertzianas, com transmissão analógica ou digital apenas no espectro eletromagnético; as emissoras hertzianas com presença também na Internet, o que implica transmissão digital, ou seja, digital via *web*; e as *webradios*, com presença exclusiva na Internet, portanto, com transmissão digital (2009, p. 52). Essa pesquisadora vai adiante na discussão ao destacar a possibilidade de agregação de novos signos textuais e imagéticos ao

rádio no ambiente da *web*, conservando a importância hierárquica do papel do som como elemento definidor.

Prata ainda contribui ao debate ao tomar emprestado o termo *mediamorfose*, formulado por Fidler (1998), para propor que o rádio vive nesse momento um processo de *radiomorfose*, uma espécie de reconfiguração e readaptação do meio ao novo ambiente, que pode se dar por vários caminhos, entre os quais os gêneros e a interação: "nesse processo de metamorfose, os gêneros[102] do rádio tradicional se ressignificam, ganhando novas características, enquanto as formas de interação passam a ser configuradas a partir das especificidades do novo suporte" (PRATA, 2009, p. 80).

Essa autora reelabora, então, o conceito formulado por Meditsch (2001b), definindo o novo rádio como: "meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real. A informação sonora poderá vir acompanhada de textos e imagens, mas estes não serão necessários para a compreensão da transmissão" (PRATA, 2009, p. 74). Em resumo, na Internet, os tradicionais elementos sonoros do rádio, combinados com os elementos textuais e imagéticos, reconfiguram o meio, fazendo emergir gêneros específicos do suporte digital e possibilitando novas formas de interação. Mas, também aqui, se conserva a primazia do som sobre os demais elementos textuais e imagéticos (textos, vídeos, fotos, gráficos etc.), bem como a necessidade de sincronia temporal entre a transmissão sonora e sua recepção.

A partir dessa nova definição de radiofonia na *web*, são estabelecidos quais os formatos, dentre aqueles propiciados pela digitalização e pela Internet, que não podem ser tomados como "rádio" (PRATA, 2009, p. 75-78). Para a autora, não se enquadram como "rádio" as "emissoras pessoais", ou seja, portais, *sites*, aplicativos que permitem ao usuário montar, a partir de determinado acervo ou de compartilhamento de arquivos com outros usuários, uma espécie de *playlist* com as músicas preferidas. Tampouco os *podcasts* seriam rádio, por não possuírem a transmissão em tempo real.

Sem dúvida, compartilhamos o entendimento de que um meio não supõe necessariamente o desaparecimento de outro; ao contrário, há sempre um processo de contaminação transformadora. No entanto, a questão que se coloca é se efetivamente temos nas atuais emissoras de rádio hertzianas com presença na *web* ou mesmo nas novas *webradios* um processo de *metamorfose do rádio*, ou seja, na acepção própria da palavra, uma completa transformação, uma mudança total de natureza.

---

[102] Para a análise de 30 experiências distintas de rádio (divididas nas categorias de somente hertziano, hertziano com presença na *web* e *webradios*), Prata parte da categorização de gêneros e formatos proposta por Barbosa Filho (2003).

Ao contrário, parece-nos que tanto as 30 experiências analisadas por Prata como as RadCom legalizadas com presença na *web* que compõem este trabalho, bem como a quase totalidade das experiências radiofônicas na Internet, traduzem a ideia de remediação, isto é, a reprodução de um meio em outro, defendida por Bolter e Gruisin (2000). Isso porque, além de remediarem o próprio rádio, por meio da veiculação do sinal sonoro original, reproduzem o jornal de papel, ao manterem a diagramação em colunas, ordenadas pelas manchetes etc. (ver Figura 1); representam a TV, ao lançarem mão de vídeos etc.; inserem a fotografia; entre outros. Isso, em essência, nada difere de uma típica apresentação em *PowerPoint* com mídia distribuída, na qual é possível inserir textos, imagens, arquivos de áudio e vídeo, gráficos etc., conforme afirma Manovich:

> Imagine uma página típica em HTML que consiste de texto e um videoclipe inserido em algum lugar na página. Tanto o texto como o vídeo permanecem separados em cada nível. Suas linguagens não traspassam uma à outra. Cada um dos meios continua a nos oferecer a sua própria interface. Com o texto, podemos rolar para cima e para baixo, podemos mudar a sua fonte, cor e tamanho, ou número de colunas, e assim por diante. Com o vídeo, podemos assisti-lo, pausá-lo ou retrocedê-lo, repetir uma parte, e mudar o volume do som. Neste exemplo, diferentes meios estão posicionados ao lado do outro, mas as suas interfaces e técnicas não interagem. Isso, para mim, é tipicamente multimídia (MANOVICH, 2008, p. 76, tradução nossa[103]).

Obviamente, a dinâmica do digital e da rede permite *também* remediar os meios tradicionais. Mas não apenas isso: são estabelecidas novas relações entre usuários e os meios, que podem ser criados, editados, compartilhados, arquivados, enfim, carregam em si a potencialidade de serem manipulados de forma totalmente diferente, na medida em que permitem gerar outros/novos produtos sonoros. Para explicar as profundas diferenças em relação ao novo meio, Manovich oferece como exemplo a fotografia digital:

> Se uma fotografia digital é transformada em um objeto físico no mundo – uma ilustração em uma revista, um cartaz em uma parede, uma impressão em uma camiseta – ela funciona do mesmo modo como sua predecessora. Mas, se deixarmos a mesma fotografia dentro de seu ambiente nativo no

[103] Texto original: "Imagine a typical HTML page which consists from text and a video clip inserted somewhere on the page. Both text and video remain separate on every level. Their media languages do not spill into each other. Each media type continues to offer us its own interface. With text, we can scroll up and down; we can change its font, color and size, or number of columns, and so on. With video, we can play it, pause or rewind it, loop a part, and change sound volume. In this example, different media are positioned next to each other but their interfaces and techniques do not interact. This, for me, is a typical multimedia" (MANOVICH, 2008, p. 76).

computador – que pode ser um *laptop*, um sistema de armazenamento em rede, ou em qualquer dispositivo de mídia habilitado como computador, como um telefone celular que permite ao usuário editar essa fotografia e movê-lo para outros dispositivos e para a Internet – pode funcionar de maneiras que, na minha opinião, a tornam radicalmente diferente do seu equivalente tradicional (MANOVICH, 2008, p. 37, tradução nossa[104]).

Figura 1 – Emulações do jornal de papel

Princesinha da Seda FM (105,9 MHz, <http://www.princesinhafm.com.br/>, Gália-SP, 7.629 habitantes).
Cidade FM (87,9 MHz, <http://www.cidade87fm.com.br/>, Monte Aprazível-SP, 21.746 habitantes).

[104] Texto original: "If a digital photograph is turned into a physical object in the world – an illustration in a magazine, a poster on the wall, a print on a T-shirt – it functions in the same ways as its predecessor. But if we leave the same photograph inside its native computer environment – which may be a laptop, a network storage system, or any computer-enabled media device such as a cell phone which allows its user to edit this photograph and move it to other devices and the Internet – it can function in ways which, in my view, make it radically different from its traditional equivalent" (MANOVICH, 2008, p. 37).

Trata-se, portanto, de uma *outra coisa* que provocou, inclusive, uma mudança profunda em nossa experiência de tempo e espaço. A Internet e a digitalização liberaram o ouvinte/consumidor/usuário da ordem temporal imposta pelos veículos de comunicação de massa tradicionais.

Dessa forma, seguindo a linha de raciocínio de Manovich (2008) em relação à fotografia, podemos afirmar que, se uma peça sonora produzida digitalmente é transformada em "objeto físico do mundo" (ao ser transmitida por meio de ondas eletromagnéticas, captadas por um aparelho receptor "analógico"), ela funciona do mesmo modo que o rádio tradicional. Mas se essa peça sonora for conservada em seu "ambiente nativo no computador", ela pode funcionar de maneiras que a transformam radicalmente em relação ao seu equivalente tradicional.

No computador, é possível, por exemplo, acessar os arquivos de dados para pausar, ouvir novamente ou mesmo fazer *download* e conferir outro usos a trechos de determinadas transmissões das RadCom na *web*, o que não se dá no "tempo real" do espectro eletromagnético tradicional. Obviamente, tais ações dependem de alguns fatores, entre os quais do tipo de serviço de *streaming* contratado pela emissora, bem como da instalação de um *software* adequado no computador do usuário[105]. No entanto, ainda que a funcionalidade não seja oferecida pela emissora, ou mesmo que não seja do interesse do ouvinte/usuário, ela existe como *potência* no próprio *streaming*, seu "ambiente nativo". Ou seja, trata-se de um elemento constitutivo que transforma definitivamente o áudio veiculado pela *web*, por meio do *streaming*, em relação à veiculação radiofônica tradicional no *dial*.

Grandes emissoras comerciais, como CBN[106] ou Band FM[107], por exemplo, buscam impedir o aceso ao conteúdo da máquina, criando uma série de restrições[108]. Reafirmam, desse modo, o fluxo contínuo da emissão tradicional, impossibilitando qualquer interação do ouvinte com o áudio. Por outro lado, emissoras como a rádio 87 FM

---

[105] Esse *software* instalado no computador do usuário não precisa, necessariamente, ser fornecido pela emissora ou proprietário da página.
[106] Ver: <http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>. Acesso em: 18 maio 2012
[107] Ver: <http://www.bandfm.com.br/#>. Acesso em: 18 maio 2012.
[108] É importante destacar que, pela própria dinâmica da rede, as restrições não devem ser tomadas como definitivas, sujeitas que estão, permanentemente, à ação de *hackers* e *crackers*. Para citar apenas um exemplo, em janeiro de 2012, o *hacker* George Hotz, conhecido como "GeoHot", anunciou ter quebrado, pela primeira vez, a proteção do console Playstation 3, da Sony, considerada "inviolável" por mais de cinco anos. Ele divulgou em seu *site* os códigos que podiam ser usados como chave para que o usuário tivesse acesso de administrador em todo o sistema. Três anos antes, o mesmo GeoHot tornou-se o primeiro a desbloquear o iPhone, abrindo seu código de modo a permitir o uso de qualquer operadora de telefonia nos EUA e não apenas a AT&T.

(<www.87fmagudos.com.br>) de Agudos, SP, transformam radicalmente a audição da programação tradicional ao *bufferizar* a transmissão, ou seja, ao permitir a criação de uma área de armazenamento temporário da informação na memória do computador do usuário, abrindo brechas para a "apropriação" do fluxo por parte do ouvinte (desde que este possua o *software* apropriado). Isso, sem dúvida, implica uma ruptura, uma mudança em relação ao que ocorre no meio tradicional, o que não necessariamente se dá com a mera disposição das diferentes linguagens na página, lado a lado, de forma semelhante à construção de um *PowerPoint*, conforme apontado por Manovich (2008).

Ainda é rádio?

O surgimento e a consolidação do rádio tradicional estão indissociavelmente ligados a uma determinada base tecnológica e a um momento histórico específico, que garantiram o desenvolvimento de determinadas características que ainda hoje atribuímos ao meio e que parecem datadas. Naquele momento, era o que se podia fazer. A questão é: o rádio não poderia ter incorporado ou alterado determinadas características ao sabor da evolução tecnológica? Em relação ao "tempo real", por exemplo, por que mantemos a simultaneidade entre transmissão-recepção como elemento imprescindível na definição de "transmissão radiofônica" também na *web*, quando claramente a *web*, a própria Internet e mesmo o digital trazem em si mesmo novas experiências de tempo?

Conforme argumenta Castells, o espaço de fluxos da atual sociedade em rede é caracterizado pelo tempo intemporal, não sequencial, em que o acesso à informação, produção e percepção depende dos "impulsos do consumidor ou decisões do produtor" – aliás, hoje cada vez mais integrados nas figuras do *produser*[109] e do *prosumer*[110] –, constituindo-se "*simultaneamente uma cultura do eterno e do efêmero*" (1999a, p. 487, grifos do autor) – porque os fluxos levam ao tempo intemporal e dissolvido, a simultaneidade se dá nas multissequências dos *eventos* desordenados, e não apenas e estritamente na temporalidade cronológica da transmissão-recepção. Não à toa, mesmo na organização de lógica linear do jornalismo de Internet, Moherdaui observa cinco momentos distintos de tempo:

[109] Termo proposto por Bruns e Jacobs (2007) para definir os "usuários de ambiente colaborativos que se comprometem com conteúdos intercambiáveis tanto como consumidores quanto como produtores (e, frequentemente, em ambos ao mesmo tempo virtualmente): eles fazem o que agora se chama de *produsage*" (2007, p. 6).

[110] Termo cunhado por Alvin Tofler, nos anos 1980, que provém da junção das palavras inglesas *producer* (produtor) e *consumer* (consumidor) ou *professional* (profissional) e *consumer* (consumidor).

> a) tempo do acontecimento do fato, b) tempo da produção, incluindo a análise e ação em relação ao fato ocorrido, c) tempo da distribuição, d) tempo da circulação e e) tempo da leitura. Essa diferenciação se justifica, pois sempre há uma duração em um ato de comunicação (MOHERDAUI, 2007, p. 240).

Dessa forma, não deixa de ser apropriado o deslocamento proposto por Haandel (2009) de análise da transmissão radiofônica na *web* daquela perspectiva centrada nas características do *broadcasting*, ou seja, da transmissão por meio do espectro eletromagnético, para o *webcasting*, processo que utiliza a tecnologia *streaming* via Internet e que pode ser dividido em dois formatos: o *webcasting sonoro*, cujo foco está na transmissão de som, e o *webcasting* de som e imagem, como a TV via Internet (HAANDEL, 2009, p. 45).

Haandel sugere quatro formatos distintos, mas não excludentes, pois podem ocorrer simultaneamente, para o *webcasting sonoro*: *web* rádio (também chamada *Internet radio* ou *e-radio*); *playlist*; áudio *on demand*; e o portal de áudio (2009, p. 36-45, grifos do autor). Para o autor, a *web* rádio é uma emissora que opera na Internet, tem transmissão por *multicast*[111], e pode ser dividida conforme a classificação adotada por Trigo-de-Souza e apresentadas acima, ou seja: *web* rádios *on-line* (estão no dial e oferecem o sinal também na *web*; ou ainda existem apenas na *web*, neste caso são *net radios*) e *off-line* (estão no dial, mas não oferecem o sinal na *web*) (TRIGO-DE-SOUZA, 2002, p. 173).

Esse pesquisador também considera *web* rádios recursos como Winamp Remote e Listen2MyRadio, que permitem que qualquer um se torne um emissor, argumentando que em ambos os casos as "transmissões têm um endereço fixo, que é o que deve ser acessado por outros internautas para ouvir o conteúdo transmitido" (HAANDEL, 2009, p. 56). As *web* rádios podem ser disponibilizadas em dois tipos de *websites*: o monomidiático, que traz apenas o *link* de acesso à transmissão em *streaming* da emissora, podendo ser composto também por alguns dados textuais; e o multimídia, que, além das informações textuais e visuais, traz ainda arquivos sonoros e audiovisuais e só se tornou possível a partir dos anos 2000 com a banda larga (HAANDEL, 2009, p. 53).

As *playlists* seriam *jukeboxes* (MEDEIROS, 2009), acessadas por *links* e com transmissão *unicast* (personalizada, um para um). Já o áudio *on demand* não é contínuo e permite o acesso a qualquer áudio gravado que esteja hospedado na Internet em qualquer

[111] Espécie de *broadcast* multiplexado, ou seja, os pacotes estão disponíveis e são acessados por qualquer um que os peça.

hora, além do *streaming on demand*, ou seja, acesso de um conteúdo por vez (HAANDEL, 2009, p. 60). E, finalmente, o portal de áudio, um "*website* que funciona como um centro aglomerador de canais de áudio que transmitem conteúdo em *streaming* ou *download*. [...] Ele centraliza opções, juntando múltiplas opções de produtos que são oferecidos na *Internet*" (HAANDEL, 2009, p. 62). Por concentrar os dados de acesso a produtos distintos em áudio, o portal de áudio acaba sendo um facilitador de buscas, na medida em que disponibiliza diversas *web* rádios e demais conteúdos em áudio em uma mesma tela.

Entre os pontos que diferenciam o *webcasting sonoro* do *broadcasting* tradicional está a possibilidade de pausar a programação, interromper momentaneamente e voltar a ouvir do ponto em que parou. Trata-se de uma mudança profunda, portanto, daquela ideia de "tempo real", de simultaneidade entre transmissão-recepção, sobre a qual temos estruturado nosso olhar para os novos fenômenos. Também põe por terra a "instantaneidade", "a natureza efêmera [e transitória] do rádio" (McLEISH, 2001, p. 17), na medida em que no *webcasting sonoro*, além de pausar, é possível voltar e ouvir novamente determinado trecho, diferentemente do que ocorre ainda hoje no *broadcasting* tradicional, no qual o ouvinte deve captar a mensagem no momento mesmo em que ela é transmitida, daí a necessidade da redundância e da repetição como mecanismos para garantir a compreensão e assimilação do texto radiofônico.

Para ouvir uma determinada emissora no *broadcasting* é preciso estar localizado na sua área de abrangência e possuir um receptor de rádio. Já no *webcasting* sonoro na *web*, para acessar qualquer emissora do mundo, em princípio, basta estar conectado à Internet e digitar o endereço correto ou URL (*Uniform Resource Locator*). Porém, o número de ouvintes *on-line* passa a depender de alguns fatores, entre os quais a conexão de Internet utilizada para gerar o som e a qualidade do servidor de *streaming* contratado pela emissora.

Isso porque, quanto maior o número de ouvintes simultâneos, menor a velocidade do acesso e, portanto, mais comprometida fica a qualidade do som. Ou seja, se no *broadcasting* a potência do transmissor e a área de abrangência da antena são fatores que restringem o número de ouvintes, também no *webcasting* sonoro há limitação no número de ouvintes (embora não territorialmente) em função das restrições do tráfego e do tipo de conexão. E mais: enquanto a transmissão por *broadcasting* está sujeita às rígidas delimitações legais (padrão de operação, alcance, frequência etc.), no *webcasting* qualquer um pode emitir, sem necessidade de outorga do governo federal, pois não há regulamentação nesse sentido.

A partir da noção de *webcasting*, não há porque não pensar no *podcast* como uma reconfiguração da transmissão sonora. Aliás, Haandel (2009, p. 150) chama a atenção para o

fato de que os formatos do *webcasting* sonoro não devem ser confundidos com rádio, pois, mesmo que possam, quase sempre, simular ou até herdar práticas que nos acostumamos a chamar de "rádio", se configuram algo distinto, com características próprias. Prado (2008) questiona se teremos um "rádio depois do rádio". Haandel (2009) diz que sim, mas não o faz em *stricto sensu*. Kischinhevzky assegura que "as novas emissoras usarão o nome *rádio* apenas como uma pálida referência a uma mídia que se perdeu no tempo" (2007, p. 126, grifo do autor). Não é rádio? É rádio? Mas o que ainda seria *rádio*, inclusive no espectro eletromagnético? Ou mesmo, o que ainda não seria "rádio", também em rede? Onde começa e onde termina o rádio?

Por meio do computador a execução de tarefas e o consumo de meios remediados e de informação são cada vez mais múltiplos: várias "abas" e distintos aplicativos se colocam à nossa frente enquanto estudamos, trabalhamos, comemos, caminhamos etc. Estão no celular, estão no computador, no *tablet*, no *smartphone*, na televisão e, muito brevemente, na geladeira, no micro-ondas, na máquina de fazer pão... A "Internet das coisas"[112] está aí para comprovar que "a Internet não é meio de comunicação [mas, antes,] a sociedade num segundo grau de abstração" (BUCCI, 2011).

Sem dúvida, Haandel apresenta uma abordagem diferenciada, sobretudo, ao destacar a riqueza da diversidade de conteúdo sonoro propiciada pelo *webcasting*. Nem a *web* e nem a Internet implicaram o fim das transmissões voltadas para a "massa", para a lógica linear do *um-muitos*, ainda que a rede seja, essencialmente, desterritorializada e não massiva. No entanto, na definição do *webcasting* como "um processo comunicacional que permite a transmissão ao vivo de um áudio de *um* emissor para *um* ou *muitos* receptores" (HAANDEL, 2009, p. 146, grifos nossos), mantém-se a ideia do rádio como meio de comunicação vertical e linear e desconsidera-se não apenas a potencialidade da rede, mas também a sua própria essência. Dessa forma, ainda não temos aqui a análise de um fenômeno muito importante, em especial no caso das RadCom na *web*: o da apropriação das plataformas colaborativas em rede, como o Facebook e o Twitter, nas quais os meios tradicionais operam em um ambiente de produção compartilhada (*crowdsourcing*), organizada na estrutura *muitos-muitos*.

Temos nessas plataformas colaborativas terrenos férteis para as RadCom legalizadas que podem ali encontrar colaboradores dispostos a contribuir com ideias, arquivos de áudio, sugestões, arrecadação de recursos, doação de material, trabalho voluntário etc., de modo a

[112] Termo criado por Kevin Ashton (1999), cujo conceito se popularizou por meio do grupo de pesquisa em rede Auto-ID Labs. Em resumo, trata-se da conexão de objetos a grandes bases de dados e redes e à rede das redes, a Internet, cujo desenvolvimento depende tanto da nanotecnologia como dos sistemas *wireless*. Ver: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_of_Things>. Acesso em: ago. 2011.

construir uma comunicação efetivamente “comunitária”. Uma possibilidade de transpor a participação controlada, dissimulada na promessa de “interatividade” da Internet. Conforme se poderá verificar no próximo capítulo, as RadCom estão cada vez mais presentes nas diferentes plataformas, muitas delas, inclusive, conferindo maior visibilidade e sonoplasticidade a tal presença ao destacar em seus *sites* ou *blogs* os endereços nas redes sociais.

Capítulo 2

Espacialidades sonoras: as fronteiras das RadCom na *web*

2.1 Espacialidades sonoras: Sonoridade, Sonoplasticidade[113], Comunicabilidade

Partimos do entendimento do espaço como organismo perceptível como linguagem na medida em que se manifesta por meio de signos e de suas configurações e atua nas relações comunicativas. Nesse sentido, é espacialidade, ou seja, espaço sígnico, experimentado e vivenciado, portanto fluido e imprevisível, sempre em construção na representação dos seus processos de natureza ambiental e marcados por distintas semioses. O espaço não existe por si mesmo, mas se transmite por meio das espacialidades que, ao superá-lo como simples suporte, permite perceber o modo como a cultura nele se estrutura. Assim, "a espacialidade reinventa o espaço a cada manifestação do modo pelo qual o organiza, ou seja, através da espacialidade, interinfluenciam-se o espaço e todo o significado ou comunicação que sobre ele se inscreve" (FERRARA, 2007, p. 33), o que faz do espaço um "processo perene e aberto em que podemos descobrir constantemente novos aspectos" (WERTHEIM, 2001, p. 224).

Por isso, refletir sobre espacialidades exige mais do que simplesmente constatar e descrever suas características: exige a tarefa de identificação e compreensão das relações que emergem *entre* signos e o espaço representado, a comunicação e a cultura, que não mais podem ser abordados isoladamente, uma vez que, na contemporaneidade, se fazem mais e mais complexos e integrados;

> a espacialidade constitui a representação do espaço e sua semiótica permite entender o modo como, em espacialidade, o espaço se transforma em lugar, não físico, mas social, onde se abrigam a comunicação e a cultura nas suas dimensões históricas, sociais e cognitivas. Assim sendo, o estudo desse espaço "entre" supõe oferecer outra contribuição para a história da cultura, que vai da plasticidade do material à ilusão da imagem, e para a história da comunicação, que vai da mensagem que justifica relações humanas e sociais ao vínculo que, se transformando em mediatização, considera a transmissão que depende do modo como a comunicação se organiza e cria outros ambientes sociais ou os transforma radicalmente, criando-lhes contextos e ambientes específicos (FERRARA, 2008a, p. 13).

Enquanto experiência do mundo, o espaço pode ser apreendido a partir de três categorias distintas, mas dialeticamente imbricadas, pois, na medida em que dialogam, são complementares e se influenciam mutuamente: a própria espacialidade, a visualidade e a comunicabilidade. A espacialidade, como já dito, não se resume a um meio físico; ao

[113] Sou grata à sugestão de terminologia do conceito aqui desenvolvido, proposta pelo Prof. Dr. Fábio Sadao Nakagawa em uma de nossas inúmeras, ricas e sempre produtivas conversas.

contrário, toma o espaço físico como suporte para transformá-lo em meio comunicativo. Dessa forma, é possível pensar os *media* através de suas espacialidades porque elas nos permitem percebê-los como meios, portanto como mediação. Tampouco a espacialidade se restringe ao visual, mas se expande no sonoro, no gestual, em todos os sentidos. E, porque não existe fora do eixo cultural, torna-se obrigatório pensar a cultura e o modo como a cultura se comunica (FERRARA, 2007).

É da relação entre espacialidade com a visualidade que nos defrontamos com o "mundo da vida". Dessa forma, não há espacialidade sem visualidade, assim como não há visualidade sem comunicabilidade. Ou seja, tratam-se de manifestações distintas que, ao se colocarem em diálogo permanente, acabam por se contaminar umas às outras. As categorias podem aparecer de modos diferentes conforme as construtibilidades do espaço em proporção, construção e reprodução que, por sua vez, também se constituem "distintas manifestações do espaço para construir espacialidades, visualidades e comunicabilidades" (FERRARA, 2007, p. 13).

Visualidades e comunicabilidades são, portanto, categorias, caminhos por meio dos quais é possível apreender as espacialidades que delimitam e traduzem o espaço. A visualidade constitui o elemento articulador da espacialidade, pois, sem ela, não se faz comunicação. Ainda que seja predominante, a visão se altera, se complementa, se transforma e se expande diante dos demais sentidos. Por isso, a visualidade não se restringe apenas ao visual, abrangendo também todos os sentidos: o som, o tato e a textura, o movimento. E ao se expandir, ultrapassando os limites dos estímulos visuais, leva à construção de uma espacialidade polissensorial (FERRARA, 2007, p. 19). Já a comunicabilidade é uma categoria eminentemente de interação, na medida em que se apresenta como modo de ver o mundo, funcionando como um elemento de ligação e síntese das duas outras categorias. Assim:

> Se a visualidade é um artefato de registro que possibilita o pronto reconhecimento do mundo, a comunicabilidade nos permite perceber relações sociais ou surpreender como aquele registro visual e os códigos e suportes que o caracterizam podem estabelecer profundas alterações nas relações entre os homens e na sociedade que ajudam a construir (FERRARA, 2007, p. 13).

Entretanto, a história da visualidade está diretamente ligada à capacidade de entender o mundo que se estrutura a partir das ideias iluministas da modernidade, tendo como parâmetro o conhecimento de base universal, racionalista, onde o progresso é meta a ser

necessariamente atingida e a noção de história está previamente traçada. Um mundo naturalmente inteligível, porque historicamente predefinido a partir das metas já traçadas e plenamente atingíveis. A partir dessa concepção, a imagem é uma representação capaz de esgotar o objeto pela sua imitação. Ao se colocar *em lugar de*, a imagem seria uma forma de conhecimento do mundo: portanto, um mundo passível de conhecimento por meio de imagens. De acordo com Flusser, assim como "biombos", as imagens acabaram por se interpor como mediação entre o mundo e o homem, de tal modo que "o homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens" (2002, p. 9).

No entanto, nem mimese nem sombra do mundo, a visualidade não é um *a priori*. Ao contrário, ela se constrói mediante cada manifestação da imagem, dependendo, assim, de forma decisiva, da própria experiência do fenômeno. Visualidades distintas conformam imagens distintas que se constituem em modos de inteligibilidade do mundo. Ou seja, a visualidade não é *a imagem*, mas o que se constrói a partir da imagem como vetor do meio comunicativo.

E justamente porque vai muito além da imagem, a visualidade é polissensível e híbrida, "pois convoca a energia de todos os sentidos que, em diálogo, orientam-se para a mediação, para a troca que não é linear" (FERRARA, 2009a, p. 11). Isso significa que "a visualidade é mais ampla e complexa do que a imagem que, estudada como instrumento comunicativo, está claramente marcada como manifestação de transparência e ordem exigida por uma ciência moderna" (FERRARA, 2009a, p. 8). Por isso, não apenas é *possível* como é *preciso* conhecer por meio das imagens, utilizando algumas categorias fenomenológicas: tecnicidade, reprodutibilidade, tradutibilidade, hibridismo, temporalidade e a própria espacialidade (FERRARA, 2008b).

A dimensão da visualidade se firma à medida em que se desenvolvem os aparatos tecnológicos da visualidade, sobretudo, a partir da máquina fotográfica, em meados do século XIX, aparatos que possibilitam o registro e produção de imagens. Também o rádio pode ser analisado como um dos dispositivos multiplicadores-reprodutores de imagens, constituindo-se, assim, potente articulador de visualidades e, por consequência, dos processos cognitivos que engendram visibilidades. O que nos leva, portanto, à distinção de duas categorias do *visual*: a visualidade, que corresponde à constatação do visual como dado, e a visibilidade, a elaboração reflexiva que transforma esse mesmo dado em fluxo cognitivo. Assim,

> a visualidade corresponde à constatação visual de uma referência e, mais passiva, limita-se ao registro decorrente de estímulos sensíveis. A

> visibilidade, ao contrário, é propriamente semiótica, pois é compatível com a cognição perceptiva como alteridade que caracteriza a densidade sígnica (FERRARA, 2002, p. 101).

No diálogo com as categorias propostas por Ferrara, José e Rodrigues (2007, p. 105-119), no estudo da cena cinematográfica, propõem uma nova categoria para análise do som em relação à visualidade da imagem visual em movimento, a *audibilidade*, ou seja, a elaboração perceptiva e reflexiva das diferentes formas de representação do som. De acordo com as autoras, quando associadas, a audibilidade pode expandir a visualidade de modo a conferir visibilidade não apenas ao espaço cênico em que está inserida mas à própria construção da narrativa:

> Na cena cinematográfica, a relação intertextual entre visualidade e audibilidade visibiliza o espaço onde as ações são desenvolvidas pelo personagem, permitindo o reconhecimento eficiente da sequência fílmica, porque assentado no hábito de ver filmes; já a relação intratextual entre a visualidade e audibilidade confecciona a visibilidade do enredo (JOSÉ e RODRIGUES, 2007, p. 111).

A conceituação da *audibilidade* empreende um trabalho importante em busca da compreensão dos modos de representação do som em conjunto com a imagem, mais especificamente, no caso de José e Rodrigues, em relação à imagem em movimento da cena cinematográfica. A proposta cobre uma lacuna no entendimento das conformações das distintas espacialidades e comunicabilidades das relações comunicativas, tendo servido como inspiração para as reflexões que realizamos neste trabalho.

No entanto, no caso específico de nosso objeto de estudo, acreditamos ser necessário repensar as categorias, de modo a abarcar as distintas experiências sonoras propiciadas tanto no nível do *dial* como na transposição radiofônica para a *web*. Senão, vejamos. *Audibilidade*, de acordo com o Houaiss, é a "qualidade do que é audível", a "*intensidade* de um sinal na região de *audiofrequência*" (2010, grifos nossos). Para o ouvido humano, audível é tudo aquilo que se encontra, em média, na frequência entre 20 Hz e 20.000 Hz (20 kHz), limite que não é absoluto e que, normalmente, decresce com a idade, sendo percebidas mais intensamente as frequências sonoras médias, entre 800 Hz e 4.000 Hz[114].

[114] Outras espécies têm diferentes níveis de audição. Os cães, por exemplo, podem captar frequências que variam de 10 Hz a 40 kHz.

Também a intensidade da frequência é fundamental para determinar o que é ou não *audível*: o limiar de audição humana varia entre aproximadamente 10^{-12} W/m^2 a 1 W/m^2: abaixo disso não será percebido; acima, provocará dor. Os níveis de 90 a 180 decibéis, por exemplo, são "audíveis", mas são também extremamente perigosos no caso de exposição constante. Para se ter uma ideia, o ruído do metrô possui em torno de 90 decibéis e o de um avião a jato na pista, em torno de 140 decibéis. Finalmente, a duração mínima que um som deve ter para transmitir uma "sensação de som" (ainda que apenas de um estalido ou ruído) é de 10 a 15 milissegundos: menos do que isso não é percebido nem mesmo como ruído.

Ademais, nem tudo que é necessariamente "audível" se enquadra em nossa proposta de reflexão sobre as distintas construções e conformações sonoras da linguagem radiofônica. Ainda que *audibilidade* possa remeter ao vocábulo "áudio", muito usado em roteiros e *storyboard* para se referir ao componente sonoro de um filme, transmissão de TV, vídeo, CD-ROM etc., esse termo parece não abarcar a complexidade da produção e oferta de sentidos do ambiente sonoro que, ao tocar pela sensorialidade, não se resume ao *audível*.

O silêncio, por exemplo, remete ao "inaudível"; no entanto, em uma produção radiofônica, é elemento importante na construção de sonoridades, podendo tornar mais ou menos *visíveis* determinados trechos. Um locutor de rádio que silencia por alguns segundos como forma de criar suspense sobre o nome do ouvinte vencedor de determinado sorteio ou disputa durante a programação procura visibilizar o quadro, lançar luzes sobre a disputa e conferir destaque ao nome do vencedor. Na ficção, o silêncio (o inaudível) é poderoso instrumento na construção de memoráveis experiências "sonovisuais", por exemplo, na famosa transmissão de "Guerra dos Mundos", de Orson Welles.

Nesse sentido, no processo de análise das mediações sonoras e visuais que estruturam as traduções das RadCom na *web*, em que imagens fotográficas, imagens em movimento, textos, gráficos e imagens sonoras se agrupam ou mesmo se mesclam em uma mesma cadeia sígnica, propomos pensar visualidade e visibilidade a partir das correlações que se estabelecem, respectivamente, com as categorias da *sonoridade* e *sonoplasticidade*.

Usualmente, nas peças radiofônicas, a sonoridade é associada essencialmente aos efeitos sonoros, em contraposição à oralidade que se restringiria ao som fonético (JOSÉ; SERGL, 2006, p. 8). Daí, nos roteiros radiofônicos, a oralidade ser indicada pelo termo LOC (abreviação de locutor), para indicar o que deve ser lido por um locutor, e a "sonoridade" pelo termo TEC (abreviação de técnica) para indicar as ações que devem ser realizadas pelo sonoplasta, sonorizador ou operador de áudio (JOSÉ; SERGL, 2006, p. 8). No entanto, acreditamos que as *sonoridades* estão relacionadas ao conjunto que compõe o "sistema

semiótico radiofônico", que permite a construção de paisagens sonoras radiofônicas compostas não apenas pela voz/palavra, mas também pelos efeitos sonoros, silêncio e trilha sonora musical (BALSEBRE, 2007, p. 27).

Assim, diferentemente da audibilidade que qualifica tudo o que é *audível*, a *sonoridade*, também segundo Houaiss, carrega a noção de *qualidade* inerente ao próprio som: "característica ou condição do que é sonoro", "som claro, harmonioso, suave, agradável ao ouvido" (2010). Também na articulação de natureza ambiental da radiofonia, a sonoridade pressupõe a construção de elementos dinâmicos carregados de significações. Na poesia, por exemplo, rimas e aliterações conformam *sonoridades* que ultrapassam a sua *audibilidade*. Na linguagem radiofônica tradicional, enquanto a oralidade é elemento fundamental na construção de sonoridades afetivas, a sonoridade ajuda a conferir sentidos à palavra falada, não apenas em função das características da própria voz, mas também graças à combinação com música, efeitos sonoros e silêncio.

Parafraseando Ferrara (2002), a *sonoridade* corresponde à constatação auditiva de uma determinada referência sonora, mas não se restringe ao *audível*, pois traduz as construções que resultam da imagem sonora como meio comunicativo. Ou seja, ainda que "passiva" (FERRARA, 2002, p. 101) em relação à *sonoplasticidade*, a *sonoridade* ultrapassa, necessariamente, a mera audição aleatória porque, ao pressupor o "*registro* decorrente de estímulos sensíveis" (FERRARA, 2002, p. 101, grifo nosso) presume, por extensão, uma espécie de movimento em direção ao "se deixar envolver", exige a observação daquela imagem sonora que se coloca à percepção. Além disso, por ser multissensorial, não se resume à *audição stricto sensu*, na medida em que também é tátil e envolve o corpo. Não nos esqueçamos de que ouvimos, literalmente, com o corpo todo, afinal, o som é pulsação do ar que nos atravessa. Não à toa, algumas pessoas surdas dizem gostar de música porque a percebem como intensas vibrações envolvendo o corpo.

Em resumo, a visualidade do som reside em sua sonoridade, registro segundo o qual o som pode ser conservado, gravado, modificado, apropriado, compartilhado. A *sonoplasticidade*, por outro lado, correlata com a visibilidade, pressupõe o fluxo cognitivo, a construção de um juízo que se dá na comunicabilidade, ou seja, a capacidade que uma determinada sonoridade possui de se dar à compreensão e apreensão; a sonoridade transformada em conhecimento (FERRARA, 2002). Trata-se, portanto, de um estatuto que se ancora em acordos socialmente estabelecidos para adquirir credibilidade:

> mecanismos socioculturais partilhados que conferem, a determinadas imagens [sonoras], a qualidade de partícipes de sistemas de crença e de leitura [sonora] reconhecíveis e reconhecidos. [...] [A exemplo da visibilidade, a sonoplasticidade] apenas se realiza e se consuma no momento do consumo, da recepção, da codificação, da interpretação e da tradução" (ROCHA, 2006, p. 10).

Exemplos que nos permitem perceber com clareza essa dimensão são as rádios bolivianas não oficiais, chamadas de "piratas" por emitirem em FM sem concessão governamental, instaladas nos bairros do Brás e do Bom Retiro em São Paulo, capital. Entre idas e vindas, quatro emissoras não autorizadas (Infinita FM[115], Meteoro FM, Melodia FM e Galáctica FM) transmitem em espanhol e nas línguas *quíchua*[116] e *aimará*[117] para uma população estimada em mais de 100 mil bolivianos, a maioria imigrantes ilegais com jornadas de trabalho de 17 horas por dias, seis dias por semana, em oficinas de costura também, quase sempre, irregulares (BERTOLOTTO, 2007). Ainda que pouco toquem a tradicional "música andina", a programação baseada nos estilos *pop* latino, na salsa, na *cumbia villera* e no *reggaeton*[118] apresentam sonoridades muito discrepantes das que se espalham pelas grandes redes e estações comerciais da cidade

Princípio inerente à radiodifusão por meio do espectro eletromagnético, ao se apossarem (ilegalmente) do mesmo espaço sonoro superocupado pelas formas midiáticas hegemônicas no *dial* paulistano, as emissoras "bolivianas" estão abertas também à livre audiência da cidade, mais precisamente, à livre audiência em determinadas regiões da cidade, em função da potência restrita. No entanto, ainda que a grande visibilidade da significativa imigração boliviana, nos últimos 30 anos, tenha passado a compor a vida da cidade de São Paulo (BAENINGER, 2012), suas transmissões são predominantemente mais visíveis no seio das comunidades específicas de imigrantes bolivianos para as quais destinam a sua programação. Somente tais comunidades são capazes de reconhecer a complexidade do meio comunicativo e de partilhar do seu valor de troca simbólico por meio das suas *sonoplasticidades*.

---

[115] A rádio completou 10 anos em 2012. Para ouvir a emissora via *web*, ver: <http://radioinfinita.blogspot.com.br/>. Acesso em: fev. 2012.

[116] Também chamada *quechua* ou *quéchua* é uma das mais importantes línguas indígenas da América do Sul, ainda hoje falada por cerca de 10 milhões de pessoas de grupos étnicos da Argentina, Chile, Colômbia, sendo uma das línguas oficiais de Bolívia, Equador e Peru. Ver: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Qu%C3%ADchua>. Acesso em: jan. 2012.

[117] *Aimará* ou *aymará*, nome de um povo e sua respectiva língua, estabelecido no Peru, Argentina, Bolívia e Chile. Ver: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Aimar%C3%A1>. Acesso em: jan. 2012.

[118] Ritmo com forte influência do *rap*, característico dos porto-riquenhos de Nova York.

Tome-se como exemplo, o próprio nome de duas dessas emissoras, a Infinita e a Meteoro FM: mesmo com as diferenças de acentos e pronúncias, são palavras de fácil identificação e associação tanto em português como em espanhol; no entanto, esses nomes ganham outra dimensão simbólica quando se sabe que reproduzem denominações de emissoras que operam na Bolívia, respectivamente, nas cidades de La Paz e Santa Cruz de La Sierra (BERTOLOTTO, 2007). Portanto, no próprio *nome* das emissoras encerra-se um jogo de (in)visibilidades e de (dis)sonoplasticidades que se estende ainda à presença boliviana no bairro.

Explica-se. No Brás e no Bom Retiro, tanto os espaços das ruas como o do espectro eletromagnético foram tomados visual e sonoramente pelo vestuário de colorido intenso das populações indígenas andinas, pela sonoridade das línguas quéchua e aimará, pelos ritmos e musicalidade andinos. A roupa e os traços antropológicos tão característicos permitem constatar sua presença como grupo. Porém, imigrantes ilegais e trabalhadores irregulares, muitos deles submetidos às condições de trabalho análogas às de escravos, eles são invisíveis como indivíduos, reproduzindo um fenômeno que Fernando Braga da Costa classifica como "*invisibilidade pública*, [ou seja,] desparecimento intersubjetivo de um homem no meio de outros homens" (2004, p. 63).

De modo semelhante, apesar de audíveis, as intrigantes sonoridades das línguas indígenas e das emissoras bolivianas ilegais não são expressivamente compreensíveis para além daquele grupo, sendo desprovidas, portanto, de sonoplasticidade fora das comunidades e oficinas de costura, ambiente de trabalho da maioria dos imigrantes. Isso denota um claro descompasso entre as visualidades e sonoridades nas ruas e no *dial* e suas (dis)sonoplasticidades, o que nos leva a inferir que, como operação cognitiva da sonoridade, a sonoplasticidade pressupõe a identificação com o *outro*, o diálogo interativo.

Da sonoridade à sonoplasticidade do ruído no ambiente sonoro

O rádio é um instrumento propagador e intensificador de profundas mudanças sonoras pelas quais as cidades (espacialidades, visualidades/visibilidades e comunicabilidades) e, por consequência, o próprio ambiente cultural, vêm sofrendo desde fins do século XVIII. A materialização do sonoro por meio dos processos de gravação, reprodução, amplificação e transporte mecânicos se dá, simultaneamente, à proliferação de um tipo específico, historicamente determinado de ruídos e pela invasão do barulho em nosso cotidiano.

Obviamente, desde a antiguidade, as cidades são tomadas por ruídos. No entanto, a quantidade de decibéis aumenta exponencialmente com a presença de toda a sorte de máquinas no ambiente. Isso porque "o advento da máquina traz consigo um novo conceito sonoro. Todo o acoplamento anterior de sons caseiros e urbanos é insignificante perante o poderoso ruído da máquina" (JOSÉ; SERGL, 2006, p. 2). Assim, o que mudou foi o fato de que novas tecnologias com múltiplas e distintas sonoridades, entre os quais o rádio e o fonógrafo, começaram a pautar as diferentes práticas cotidianas, "como que a hipnotizar as sensibilidades, levando muitas pessoas [...] a criar novos e inusitados comportamentos urbanos" (APROBATO FILHO, 2008, p. 203).

O som das máquinas e das fábricas passou a cadenciar os passos dos homens do nascimento à morte. Na rua, no trabalho, em casa, passamos a ser tomados sem interrupção pelo barulho de máquinas de lavar roupa, carros, betoneiras, liquidificadores, trens metropolitanos, coletores de lixo, aviões etc. Justapostas e em sintonia com o som das máquinas, as harmonias musicais e as vozes descorporificadas dos fonógrafos[119] e dos gramofones[120] e, em seguida, dos aparelhos receptores de rádio (a galena ou valvulados) e das vitrolas[121], ocuparam e transformaram os espaços públicos e os mais privados. Isso porque, "potentes, fanhosos e estridentes" (APROBATO FILHO, 2008, p. 205), esses sons não se restringiam aos cômodos das residências privadas ou lojas comerciais, mas invadiam as ruas e calçadas, as casas vizinhas, extrapolando os limites dos espaços em que, fisicamente, os aparelhos se encontravam.

O resultado é a conformação de uma nova paisagem sonora (SCHAFER, 1991), cujas marcas são a repetição e a redundância (propiciadas pelo empacotamento e estocagem do som, bem como pela baixa informação do som das máquinas); o deslocamento do som em relação à sua origem e, por consequência, a ideia de proximidade na distância; e o descentramento das práticas característico da modernidade. Uma paisagem em que, a despeito da ampla variedade de sons que começaram a se espalhar mais intensamente, as sonoridades acabaram por adquirir uma "estranha, sinistra e amedrontadora homogeneidade"

[119] Patenteado por Thomas Edison em 1878, o fonógrafo consistia em um cilindro recoberto com cera ou cobre, ligado a uma corneta e a uma agulha, que podia gravar em sulcos ou ler informações sonoras sem o uso de energia elétrica, pois era movido por uma manivela.

[120] Patenteado em 1888 pelo alemão Emil Berliner, o gramofone possuía os mesmos princípios do fonógrafo em relação à reprodução do som. A diferença estava no uso de discos e na forma de leitura da agulha, não mais em sulco, mas lateralmente, o que permitiu maior qualidade de gravação e maior volume.

[121] O sufixo "ola" começou a ser adotado pela indústria produtora de equipamentos a partir de 1925 quando todos os aparelhos começaram a contar com corneta embutida e a utilizar como padrão o motor de corda com 78 rotações por minuto. Assim, surgem a *Grafonola* (produzida pela Columbia), a *Odeonola* (Odeon) e a popular *Victrola* (da empresa de Berliner, a *Victor Talking Machine Company*), cuja denominação acabou estendida a todos os equipamentos semelhantes.

(APROBATO FILHO, 2008, p. 210), exatamente porque apenas percebidos em sua totalidade e sincronicidade.

Uma espécie de "antiecologia" emerge dessa homogeneidade estridente e repetitiva e conforma um novo "campo de cotidianidade cada vez mais marcado pelo sonoro como mecanismo de mediação das maneiras de percepção e auscultação do estar no mundo" (GAUTIER, 2007, tradução nossa[122]). Nesse ambiente, as fronteiras entre som e ruído[123] tornaram-se cada vez mais difusas, entendendo-se, aqui, ruído como "uma mancha em que não distinguimos frequência constante, uma oscilação que nos soa desordenada [...]; aquele som que desorganiza outro sinal, que bloqueia o canal, ou desmancha a mensagem, ou desloca o código" (WISNIK, 1989, p. 27 e p. 33).

Tal dissolução pode ser percebida, por exemplo, desde os primeiros equipamentos mecânicos de transmissão de som, como rádios ou fonógrafos, suportes que, em função de suas limitações técnicas, proporcionavam uma audibilidade difícil e uma sonoridade "imperfeita", na medida em que sujeita às interferências (ruídos) constantes sobre a faixa ou sinal. Por outro lado, os sons exóticos e toda a sorte de acentos distantes transportados por meio do espectro eletromagnético e dos cilindros e discos de cera, desde seus primórdios, também colabora no sentido de "desorganização" e "desordenamento" do ambiente sonoro original. Também caminha nesse sentido a incorporação de toda a sorte de ruídos na linguagem musical, primeiro com o dodecafonismo e o atonalismo de Arnold Schoenberg e Eric Satie, para citar apenas dois exemplos, e, mais tarde, com o desenvolvimento técnico-tecnológico, com a música concreta e a música eletrônica, "que disputaram polemicamente a primazia do processo de ruidificação estética do mundo" (WISNIK, 1989, p. 47).

E o ruído, como alerta Schafer (2001), está intimamente ligado ao poder, à autoridade e à dominação: do som do trovão na natureza ao soar dos sinos das igrejas, passando pela voz de Deus por meio dos sacerdotes até a voz dos radialistas e apresentadores de TV, onde se concentra a potência sonora está o centro de poder. Nesse sentido, um som pode ser considerado "imperialista" quando tem poder de impor determinado "perfil acústico", de dominar o ambiente sonoro, subjugando todas as demais sonoridades. Ao amplificar e

[122] Texto original: "[…] un campo de cotidianidad cada vez más signado por lo sonoro como mecanismo de mediación de las maneras de percepción y auscultación del estar en el mundo" (GAUTIER, 2011).

[123] David Novak observa cinco usos distintos da palavra "ruído" durante o século XX: "lo opuesto al consenso público, como resistencia al orden social; como lo opuesto a la música definida, como aquello que se reconoce, bajo ciertos ideales de belleza, y admisible como sonido musical; el ruido como lo opuesto a la comunicación, definida como transmisión de información; el ruido como lo opuesto a la clasificación y a la objetividade de las categorías; el ruido como el opuesto al mundo natural y su silencio" (NOVAK apud GAUTIER, 2007).

difundir o excesso de som e de ruído de modo sem precedentes anteriormente, a radiofonia se impõe, portanto, como um dos grandes centros de poder da vida moderna.

Ruidosamente as antenas de rádio (e depois de TV) se espalharam por bairros de todas as classes sociais, sem distinção, como aponta Vieira (2010), alterando a visualidade das cidades e conferindo visibilidade a novos modos de trocas simbólicas. Desde o começo do século XX, transeuntes/novos consumidores paravam durante longos períodos diante de lojas de comércio de discos ou de venda de equipamentos receptores de rádio e fonógrafos para usufruir os novos sons descorporificados. Com tal postura, garantiram visibilidade não apenas a esses novos espaços de consumo, mas também às distintas sonoridades e sonoplasticidades que passaram a ser construídas no novo ambiente comunicacional, no qual ruído e consumo estão diretamente ligados. Afinal, o nível de consumo de bens industriais produzidos em larga escala altera decisivamente a escala de sons e ruídos de um ambiente.

Desde os anos 1960, Schafer alertava sobre os efeitos destrutivos do aumento do ruído no que ele vai chamar de "paisagem sonora". Segundo ele, "o esgoto sonoro de nosso ambiente contemporâneo não tem precedentes na história humana" (1991, p. 123). De acordo com o autor, o aumento de ruído transforma a paisagem sonora de *hi-fi* – de alta qualidade sonora, de escuta ativa, onde inclusive os sons mais discretos, próximos ou distantes, podem ser ouvidos com clareza – em paisagem *lo-fi* – de baixa fidelidade, onde o homem perde o foco da escuta. O agravante é que os sons de motores que dominam a paisagem moderna, transformando-a em *lo-fi*, são sons redundantes e de baixa informação, na medida em que transportam apenas mensagens repetitivas. "Do mesmo modo que a máquina de costura nos deu a linha longa nas roupas, assim também o som do motor nos deu a linha contínua no som" (SCHAFER, 1991, p. 188). Essa massa sonora de sons "não humanos" acaba por formar um grande bloco que pulveriza e embaça "aquele que deveria ser o mais vital som da existência humana": o som de nossa própria voz (SCHAFER, 1991, p. 192).

A nova paisagem que se sobrepõe, a partir de agora dominada pelo som das máquinas e dos motores, influenciou diretamente as trocas que se realizam no ambiente. E o rádio, como "primeiro artefato eletrônico a penetrar no espaço doméstico" (MEDISTCH, 1999, p. 45), apesar de preservar e transmitir todas as vozes, pode acabar abafando as *nossas* próprias vozes[124], seja por colaborar com o aumento efetivo do ruído em nosso entorno, seja pelo seu poder de portar uma "mensagem de ressonância e de implosão unificada e violenta", uma extensão mesmo do nosso sistema nervoso central (McLUHAN, 2007, p. 338), na medida em

[124] Em todo o mundo, a radiodifusão comunitária, em contrapartida, carrega a vocação de ser um instrumento de contrapoderes, veículo de amplificação das vozes locais e/ou minoritárias.

que o meio comunicativo passa a se organizar de modo a se colocar não mais à multidão, mas à massa.

Esse novo ambiente marcado pelo excesso de ruídos – que, sem dúvida, a popularização do rádio ajudou a demarcar – leva ao aumento do "moozak"[125], termo usado por Schafer para designar as "superfícies de sons bovinos que estão se espalhando" (2001, p. 144). Sem dúvida, o rádio comercial acabou por intensificar e envolver o ambiente com ruídos sonoros de forma definitiva. Muito rapidamente, ele passou a operar dentro da lógica e da racionalidade do consumo, transformado pela indústria cultural em aparato de distribuição unilateral de conteúdo, aparentemente jogando por terra o sonho radiofônico brechtiano de um rádio de dupla mão de direção que pudesse ser alimentado por "radiouvintes abastecedores" (BRECHT, 2005, p. 35-45).

Na música atual, que toma conta das emissoras de rádio como um todo (com raras exceções mesmo na radiodifusão comunitária), o que se vê é a elevação corriqueira dos níveis de decibéis, principalmente no estilo *pop* contemporâneo, de tal modo que "a dinâmica sonora das canções é achatada impiedosamente para chegar ao limite entre o volume máximo e a distorção" (NASCIMENTO, 2012). É a estética do ruído elevada à máxima potência não apenas na música *pop* contemporânea, mas na própria estética musical e no ambiente de consumo musical.

Para que as canções chamem a atenção no rádio, elas devem tocar o mais alto possível. Isso implica a compressão cada vez maior de graves, médios e agudos, de tal modo que as faixas acabam distorcidas, dando a sensação de que há algum problema no sistema de som. Para fazer a canção ganhar potência sonora, engenheiros de som utilizam um compressor para nivelar a distância entre *fortíssimo* e *pianíssimo*, achatando a faixa (NASCIMENTO, 2012). O resultado são músicas *de grande sonoplasticidade*, mas, de certo modo, inaudíveis, pois compostas por uma sonoridade estridente.

Essa preferência estética começou a marcar as produções a partir de meados dos anos 1990 e está intimamente relacionada com as novas formas de audição de rádios, celulares/*smartphone*s e tocadores MP3, por meio, principalmente, de *earphones* de péssima qualidade. Daí o volume mais alto para compensar as condições adversas de audiência. Isso

[125] Trocadilho que aproxima as palavra "moose", alce Americano, e Muzak, empresa famosa por criar toda a sorte de ambientes sonoros (ver: <www.muzak.com>). Enquanto as emissoras comerciais de rádio inserem os seus comerciais em espaços específicos distribuídos no meio da programação, o *moozak*, opera naqueles espaços de onde é quase impossível escapar, sempre sob a lógica do consumo: *shoppings center*, supermercados, empresas de marketing e telefonia, clubes, lojas, etc. "O Moozak reduz a música ao fundo. É uma concessão deliberada à audição de baixa fidelidade (*lo-fi*). Ele multiplica os sons. [...] O moozak é uma música para não ser ouvida" (SCHAFER, 2001, p. 145).

gera um quadro instigante: se, por um lado, o consumidor deseja imagens com cada vez mais qualidade, em HD, Blu-Ray, 3D, por outro, a indústria musical vai produzindo trabalhos a cada dia com menos fidelidade, justamente em função do volume mais alto e distorcido.

Como veremos a seguir, no levantamento que realizamos das RadCom legalizadas presentes na *web*, a imensa maioria delas (com pouquíssimas exceções) mantém o mesmo estilo e conteúdo musical das emissoras comerciais, reproduzindo, portanto, a estética da compressão. Mas antes de nos concentrarmos no levantamento que motivou estas reflexões, analisemos de que modo os muitos "rádios" propiciam a construção de distintas sonoridades e múltiplos regimes de sonoplasticidade.

Sonoridades e sonoplasticidades radiofônicas

Como visto anteriormente, a forma embrionária de rádio surge em fins do século XIX, como resultado da evolução das pesquisas de transmissão de sinais telegráficos (com e sem fios). Sistema de comunicação que advém da junção de sinais sonoros e visuais, o rádio pode ser definido, essencialmente, como um dispositivo de transmissão de sons a distância, sem fios, por meio de ondas eletromagnéticas. Trata-se de uma "tecnologia intelectual eletrônica"[126] (MEDITSCH, 2001a, p. 52) voltada ao ouvido, que se realiza a partir de sons, música, efeitos sonoros, silêncio, palavras, manipulação técnica, não podendo ser reduzida, portanto, à sua parente oralidade (MEDITSCH, 2001a, p. 139-145). A visualidade que o estrutura é o das *imagens sonoras*, resultado da articulação de signos sonoro-verbal e sonoro-musical, que compõem sonoridades tecnologicamente construídas a partir de alguns elementos como palavra, música, silêncio e efeitos sonoros, capazes de gerar a visualidade de um conjunto que se faz inteligível pelo modo como se relaciona e, sobretudo, se integra e converge.

Alguns momentos distintos podem ser identificados no uso cultural do veículo, todos imbricados em maior ou menor escala. Nos primórdios da radiodifusão, quando das primeiras experiências com transmissão de som por ondas eletromagnéticas, ainda em caráter experimental, o rádio era visto como mera extensão do telégrafo sem fio, apenas como um meio de comunicação de um ponto a outro. Tomado por essa perspectiva, a comunicabilidade que se conforma, nesse primeiro momento, faz uso do espaço público (o espectro) para

[126] Sobre a ideia de "tecnologias intelectuais" ver: Lévy, 1993, p. 152-161.

transportar informações por enquanto muito ligadas ao interesse privado, no sentido de quase particular.

Nesse primeiro momento, os aparelhos receptores ainda não haviam tomado de assalto o ambiente doméstico e, de certa forma, as próprias transmissões estavam abertas à experimentação pública[127]. As primeiras imagens sonoras[128] que passaram a se deslocar sem fio de um ponto a outro, os sons do Código Morse, precisavam, necessariamente, estar desprovidas de planos e volumes, de qualquer assimetria ou justaposição que pudesse incorrer em riscos de compreensão ou desvios de interpretação da mensagem. No Código Morse, o som se desloca linearmente e por meio de códigos (uma série de tons curtos e longos), portanto, sem curvas, reentrâncias e outras possibilidades de articulações.

A comunicabilidade que se apresentava era, portanto, centralizada, muito mais voltada para a transmissão e uso da informação do que para a construção de uma comunicação por meio do som. Os sinais em Código Morse da telegrafia sem fio têm valor de lei na medida em que são marcados, predeterminados. São, desse modo, mais figurativos do que imagem, justamente porque correspondem a um estereótipo já demarcado e definido culturalmente.

No entanto, estruturado na relação *um-um*, o telégrafo pressupunha a caracterização de um *outro*, reconhecível, capaz de decodificar a mensagem sonora porque conhecedor tanto do código como da língua codificada. Previa ainda a possibilidade de resposta, ou seja, a existência de um receptor que também podia assumir o papel emissor, uma vez que ambos, emissor e receptor, eram capazes tanto de codificar como de decodificar a mensagem sonora.

Foi David Sarnoff, em 1916, quem previu a possibilidade de conversão do veículo em meio de entretenimento, informação e consumo: uma caixa de ressonância instalada no centro da sala que poderia amplificar o mundo. Rapidamente, aquele instrumento, originalmente bidirecional, se transforma em valioso meio de comunicação massivo unidirecional, com mudanças profundas nas imagens geradas e, por consequência, nas sonoridades e visualidades engendradas.

Ao se desenvolver como veículo massivo (predominantemente de informação e entretenimento), espacialidade, sonoridade, sonoplasticidade e comunicabilidade ganham outros contornos. Estrategicamente colocado no centro da casa, o rádio começou a se expandir e preencher com temas públicos um espaço até então absolutamente privado. E

[127] Atente-se que até meados da primeira década do século XX o uso do espectro eletromagnético ainda não havia sido regulado, o que abria a possibilidade, em várias partes do mundo, de que qualquer pessoa pudesse transmitir e realizar experimentos com transmissão sem fio.

[128] Marconi faz transmissões sonoras em código Morse sem fins por ondas eletromagnéticas desde 1894. Somente em 1906, nos Estados Unidos, Lee de Forest e Reginald Fessenden realizam aquela que ficou conhecida como a primeira transmissão falada do mundo.

novas sonoridades e sonoplasticidades emergem do espaço acústico ampliado (SCHAFER, 2001, p. 135) e mecanizado (McLUHAN; CARPENTER, 1971, p. 247).

Há profunda diferença entre aquela "imagem simbólica" que marcava o código Morse – e, por extensão, a telegrafia sem fio e os primórdios do rádio – e a "imagem analógica" que surge a partir da ascensão do rádio também como aparato técnico de reprodutibilidade: essas imagens começaram a se reproduzir, a partir de agora, exclusivamente por meio da imaginação, da possibilidade de realização do imaginário. A visualidade se expandiu no volume sonoro, passando a ser dominada pelas curvas e reentrâncias do som.

Tomemos como exemplo experiências radiofônicas como "O Voo Transoceânico", de Brecht, em que a participação do ouvinte é apenas uma das possibilidades de conferir novas dobras e articulações à linearidade do texto. O volume, agora definitivamente incorporado às transmissões, por meio, principalmente, dos recursos de sonoplastia, supõe desconstruir aquela simetria proporcional que marcava a telegrafia, na medida em que podia se ampliar, distender, conter, apresentar medidas imprevisíveis. Afinal, apesar de todo esforço nesse sentido, é impossível controlar, por ser ao vivo, o resultado das experiências radiofônicas.

Inicialmente, a radiodifusão era apenas "ocasional", como observa Schafer (2001, p. 138 e p. 326), na medida em que se constituía de apresentações isoladas, muitas vezes sem horário definido. Note-se que nos primeiros anos, para evitar, literalmente, o superaquecimento dos transmissores, nenhuma emissora irradiava mais do que quatro horas por dia. Eram transmissões marcadas por grandes pausas de "silêncio"[129], desprovidas de uma grade de programação fixa e ordenada e sem as atuais interrupções periódicas na programação proporcionadas pelas vinhetas e intervalos comerciais.

Por outro lado, a experiência sonora ocorria por meio de alto-falantes bastante rudimentares, cujo som distorcido e abafado propiciava ao ouvinte a sensação de "arranhar" os ouvidos. Somado a isso, destacava-se uma programação inicial fortemente centrada na reprodução de música erudita, na divulgação de textos científicos, em longas palestras de intelectuais e na leitura de textos impressos, o que, inevitavelmente, causava estranheza em uma significativa parcela de ouvintes menos favorecidos economicamente, que, nem por isso, deixou de ter acesso ao novo meio de comunicação, como bem demonstra Vieira (2010).

Por meio de equipamentos receptores rudimentares, pois construídos manualmente, quase improvisados, formou-se um "público ouvinte" que se contrapôs à ideia do rádio apenas

[129] Na realidade, talvez não se possa, necessariamente, falar em "silêncio" na medida em que o ruído de estática marcavam fortemente (e ainda marcam) as transmissões em AM. As pausas na transmissão, na fala do locutor ou na programação transmitida não implicava necessariamente *vazio de informação* na medida em que fazia sobressair um som constante e monótono.

como meio educativo e difusor de cultura (preconizado pelo grupo de Roquette-Pinto, na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro), exigindo a divulgação de temas e músicas populares (VIEIRA, 2010).

Se tomarmos a Rádio Sociedade como exemplo, esse primeiro embate parece indicar uma sonoridade visivelmente "deslocada" daquele ritmo frenético que já tomava conta das ruas, sobretudo das grandes cidades, e "descolada" de um gosto musical que já vinha sendo construído com a popularização do gramofone e do fonógrafo. Mas, se a programação insistia no descompasso com as ruas, a sonoplasticidade do espectro levava a uma reação popular por meio de cartas, telefonemas, sugestões (VIEIRA, 2010).

De qualquer modo, ainda que inicialmente a sonoridade figure "deslocada", a sonoplasticidade que vai se conformando, desde as primeiras transmissões, já simulava ultrapassar a mediação tecnológica, ao sugerir a interação face a face. Daí, sobretudo a partir de meados dos anos 1930, com sua maior organização, a indústria da comunicação explorar a alta sensorialidade do meio, a sua capacidade de envolver o ouvinte e levá-lo a participar do jogo sonoro, que se apresenta no aparelho receptor como um acordo tácito.

No entanto, mesmo que tente reproduzir o face a face da oralidade através do som, o vínculo comunicativo passa a se dar por meio das imagens produzidas, multiplicadas e combinadas a distância e veiculadas eletronicamente, em uma comunicabilidade agora marcada pelo "corpo a corpo": a imagem sonora (física, porque volumétrica) se desloca pelo espectro e se disponibiliza no aparelho receptor para ser recebida integralmente por um corpo a distância.

Nos contextos de interação face a face, "os indivíduos se [relacionam] entre si principalmente na aproximação e no intercâmbio de formas simbólicas, ou se [ocupam] de outros tipos de ação dentro de um ambiente físico compartilhado [...] [cuja marca é o] contínuo e imediato *feedback*" (THOMPSON, 1998, p. 77-85). Nesse encontro, os indivíduos se reconhecem no confronto com um *outro coletivo*, em um fluxo comunicativo marcado por processos de alteridade subjetiva.

O uso de aparatos tecnológicos de comunicação (como o rádio e depois a televisão) leva à expansão do corpo humano, proporcionando formas de interação que se diferenciam do face a face, sobretudo, porque, construídas a distância, não mais se limitam a determinados ambientes espaçotemporais. Agora veiculados e mediados por um corpo tecnológico e reduzidos a *massa homogênea*, os sujeitos são postos em uma relação de troca que se dá "corpo a corpo", na qual imagens técnicas operam para transformar os fluxos (CASTELLS,

1999; SANTOS, 2009) em “fixo a serviço do consumo e da reprodução do capital” (FERRARA, 2009b, p. 130). Nessa perspectiva:

> [...] tudo é imitado e a interação se faz no corpo a corpo entre o que é próprio do indivíduo e a imagem cultuada como modelo e desejada como valor a ser atingido como aderência à moda produzida pela grande máquina de formação de opinião. A proximidade visual e tátil [da relação face a face] [...] é substituída pela distância física que impede o contato e que o modelo a ser copiado pretende repor (FERRARA, 2009b, p. 130)

O “corpo sonoro” – que nasce a partir da imagem sonora eletrônica – emite valores, costumes, dita moda e comportamentos, produzindo outros corpos, na medida em que é reproduzido pelo próprio corpo do receptor. Esse corpo sonoro radiofônico passou a iluminar os espaços urbanos de troca e mediação, agora transformados em espaços de consumo e espaços consumíveis no âmbito privado.

Concentrados no Rio de Janeiro e em São Paulo, os programas de auditório e as radionovelas de emissoras como a Rádio Nacional (RJ) e a Rádio Record (SP), por exemplo, espalhavam pelo Brasil referências, sotaques, ritmos, ídolos. São esses espaços – vindos à tona graças ao jogo de claro-escuro – que transformam também as cidades em corpos. Nada diferente do que ainda hoje fazem as grandes redes de rádio, com jornalismo 24 horas, como CBN e BandNews FM: desde São Paulo, Rio e Brasília, registram a história a partir de pontos de luz jogados sobre as metrópoles. Esses corpos não mais se conectam, mas criam vínculos imponderáveis, impensáveis considerando aquela relação que se realizava face a face.

Da visualidade e sonoridade montada sobre composições (onde a comunicabilidade se compõe das articulações possíveis), caminhamos para o mundo da reprodução, marcada pela linearidade da reprodução em série, da montagem, estruturada em planos e ângulos, e que resgata a mesma linearidade da comunicação impressa. A própria organização da programação radiofônica remete a essa distribuição em linha: os programas se sucedem em uma grade horária planejada, um após o outro, em horários definidos.

Com os novos recursos técnicos (o gravador, em especial), o “silêncio” que caracterizava as primeiras transmissões foi substituído por uma montagem de blocos em sequência, entremeados por anúncios comerciais que se sucedem rápida e alegremente, cortes diretos e ininterruptos, *crossfades* (cruzamento de uma música em outra, que permite fazer a mudança sem interrupção), e um BG (*background*) ou música de fundo constante. Dessa forma, “o rádio introduziu a paisagem sonora surrealista” (SCHAFER, 2001, p. 140), na

medida em que passou a se caracterizar pela justaposição e alternância de programas ecléticos, estilos musicais e temas ordenados ininterrupta e efusivamente.

Também os avanços tecnológicos pelas quais o veículo passa, sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, são fundamentais para se pensar as articulações a partir da perspectiva da reprodutibilidade. O transistor, por exemplo, ao permitir aparelhos receptores cada vez menores, leva à configuração de uma espacialidade mais individualizada e uma linguagem mais íntima do receptor, enquanto os fones de ouvido permitem que cada um faça ressoar internamente toda a sorte de sons. Ouvido humano e dispositivo eletrônico se confundem e o corpo sonoro é *internalizado*. Como verdadeira "extensão do sistema nervoso central", o rádio permite cada vez mais vivenciar "um mundo particular próprio em meio às multidões" (McLUHAN, 2007, p. 335).

O uso de satélites para transmissão de programas favorece a formação de grandes redes de rádio: a partir de uma única emissora é possível emitir a mesma programação para diferentes regiões do País, padronizando conteúdo, barateando custos, homogeneizando o universo sonoro. A digitalização do som comprime a onda sonora e possibilita o transporte de maior quantidade de informação. A quantidade de dados passa a fazer a qualidade da informação (McLUHAN, 2007).

Até meados dos anos 1980, temos uma sonoridade que se organiza como imagens sonoras articuladas na lógica da comunicação de massa, num regime de sonoplasticidade expositiva, porque mercantilizado, organizado na perspectiva do consumo. Trata-se de uma operação no sentido de reduzir o meio a veículo, instrumentalizando-o de tal modo que suas possibilidades interativas fiquem submetidas aos interesses do capital. A mediação caracteriza as trocas comunicativas, sobretudo, por uma espécie de "participação controlada". Nessa perspectiva da indústria de comunicação, seria possível provocar determinados efeitos, pois o ouvinte estaria reduzido a mero receptor e consumidor passivo da mensagem.

No *dial*, caberia às RadCom operar como um contraponto às sonoridades estandardizadas das grandes redes de comunicação, não apenas em relação à programação musical, mas também em relação ao conteúdo informativo, valorizando a participação e as questões cidadãs locais, por meio do ouvinte-emissor ativo. Porém, a grande maioria das RadCom legalizadas acaba por repetir no espectro eletromagnético aquilo que conhece e o que julga ser "de qualidade", ou seja, os mesmos ritmos e montagem das emissões comerciais, além de controlar a participação do ouvinte-receptor, restringindo-a aos pedidos musicais ou à prestação de serviços e utilidade pública (FERREIRA, 2006).

De qualquer modo, é importante que se destaque que as sonoplasticidades resultantes jamais serão as mesmas. Ainda que, muitas vezes, a produção e a transmissão de informações de caráter local tenha um espaço pequeno, que seja comum o uso de materiais fornecidos gratuitamente por agências de notícias ou mesmo obtidos em grandes portais na *web* (FERREIRA, 2006, p. 207-212), ou mesmo que a construção da notícia mantenha a centralidade e a hierarquia do jornalismo convencional, nos pequenos e médios municípios a RadCom se constitui na única possibilidade de se ouvirem apresentados e debatidos os fatos e notícias locais: do acidente de carro ao roubo do pequeno mercado; da perda de documentos ao sumiço do animal de estimação; da inauguração de uma ponte ao falecimento de um morador. Além do mais, por ter à frente do microfone, quase sempre, um colaborador local, é a RadCom que traz com muito mais intensidade os acentos, gírias e cacoetes locais. Naquele acordo tácito locutor-ouvinte que se estabelece por meio do equipamento receptor de rádio, não apenas o locutor tem um "rosto", como também o ouvinte não é mais um em uma massa homogênea.

A partir de meados dos anos 1980, essa lógica da comunicação de massa, que também marca muito fortemente a dinâmica das RadCom (apesar, é claro, de sua própria estrutura legal comunitária) (FERREIRA, 2006), "é desmontada por uma avalanche comunicativa que invade e constrói os ambientes vitais e se manifesta propriamente como uma visualidade híbrida e sinestésica que se oferece, mas não se impõe, à percepção e à atenção" (FERRARA, 2009a, p. 8-9).

Por outro lado, graças à Internet, é possível se conectar e se comunicar, instantânea e simultaneamente, com qualquer canto do planeta sem sair do lugar, veiculando ou apropriando, transformando e sendo transformado por arquivos digitalizados e comprimidos. Os vínculos comunicativos extrapolam os limites corporais e se estabelecem no nível do "mente a mente": agora é possível trocar informações com quaisquer pessoas sem barreiras, sem limites geográficos ou históricos. Espaço e tempo comprimidos em arquivos numéricos (de zero e um) transportam mais que paisagens e *imagens sonoras*.

Vejamos dois exemplos das novas configurações que conteúdos sonoros originalmente veiculados por meio de ondas eletromagnéticas podem assumir na *web*.

O quadro "Que Saudade de Você"[130] é apresentado diariamente, às 14:00 horas, pelo comunicador Eli Corrêa na Rádio Capital (SP). Apropriados por ouvintes/internautas, versões

[130] Com subtítulos diferentes, o quadro "Carta da Saudade" está há 40 anos ininterruptos no ar, sendo um dos mais longevos do país. No início dos anos 1970, quando atuava na Rádio Tupi, Eli Corrêa criou o quadro "Recado Musical", em que contava histórias enviadas por ouvintes. Em 1979, o quadro ganhou o nome "A

integrais ou trechos do quadro também podem ser acessados no YouTube. No *dial*, o timbre de voz de Eli Corrêa e a sonoplastia que acompanha a narração, geram uma espacialidade e, por consequência, uma visualidade que envolvem, fazendo ver. À semelhança de um quadro pictórico, o quadro é uma verdadeira tela, onde Corrêa vai construindo imagens e tornando visíveis elementos que envolvem a memória, a afetividade, subjetividades de seus próprios ouvintes. Esses elementos só se fazem visualmente concretos a partir do som.

Na *web*, a visualidade volumétrica criada pela sonoplastia expande-se ainda mais e ganha outros contornos: à narração, trilha sonora e efeitos que constroem o objeto sonoro e garantem o sucesso do programa no *dial*, somam-se imagens fotográficas ou em movimento e textos escritos. A história de amor entre Serginho e Ritinha[131], por exemplo, traz informações impossíveis de ser compartilhadas originalmente pelo *dial*: fotos do casal, textos escritos se acrescentam ao que é narrado pelo locutor etc. Por um lado, as imagens visuais conferem novos sentidos, somam dados e informações, na tentativa de dizer mais do que a narração radiofônica poderia fazê-lo. Por outro lado (ao menos nesse exemplo específico), podem conferir ainda mais linearidade à história, na medida em que parecem engessar, em formas rígidas e prefixadas, imagens sonoras que na transmissão radiofônica original se construiriam, prioritariamente, a partir da imaginação do ouvinte.

O som é, em essência, um espaço liso (DELEUZE; GUATARRI, 1997a), um conjunto contínuo, que só adquire significado quando transformado em unidades discretas, descontínuas, ou seja, quando esse som ganha um enquadramento que lhe permite ter significado. Assim, o processo de percepção do som implica a tradução do som em imagens, ou seja, a sua "discretização", no estabelecimento de um enquadramento que lhe dê significado. Desse processo, resulta uma "sintaxe do som" que se faz por meio da visualidade do som (FERRARA, 2008b). A sonoplastia é, portanto, um dos elementos fundamentais na construção das *imagens sonoras*, que sugerem e projetam situações, mas ganham significados na medida em que são "discretizadas" e identificadas pelo ouvinte.

Pelo *dial*, a história de amor de Serginho e Ritinha tem as cores, formas, texturas e densidade que resultam de diferentes processos de percepção, na medida em que individualizados: as característica físicas do casal, por exemplo, ficam submetidas às associações dos próprios ouvintes. É nesse sentido que as imagens visuais podem conferir

---

Sessão da Saudade": a ideia era que os ouvintes trocassem recados amorosos que seriam lidos por Eli, embalados por músicas românticas. "Que Saudade de Você" foi inspirado em uma música do cantor Odair José e passou a ser usado quando da mudança do locutor para a Rádio Record de São Paulo, sendo mantido na mudança para a Rádio Capital AM 1.040 MHz. Disponível em: <http://www.elicorrea.am.br>. Acesso em: abr. 2012.

[131] Um exemplo do quadro está disponível em: <http://bit.ly/LzA9v1>. Acesso em: abr. 2012.

ainda mais linearidade ao conteúdo. Agora e ao contrário, o processo de discretização não será resultado apenas daquela *sintaxe sonora*. A questão é que, entre uma possibilidade e outra – *imagens sonoras* e imagens sonoras acrescidas de imagens visuais, ou *audiovisuais* –, emergem as *imagens em som*.

Uma entrevista de rádio, veiculada apenas uma vez pelo *dial*, pode ganhar um sem-número de versões e proporções, que alteram a matriz original infinita e definitivamente. A entrevista de uma mulher portadora de disfemia a uma emissora de rádio de Ilhéus vai ganhando novas proporções e possibilidades de cognição à medida em que se multiplica em diferentes vídeos no YouTube[132]. São centenas de versões trazendo o áudio da mesma ouvinte Solange, que reclama das péssimas condições de infraestrutura, saneamento, transporte e iluminação pública no bairro onde mora.

A sonoplasticidade que resulta apenas do dado sonoro (o áudio veiculado pela emissora) é de uma mulher articulada, combativa, que tenta transpor as dificuldades geradas pela gagueira para apresentar uma reclamação pertinente. Na Internet, a informação sonora original (a entrevista) ganha não apenas imagens visuais diretamente relacionadas ao discurso de Solange (ou seja, imagens reais de espaços citados por ela), mas também imagens absolutamente aleatórias, carregadas de outras significações e significados. Assim, a reivindicação original ganha outros/novos sentidos, já não tão facilmente mensuráveis, pois as imagens acrescentadas vão se multiplicando em muitas outras, como em uma sala de espelhos.

Em um exemplo e outro, aparentemente estamos apenas diante de uma colagem de dispositivos – fotos, áudio, vídeo, etc. – com a predominância (ou não) de um em detrimento do outro. De qualquer forma, a multiplicação de vídeos com o mesmo tema comprova a atividade incessante do interator/receptor, que não surgiu necessariamente com a digitalização ou a Internet, mas nelas encontrou plenas possibilidades de atuação.

A questão é que não se trata mais apenas de imagens que se fazem por analogia, ou seja, pela possibilidade de combinar e multiplicar as imagens, de "fazer coexistir a parte de uma com a parte da outra e perceber, voluntariamente ou não, a ligação de suas estruturas", a partir de uma referencialidade externa (VALÉRY, 2007, p. 135) A imagem que agora resulta é numérica (programas, algoritmos que operam o sistema) e autorreferencial (sua referencialidade é interna).

---

[132]São dezenas ou centenas de vídeos disponíveis com o mesmo tema. Um exemplo encontra-se em: <http://www.youtube.com/watch?v=SXAzHijKMP4>. Acesso em: abr. 2012.

É nesse contexto que refletiremos sobre as categorias de visualidade/visibilidade (FERRARA, 2008a) e sonoridade/sonoplasticidade na análise da pesquisa do levantamento que realizamos com 304 RadCom legalizadas do Estado de São Paulo que também se encontram na *web*. Temos como perspectiva que a Internet é um espaço navegável (MANOVICH, 2001), em que os elementos (visuais e sonoros) da narrativa se constituem a partir da lógica de justaposição de dispositivos, pois a possibilidade de produzir conteúdo para uma rádio novo ambiente reconfigura seu formato, uma vez que o som deixa de ser o elemento único que o caracteriza. A partir de Manovich, acreditamos que essa "remediação" (BOLTER; GRUSIN, 2000) dará lugar a uma "nova linguagem [sonora] visual híbrida", agora essencialmente sinestésica.

2.2 As RadCom nas infovias: uma análise pontual

> *Criar meu website*
> *Fazer minha home-page*
> *Com quantos gigabytes*
> *Se faz uma jangada,*
> *Um barco que veleje*
> *Que veleje nesse infomar*
> *Que aproveite a vazante da infomaré*
> *Que leve um oriki do meu velho orixá*
> *Ao porto de um disquete de um micro em Taipé*
> [...] *Eu quero entrar na rede*
> *Promover um debate*
>
> (Gilberto Gil, Pela Internet, em *Quanta*, 1997)

Identificar as RadCom legalizadas do Estado de São Paulo na *web* não foi a tarefa simples que previámos no início deste trabalho. Como dito anteriormente, após decidirmos trabalhar com as emissoras comunitárias do Estado de São Paulo, autorizadas a operar no *dial* (com Licença Definitiva ou Licença Provisória) ou com processo de liberação em andamento no Ministério das Comunicações, chegamos a um universo de 572, número divulgado pelo órgão do governo federal em 16 de janeiro de 2012.

Inicialmente, imaginávamos não encontrar muitas dificuldades para localizá-las por meio dos serviços de buscas como Google, Yahoo, entre outros. Acreditávamos que, de posse das informações básicas do Ministério – por exemplo, nome da associação ou fundação responsável pela emissora, nome do dirigente, ou mesmo endereço de suas instalações –, em poucos dias, seria possível chegar a grande número de RadCom na *web*. Ledo engano.

Figura 2 – Páginas sem informação sobre a comunidade

Rádio Stilo FM: (<http://www.stilofm.com.br/>). *Home* e *home* com *player*. Acesso em: 12 jun. 2012.
Rádio Itaquerê FM: (<http://www.radiosnaweb.net/itafm/>). *Home*. Acesso em: 12 jun. 2012.

Nem todas divulgam esses dados em suas páginas, o que é um primeiro obstáculo quando se lança mão de *sites* de busca. A página da "Stilo FM" (105,9 MHz, <http://www.stilofm.com.br/>, Descalvado-SP, 31.056 habitantes[133]), por exemplo, traz somente o nome, a frequência em que opera no espectro eletromagnético (105,9 MHz), um dos *slogans* adotados pela emissora ("A rádio da cidade") e o *link* para ouvir o som veiculado no *dial*. Nada mais: sem endereço, nome de dirigentes, da associação ou fundação. Não traz nem mesmo a cidade na qual foi autorizada a operar. Quando clicamos no *link* que conduz ao

[133] Todos os dados utilizados nesta tese, relativos ao número de habitantes dos municípios do Estado de São Paulo, referem-se ao Censo 2010, do IBGE. Disponível em: <http://bit.ly/K8sseu >. Acesso em: 23 mar. 2012.

player, uma janela se abre e o bordão muda: “A rádio da família descalvadense”, única alusão à sua localização geográfica (ver Figura 2).

O mesmo ocorre com a Itaquerê FM (87,9 MHz, <http://www.radiosnaweb.net/itafm/>, Nova Europa-SP, 9.300 habitantes). A página oferece apenas a frequência que ocupa no *dial*. Em ambos os casos, Stilo FM e Itaquerê FM, a visualidade estática da interface principal, estruturada no texto escrito conciso e nas imagens gráficas desprovidas de similitude ou analogia clara e imediata, leva à invisibilidade das comunidades em que as emissoras estão inseridas (ver Figura 2).

A informação escrita oculta o reconhecimento da comunidade. Na Stilo FM, o *skyline* em negativo, esboço de um grupo de altos edifícios contrapostos a um céu amarelo, somado às representações de duas figuras humanas correndo sobre o asfalto, não possui correspondência imediata com a expectativa que se tem em relação à cidade de Descalvado, com pouco mais de 31 mil habitantes. Tampouco a imagem que estampa a página da Itaquerê FM parece conter relação direta com a emissora ou com a região: seria a fonte luminosa da praça principal, a ilustração de um pé de cana de açúcar (a principal produção da cidade) ou a representação gráfica de uma pessoa de braços abertos?

Essas duas comunidades só se tornam visíveis por meio das sonoridades e sonoplasticidades das respectivas emissoras. O que lhes confere visibilidade no *www* é a reprodução do áudio veiculado no *dial*, seja pelo prefixo de apresentação da rádio, seja pela identificação da programação e/ou dos seus locutores, ou mesmo pelo reconhecimento dos estabelecimentos anunciados no intervalo de apoio cultural.

Quem encontra a RadCom Stilo FM ou a Itaquerê FM no *dial*? Quem mora em Descalvado ou Nova Europa e está em um raio de um quilômetro a partir da antena, como determina a Lei n. 9.612/98, pode fazer uma busca no espectro, utilizando um receptor adequado. Mas quem acha <http://www.stilofm.com.br/> ou ainda <http://www.radiosnaweb.net/itafm/>? Teoricamente, qualquer um. Mas aí, justamente, residem as imensas dificuldades de navegação nesse “informar”, mar de infinitos caminhos. Chegar a essas duas rádios na *web* pressupõe, no mínimo, conhecer o seu nome fantasia. Ocorre que o Ministério das Comunicações e a Anatel não divulgam isso: ambos fornecem somente os dados da entidade responsável, no caso da “Stilo FM”, a Associação Paz Educacional – APE, e da Itaquerê FM, Associação Itaquerê de Comunicação Comunitária de Nova Europa [134].

[134] Encontramos dados (incompletos) no *site* do Tribunal Regional Eleitoral (TRE), que divulga a relação das emissoras comunitárias obrigadas a irradiarem o horário reservado obrigatoriamente à propaganda eleitoral. No

Por esse motivo, em muitos casos, tivemos que partir para uma segunda etapa de busca, que previa localizar os números de telefones das RadCom via *site* da Telefônica (<http://www.telefonica.com.br>), de modo a obtermos os endereços na *web* diretamente com seus dirigentes. Mais uma vez, a tarefa se mostrou mais difícil do que pensávamos. A maioria das emissoras não mantém os dados atualizados junto ao Ministério. Sem o nome fantasia e sem o endereço correto, novamente, a pesquisa se revelou improdutiva.

Desse modo, em um terceiro momento, procuramos informações sobre as RadCom em pontos de referência como Prefeitura Municipal, Câmara de Vereadores, igrejas, Associações Comercial ou Industrial. Em alguns casos, chegamos a ligar, até mesmo, para números aleatórios residenciais e comerciais. Graças a esse processo – que durou quase dois anos e exigiu centenas de telefonemas –, chegamos às 304 RadCom com *sites* na *web*, algumas delas em processo de montagem e de manutenção de página. Esse número representa 53,15% das 572 autorizadas ou com processo em andamento, localizadas até 16 de janeiro de 2012, data final que estabelecemos para levantamento do *corpus*. Todas, sem exceção, foram acessadas ao menos três vezes, no período de junho de 2010 a maio de 2012, em dias e horários distintos.

No longo período do levantamento, várias emissoras encerraram suas páginas (o que nos levou a eliminá-las do *corpus*), outras alteraram seus endereços[135], ao mesmo tempo em que muitas criaram ou mesmo modificaram[136] seus *blogs* e *sites*. Permanentemente o nosso objeto impunha a sua fluida liquidez, a sua descontinuidade, o seu deslocamento em constante aceleração. No entanto, ainda que datado, obtivemos um importante registro histórico que marca uma época e pode vir a se constituir significativa fonte de pesquisa, além de ter propiciado a reflexão aqui apresentada.

A pesquisa-questionário quanti-qualitativa (ver Anexo 1 – Ficha de Análise), que aplicamos durante as várias visitas realizadas a cada um dos *sites*, redundou numa visão geral do estado da arte de nosso objeto, a partir de alguns eixos centrais: *design* da página,

---

caso da RadCom de Descalvado, o relatório divulgado pelo TRE para as eleições de 2010 é incompleto e não traz o nome fantasia da emissora. Disponível em: <www.tre-sp.gov.br>. Acesso em: set. 2010.

[135] A Ágape FM (87,5 MHz, São Paulo-SP), por exemplo, alterou seu endereço de <http://radioagapefm.org.br/> para <http://www.radioimirim.com.br/>, mudando em muito a sua configuração. Acesso em: 20 jun. 2012.

[136] Entre as emissoras que alteraram por completo suas páginas, destacamos, por exemplo, as rádios Valinhos FM (105,9 MHz, <http://www.valinhosfm.com.br/>, Valinhos-SP, 106.793 habitantes) e Nova Tropical FM (105,9 MHz, <http://novatropicalfm.com.br/>, Votorantim-SP, 108.809 habitantes). Quando analisadas, as respectivas páginas se resumiam ao nome da emissora, *e-mail*, telefone e publicação do *player* para ouvir a emissora. Em junho de 2012, eram compostas de outros elementos, entre os quais programação, mural de recados, envio de mensagem etc.

domínios, produção e conteúdo, outros serviços (como uso de aplicativos e marcadores), presença nas redes sociais e identificação da emissora.

No que diz respeito ao *domínio*, a maioria das emissoras (84,54% delas) utiliza *sites* pagos[137], predominantemente com terminação *.com.br* (ver Tabela 1). Há exceções, e algumas chamam a atenção, como a Voice FM (87,9 MHz, < http://voicefm.in/ >, Mendonça-SP, 4.640 habitantes), por exemplo, que utiliza extensão *.in*, da Índia, muito provavelmente em função do preço do servidor de *streaming* e hospedagem. Sem dúvida, causam certa estranheza o nome em inglês e o domínio indiano da rádio, cujo endereço na *web* só foi possível localizar por meio da página da Prefeitura da cidade. Uma vez na <http://voicefm.in/>, não encontramos qualquer referência escrita ou visual à RadCom no *dial* e a única alusão à comunidade onde está inserida (Mendonça-SP) é restrita ao ícone "Contato", onde está seu endereço. A visualidade da interface oculta a emissora que a estrutura, e que só vem à tona por meio da sonoridade propiciada pela retransmissão do áudio do *dial*.

A rádio 87 FM (87,5 MHz, <http://fmmaua.webnode.pt/>, Mauá-SP, 417.064 habitantes), por sua vez, optou por um sistema de construção de *sites* grátis, o Webnode, mas com registro português *.pt*. Nesse caso, o próprio endereço na *web* confere visibilidade à comunidade, desprovida, no entanto, de sonoridade.

Apenas cinco das emissoras pesquisadas possuem domínio URL (sigla em inglês de *Uniform Resource Locator*) *.org* que, apesar de já ser usada por *sites* pessoais e comerciais, é reconhecida como domínio de confiança, tendo sido inicialmente destinada a organizações sem fins lucrativos ou organizações de caráter não comercial (caso das RadCom), em contraposição ao comercial *.com* (e, por extensão o *.com.br*). Outras oito emissoras utilizam a extensão *.fm.br*, também paga, normalmente (mas não exclusivamente) relacionada a projetos ligados a rádios e *webradios*.

Tabela 1 – Domínio utilizado

Pago	257 emissoras
Não pago	36 emissoras
Em parceria	11 emissoras

Embora os registros *.com* tenham sido, em seus primórdios, oficialmente destinados a designar entidades comerciais, eles acabaram se popularizando, sendo usados, hoje, por toda a sorte de instituições, até mesmo, como percebemos neste levantamento, pela maioria das

[137] Consideramos "pagos", inclusive, os casos em que o *streaming* é pago e o *site* é administrável.

RadCom na *web*, do Estado de São Paulo. No entanto, sua escolha para identificação do *site* (o endereço) na Internet, não reflete e não coaduna com o que as emissoras legalizadas representam no *dial*, ou seja, entidades não comerciais, sem fins lucrativos.

Outras onze disponibilizam o áudio transmitido no *dial* ou mesmo algum tipo de conteúdo graças às parcerias que estabelecem com jornais impressos, portais de Prefeitura ou mesmo portais de igrejas com as quais as emissoras e suas fundações estão ligadas (ver Tabela 1). Tomemos como exemplos as páginas das rádios Manancial FM (104,9 MHz, <http://igrejapenielpp.com.br/>, Presidente Prudente-SP, 207.610 habitantes) e Morada dos Rios FM (87,9 MHz, <http://www.jacidade.com.br/>, Conchal-SP, 24.529 habitantes) (ver Figura 3).

Figura 3 – Páginas em parceria

Rádio Manancial FM: (< http://www.igrejapenielpp.com.br/ >). Acesso em: 24 jun. 2012.
Rádio Onda FM: (<http://www.igrejapenielpp.com.br/>). Acesso em: 24 jun. 2012.

Com uma programação predominantemente religiosa, a Manancial FM tem o *player* publicado na página da Igreja evangélica Peniel, sediada na mesma cidade, cujo pastor, José Batista, é o representante da Associação Comunitária Educacional, Cultural e Beneficente Manancial, responsável pela manutenção da RadCom. Já a Morada dos Rios FM tem *link* para o *player* do áudio da emissora no *dial*, divulgado na página do Jornal *A Cidade*, também de Conchal.

No primeiro caso, há claramente uma associação de caráter religioso, o que é proibido pela Lei n. 9.612/98. No segundo caso, mesmo não sendo clara a ligação comercial, pode haver, no limite, conflito de interesse. Nos dois casos, para ouvir a emissora é preciso clicar sobre o ícone que abrirá o *player* em nova aba. Ouvir a emissora não significa abandonar a página da igreja ou a do jornal: a sonoridade da RadCom é apenas mais um dos elementos que compõem a visualidade do *site* e a sua sonoplasticidade se constrói, em grande medida, contida e moldada por esses elementos. Ainda que se conheça sua ligação com a igreja Peniel, no *dial*, a sonoplasticidade da Manancial FM tem forte cunho religioso, mas permanece aberta a diferentes leituras. Na *web*, não deixa dúvidas em relação à agremiação à qual está subordinada, limitando, de certa forma, o universo de ouvintes.

Finalmente, entre os domínios não pagos predominam as páginas na plataforma gratuita de *blogs* Blogger.com, que pertence ao Google desde 2003 e opera dentro de seus servidores. O sistema oferece endereço gratuito (subdomínio), o chamado *blogspot.com.br*[138], e também oferece registro próprio. Trata-se de uma das ferramentas de publicação mais utilizadas na Internet, por ser de fácil usabilidade e *design* simples, dispensando a codificação manual das postagens. Das 36 páginas de RadCom em plataformas gratuitas, 17 delas são no Blogger.

As RadCom analisadas possuem um *design* de página bastante conservador, na medida em que ainda parecem trabalhar a interface[139] a partir da tela estática[140], em especial com a reprodução dos aspectos gráficos que caracterizam modelos de meios impressos. A diagramação em colunas (80,92% dos casos), predominantemente em três (47,04% das emissoras), o uso do texto escrito sobre a página em branco e a hierarquia de conteúdo (NELSON, 2000) corroboram essa reprodução (ver Tabela 2).

Tabela 2 – Diagramação em colunas

Sim	246 emissoras
Não	58 emissoras

[138] Desde o dia 16 de março de 2012, todos subdomínios do Blogger tiveram adicionado o *.br* a seus endereços.
[139] Interface aqui entendida não como superfície, mas como *softwares* que atuam como tradutores entre computador e usuário, mediando as duas partes e tornando uma sensível à outra (JOHNSON, 2001, p. 17, 2003, p. 79-80). Nessa perspectiva, temos uma relação semântica com a interface.
[140] Ou seja, fortemente centrada na representação de uma mídia em outra (BOLTER; GRUISIN, 2000), constituindo-se, muitas vezes, ainda em mera reprodução de apresentação em PowerPoint: "Often these media types – wich may include text, graphics, photographs, video, 3D scenes, and sound – are situated within what looks visually as a twodimensional space. Thus a typical web page is an example of multimedia; so is a typical PowerPoint presentation. Today, at least, this is the most common way of structuring multimedia documents" (MANOVICH, 2008, p. 73)

Para verificar os sistemas predominantes nas RadCom na *web*, utilizamos como critério de análise notas de 1 a 4, de acordo com a importância de cada sistema mediático na página (ver Tabela 3). Essas notas se revelaram um *ranking*, que aponta o modo como cada meio ou linguagem aparece e é apropriado nos *sites*. Um exemplo do modo como analisamos: Stilo FM e Itaquerê FM (ver Figura 2) receberam nota 1 para o sistema sonoro, nota 2 para o textual e nota 3 para o visual porque o áudio da emissora é o sistema predominante, seguido das informações por escrito de como acessá-lo e, finalmente, por imagens gráficas visuais sem associação direta com as rádios.

Tabela 3 – Sistema predominante

	1	**2**	**3**	**4**
Sonoro/áudio	165	76	13	--
Textual	102	130	66	04
Visual/fotos	72	103	86	15
Vídeo/audiovisual	02	17	68	61

Nosso ranqueamento aponta para a primazia do sonoro, sinalizando que as RadCom na *web* ainda se apresentam como reproduções miméticas do meio tradicional. Em seguida, verificamos certo equilíbrio na presença do texto escrito (que não implica conversação em rede) e da imagem fotográfica, o que indica, também, a mimese dos meios impressos (jornal, revistas e imagem fotográfica ou gráfica). Finalmente, em terceiro lugar, temos a linguagem videográfica/audiovisual, com pontuação final bem abaixo das demais.

Como dito anteriormente, adotamos nesta tese os termos *off-line* e *off-line e on-line* em seu sentido estrito, como critérios de análise que deem conta de abarcar duas experiências distintas do nosso objeto, relativas à forma de apresentação na *web*. As RadCom *off-line* são aquelas autorizadas a operar no *dial*, que possuem página no *www*, mas não disponibilizam o áudio, podendo ou não divulgar arquivos sonoros. Já as *off-line e on-line* são as legalizadas que estão na rede e que também disponibilizam o áudio da programação da emissora, divulgando ou não arquivos sonoros.

Em nosso levantamento, detectamos 16,45% (ou 50 emissoras) de RadCom *off-line* (ver Tabela 4). Em mais da metade desses casos há o ícone oferecendo o áudio, mas o botão *player* está inoperante. Ou seja, nesses casos o *player* confere visibilidade à sonoplasticidade ausente da RadCom.

Tabela 4 – Distribuição do áudio

Off-line	50 emissoras
Off-line e on-line	254 emissoras

Ainda, apenas 41 emissoras (13,49%) dispensam o uso do Menu na composição das interfaces, muito provavelmente por falta de conteúdo a oferecer. A maior parte das RadCom utiliza o Menu horizontal, quase sempre, centralizado (111 emissoras, 58,55% do total). Esse formato tem como propósito organizar o conteúdo e guiar o usuário em sua navegação. O *player*, por outro lado, na maior parte das vezes, está instalado no canto superior esquerdo da página, pouco acima do menu horizontal e central e, na maioria delas, é acionado ao ser carregado (ver Tabela 5). Em 58,27% das emissoras *off-line* e *on-line*, o *player* não abre janela ou aba, mas permite a navegação pelas páginas (ver Tabela 6). Nesses casos, o espaço liso e contínuo do som contrasta e ultrapassa a hierarquização e a diagramação estática das páginas, que funcionam como demarcações. Em contrapartida, em 14,57% das emissoras pesquisadas, o *player* funciona apenas na interface principal, sendo interrompido durante a navegação no *site*.

Tabela 5 – Para ouvir a emissora

Áudio toca com o carregamento da página	167 emissoras
É preciso clicar no ícone	87 emissoras

Tabela 6 – Funcionamento do áudio

Abre aba ou janela	69 emissoras
Não abre aba ou janela mas permite navegar	148 emissoras
Não abre aba ou janela e não permite navegar	37 emissoras

Vejamos dois exemplos de emissoras *off-line*: Onda Futura FM (105,9 MHz, <http://www.ondafutura.com.br/>, Amparo-SP, 65.829 habitantes) e Dynâmica FM (104,9 MHz, <http://www.radiodynamica.com.br/>, Laranjal Paulista-SP, 23.512 habitantes) (ver Figura 4).

A Onda Futura FM não veicula o áudio da programação ao vivo e resume suas informações à frequência em que é emitida (105,9 MHz), à cidade onde está situada (Amparo-

SP) e ao *e-mail* da RadCom (<ondafutura@ondafuturafm.com.br>). A visualidade da página é composta por linhas coloridas que simulam uma onda e emolduram o nome da emissora, cujas letras realizam pequenos movimentos ondulatórios. Essa ondulação parece uma emulação rudimentar das ondas sonoras não veiculadas. O ouvinte espera pela entrada do áudio da programação, que não vem.

Figura 4 – Emissoras *off-line*

Onda Futura FM: (<http://www.ondafutura.com.br/>). Acesso em: 12 jun. 2012.
Dynâmica FM: (<http://www.radiodynamica.com.br/>). Acesso em: 12 jun. 2012.

Na *web*, a única possibilidade de participação aberta pela Onda Futura FM ao usuário é o envio de mensagem por meio de programas específicos, como *Microsoft Outlook* ou *Outlook Express*. Apesar de estar no Orkut[141] e no Twitter[142], a rádio não divulga os endereços em sua página. Por que mantê-la, então? Sem qualquer conteúdo ou mesmo espaço real de interação (ação e reação), manter-se em rede parece ser estratégico, uma forma de delimitar espaço e marcar posição, desprovida, no entanto, de qualquer tática efetiva de comunicação com o ouvinte que reproduza ou simule, ao menos, a forma mais básica de relação de troca no *dial* (o diálogo por meio do telefone), possível, por exemplo, nos *chats*, programas de comunicação instantânea, redes sociais, entre outros, como veremos mais adiante.

[141] Comunidade com seis membros, criada em 03/03/2007, sem atividade. Mais informações em: <http://www.orkut.com/Main#Community?cmm=28600734&hl=pt-BR>. Acesso em: 8 mar. 2012.
[142] Perfil com seis seguidores, em 05/07/2009, inativo. Ver: <https://twitter.com/#!/ondafutura>. Acesso em: 8 mar. 2012.

Já na rádio Dynâmica FM, a quantidade de informações (inclusive sonoras) contrasta com a ausência do áudio da emissora. Em 36 ícones, o usuário pode acessar outras 70 páginas com fotos de ouvintes e eventos na cidade; enquetes; receitas e sugestões gastronômicas; dados sobre a programação e os locutores; arquivos sonoros de vinhetas, alôs de artistas, de programas históricos de rádio, bem como toda a sorte de sons (de animais, construção, máquinas etc.); além de informes sobre a cidade e o veículo rádio. Composta de interfaces desprovidas de *hyperlinks*, fechadas em si mesmo, a RadCom subestima a capacidade de navegação do ouvinte-usuário, num processo que Giselle Beiguelman chama de "clicagem burra" (MONACHESI, 2004).

O texto escrito é predominante na página da Dynâmica FM, cujo *design* é mimese de veículos impressos tradicionais: diagramado em colunas e com distribuição hierarquizada das informações nas páginas em branco (NELSON, 2001). O áudio (justificativa da existência da emissora no *dial*) é somente mais um dos elementos na página, hierarquicamente subordinado ao texto escrito: os arquivos sonoros estão escondidos na parte inferior do menu à direita em "Informação", "Arquivos em áudio", subdivididos em "Alô dos artistas" (mensagens de saudação aos ouvintes da rádio enviadas por artistas, a maioria, duplas sertanejas), "Nossas vinhetas" (vinhetas de apresentação e identificação da emissora), "Sons legais" (dezenas de efeitos sonoros, como animais, máquinas e veículos) e "Antigamente" (trechos de programas radiofônicos, vinhetas e *jingles* dos anos 1960, 1970 e 1980). A subordinação do áudio em relação à organização do conteúdo está relacionada, por sua vez, a um problema de má usabilidade gerado pela arquitetura equivocada da informação (NIELSEN, 2000): na hierarquia, privilegia-se o texto em relação ao som, a linearidade da imagem textual em detrimento da circularidade volumétrica do som.

O único conteúdo na *home* atualizado diariamente não é produzido pela RadCom: trata-se de um aplicativo de previsão meteorológica (no caso da Dynâmica FM, o aplicativo "Tempo Agora"), também presente em outras 116 emissoras na *web* (ver Gráfico 5). A visualidade estática e compartimentada de todo o *site* vai na contramão e está em descompasso não apenas com a dinâmica na qual a Internet opera, mas também com a própria dinâmica do fluxo da programação radiofônica emitida no *dial*. A sonoridade dos trechos de programas antigos de rádio gera uma sonoplasticidade assíncrona, descolada das potencialidades de construção sonora da Dynâmica FM no *dial*, descumprindo a promessa da interface principal de oferecer "som estéreo digital". Conforme dito anteriormente, na *web*, apropriou-se do texto escrito, mas não chega a emular nem mesmo o rádio, seu ponto de partida, meio do qual se apresenta como "extensão".

A maioria das emissoras localizadas em nossa pesquisa (83,55%) pode ser classificada como *off-line e on-line*, isto é, publica *on-line* o áudio transmitido pelo espectro eletromagnético, não sendo necessário, na maior parte dos casos (54,93% do total das RadCom na *web*) clicar em qualquer ícone ou mensagem para ouvi-la (ver Tabela 5). Na quase totalidade dos *sites*, a programação do *dial* é fornecida em Windows Media Player, entrando em simultaneidade com a abertura da página, principalmente, ao utilizar como navegadores Google Chrome ou Internet Explorer (ver Tabela 4). Porém, a maioria delas também divulga outros tocadores como Real Player, Winamp e Quick Time.

Grosso modo, isso significa que, na *web*, há uma similaridade com o modo de acesso da programação radiofônica transmitida pelo espectro eletromagnético na medida em que, nos dois casos, o ouvinte-internauta acaba por perfazer os mesmos passos básicos: 1) ligar o suporte (receptor de rádio ou computador); 2) localizar a emissora (procurar a frequência no *dial* ou digitar o endereço na *web*).

Em 34,25% das 254 RadCom que disponibilizam o áudio na *web* (ou 28,62% do total), no entanto, incorpora-se um passo a mais a esse processo: após ligar o computador (passo 1) e digitar o endereço (passo 2) é preciso ainda localizar e clicar sobre o ícone que leva ao *streaming* de áudio (passo 3) (ver Tabela 5). Se, no primeiro caso, ou seja, quando a programação sonora da emissora surge concomitantemente ao carregamento da página, a importância da força do áudio é preservada, no segundo caso, isto é, aquele que exige clicar sobre o ícone, a programação analógica também está hierarquicamente subordinada em relação aos demais elementos, por exemplo, textos escritos, vídeos, fotos etc.

Na Cajamar FM (87,5 MHz, <http://www.cajamarfm.com.br/>, Cajamar-SP, 60.807 habitantes) essa ordenação é ainda mais clara (ver Figura 5). O acesso se dá por meio de várias camadas. Para chegar à interface principal (*home*), é preciso passar, inicialmente, por uma primeira camada, uma espécie de paratexto ou pré-*home* que antecede o texto principal. A *home* é apenas uma segunda camada anteposta ao texto sonoro: para aceder ao áudio da emissora é necessário, ainda, clicar no ícone “Ouça ao Vivo”, que se encontra na parte central do menu, localizada no alto da página. Finalmente, na terceira camada, imagens de caixas de som garantem visibilidade à sonoplasticidade sonora da Cajamar FM, cuja programação musical não difere da programação da maioria das RadCom do Estado de São Paulo, localizadas em nossa pesquisa: música sertaneja (com presença marcante de uma de suas ramificações, o chamado “sertanejo universitário”), bem como pagode e samba de maior presença midiática.

Figura 5 – Página em camadas

Camada 1: pré-*home*

Camada 2: *home*

Camada 3: áudio

Rádio Cajamar FM: (< http://www.cajamarfm.com.br/ >). Acesso em: 12 jun. 2012.

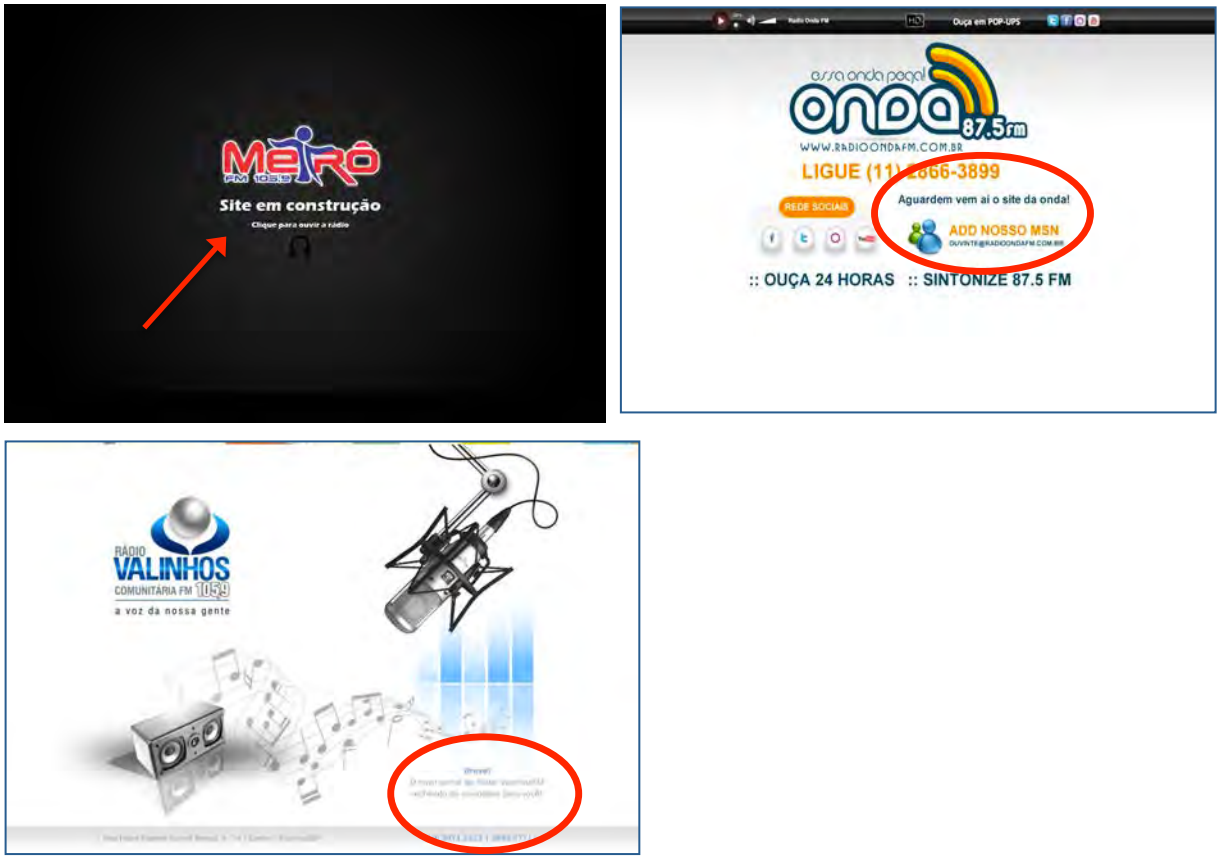
Ocorre que, nesse caso, estamos diante de camadas excludentes, isto é, cada interface elimina a anterior. A mensagem de boas-vindas é substituída pela interface principal e a decisão de ouvir a emissora, por sua vez, impossibilita a navegação na *home*. Ouvir a emissora significa não poder participar ao mesmo tempo das enquetes (“Qual ritmo você quer [ouvir n]a Cajamar FM” e “Qual sua faixa de idade”), não acompanhar as principais manchetes do “Plantão de Notícias G1” (atualizadas tem tempo contínuo), não conferir a programação da Cajamar FM, não conhecer quem são os locutores, não ver fotos da emissora e também não acessar o *blog* de um dos locutores (*Blog* do Lazinho). Em resumo, ainda que a página com o áudio permita o envio de mensagens escritas para a emissora, ela impossibilita qualquer outra forma de participação.

A dificuldade imposta pela organização e pelo sistema de publicação em rede da Rádio Cajamar FM se repete em outras 36 emissoras *off-line e on-line*. Isso significa que, em 12,17% daquelas localizadas na *web* (ou 14,57% das *off-line e on-line*), não é possível ouvir a programação sonora da RadCom e, ao mesmo tempo, navegar pela sua página, seja porque o áudio é interrompido a cada ação na interface, seja porque o *site* se resume ao *player*. Nesses

casos, ouvir a rádio veiculada no *dial* é uma ação que se apresenta dessincronizada das próprias potencialidades do meio comunicativo, em essência, interativo, como veremos no Capítulo 3, 3.2 – As novas configurações.

Apenas 12 das emissoras pesquisadas têm o áudio como principal ou único elemento do *site*. Em três delas, há o alerta de que a página está em construção (ver Figura 6), como um reconhecimento (e uma promessa) de que, na *web*, a RadCom não se resume mais àquele meio comunicativo que se constrói no *dial*: Rádio Metrô FM (105,9 MHz, <http://radiometrofm.com/>, São Joaquim da Barra-SP, 46.512 habitantes); Rádio Onda FM (87,5 MHz, <http://radioondafm.com.br/>, São Paulo-SP, 11,2 milhões habitantes); Valinhos FM (105,9 MHz, <http://www.valinhosfm.com.br/>, Valinhos-SP, 106.793 habitantes).

Figura 6 – *Sites* que se apresentam "em construção"



Rádio Metrô FM: (<http://radiometrofm.com/>). Acesso em: 12 jun. 2012.
Rádio Onda FM: (<http://radioondafm.com.br/>). Acesso em: 12 jun. 2012.
Rádio Valinhos FM: (<http://www.valinhosfm.com.br/>). Acesso em: 12 jun. 2012.

Nesses casos específicos, estar na *web* é uma espécie de replicação da emissora existente no *dial*, a mera reprodução de um meio em outro, no sentido de reduzir (e controlar) a potencialidade e a própria essência do novo ambiente em que se encontra. A sonoridade, por sua vez, impõe sua sonoplasticidade em relação à visualidade "controlada" da página. Ao dominar sonoplasticamente o ambiente, a sonoridade no *dial* se amplia numericamente e preenche os espaços desprovidos de interação e informação dessa página, como se fosse possível açambarcar a relação comunicativa, reafirmando o vínculo mediativo do rádio tradicional.

Na Onda FM, de certo modo, a hegemonia sonora é confrontada pela possibilidade de o usuário acessar as redes sociais (Facebook, Twitter, Orkut e YouTube). No entanto, as novas abas abertas através dos *links* levam apenas à interface principal das próprias redes, ou seja, não conduzem ao perfil da rádio. Ainda que o usuário faça seu *login* na rede selecionada, ele será encaminhado não à emissora, mas ao seu próprio perfil e precisará lançar mão de vários cliques até chegar à Onda FM em rede. Isso não reflete apenas a má usabilidade e o *design* equivocado do *site* da RadCom; reflete também a hegemonia do sonoro pela ausência de outras possibilidades de interação e apropriação da página, enquanto, mantida na aba anterior, a sonoridade se amplia e permanece ocupando sonoplasticamente a navegação.

A força do sonoro não se restringe aos *sites* que têm o áudio da emissora como único e/ou principal elemento. Outras onze RadCom (quase 4% do total) lançam mão da sonorização do *site* como elemento de construção de sentido. São casos em que algum tipo de som (vinhetas da própria emissora, trilhas sonoras ou ruídos) é utilizado para composição da página, na maioria das vezes por meio do seu disparo automático (quando o elemento sonoro é acionado assim que o usuário acessa a página) ou mesmo do disparo localizado (quando o elemento sonoro vem à tona com a ação do usuário), geralmente, com a característica da repetição sonora (quando o mesmo elemento sonoro aparece a cada ação do usuário na página). Não consideramos "sonorização" a publicação do áudio da emissora nem a publicação de arquivos sonoros (com música ou programas), que podem ser acessados por meio de *links* específicos.

À primeira vista, o uso dos recursos de sonorização pode sinalizar uma certa ampliação do ambiente multissensorial, conferindo ênfase ao texto escrito ou aos recursos visuais, transformando a experiência do usuário. Na rádio Pinhal[143] FM (104,9 MHz,

[143] Em 25 de junho de 2012, a rádio oferecia dois formatos distintos, dependendo do navegador utilizado: no Internet Explorer, mantinha a mesma interface apresentada na Figura 7; já no Mozilla Firefox, operava com uma interface com padrão e conteúdo semelhante ao da maioria das emissoras localizadas nesta pesquisa.

<http://www.pinhalfm.com.br/>, Santo Antonio do Pinhal-SP, 6.486 habitantes), seis efeitos sonoros, com timbres semelhantes, mas em notas diferentes, acompanham e destacam a formação de uma espécie de onda com seis linhas coloridas, que cortam a página horizontalmente, da esquerda para a direita (ver Figura 7). Muito breves e concomitantes ao movimento ondulatório, ao invés de conferir importância à página e estimular a capacidade cognitiva, os efeitos sonoros soam apenas como ruídos e acabam por desencadear uma impressão negativa no usuário. Isso porque são simultâneos à publicação do áudio da emissora no *dial*.

Figura 7 – Sonorização das páginas

Rádio Pinhal FM: (< http://www.pinhalfm.com.br/ >). Acesso em: 8 maio 2012.
Rádio Nova Educadora FM: (< http://www.novaeducadorafm.com.br/ >). Acesso em: 13 jun. 2012.
Rádio Nova Taciba FM: (< http://www.radionovataciba.com.br/ >). Acesso em: 13 jun. 2012.

Outro exemplo, é a sonorização da Rádio Nova Educadora FM (105,9 MHz, <http://www.novaeducadorafm.com.br/>, Cedral-SP, 7.972 habitantes), que tem a execução

dos efeitos sonoros com o passar do *mouse* sobre os ícones do Menu (ver Figura 7). Os sons também parecem ruídos estranhos que concorrem com a reprodução do áudio da emissora tradicional.

Já na Rádio Nova Taciba FM: (104,9 MHz, < http://www.radionovataciba.com.br/ >, Taciba-SP, 5.714 habitantes), o recurso sonoro adotado é uma vinheta de apresentação com quinze segundos de duração, composta por locução, trilha branca e muitos efeitos, cujo texto é: "Rádio Nova 104,9. A liderança comprovada. A líder do seu rádio. Rádio Nova! Nova Taciba FM 104,9!". A vinheta é disparada automaticamente e executada repetidamente, só sendo interrompida quando o usuário atende ao pedido de "entrar". Isso porque, a exemplo da rádio Cajamar FM, a vinheta está publicada em uma espécie de pré-*home*, uma primeira camada de introdução da emissora, antes do acesso à interface principal (ver Figura 7).

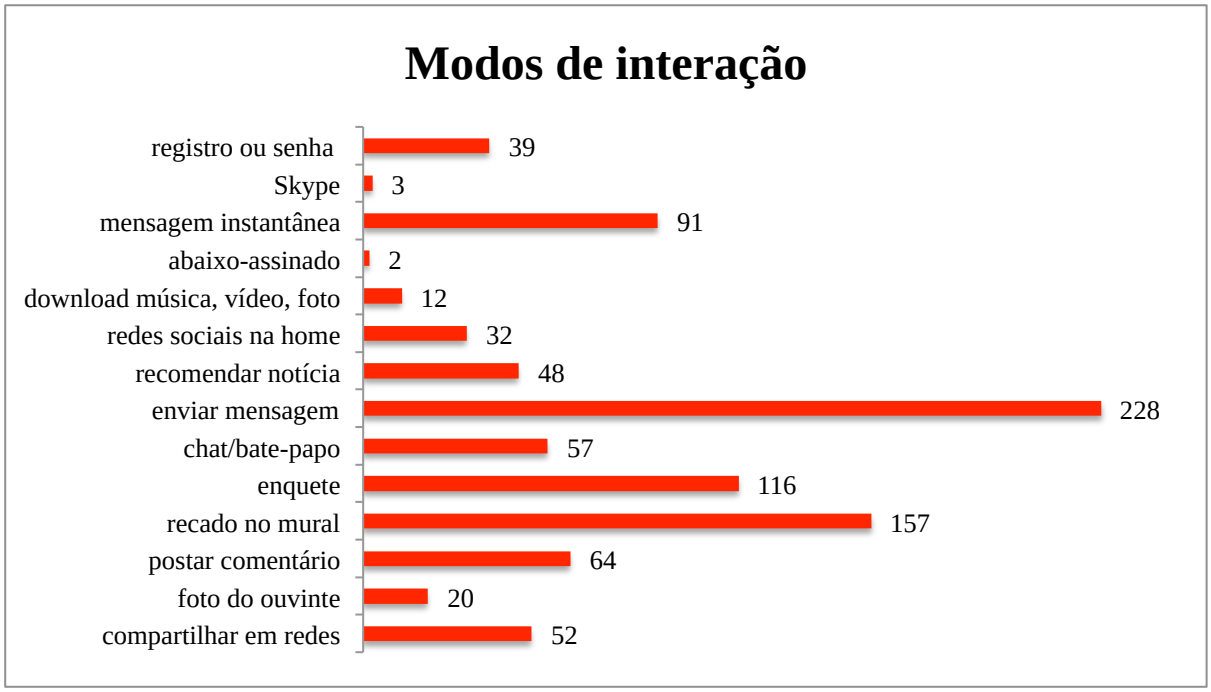
O *slogan* adotado na vinheta sonora da Taciba FM difere daquele impresso na pré-*home*: "Gente nossa falando com nossa gente!". Ainda assim, o elemento sonoro não acrescenta nada de fundamentalmente novo à informação que antecede a chegada à interface principal, mas funciona como uma cópia reduzida do veículo transposto. Explica-se: a exemplo da Cajamar FM, o áudio da emissora só está disponível após o terceiro clique levando à terceira camada. A vinheta antecipa, mas reduz, as possibilidades do meio tradicional, além se colocar como um obstáculo que impede a fruição da experiência sonora propiciada no *dial*.

Em relação à sonorização dos *sites*, parece-nos adequadas as conclusões de pesquisa realizada por Ferreira e Paiva sobre a utilização e recepção do áudio aplicado na composição de mensagens juntamente com imagens e textos no ambiente da *web*. Segundo os autores, há uma "resistência [por parte do usuário] quanto ao disparo automático do som e da repetição sonora, podendo ser considerados como ruídos na mensagem" (FERREIRA; PAIVA, 2011, p. 5). De modo semelhante ao detectado por Ferreira e Paiva, percebemos que o som – razão de ser da comunicação no rádio tradicional – vem sendo utilizado pelas RadCom de modo equivocado no *www*, podendo até mesmo perturbar a audição da programação da emissora.

Por outro lado, em 280 emissoras pesquisadas (92,10% do total) há alguma possibilidade de participar ou até mesmo de interagir no *site* (ver modalidades no Gráfico 3), embora essa participação ainda esteja fortemente restrita aos mesmos níveis observados nas RadCom do *dial*, conforme verificamos no capítulo anterior. Na maioria dos casos (71,05% das emissoras), o usuário envia *e-mails*, *mensagens escritas privadas* (não são publicadas) com sugestões, pedidos de música etc. Do mesmo modo que os *recados no mural* ou os

comentários, as mensagens escritas não se diferenciam, em essência, da participação no *dial* por meio de recados, cartas ou mesmo por telefone.

Gráfico 3 – Modos de interação



Em outras 157 (mais de 51% do total), o usuário pode publicar *recados* em espaços específicos, normalmente denominados "Mural de Recados", no qual é possível pedir músicas, apresentar reclamações e sugestões, mandar recomendações etc. Os recados são, usualmente, dispostos em cronologia reversa e podem ou não trazer nome, *e-mail* e localização do internauta. Eles podem ser exibidos com destaque na interface principal – caso da rádio Atividade FM (104,9 MHz, <www.radioatividade104.com.br/>, Catanduva-SP, 112.905 habitantes –, ou ficarem "escondidos" em uma página interna, uma segunda camada, exigindo, para serem acessados, clicar em um dos ícones do *menu* – por exemplo, na rádio Brasil FM (104,9 MHz, <http://www.radiobrasilfm.com.br/>, Araraquara-SP, 208.662 hab) (ver Figura 8).

Outra modalidade de participação é a postagem de *comentários*, disponível em 21,05% das RadCom na *web* (64 emissoras). A diferença dos *comentários* em relação aos *recados* é que, no primeiro, o usuário apresenta sua opinião sobre textos, fotos ou vídeos predeterminados pelo administrador da página, enquanto, no segundo caso, ele pode opinar sobre qualquer tema de seu interesse. Nas duas modalidades, com raras exceções, trata-se de

um ambiente de participação controlada, uma vez que cabe ao administrador autorizar ou não o que será publicado.

Figura 8 – Disposição dos *recados* no *site*

Rádio Brasil FM: (<http://www.radiobrasilfm.com.br/>). Acesso em: 13 jun. 2012.
Rádio Atividade FM: (<www.radioatividade104.com.br/>). Acesso em: 8 maio 2012.

No que diz respeito aos *comentários*, esta pesquisa detectou que a participação é mais intensa quando o assunto está relacionado à cidade ou à comunidade na qual a RadCom está inserida. Apesar de possível, não observamos a publicação dessas notas nos *sites* que oferecem conteúdo genérico, ou seja, notícias abrangentes, voltadas para o entretenimento, enfocando artistas e músicos de reconhecimento nacional e internacional. Isso demonstra que, para estimular a participação, tem mais eficácia a construção de conteúdo pensando na ideia

de proximidade, aliás, um dos critérios de noticiabilidade da Teoria do Jornalismo[144]. Temas mais próximos do cotidiano do usuário, portanto, são mais atrativos.

Vejamos alguns exemplos. Na rádio Realidade FM (105,9 MHz, <http://www.guareionline.com/>, Guareí-SP, 11.047 habitantes), de forma anônima, em dias e horários distintos, dois ouvintes demonstram sua insatisfação quanto à demolição de um prédio antigo, realizada pela prefeitura para a construção de uma "praça de cachorro-quente". Os comentários, abertos em nova janela (ver Figura 9), deixam clara a opinião contrária:

> Anônimo disse...[145]
> Brincadeira hein.. Em vez de reformar um monumento histórico vão demulir. Só em Guareí msm..
> 16 de junho de 2012 23:55
>
> Anônimo disse...
> o que faz a rixa política hein!
> 18 de junho de 2012 23:09

Na rádio Nova FM (104,9 MHz, <http://www.novafm87.com.br/player/>, Valentim Gentil-SP, 11.036 habitantes), o internauta Ronilson destaca a importância da reforma de uma quadra poliesportiva (ver Figura 9):

> **Ronilson** disse
> 2 de junho de 2012 às 9:52
> essa quadra representa muito para nossa cidade ,pois precisamos de uma quadra que comporte eventos esportivos em nosso municipioe que dê segurança ao publico

Já na Amizade FM (104,9 MHz, <http://www.radioamizadefm.com/>, Novo Horizonte-SP, 36.593 habitantes), usuários comentam um acidente com feridos em uma das rodovias vicinais próximas à cidade (ver Figura 9):

> **PAULA CRISTINA CAMPOS** – 18-06-2012 18:41
> Graças a Deus os anjos estavam de plantão...

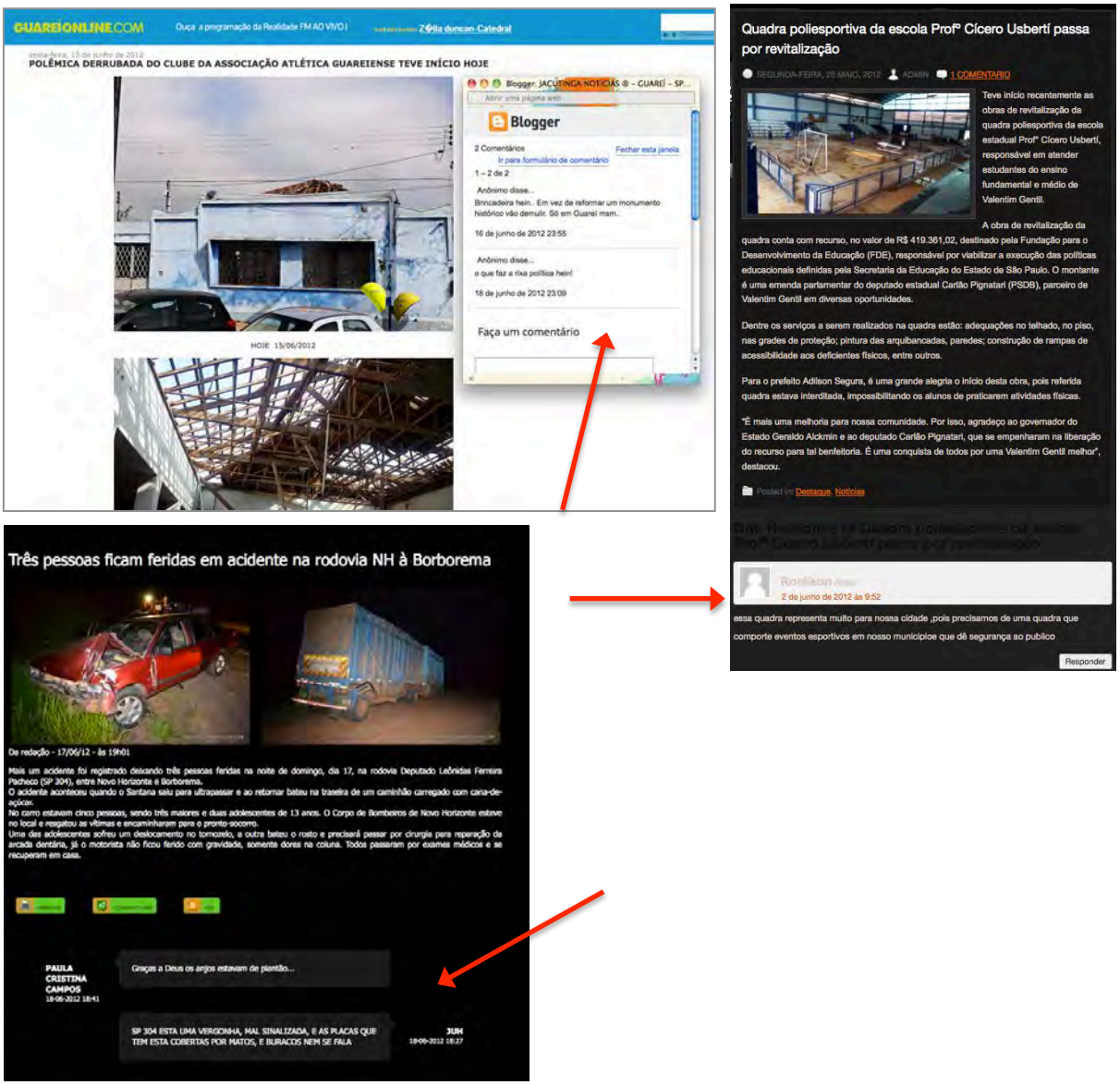
---

[144] De acordo com Wolff (1995), a noticiabilidade (*newsmaking*) está ligada a critérios adotados pelos órgãos de informação e comunicação na tarefa de escolher, cotidianamente, entre um sem-número de fatos, uma quantidade definida de notícias, isto é, definir o que é ou não notícia. Esses critérios envolvem: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo e identificação humana.

[145] Todos os comentários ou recados publicados nesta tese estão transcritos literalmente, conservando, portanto, suas incorreções gramaticais.

JUH – 18-06-2012 18:27
SP 304 ESTA UMA VERGONHA, MAL SINALIZADA, E AS PLACAS QUE TEM ESTA COBERTAS POR MATOS, E BURACOS NEM SE FALA

Figura 9 – *Comentários* sobre assuntos locais

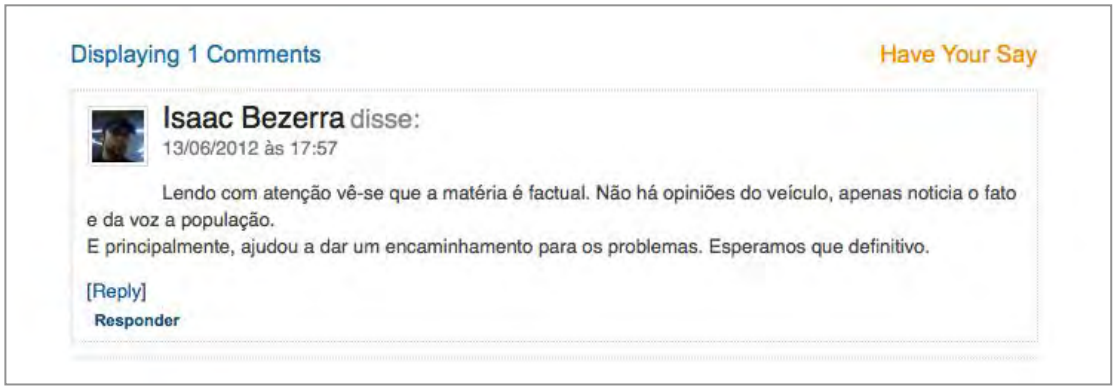


Rádio Realidade FM: <http://www.guareionline.com/>. Acesso em: 19 jun. 2012.
Rádio Nova FM: <http://www.novafm87.com.br/player/>. Acesso em: 12 jun. 2012.
Rádio Amizade FM: <http://www.radioamizadefm.com/>. Acesso em: 19 jun. 2012.

Porém, os comentários não se resumem às notícias relacionadas à comunidade e podem ser voltados, também, à atuação e ao desempenho da própria RadCom no *dial* ou na

web. Na página da rádio Paraisópolis (87,5 MHz, <http://www.novaparaisopolisfm.com.br/>, São Paulo-SP, 11,2 milhões de habitantes), Isaac Bezerra analisa positivamente a condução da matéria "Moradores da rua Itanga em Paraisópolis, enfrentam (sic) problemas com a chuva", que cobra medidas da prefeitura em relação ao entulho e à lama no local, em 12 de junho de 2012 (ver Figura 10).

Figura 10 – *Comentários* sobre matéria veiculada



Rádio Paraisópolis FM. Disponível em: < http://bit.ly/MLcLYs >. Acesso em: 18 jun. 2012.

Apesar da possibilidade de controle por parte do administrador da página, estamos diante de espaços que podem propiciar trocas e embates, tanto entre seus usuários quanto entre usuários e dirigentes/locutores da emissora. Tomemos como exemplo a rádio Paz FM (105,9 MHz, <http://www.radiodapazfm.com.br/>, Itatiba-SP, 92.790 habitantes). No "Mural de Recados" encontramos toda a sorte de mensagens e comentários, com elogios e críticas à programação, opiniões sobre questões relacionadas à cidade etc. No dia 15 de março de 2012, por exemplo, o ouvinte que se apresenta como Celino do Mercado tece uma dura crítica à atuação de um dos locutores da emissora, Rhael Monte. A resposta do locutor, tão contundente quanto a condenação, é publicada na semana seguinte:

> **QUE CHATISSE MUDEI DE RÁDIO**
> Sr. Diretor da Rádio da Paz, escute o papo do Rael com o ouvinte, no ar mais ou menos as 10hs e 15 mim (hoje dia 15 Mar), um papo bobo e que não tem nada a ver com um programa de radio, e depois o locutor ainda ficou tecendo comentários, e a lista de oferecimentos não tinha fim, que interessa ficar ouvindo papo de duas pessoas no ar? Bota ordem ai seu padre!
> *por CELINO DO MERCADO enviado 15/03/2012 10:18*
> [...]

resposta
presado sr celino e adimiravel sua reclamaçao como papo bobo , tecendo comentarios e alista de oferecimento sem fim eu ja disse por mais de mil vezes que ninguem e obrigado a ouvir o programa mas nesse caso vou dar uma sujestao procure ouvi os programas feitos pelos intelequituais a ja ia me esquecendo nao tem nada em dizordem com vc diz e vc pode montar uma radio e um programa pra vc e cada um tem seu jeito de fazer radio espero que vc nao perca seu lindo e precioso tempo ouvindo um programa tao chao so os tolos e mazoquistas e que continuam a se torturarem obrigado
por rhael monte enviado 24/03/2012 17:02

Por outro lado, também muito comuns no *dial*, 116 RadCom (38,16% do total) divulgam *enquetes* com toda a sorte de temas, desde o estilo musical preferido pelo ouvinte, passando pelos melhores programas, até questões relativas ao cotidiano da comunidade, por exemplo, leis que estão sendo votadas pelos vereadores, decisões tomadas pela administração municipal etc.

Figura 11 – Enquetes

Princesinha da Seda FM: <http://www.princesinhafm.com.br/enquetes.htm>. Acesso em: 12 jun. 2012.

Na Rádio Princesinha da Seda FM (105,9 MHz, <http://www.princesinhafm.com.br/>, Gália-SP, 7.629 habitantes) há, inclusive, um ícone específico na *home* que leva a uma página com uma série de *enquetes*: para conhecer o estilo musical preferido do usuário, o seu "*point*" na cidade nos fins de semana ou ainda a rádio mais ouvida da cidade (ver Figura 11). O problema é que, ao participar delas, no caso da Princesinha FM, o usuário não consegue ouvir a emissora, pois o *player* funciona apenas na interface principal.

Os diferentes tipos de articulações que emergem dos *recados*, *e-mails*, *comentários* postados e até mesmo das *enquetes* nas RadCom na *web*, de certo modo, podem ser associados às múltiplas possibilidades de interlocução propiciadas pelo uso do telefone no *dial*, em mensagens ao vivo ou gravadas, editadas ou não. Como observa Fernández (1994, p. 38-41), os distintos usos do telefone em uma emissora podem ser descritos ao menos por quatro tipos de relações, que implicam diferentes posicionamentos da dupla emissor-receptor e "um terceiro, o *interlocutor* que, tendo algumas características do *receptor*, aparece situado fugazmente ao lado do *emissor*" (FERNÁNDEZ, 1994, p. 37, grifos do autor, tradução nossa[146]).

O primeiro tipo de articulação entre esses atores é a "nivelação emissor-interlocutor", quando o telefone é um prolongamento técnico da emissora e o receptor, embora usufrua do mesmo espaço radiofônico, fica excluído do jogo. Por exemplo, uma ligação telefônica entre o locutor e outro profissional ou mesmo um especialista em determinado tema. No caso das RadCom na *web*, verificamos essa articulação em *sites* em que a participação do usuário é extremamente limitada e mesmo os espaços como *comentários* e/ou *recados* são utilizados pelos administradores da página para divulgação de eventos.

O segundo tipo é a "nivelação interlocutor-receptor", na qual se dá a veiculação de uma mensagem incompreensível tanto para o emissor quanto para o receptor em geral, em função de sua singularidade. Também na *web* são bastante comuns *recados* "herméticos" ou inapreensíveis. Tomemos como exemplo um recado postado no mural da rádio Colinense FM (105,9 MHz, <http://www.radio105colinense.com.br/>, Colina-SP, 17.383 habitantes):

> **De:** romantico e apaixonado
> **Para:** meu amor
> **Cidade:** colina
> **postado em 15/06/2012**
> Como é dificil passar o dia dos namorados sem voce ao meu lado, como as noites são longas sem voce, como é complicado ficar ao seu lado durante todo o dia no trabalho e ver voce falando com ele e nem percebe que eu estou do seu lado sofrendo em ver ele te fazer de boba, eu sei o que sente,te conheço mais que voce imagina e se um dia olhar para o lado e me ver lembre que estarei te esperando. toca pra mim a musica se fosse eu.

O terceiro tipo de articulação é a "nivelação, por cima, emissor-receptor", caso em que emissor e receptor dominam determinada informação e podem surpreender o *interlocutor*

[146] Texto original: "La utilización del teléfono, por su parte, incluye entre el par *emisor-receptor* a un tercero, el *interlocutor* quien – teniendo algunas características del receptor – aparece situado fugazmente del lado del *emisor*" (FERNÁNDEZ, 1994, p. 37, grifos do autor).

que pode ou não se constituir em *receptor*. No *dial*, essa relação é estabelecida principalmente em promoções da emissora, quando, ao atender uma chamada telefônica, ao invés do tradicional "alô", o ouvinte deve dizer palavras previamente divulgadas, por exemplo, o nome da rádio ou de determinado patrocinador. Na *web*, esse modo de articulação tem sido usado em associação às redes sociais, como o Facebook, por exemplo: para divulgar programas ou, sobretudo, fortalecer os vínculos com os ouvintes, o usuário é estimulado a "curtir" o perfil da rádio ou mesmo a replicar determinadas mensagens.

Finalmente, o quarto tipo de interlocução por meio do telefone, segundo Fernández, é a "nivelação, por baixo, emissor-receptor", caso em que, quando surge, o *interlocutor* domina a conversação, mesmo que apenas aparentemente, uma vez que o emissor mantém o poder de negociar ou mesmo finalizar a interlocução. De qualquer modo, esse nível é marcado pela alta imprevisibilidade, aproximando-se de uma "conversa íntima". No *dial*, ocorre com a entrada ao vivo por telefone de qualquer ouvinte, sem seleção, produção, agendamento de tema ou duração da fala.

No que diz respeito às *mensagens*, *recados* ou *comentários*, o modelo de operação em sistema fechado, adotado pela maioria absoluta das RadCom do Estado de São Paulo localizadas na *web*, permite fácil associação com os quatro tipos de interlocução apontados por Fernández (1994) em relação ao uso do telefone no *dial*. De modo semelhante à sua dinâmica no *dial* (FERREIRA, 2006, p. 198-201, 212-216, 269-271), o modelo adotado parece querer confinar o ouvinte/usuário ao *segundo* nível de participação delineado por Peruzzo (ver Capítulo 1, 1.1 O surgimento das RadCom), ou seja, à participação nas mensagens, sem qualquer ingerência sobre a produção e definição de conteúdo, compartilhamento etc.

De certo modo, guardando as devidas proporções, a lógica de funcionamento controlado e pré-programado dos *sites* localizados nesta pesquisa remetem à ideia de André Lemos de "portal-curral" que, ao nos tratar como "bois digitais forçados a passar por suas cercas para serem aprisionados em seus calabouços interativos [...] nos aprisionam e limitam nossa visão da rede (do mundo?)" (2000). Lemos se referia aos grandes portais, mas suas impressões podem ser facilmente estendidas às páginas das RadCom.

Certamente, trata-se de um paradoxo, pois a "vida digital" não se resume a isso. Na cultura de redes o ouvinte dá lugar ao *prosumer* ou *produser*, não apenas um ouvinte/receptor, mas também um interator, produtor e multiplicador de conteúdo. A própria configuração da Internet abre múltiplas cenas de interlocução, favorecendo a imprevisibilidade daquela articulação que se dá por meio da "nivelação, por baixo, emissor-receptor" (FERNÁNDEZ,

1994) ou mesmo de sistemas emergentes *bottom-up* (JOHNSON, 2003) que operam em contraposição aos sistemas *top-down* das mídias tradicionais.

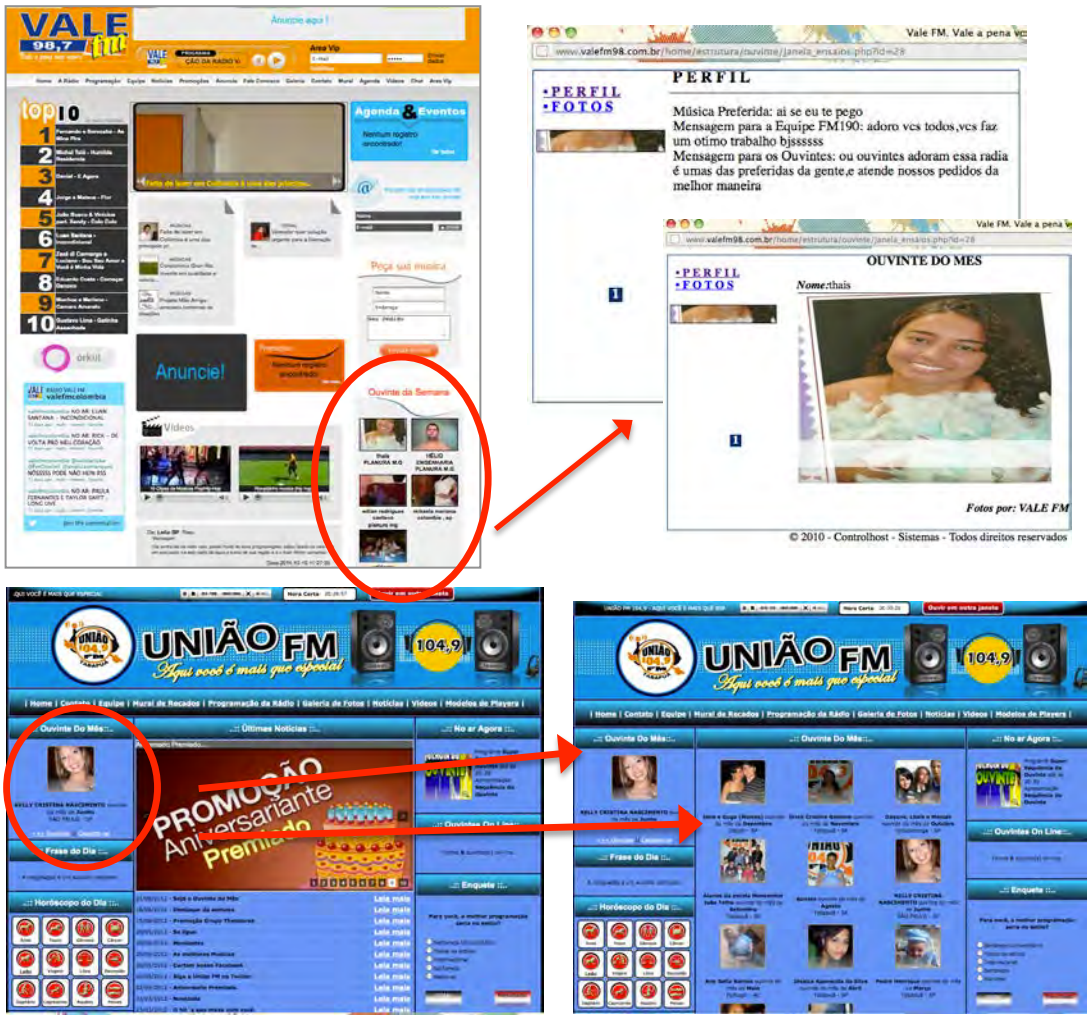
Algumas emissoras, no entanto, começam a ampliar em suas páginas na *web* as possibilidades de interação ou de apropriação ou por parte do usuário oferecendo espaços como *chats*, programas de *mensagens instantâneas*, arquivos para *download*, a publicação de *fotos de ouvinte*, entre outras. Em 57 emissoras, por exemplo, é possível conversar *on-line* (ou "teclar") com outros usuários ou com locutores por meio de *chats* ou salas de bate-papo. São espaços de interação em que a troca é simultânea e direta, podendo envolver mais do que duas pessoas ao mesmo tempo. Embora, usualmente, exijam algum tipo de cadastro e possam estar sob certo controle do administrador da página, as mensagens são marcadas pela imprevisibilidade, por serem, quase sempre, instantâneas, públicas e visíveis na página.

Em quase 30% dos casos (91 emissoras), o usuário pode utilizar comunicadores instantâneos como o MSN Messenger e seu sucessor Windows Live Messenger, ou ainda o concorrente Yahoo! Messenger. Trata-se de programas que permitem a troca de mensagens escritas, por voz ou mesmo por vídeo, podendo envolver duas ou mais pessoas. Em três emissoras, o serviço oferecido é o Skype, um *software* que permite a comunicação pela Internet através de conexões de voz sobre IP (VoIP).

Aparentes emulações das cartas, telefonemas e mesmo das interações face a face do rádio no *dial*, esses novos espaços de interlocução traduzem, na realidade, mudanças em relação às formas tradicionais de participação da audiência das RadCom no espectro, principalmente, telefones e cartas. Primeiro, porque não se restringem à interlocução direta de apenas duas pessoas; segundo, porque em função do custo aparentemente inexistente (conexão via Internet), em relação à telefonia, permitem a participação mais intensa de moradores de outras localidades; finalmente, porque possibilitam a integração com vídeo, para realização de "videoconferências" ou "videochamadas", num simulacro da interação face a face que estrutura a comunidade.

Por outro lado, 20 RadCom na *web* publicam *fotos de ouvinte*, ou seja, oferecem a possibilidade de o ouvinte ter sua foto divulgada na página da emissora em espaços específicos como "o ouvinte do mês", "aniversariantes" etc. Ele também já não é mais apenas uma eventual "voz descorporificada", um índice nas pesquisas de opinião, mas está "fisicamente" (ainda que em *zeros* e *uns*) presente, muitas vezes com um pequeno perfil, data de nascimento, *e-mail* etc.

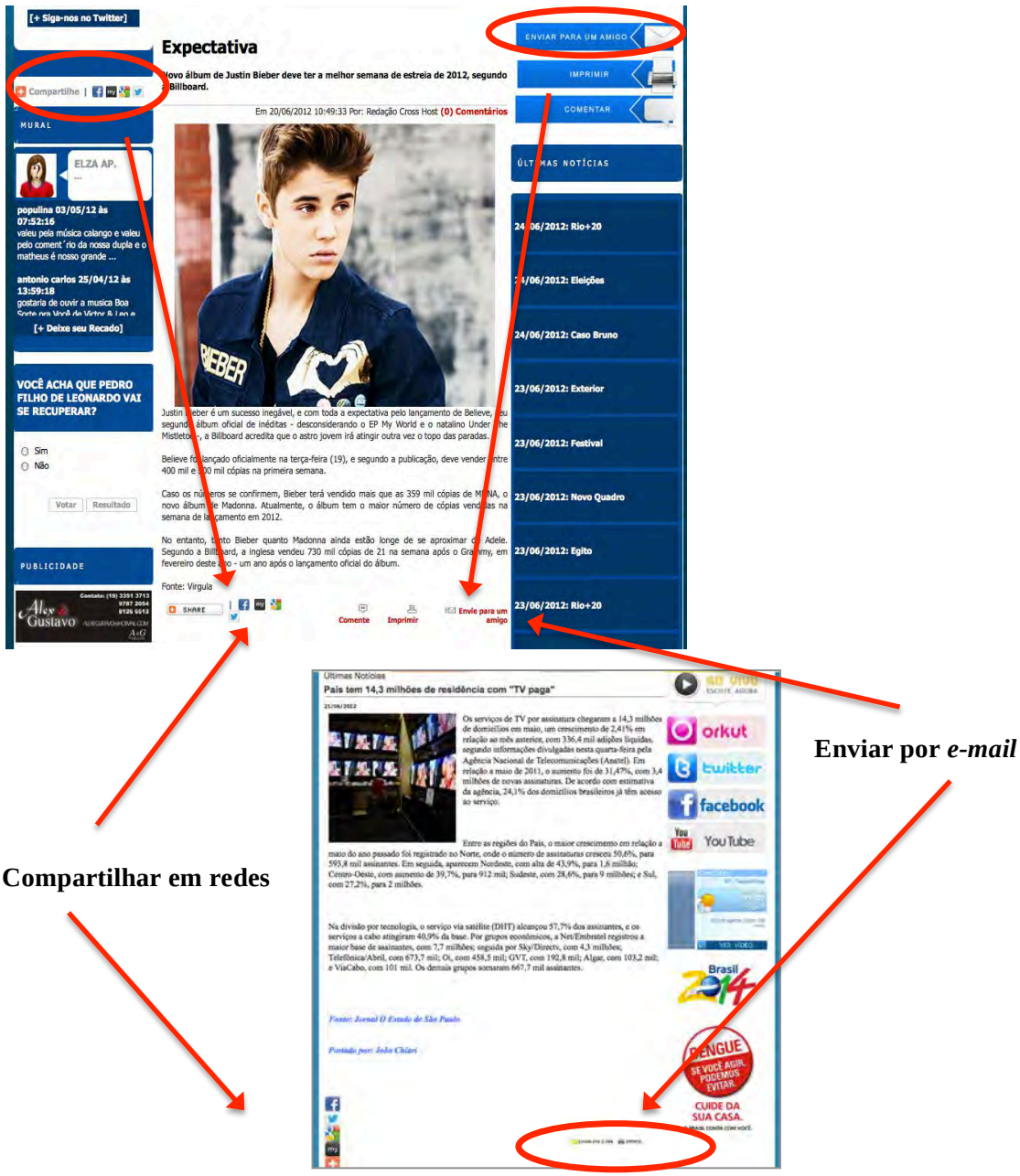
Figura 12 – Fotos de ouvintes



Rádio Vale FM : <http://www.valefm98.com.br/>. Acesso em: 17 jun. 2012.
Rádio União FM: <http://www.uniaofmtabapua.com.br/>. Acesso em: 17 jun. 2012.

Geralmente, a interface principal traz uma pequena imagem com um ícone conduzindo a uma página interna, na qual estão dispostas outras fotos, como da União FM (104,9 MHz, <http://www.uniaofmtabapua.com.br/>, Tabapuã-SP, 11.363 habitantes). Em algumas emissoras, como na Vale FM (98,7 MHz, <http://www.valefm98.com.br/>, Colômbia-SP, 6.337 habitantes), as imagens são apresentadas na *home* e, ao se clicar em uma delas, uma nova janela se abre, permitindo visualizar a foto em tamanho maior ou ainda ler um pequeno perfil do usuário (ver Figura 12).

Figura 13 – Compartilhar informações e enviar *e-mail*



Rural FM (87,9 MHz, <http://www.ruralfm87.com.br/>, Araras-SP, 112.527 habitantes). Acesso em: 17 jun. 2012.
Educadora FM (104,9 MHz, < http://www.radioeducadorafm.com.br/ >, Matão-SP, 76.786 habitantes) Acesso em: 21 jun. 2012

Quarenta e oito (15,79% do total) RadCom na *web* permitem *recomendar* notícias, imagens, vídeos ou mesmo o *site*, isto é, que um usuário envie a outro um *e-mail*, sugerindo a

leitura de determinada página ou informação. Em 52 emissoras (17,10%) também é possível compartilhar a informação em redes sociais, como Twitter ou Facebook (ver Figura 13).

Aliás, 32 emissoras reproduzem na interface principal os *tweets* e *posts* do Facebook (ver Figura 14). Na rádio Spaço FM (104,9 MHz, <http://www.pindavale.com.br/spaco/site/>, Pindamonhangaba-SP, 146.995 habitantes), o *plug-in* social do Facebook tem destaque na *home*, ao lado das cinco músicas mais pedidas na emissora. Tem até mais visibilidade do que o próprio *menu*, que direciona ao histórico da RadCom, à programação e apresentação dos locutores, bem como ao espaço para o envio de mensagens.

Figura 14 – Redes sociais na interface principal

Rafard FM (107,9 MHz, <http://radiorfm.com.br/>, Rafard-SP, 8.612 habitantes). Acesso em: 17 jun. 2012.
Spaço FM (104,9 MHz, <http://www.pindavale.com.br/spaco/site/>, Pindamonhangaba-SP, 146.995 habitantes). Acesso em: 20 jun. 2012.

Enquanto na Spaço FM a dinâmica da rede social compartilha o mesmo espaço com a navegação por meio de páginas estáticas em camadas controladas pelo administrador, na rádio Rafard FM (107,9 MHz, <http://radiorfm.com.br/>, Rafard-SP, 8.612 habitantes) a interface consiste, exatamente, na reprodução das redes sociais (publicações e citações no Twitter e Facebook) e do *player* com o áudio da emissora no *dial*, e na divulgação do Skype e do programa de mensagem instantânea (ver Figura 14). E, ao apoiar-se na dinâmica das redes sociais e das mensagens instantâneas, acaba por se colocar na contramão da lógica que

estrutura a própria ideia de "*site*" e que vemos reproduzida na maior parte das RadCom que localizamos na *web*.

Isso porque, assim como os portais, os *sites* operam na lógica da acumulação, hierarquização e padronização de conteúdo; da estratégia centralizada; da interação "controlada"; do sistema *top-down* das mídias tradicionais. Já nas redes sociais, estamos diante da movimentação permanente; dos sistemas adaptativos complexos de comportamento emergente (JOHNSON, 2003) que operam na lógica *bottom-up*, nos quais:

> os agentes que residem em uma escala começam a produzir comportamento que reside em uma escala acima deles: formigas criam colônias; cidadãos criam comunidades; um software simples de reconhecimento de padrões aprende como recomendar novos livros. O movimento das regras de nível baixo para a sofisticação do nível mais alto é o que chamamos de emergência (JOHNSON, 2003, p. 14).

Nas redes, os usuários não apenas *participam* – ou seja, *fazem parte*, considerando aqueles parâmetros que marcam a participação nas RadCom, conforme visto no Capítulo 1 e que será ampliado no Capítulo 3 –, mas também ultrapassam o próprio modelo transmissão-publicação-recepção, realizando uma série de novas operações, que incluem "incorporar, anotar, comentar, responder, distribuir, agregar, *upload*, *download*, copiar e compartilhar" (MANOVICH, 2008, p. 203).

A publicação do conteúdo das redes na *home* também tem um outro papel importante: atualizar a página continuamente com um conteúdo mais próximo e relacionado à dinâmica das RadCom. Explica-se: nosso levantamento aponta que somente 40 emissoras na *web* (13,16%) possuem algum conteúdo dessa natureza (ver Gráfico 4). Em todos os casos, no entanto, as rádios reproduzem as notícias publicadas por grandes portais como G1, Folha, Uol, etc., isto é, publicam conteúdo atualizado de terceiros, distante da realidade das pequenas e médias localidades. Por outro lado, os *plug-ins* das redes sociais permitem alterações muito mais constantes e com temas e comentários relacionados à emissora. Assim, de algum modo, são atualizações ligadas à comunidade na qual está inserida, na medida em que os seus perfis em rede tendem a reunir comunidades de interesses, que operam como afirmadores da noção de pertencimento (FRAGOSO, 2008), como veremos no Capítulo 3.

Por outro lado, em doze emissoras (3,95% do total) é possível fazer *download* de músicas, textos ou vídeos. E duas RadCom na *web* disponibilizam abaixo-assinados sobre temas relativos à comunidade, com chamadas na *home*. Na Amizade FM (104,9 MHz,

<http://www.radioamizadefm.com/>, Novo Horizonte-SP, 36.593 habitantes), solicita-se a implantação do toque de recolher para menores na cidade. Já na Kerigma FM (87,9 MHz, <http://kerigmafm.agenciasjc.com.br/>, Pirassununga-SP, 70.081 habitantes) o movimento é de repúdio à instalação de um presídio no município (ver Figura 15).

Figura 15 – Abaixo-assinados

Kerigma FM: <http://kerigmafm.agenciasjc.com.br/>. Acesso em: 03 maio 2012.
Amizade FM: <http://www.radioamizadefm.com/>. Acesso em 22 jun. 2012.

Sem dúvida, tais experiências não apenas operam no sentido de ampliação do nível de participação, mas também representam uma nova etapa na relação com o usuário, agora elevado ao nível de *prosumer* (TOFFLER, 1980) ou, ainda, de *interator*, ou seja, de usuário-autor de conteúdo imerso em ambientes digitais que, em muitos casos analisados, tem dimensão *interativa* (MURRAY, 2003, p. 149-151)[147].

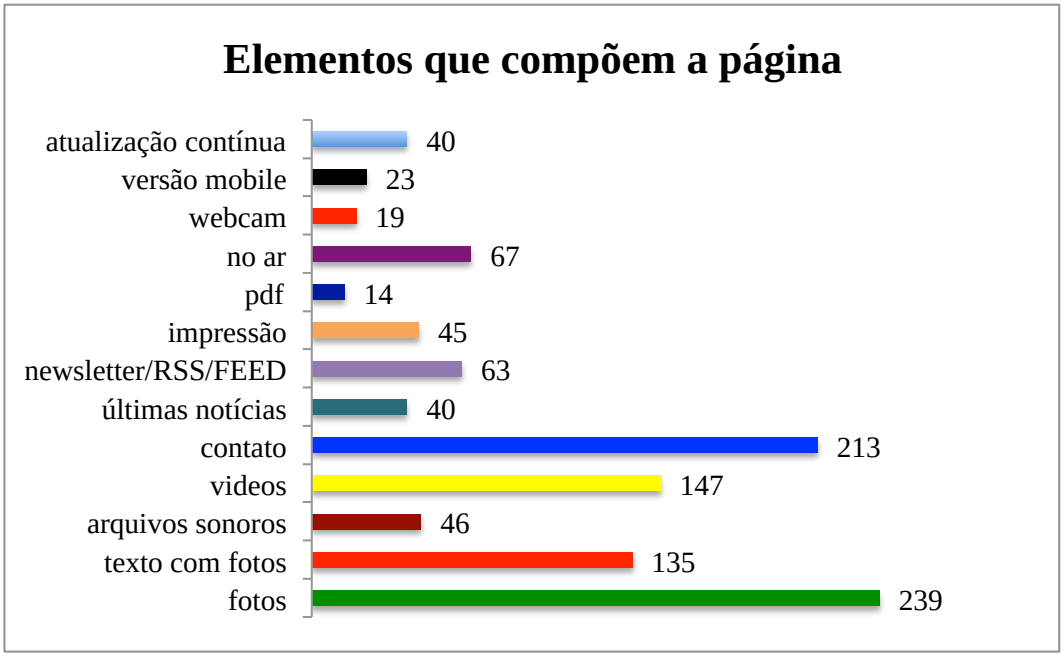
Vejamos alguns elementos que compõem as interfaces das RadCom e que também caminham nesse sentido. A possibilidade de impressão ou *download* em PDF e a disponibilização de arquivos sonoros são formas de permitir a apropriação de determinado conteúdo, assim como assinar as postagens do *site* permite o acesso ao conteúdo por outros meios, sem a necessidade de acessar a página (ver Gráfico 4).

No decorrer da pesquisa, percebemos dois movimentos significativos por parte das emissoras no sentido de se aproximar e acompanhar esse novo ouvinte/internauta em seu

[147] Murray fala ainda de uma dimensão *imersiva*, que trata da inserção do interator no processo.

movimento pela cidade. Primeiro, notamos que algumas delas, que já haviam sido visitadas e ainda não dispunham do serviço, passaram a oferecer a versão *mobile*, para facilitar o acesso por meio de celulares e *tablets* (ver Gráfico 4). O segundo movimento, que também se tornou perceptível durante esta pesquisa, foi o crescimento no uso de *webcam* nos estúdios. Ainda que os números sejam pequenos, comparados à quantidade de RadCom na *web* – 23 oferecem a versão *mobile* e 19 possuem câmera no estúdio –, cremos que o aumento no uso desses instrumentos sinalizam um processo que reproduz o próprio comportamento do usuário em rede e parece irreversível.

Gráfico 4 – Elementos que compõem a página



A versão *mobile* facilita e agiliza o acesso à emissora não apenas em qualquer lugar, mas também em movimento constante. Isso significa entender que, na cultura da portabilidade (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 224), celular não é sinônimo de telefone: é igual a rádio, TV, aplicativos, jogos, entre muitos outros, podendo *até* operar como telefone. Estamos diante de uma nova forma de mobilidade: “a mobilidade por fluxos de informação, por territórios informacionais, que altera e modifica a mobilidade pelos espaços físicos da cidade, como a possibilidade de acesso, produção e circulação de informação em tempo real” (LEMOS, 2010, p. 161).

Desse modo, a oferta de aplicativo específico para ouvir a emissora, ou mesmo a montagem de *site* administrável[148] compatível com a versão *mobile*, perfila-se com uma tendência de alteração nos mecanismos de acesso e compartilhamento, advinda com a ascensão dos dispositivos móveis. Na maioria das páginas, o *link* para a versão *mobile* encontra-se no canto superior direito, ao lado do *player*, acima do menu. Ainda que de tamanho reduzido, os ícones ganham visibilidade no *site*, traduzindo uma sonoplasticidade que ultrapassa a mobilidade de recepção de conteúdo (possível com o aparelho de rádio portátil tradicional), para atingir uma mobilidade de circulação de informação, como observa Lemos. Um exemplo é a rádio Cidade Jaú FM (87,9 MHz, <http://www.cidadejaufm.com/>, Jaú-SP, 131.040 habitantes) (ver Figura 16).

Figura 16 – Versão *mobile*

Cidade Jaú FM: <http://www.cidadejaufm.com/>. Acesso em: 19 maio 2012.
Educadora FM: < http://www.educadorafmtanabi.com.br/>. Acesso em: 22 jun. 2012.

A rádio Educadora FM (104,9 MHz, <http://www.educadorafmtanabi.com.br/>, Tanabi-SP, 24.055 habitantes) é a única emissora pesquisada a oferecer *QR Code*[149] para acesso via celular (ver Figura 16), o que sinaliza, segundo Beiguelman, um outro patamar de

[148] Hoje, existem *sites* administráveis, como BRLogic, por exemplo, que oferecem gratuitamente a versão *mobile*, recurso compatível com dispositivos iOS e dispositivos com navegadores que suportam Flash (como o Android).
[149] *Quick Response Code*, ou código de resposta rápida, foi criado em 1994 por uma empresa japonesa para identificar e rastrear veículos durante a fabricação. Trata-se de códigos bidimensionais (2D) que permitem encriptar URLs, textos, fotos etc., com grande capacidade de armazenamento de informação.

conectividade, agora em uma escala sem precedentes, cada vez possível com a Internet das Coisas:

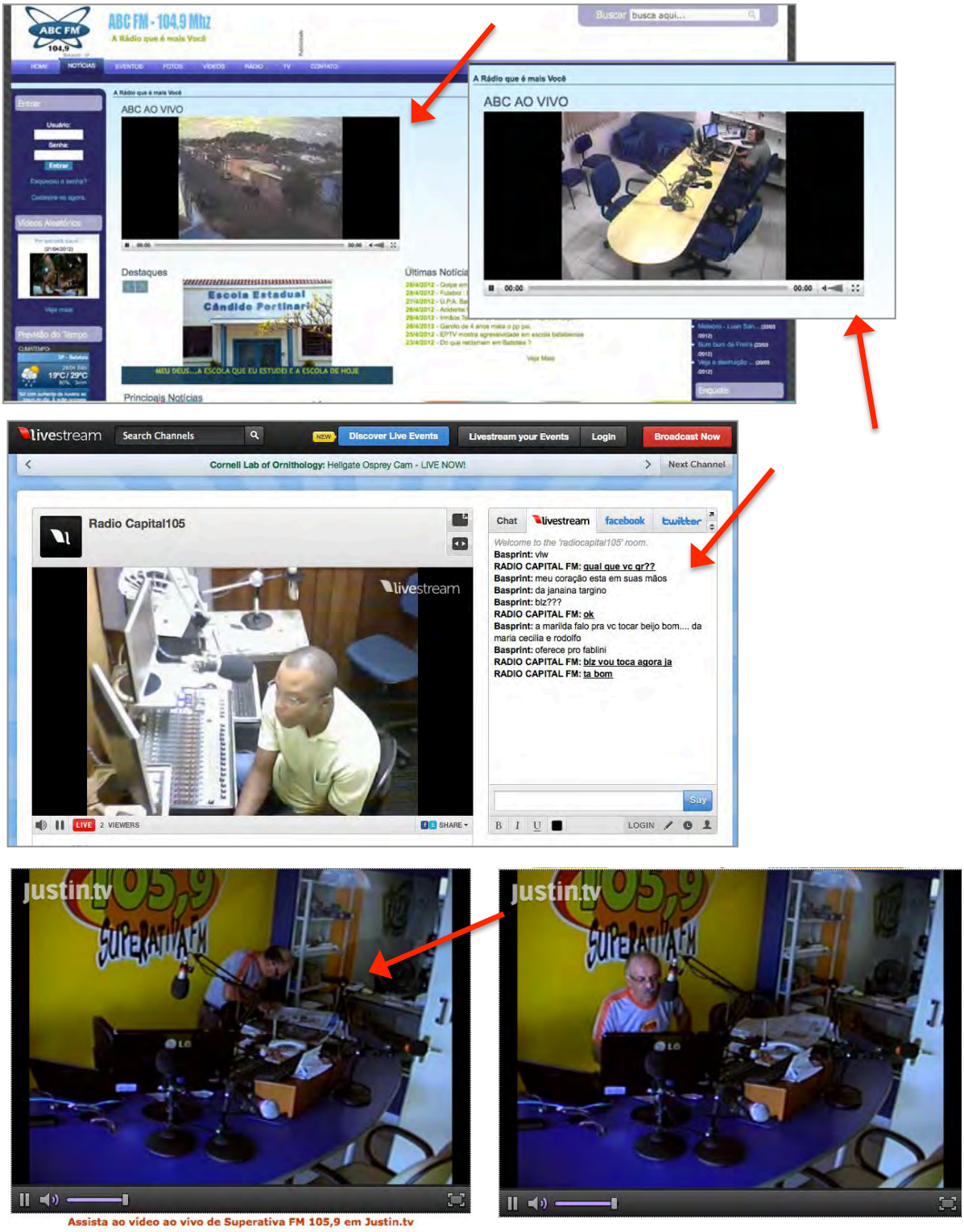
> Enquanto a *Internet das Coisas* não se impõe, a rápida evolução das aplicações que envolvem nanotecnologia, sensores e sistemas de redes sem fio confirma a sua probabilidade. O uso cada vez mais comum de etiquetas inteligentes baseadas em códigos de barra com grande capacidade de armazenamento de informações, como o *QR-Code*, é um indicador preciso desse processo de coisificação das redes (BEIGUELMAN apud MOHERDAUI, 2012, p. 45, grifos da autora)

A *webcam*, por sua vez, insere a relação locutor-ouvinte do *dial*, em uma outra dimensão. Não se trata mais de uma voz "descorporificada", mas de um *outro* que se *deixa ver* na execução de sua tarefa cotidiana, por isso, desmistificada. O território mágico (porque apenas imaginado), que sempre se configurou o estúdio de rádio, agora está às claras. Revela-se, desnuda-se diante de uma câmera, na maioria dos casos analisados, bastante semelhante às de vigilância, na crueza das imagens que transmite. Para Prata,

> a presença da *webcam* no estúdio é uma novidade na interação radiofônica, agregando novos elementos no encontro locutor/ouvinte, como o acompanhamento visual do estúdio e até a própria visualização da figura e do trabalho do locutor, por parte do usuário e do usuário, por parte do locutor (2009, p.216).

Porém, do modo como estão dispostas, na maioria das RadCom pesquisadas, as *webcams* permitem apenas ao usuário visualizar o locutor e não o contrário, em uma espécie de audiência passiva e silenciosa. Portanto, a mera presença da câmera no estúdio não implica, necessariamente, interação locutor-usuário Nesse novo espaço, um *outro*, mais ainda, *um semelhante*, pode tanto ignorar o usuário – encerrando-o no papel do *voyeur*, disperso que está em tarefas que parecem banais, porque desprovidas da magia anterior – quanto pode *simular vê-lo*, ao falar diretamente para ele, "olho no olho", por meio da câmera, em um simulacro da proximidade criada no rádio tradicional por meio da *performance* vocal.

Figura 17 – Uso de *webcam*



ABC FM: <http://www.abcfm.com.br/>. Acesso em: 28 abr. 2012.
Capital 105 FM: <http://www.radiocapitalfm.com.br/>. Acesso em: 2 jul. 2012.
SuperAtiva FM: <http://www.superativafm.com.br/>. Acesso em: 13 jun. 2012.

Em algumas emissoras, no entanto, como vimos anteriormente, o uso de *webcams* e programas como MSN e Skype pode intensificar a aproximação e a interação entre usuário e locutor, permitindo que ambos *vejam* e *sejam vistos*. Trata-se de *potencializar* a aproximação porque, em essência, esta é uma das funções das RadCom no *dial*, legalmente estabelecida, qual seja, a de estarem abertas e próximas das comunidades nas quais estão instaladas. Também não nos esqueçamos de que, nas rádios comunitárias, ao menos teórica e legalmente, locutores, dirigentes, ouvintes estão ligados por laços de interesse e proximidade, imersos em uma comunidade de um quilômetro ao redor da antena. Portanto, trata-se de uma lógica que faz parte da cultura delas e que se *amplifica* na Internet, pois estar em rede é estar em *relação com*.

Na SuperAtiva FM (105,9 MHz, <http://www.superativafm.com.br/>, Ituverava-SP, 38.327 habitantes), um ícone no alto da página ("Rádio TV Online") abre uma nova janela que encaminha para a *Justin.TV*[150]. Disposta em um canto superior, a câmera da RadCom propicia uma visão ao vivo e geral do estúdio, inclusive de materiais de escritório displicentemente colocados no fundo da sala. Se, por um lado, leva ao "desencantamento" do espaço, por outro, reproduz a estética do "deslumbramento" do *voyeurismo* e da *Reality TV*: o grande olho que vê, sem ser notado. A própria postura do locutor caminha nesse sentido: na tarde do dia 13 de junho de 2012, por exemplo, entre uma música e outra, ele lia os jornais e realizava outras tarefas, aparentemente, alheio a quem o espreitava (ver Figura 17).

A câmera da Capital 105 FM (105,9 MHz, <http://www.radiocapitalfm.com.br/>, Bastos-SP, 21.448 habitantes), por sua vez, parece efetivamente vigiar o locutor em sua tarefa. Seu posicionamento não permite ver todo o estúdio, tampouco facilita estabelecer qualquer relação visual direta com o apresentador. Paradoxalmente, abre espaço para a comunicação instantânea, por meio do *chat* à direita do vídeo (ver Figura 17). Nesse caso, com a anuência do locutor, é possível espiar e, ao mesmo tempo, ser visto.

Já na ABC FM (104,9 MHz, <http://www.abcfm.com.br/>, Batatais-SP, 54.570 habitantes), além de três ângulos distintos e alternados do estúdio, uma câmera posicionada no alto do prédio da emissora permite acompanhar, ao vivo, imagens da cidade. No mesmo formato de "câmera de vigilância", as imagens perpendiculares mantém o usuário fora da cena, com relativa distância daquele com quem deveria interagir (ver Figura 17). Restrita a

[150] Lançada em março de 2007 pelo norte-americano Justin Kan, a *Justin.TV* é uma rede que reúne milhares de canais que exibem imagens de *lifecasting*, vídeos, além de alguns programas de TV. O portal permite comentar e discutir as imagens, além de propiciar a conexão e transmissão em conjunto de mais de um usuário. Disponibiliza duas versões: gratuita e paga. Como permite a transmissão de imagens em tempo simultâneo, já registrou situações polêmicas, entre as quais, o suicídio ao vivo de um adolescente.

apenas um enquadramento, as cenas que se sucedem da cidade parecem ter como papel uma espécie de controle ou guarda da rua em que a RadCom está instalada.

Em resumo, ainda que de modo canhestro, o uso das câmeras no estúdio, somado à publicação de versões *mobile*, aponta para a complexificação das relações em rede e da própria forma como a RadCom se constrói na *web* (ainda é rádio?), que já não pode mais ser resumida como mera extensão do *dial*. Mesmo no espectro, contaminada pela transposição para a rede, também a RadCom tradicional já não se enquadra naqueles limites do que nos acostumamos a chamar *rádio*.

A publicação de arquivos sonoros sinaliza nessa direção. Também chamados *podcasts* (MEDEIROS, 2009, 2005; PRATA, 2009) ou *audiocasts* (PRADO, 2008), os arquivos sonoros podem conter programas editados ou na íntegra, produções especialmente criadas para a *web*, músicas, entrevistas, comentários, debates etc. Assíncronos em relação à sua produção e veiculação, inexistem no *dial*. Para alguns autores, não podem nem mesmo ser considerados "produtos radiofônicos" (MEDEIROS, 2009; PRATA, 2009), apesar de conterem vários elementos da linguagem de rádio (ver Capítulo 1, 1.3 O contexto do digital e do *www*). Para outros, no entanto, no rastro da cultura da portabilidade e da mobilidade, configuram-se alargamento das fronteiras do que era definido como rádio, isto é, novas modalidades de rádio (KISCHINHEVSKY, 2009).

Apenas 46 emissoras pesquisadas (15,13% do total) publicam arquivos sonoros, predominantemente apenas arquivos de músicas. Isso demonstra que a maior parte delas não utiliza em suas próprias páginas a matéria-prima básica da qual elas dispõem em abundância: programas radiofônicos que podem ser editados e publicados em forma de arquivos sonoros. E por que não o fazem? Por falta de estrutura, mão de obra qualificada, produção no *dial* que possa gerar bons arquivos sonoros, conhecimento etc.?

Retomando a questão de contaminação entre meios, percebemos um fenômeno interessante: 147 RadCom na *web* (48,35%) publicam arquivos em vídeo, número bastante superior, portanto, àquelas que disponibilizam arquivos sonoros. Em muitos casos, de modo semelhante aos arquivos sonoros de músicas, são simples reproduções de *videoclipes* estrelados por cantores, com sucessos que compõem a programação da emissora. Mas também se destacam as produções de matérias e edições de imagens com conteúdos relacionados às questões locais, gravações de entrevistas nos estúdios das emissoras, imagens da cidade ou da comunidade etc., quase sempre publicados por meio do YouTube.

As rádios Cidade FM (104,9 MHz, <http://www.cidadefmilhabela.xpg.com.br/>, Ilhabela-SP, 25.317 habitantes), Mix FM (87,9 MHz, <http://www.mix879.com.br/>, São

José do Barreiro, 4.077 habitantes) e Poleia FM (87,9 MHz, <http://www.poleiafm.com.br>, Palestina-SP, 11.051 habitantes) possuem perfis ativos no YouTube – respectivamente *cidadefm1*, *marcellomixsjb* e *poleiafm* –, nos quais publicam desde entrevistas, trechos de programas, festas, eventos e principais atrações das cidades etc.

Nesse sentido, destacam-se as produções em vídeo da rádio Gazeta FM (105,9 MHz, <http://www.radiogazetaorlandia.com.br/>, Orlândia-SP, 39.781 habitantes). Criado em fevereiro de 2011, o perfil no YouTube, *gazetaor*, já havia publicado 129 vídeos em pouco mais de um ano (até julho de 2012), com toda a sorte de material: apenas imagens com sonorização denunciando uma rua esburacada; trechos de sessões na Câmara dos Vereadores da cidade; entrevistas concedidas em estúdio; entre muitos outros. Em meio a esse material, reportagens gravadas, ao mesmo tempo, para a emissora no *dial* e para a TV Web Gazeta, canal no YouTube. A contaminação aqui é evidente: o locutor/repórter ainda fala para os ouvintes do rádio tradicional, mas também se dirige a uma câmera de TV e ao usuário da *web*.

Figura 18 – Atualização contínua x últimas notícias

Beira Rio FM (87,9 MHz, <http://beirario87fm.com/>, Indiaporã-SP, 3.916 habitantes). Acesso em: 3 jul. 2012.
Paulista FM (104,9 MHz, <http://www.paulistafmbilac.com.br/>, Bilac-SP, 6.338 habitantes). Acesso em: 3 jul. 2012.

Tomemos como exemplo a reportagem “Orlândia – Mãe fica revoltada com fotos de formatura de seu filho”, publicada em 15 de maio de 2012[151]. Assim como em outros vídeos semelhantes publicados, o locutor/repórter destaca na abertura e no encerramento da matéria: “Olá ouvintes da rádio Gazeta e TV Web Gazeta, estamos aqui em nossa emissora recebendo uma moradora de Orlândia e ela tem uma reclamação. [...] Matéria de Maicon Carlos, imagens de Rafael Costa, para a TV Web Gazeta e o informativo Orlândia hoje”. Em praticamente todas as reportagens, o mesmo movimento de câmera: abertura com repórter/locutor e entrevistado/a em cena, close no entrevistado/a durante a entrevista, encerramento com ambos em cena, novamente. Bastante similar à dinâmica de uma entrevista em *stand-up*[152], veiculada em qualquer programa jornalístico de televisão.

O repórter/locutor deixa claro que o material está sendo produzido para o *dial*, mas não descuida, em momento algum, do usuário da *web*. Diferentemente da dinâmica usual do rádio tradicional, na lógica do tempo “*compartilhado*” e “*intemporal*” do espaço de fluxos (CASTELLS, 1999a, p. 436 e p. 461), as reportagens da Gazeta FM não contêm qualquer referência à data ou mesmo ao horário[153] do fato: sabe-se o dia da produção por um registro no alto da página, ao lado do título da matéria. A vinheta de abertura e encerramentos dos vídeos também é, de certo modo, “genérica”, limitando-se ao *slogan* “Rádio Gazeta, mais você!” animado por um efeito sonoro. O que se percebe é que, assim, nas fronteiras entre o *dial* e a *web*, muitos rádios vão se conformando.

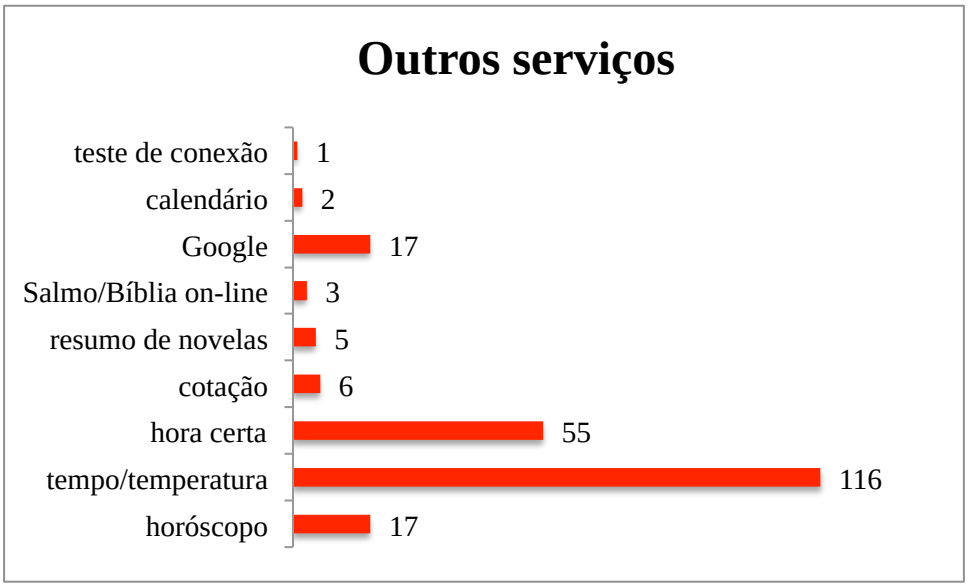
Dois outros elementos de composição que merecem reflexão são “atualização contínua” do *site* e a publicação das “últimas notícias”. Não à toa, ambos foram registrados no mesmo número de páginas: 40 RadCom pesquisadas. Explica-se. Em contraposição à maioria de páginas estáticas localizadas por esta pesquisa, apenas 40 *sites* são atualizados continuamente, todos por meio de aplicativos como Uol, G1 ou Google, que reproduzem chamadas para informações mais recentes de grandes portais, ou seja, “últimas notícias” (ver Figura 18).

A informação atualizada é cada vez mais importante na Internet (NOCI apud MOHERDAUI, 2012, p. 136), constituindo-se a própria dinâmica da rede. Nenhum usuário acessa várias vezes o mesmo conteúdo estático, sem atualização, porque acaba perdendo o interesse diante da repetição da informação. Ocorre que, nas 40 emissoras localizadas neste trabalho, essa atualização é produzida por terceiros, quase sempre com teor de caráter

[151] Disponível em: <http://bit.ly/MS2Ykv>; ou ainda em: <http://bit.ly/R5IIMx>. Acesso em: 18 jun. 2012.
[152] Formato em que o repórter faz uma gravação, normalmente no local do acontecimento, para transmitir informações sobre o fato. É usado quando a notícia é tão importante que vale a pena mesmo sem imagens.
[153] Sobre a importância do tempo na produção radiofônica, ver Capítulo 1, A linguagem do meio.

internacional, nacional ou estadual, muito distante da problemática local. Outros serviços, também produzidos por terceiros, dos quais as RadCom lançam mão para atualizar as páginas são: tempo e temperatura (116 emissoras), mercado e cotação de moedas (6 emissoras) e resumo de novelas (5 RadCom) (ver Gráfico 5).

Gráfico 5 – Outros serviços



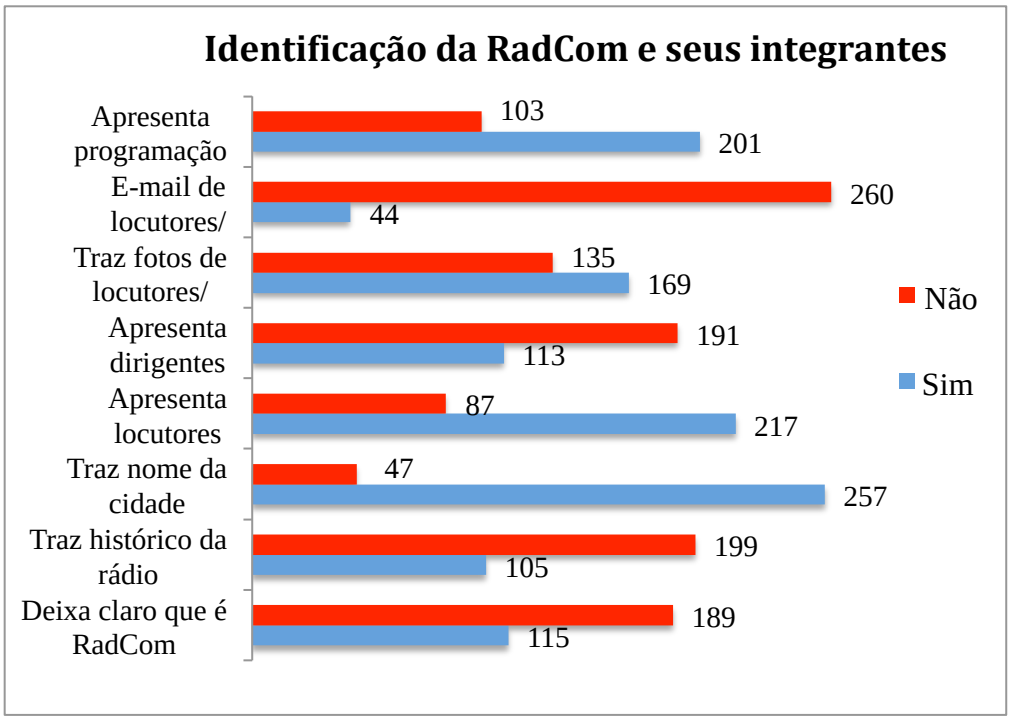
Ao mesmo tempo, a retransmissão do áudio do *dial* (presente em 83,55% das RadCom na *web*) é que acaba por dar a ideia de atualização contínua. Na realidade, trata-se de um engodo do *streaming*, que apenas mascara, forja o que se imagina como conteúdo dinâmico e notícias atualizadas: quando o usuário, por distração ou qualquer outro motivo, perde a atenção no áudio, se vê diante de um conteúdo estático textual, de imagens ou vídeo, algumas vezes, desprovido até mesmo de produção própria.

A questão que se coloca é: se, como pudemos perceber, a visualidade das páginas não acompanha a dinâmica da sonoridade do *dial*, por quanto tempo é possível sustentar na *web* a sonoplasticidade do áudio da emissora tradicional? Em função da complexidade do meio comunicativo, que não pode ser resumido a uma mera extensão, certamente, não basta a sonoplasticidade sonora para conferir visibilidade à página e às relações que se estruturam nesses novos espaços. E sem essa elaboração reflexiva, sem a compreensão ou o diálogo interativo, de que modo manter o fluxo e o acesso às páginas?

A opção de algumas emissoras de explorar as redes sociais – inclusive, destacando-as no *site* – parece ser uma resposta à questão. Em redes como Facebook e Twitter, além da

atualização contínua, temos a lógica da não hierarquização, da pulverização de informação e da possibilidade não apenas de o usuário participar, mas também de alterar o conteúdo. Ou seja, é o contraponto ao que ainda vem sendo feito pela maioria das RadCom na *web*, seja por falta de estrutura, seja por falta de *know how*.

Gráfico 6 – Identificação das RadCom e de seus integrantes



Por outro lado, interessava-nos entender o modo como as RadCom se identificam e se apresentam nos fluxos dos espaços em rede, ou seja, de que modo apresentam na *web* os compromissos e as características que as diferenciariam dos demais tipos de serviços de radiodifusão, como as rádios comerciais e educativas. Percebemos, por exemplo, que a maioria (189 emissoras, 62,17% do total) não deixa claro que é uma rádio comunitária autorizada, nem o que isso significa. A maior parte delas tampouco conta sua história no *dial* ou apresenta os seus dirigentes (ver Gráfico 6).

E ao agirem assim, de certo modo, essas emissoras reproduzem na *web* um comportamento já observado no *dial* por uma série de pesquisadores (FERREIRA, 2006; TORRES, 2006): por diferentes razões, que não nos convém discutir neste momento e com algumas exceções, parecem cópias da radiodifusão comercial, tanto no que diz respeito à programação/conteúdo como à participação do ouvinte, ou ainda à democratização da gestão e direção. No tocante à programação, a estandardização musical está registrada na interface

principal: das 155 emissoras que exibem estatísticas com músicas, em 128 delas predomina o gênero sertanejo e a reprodução do mesmo *ranking* adotado pelas grandes redes de radiodifusão.

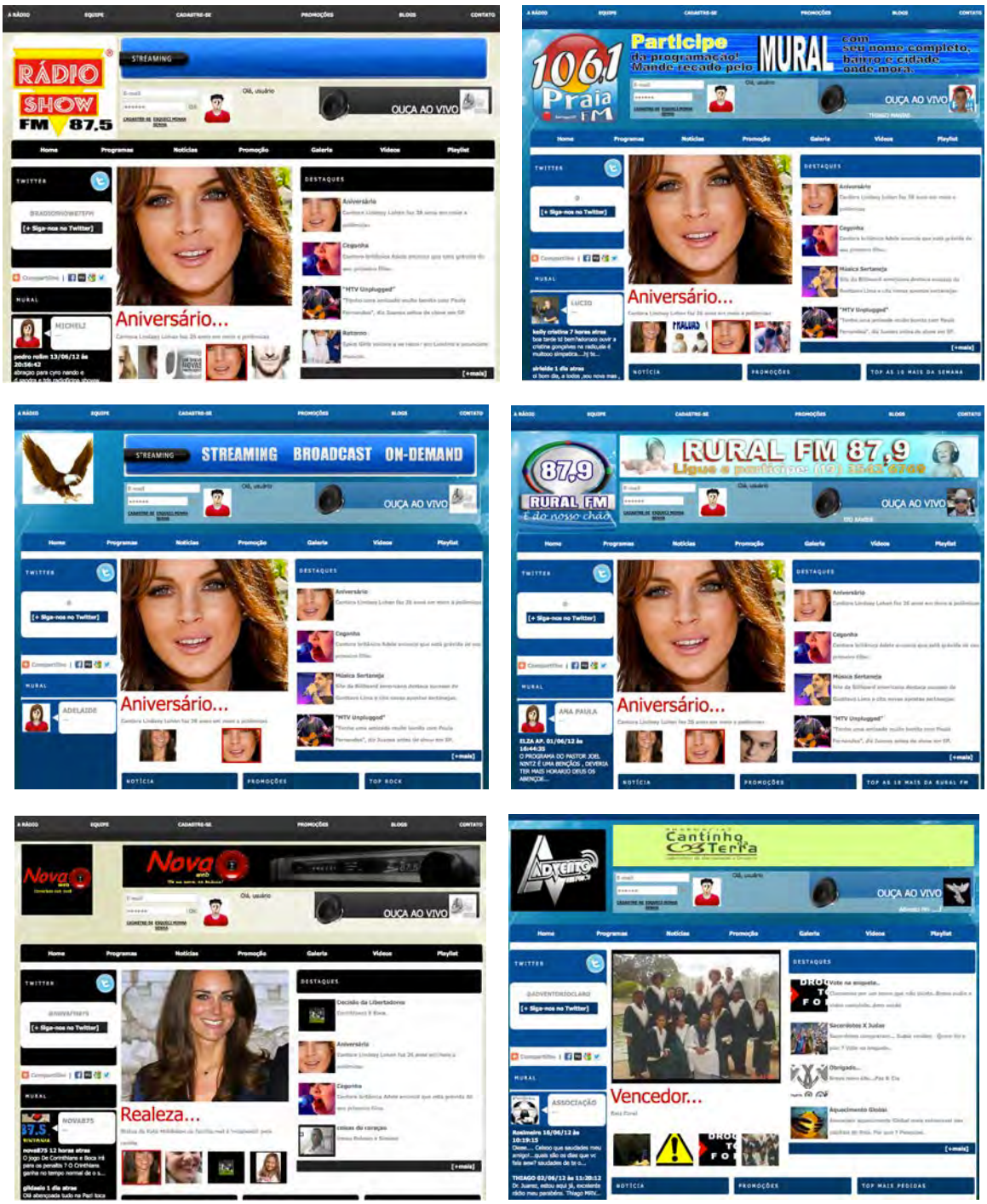
O uso de *sites* administráveis, por sua vez, leva a situações, no mínimo, inusitadas: várias emissoras com a mesma interface e conteúdo semelhante, transmitindo, muitas vezes, uma programação também bastante parecida. Tomemos como exemplo a Show FM (87,5 MHz, <http://www.radioshow.com.br/>, São Paulo-SP, 11,2 milhões habitantes), a Praia FM (106,1 MHz, <http://www.praiafm.com.br/>, Bertioga-SP, 44.517 habitantes), a Águia FM (105,9 MHz, <http://aguiafm.com/>, Aparecida D'Oeste-SP, 4.450 habitantes), a Rural FM (87,9 MHz, <www.ruralfm87.com.br>, Araras-SP, 112.527 habitantes), a Nova FM (87,5 MHz, <http://www.novafm875.com/>, Poá-SP, 106.013 habitantes) e a Advento FM (107,9 MHz, <http://radioadventofm.com.br/>, Rio Claro-SP, 186.253 habitantes) (ver Figura 19).

Eliminando a logomarca que traz o nome e suspendendo temporariamente o áudio, a sensação que temos é a de ver mais do mesmo, é a de navegar sem sair do lugar. Apesar do mesmo padrão de interface, a Advento FM tem conteúdo diferente das demais, provavelmente porque, entre as seis emissoras elencadas acima, é a única totalmente *gospel*, que afirma ter como preocupação "levar a palavra de Deus a todos os ouvintes"[154]. Como veremos no Capítulo 3, isso por si só já é um desvio de conduta, visto que as RadCom, por lei, são proibidas de praticar qualquer tipo de proselitismo. Apesar de manter uma programação diária de música religiosa, das 00:00 às 16 horas, a Nova FM transmite, entre 16:01 e 23:59 horas, outros estilos musicais e mescla, na interface principal, conteúdo genérico "secular" com conteúdo genérico "religioso/*gospel*".

A Águia FM e a Rural FM possuem programação musical muito semelhante, concentrada no sertanejo, principalmente, o chamado "universitário". A Praia FM alterna esse estilo musical com o *pop* nacional e internacional. Na Show FM, os principais gêneros são *pop* e *rap*, nacional e internacional. De qualquer modo, a visualidade das páginas confere visibilidade à padronização que marca grande parte das experiências de RadCom no *dial*, seja emissora sertaneja ou *gospel*. É a sonoridade, então, que pode fazer diferença.

[154] Ver "A Rádio". Disponível em: <http://radioadventofm.com.br/?modulo=aradio>. Acesso em: 4 mar. 2012.

Figura 19 – Interfaces padronizadas



Rádio Show FM: <http://www.radioshow.com.br/>. Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Praia FM: <http://www.praiafm.com.br/>. Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Águia FM: <http://aguiafm.com/>. Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Rural FM: <www.ruralfm87.com.br>. Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Nova FM: <http://www.novafm875.com/>. Acesso em: 4 jul. 2012.
Rádio Advento FM: <http://radioadventofm.com.br/>. Acesso em: 4 jul. 2012.

Ao mesmo tempo, a maior parte das RadCom (257 RadCom na *web*, 84,57%) deixa claro o nome da cidade ou comunidade em que está inserida, reafirmando sua ligação com a localidade na qual opera. Apesar de não apresentar os dirigentes, a maioria (217 emissoras) dá a conhecer seus locutores, inclusive divulgando fotos e/ou outras informações (169 RadCom), além de publicar a programação irradiada no *dial* e retransmitida na *web* (ver Gráfico 6). É essa ligação, quase física, com a comunidade que sustenta na *web* o sentimento de pertença tópica em espacialidade *ur-tópica*, conforme discutiremos no Capítulo 3.

2.3 Muito antes e para além da metáfora

A Internet é um espaço liso por excelência (DELEUZE; GUATARRI, 1997a), mas que é estriado à medida em que é ocupado. Como todo espaço estriado, vai ganhando regras de conduta, normas que determinam a sua ocupação, delimitações que lhe conferem medidas. As RadCom são espaços estriados no espectro que, ao ocupar o espaço liso da Internet, provocam novos/outros estriamentos.

No espectro eletromagnético, as emissoras comunitárias legalizadas possuem endereço fixo, estabelecido na permissão de transmissão concedida pelo Ministério das Comunicações: a frequência em MHz, com 25 watts de potência, e cobertura fixada em, no máximo, um quilômetro de raio a partir da antena. A maior parte das emissoras aqui pesquisadas têm como "endereço" no *dial* as frequências de 87,9 MHz e 104,9 MHz, conforme pode ser verificado na tabela abaixo.

Tabela 7
Distribuição de frequências das RadCom na *web*

87,5 MHz	52 emissoras
87,9 MHz	78 emissoras
90,9 MHz	2 emissoras
91,1 MHz	3 emissoras
91,7 MHz	2 emissoras
91,9 MHz	1 emissora
92,5 MHz	2 emissoras
98,7 MHz	9 emissoras
104,9 MHz	78 emissoras
105,9 MHz	55 emissoras
106,1 MHz	1 emissora
106,3 MHz	8 emissoras
107,9 MHz	13 emissoras

Pela regulamentação legal, as RadCom legalizadas são confinadas, em todo o País, às pontas do espectro radiofônico, que em frequência modulada varia de 87,5 a 108 MHz. As exceções estão previstas para serem aplicadas diante da necessidade de reacomodação em função da ocupação do espectro em cada localidade. O que se percebe no estado de São Paulo é a exceção quase como regra: das 304 RadCom legalizadas que localizamos na *web*, apenas 21% delas estão nos extremos (ou seja, nas frequências 87,5 e 107,9 MHz), pouco mais de 25% estão localizadas em 87,9 MHz (próximo ao começo, mas não na ponta do espectro), enquanto as demais 54% ocupam frequências consideradas mais "nobres", no meio do *dial* (ver Tabela 7).

Pode-se argumentar que, atualmente, essa localização importa pouco, pois é muito fácil para o ouvinte encontrar a emissora que deseja: basta apertar um botão e os novos equipamentos realizam a busca automaticamente. No entanto, aquelas localizadas nos extremos do *dial* possuem duas preocupações: as interferências que podem sofrer e, sobretudo, o processo de digitalização do veículo. Isso porque os testes realizados no Brasil já mostraram que, além do altíssimo custo de implantação, dependendo do sistema digital adotado, as rádios das pontas correm o risco de ser "eliminadas"[155]. Na *web*, essa preocupação que marca o lugar de ocupação no espectro estriado inexiste, mas dá lugar a outras questões, como veremos a seguir.

A programação das emissoras comunitárias também delimita seus territórios, na medida em que se constrói em uma sucessão ordenada, organizada, sistematizada de pontos que conduzem o ouvinte durante todo o dia, estabelecendo um processo de comunicação marcado por um tempo exageradamente determinado e cronométrico. As RadCom *operacionalizam* o cotidiano de seus ouvintes nas comunidades onde estão inseridas, por meio de uma narrativa linear e sequencial, estruturada na "continuidade ordenada e hierarquizada de imagens sonoras que recriam a realidade" (BALSEBRE, 2007, p. 148).

Em contrapartida, na *web*, a linearidade do discurso radiofônico é posta em conjunto com a multilinearidade das narrativas em rede e seus múltiplos caminhos de leitura. Por isso, mesmo reproduzindo integralmente a sequencialidade do áudio tradicional e se organizando predominantemente por meio da página estática, não se pode ignorar que as leituras também se dão pela ótica da não linearidade interconectada.

[155] De acordo com Del Bianco, "o IBOC era um comedor de frequências, na medida em que ele precisa de um espaço maior para modular em relação ao DRM. […] [E porque o sistema necessita de mais espaço] vai sobrar [para] a comunitária que está lá na ponta" (2011, p. 134).

No *dial*, ainda que se caracterize pela mobilidade – pois uma emissora de rádio, qualquer que seja, pode ser ouvida em qualquer canto da casa ou mesmo no receptor do carro, por exemplo –, temos uma comunicação fixa, que opera na contiguidade do cotidiano, e na linearidade cronológica do tempo. A própria localização da emissora (estúdios e antena) na comunidade também é uma delimitação, na medida em que pode atuar como ponto de referência que auxilia no deslocamento naquela determinada localidade.

Por outro lado, mesmo no espaço *essencialmente liso* da *web*, a emissora possui em estriamento um domínio (no caso da *web*, http://www...), um endereço que determina o local que ela ocupa, com começo, meio e fim e regras de navegação. Como vimos, quase sempre, entre as emissoras pesquisadas, esse endereço tem como domínio *.com.br*, normalmente associado a organismos privados e comerciais. No *www*, os *links* das RadCom determinam o "território" a ser percorrido dentro de seu domínio.

Tomemos como exemplo a Rádio Poleia FM, autorizada a transmitir na frequência de 87,9 MHz em Palestina-SP (11.051 habitantes), presente também no endereço <http://www.poleiafm.com.br>: para conhecer um pouco mais sobre a rádio na *web* basta clicar no ícone "A Rádio"; para deixar um recado é só acessar "Mural de Recados". É possível ainda pedir música, ver fotos e vídeos relacionados aos eventos da cidade, clicando nos ícones disponíveis (ver Figura 20).

Em rede, os *links* das RadCom (de)limitam um espaço passível de navegação, de forma semelhante ao movimento que se dá por entre a arquitetura urbana: o deslocamento do ponto A para o ponto B pode, eventualmente, ocorrer por rotas alternativas, mas deverá obedecer a algumas "regras" que têm sua origem na própria ocupação metrificada do espaço, por exemplo, a distribuição de ruas, bairros, os itinerários de metrô ou ônibus, etc. Assim como ocorre nas cidades, a página na *web* é navegável a partir de distintas possibilidades combinatórias matemáticas (caminho A+B+C, ou B+D, etc.).

Os *links* que levam à página da Rádio Poleia no YouTube ou ainda ao Orkut, à primeira vista, parecem constituir saídas para o espaço liso, à semelhança das "máquinas de guerra das ciências nômades". Mas, observados mais atentamente, mesmo esses "pontos de ruptura", levam a outros espaços estriados, pois também territorializados. Basta observar que tanto o próprio domínio da Poleia, seu endereço na *web*, como seu domínio no YouTube carregam o nome daquilo que representam: a rádio não precisa ser dona de um servidor, basta ter a propriedade de seu próprio nome, pois é ele que determina o local que ocupa, que estria e sistematiza a navegação.

Aliás, o *nome* é requisito fundamental para sua localização na *web*. No dial, para encontrar determinada emissora basta: 1) estar na sua área de atuação, ou seja, na área de abrangência do seu sinal; 2) apertar ou girar a tecla ou botão que seleciona as frequências disponíveis. Nesse processo há uma clara delimitação: o dispositivo receptor localizará tudo o que estiver naquela área, entre 87,5 e 108 MHz. Como vimos anteriormente, no oceano de dados do *www*, a busca pode ser bem mais difícil.

Figura 20 – Estriamentos e lisificações

Rádio Poleia FM: <www.radiopoleiafm.com.br>. Acesso em: 12 jun. 2012.
Rádio New Life FM: <http://www.newlifefm.com.br/>. Acesso em 4 jul. 2012.

Aqui, se faz necessária uma breve digressão. Ao ingressar na rede com textos, fotos e vídeos, as emissoras na *web* não "remediam" (BOLTER; GRUSIN, 2000) apenas o áudio, mas também o conteúdo dos demais "veículos" apropriados. Nesse processo de migração para a rede, acabam por desaparecer as identificações da marca do suporte de origem. Assim, só sabemos que estamos acessando a rádio New Life FM (87,5 MHz, Carapicuíba-SP, 377.260 habitantes) porque digitamos o nome da emissora: <http://www.newlifefm.com.br/>. Se o nome (que localiza na medida em que também é seu próprio endereço) e a logomarca (no canto superior esquerdo da interface) forem ocultados, não há como saber onde estamos (ver Figura 20). E, desta forma, a página da Rádio New Life FM pode ser confundida com qualquer outra página ou portal de conteúdo. Vide a popularização das páginas administráveis que provocaram a profusão das interfaces padronizadas (ver Figura 19).

Assim, a mera utilização do suporte tecnológico digital não determina automaticamente a constituição de um espaço liso ou de um meio comunicativo. Isso porque, quando migra para a *web*, a maioria das rádios comunitárias muda de suporte tecnológico, mas mantém sua tecnicidade, ou seja, mantém a tecnologia da visualidade e da sonoridade, seja porque se limita a retransmitir o conteúdo sonoro irradiado pelo espectro – 50 RadCom na *web* desta pesquisa sequer trazem o áudio analógico, enquanto a maior parte (84,87%) não publica arquivos de áudio ou programas produzidos especialmente para a *web*, por exemplo –, seja porque, quase sempre, apenas reproduzem outros modelos, como a *TV Poleia*, da Poleia FM de Palestina (ver Figura 19), ou a *TV Web Gazeta*, da Gazeta FM de Orlândia, por exemplo, ou ainda as emissoras que utilizam *webcam* no estúdio (ver Figura 17).

No entanto, como observam Deleuze e Guatarri, mesmo os espaços mais estriados podem ocultar espaços lisos, bastando para isso "movimentos de velocidade ou de lentidão" (1997a, p. 214).

Ainda que reproduza os estriamentos do meio comunicativo analógico, o suporte digital permite não apenas novas formas de produção e armazenamento, mas também de tratamento e distribuição do dado sonoro. Nesse sentido, pode levar à produção de espaços lisos no estriado. A possibilidade de capturar em tempo real o dado sonoro da rádio Poleia FM ou de qualquer RadCom na *web*, reconfigurá-lo e redistribuí-lo em rede, por exemplo, são formas de agenciamento – na medida em que não ocorrem sob demanda – que lisificam o espaço. São essas apropriações que podem construir "espacialidades libertadoras".

Como já dito, o som é um *continuum* que precisa de uma sintaxe para ganhar sentido. Isso se dá por meio do processo de seleção e de conexão operado pelo ouvinte: é ele que estabelece os *links*, os nexos; que preenche os momentos de silêncio; que confere sentido às

imagens que vão surgindo por meio do sonoro; que identifica e dá nome ao som, criando o texto sonoro.

Também na *web*, mais do que nunca, o ouvinte/usuário encontra uma imensa quantidade de *links* dispersos, cuja conexão depende da sua capacidade relacional. O problema é que a quantidade de informação dispersa não é efetivamente comunicação, uma vez que, ao contrário da informação, a comunicação supõe uma seleção entre alternativas, todas elas imprecisas. É a capacidade de conexão, que transforma uma informação em comunicação. Também no digital, esse caminho está nas mãos do ouvinte. Daí a analogia com a navegação: se ele não souber conectar os *links* dispersos, se não souber navegar, naufraga (TAPIAS, 2006).

Na Internet, o visual se expande ainda mais para os demais sentidos e, ao envolver audição e tato, perde hegemonia, na mesma medida em que a visualidade se faz cada vez mais tátil, auditiva, enfim, sinestésica[156]. O mesmo ocorre com a sonoridade. É justamente porque supõe a sinestesia que a visualidade e a sonoridade do digital trabalham na superfície, não mais na linearidade (FLUSSER, 2002, 2007, 2008). A leitura de uma página no *www* exige o fim da leitura em sequência, na medida em que o percurso não pode mais ser feito no "linha a linha" (um ponto depois do outro), mas em superfície.

Para explicar as diferenças entre o "pensamento-em-linha" e o "pensamento-em-superfície", que marcam a experiência no digital, Flusser lança mão dos pontos distintivos entre a leitura de linhas escritas e a de uma pintura:

> precisamos seguir o texto se quisermos captar sua mensagem, enquanto na pintura podemos apreender a mensagem primeiro e depois tentar decompô-la. Essa é a diferença entre a linha de uma só dimensão e a superfície de duas dimensões: uma almeja chegar a algum lugar e a outra já está lá, mas pode mostrar como lá chegou. A diferença é de tempo, e envolve o presente, o passado e o futuro (FLUSSER, 2007, p. 105).

A programação linear pode acompanhar a navegação, mas não se faz mais sozinha na Internet, na medida em que as espacialidades engendradas pelas imagens sonoras passam a ser contidas pela espacialidade da tela de um computador, que opera a partir de parâmetros distintos de reprodutibilidade, i.e., no modo de reprodução da visualidade e da sonoridade.

[156] A popularização de telas *touchscreen* nos leva à questão: estaria o futuro na ponta dos dedos? Já na década de 1980, FLUSSER destacava a "ponta dos dedos", ou "a desintegração do mundo e a existencialização da consciência humana", com um dos quatro passos do homem rumo à abstração, dentro de um modelo fenomenológico da história da cultura: "mão-olho-dedo-ponta de dedo" (2008. E o que diria Flusser diante dos dispositivos que funcionam através da respiração humana e que passaram a agregar toda a sorte de suportes? (SGARBI, 2009, p. 84).

Portanto, ainda que a programação do *dial* seja retransmitida integralmente, uma emissora de rádio na Internet demanda outros modos de leitura, agora cada vez mais polissensoriais. O próprio toque das teclas, do *mouse*, ou mesmo da tela (processo, aliás, muitas vezes sonoro) leva a essa transformação de leitura.

Para controlar e compreender os fenômenos, o pensamento lógico precisa dividir as coisas em partes, de modo a trabalhar com unidades discretas (PIGNATARI, 2005, p. 52). Nessa perspectiva, se tomarmos como critérios de análise a *remediação* de uma mídia em outra (BOLTER; GRUSIN, 2000) ou a conformação de uma *linguagem visual híbrida* (MANOVICH, 2008), os dados desta pesquisa nos levam a concluir que a maioria das páginas das RadCom na *web*, por ora, apenas remediam outras linguagens (por exemplo, o jornal impresso e a revista, a linguagem televisiva, a fotográfica, ou mesmo o rádio tradicional), se limitando à representação de um meio em outro.

Em alguns casos, não chegam nem mesmo a remediar. Tomem-se como exemplos as emissoras com página em construção, sem publicação de qualquer conteúdo, inclusive sonora; ou ainda as emissoras *off-line* que, apesar de reconfigurarem outras linguagens (impresso, foto etc.), não remediam o rádio, meio que sustenta sua existência, caso das rádios Onda Futura FM e Dynâmica FM (ver Figura 4).

Para Bolter e Grusin, a remediação pressupõe uma relação – de respeito, mas também de oposição – que se estabelece "entre duas matérias em produção e não entre duas coisas produzidas" (2000, p. 52), e por meio da qual é possível toda forma de relacionamento com os meios anteriores (2000, p. 66), pois um meio não pode operar de forma isolada. A remediação significa que as características de um meio estão representadas em outro, e:

> o novo meio pode remediar tentando absorver inteiramente o meio mais antigo, de modo que as descontinuidades entre os dois são minimizadas. O próprio ato de remediação, entretanto, assegura que o meio mais antigo não possa ser inteiramente apagado; o novo meio permanece dependente do mais antigo de maneiras reconhecidas ou não (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 47, tradução nossa)[157].

As reflexões de Pignatari (2005, p. 15-18) sobre a construção das metáforas podem nos ajudar a entender de que modo isso se dá nas RadCom na *web*. Em relação à sonoridade,

[157] Texto original: Finally, the new medium can remediate by trying to absorb the older medium entirely, so that the discontinuities between the two are minimized. The very act of remediation, however, ensures that the older medium cannot be entirely effaced; the new medium remains dependent on the older one in acknowledged or unacknowledged ways (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 47).

na maioria delas, o que temos é a replicação do meio, a mera reprodução do rádio tradicional em fluxo contínuo. Trata-se de uma metaforização no nível do significado, que se aproxima da lógica da mimese, pois se mantém em seu sentido estrito, não figurado, mas cujo funcionamento está muito próximo ao indicial-icônico, na medida em que mantém relação direta (de similaridade) com o seu referente (a transmissão da rádio no *dial*). Em poucas emissoras (ver Gráfico 4) localizamos o que poderíamos efetivamente classificar como metáforas sonoras, construídas por meio de elementos como a sonorização das páginas (independentemente das impressões que possa provocar), ou pela publicação de *podcasts* ou arquivos sonoros (que, apesar de característicos do digital, reconfiguram a linguagem radiofônica). Também um ícone por similaridade, mas que, porém, começa a se projetar sobre o eixo da contiguidade.

Já no âmbito da visualidade da interface, na maior parte dos casos, o que temos são reproduções de metáforas tradicionais, que operam tanto no nível do sentido como no da constituição do signo. O *design* das páginas, por exemplo, se mantém arraigado à ideia de que as metáforas visuais são fundamentais para permitir o entendimento por parte do usuário, para tornar "o mundo prolífico e invisível de zeros e uns perceptível para nós" (JOHNSON, 2001, p. 19). Daí o uso de elementos como o desenho de aparelhos receptores de rádio (sobretudo, modelos mais antigos), conduzindo ao *player*; a imagem de um envelope, levando ao *e-mail* da emissora etc. Ao significado icônico do envelope (envoltório externo para enviar cartas ou cartões) está superposto um referente simbólico dominante (a ideia de "correio"), cujo eixo é o da contiguidade.

Os processos de hibridação – ou seja, a possibilidade de mistura de um meio em outro, de uma visualidade em outra – se intensificam a partir do digital e vão transformar radicalmente outras duas categorias da visualidade: a temporalidade e a espacialidade. Mais do que uma simples "colagem" ou remediação de meios, a hibridação tem profundas consequências culturais.

Por um lado, no espectro eletromagnético, as imagens sonoras irradiadas caracterizam uma espacialidade fixa, marcada pela funcionalidade. Ali, cada coisa tem seu lugar: o intervalo publicitário separa blocos da programação que se vão sucedendo durante todo o dia; as entidades que ocupam a emissora funcionalizam o conteúdo etc. O que resulta em uma temporalidade que se caracteriza pelo tempo também cronológico, ou seja, claramente marcado pelo antes e o depois (ver Capítulo 1, A linguagem do meio).

Mas, por outro, ao se fazer ver na Internet, o som da rádio gera outras sonoridades e sonoplasticidades e, por consequência, diferentes visualidades e visibilidades, que propiciam

novas apropriações e conferem outros sentidos à comunidade. O som da Poleia FM, por exemplo, é composto pelo forte sotaque interiorano de seus locutores (com o "R" bem marcado e uma musicalidade distinta daquela que se verifica na capital, por exemplo), somado à música caipira (ou "de raiz") e música sertaneja comercial. Durante todo o dia, a programação é preenchida com notícias e serviços locais, notas sobre rodeio e pedidos de música. É por meio desse som que memórias, afetividades, subjetividades e sociabilidades ganham sonoplasticidade e se tornam visualmente concretas.

E qual é a comunicabilidade gerada por essa espacialidade, visualidade e sonoridade? Uma série de pontos podem ser percebidos a partir do som da Poleia FM na *web*, entre os quais: a possível segurança propiciada pela vida em comunidade; a possibilidade de compartilhamento entre iguais; os vínculos e relacionamentos sólidos; a aparente concretude das referências que constituem o humano etc. Provavelmente, essas são as visualidades que o processo de interação, amplificado pelo digital, pode gerar mesmo entre aqueles usuários sem qualquer ligação anterior com a cidade ou com a emissora.

Ainda que a análise das visualidades e sonoridades tenha apontado que a maior parte das emissoras apenas reproduza os meios tradicionais (o próprio rádio, o jornal impresso, a televisão, a carta, o telefone etc.), não podemos reduzir o novo ambiente a uma simples soma de meios. De acordo com Manovich, já não é possível falar em "colagem" de linguagem ou de veículos, pois não se trata mais de um mero agrupamento ou acomodação de linguagens, e sim da conformação de "uma nova linguagem visual híbrida de imagens em movimento" (2008, p. 103, tradução nossa)[158]. O que temos agora não seria apenas a justaposição do visual e do sonoro, ou mesmo a colagem de ambos conservando as características que são intrínsecas a cada um dos meios.

Para Manovich, teríamos uma nova linguagem que se compõe pelo audiovisual em movimento e que "enquanto hoje se manifesta mais claramente em formas não narrativas, ela também é comum em sequências e filmes narrativos e figurativos" (2008, p. 103, tradução nossa)[159]. Segundo o autor, essa nova linguagem tem se popularizado em vídeos experimentais, que são produzidos levando em conta novas formas de distribuição (MANOVICH, 2008, p. 105).

Portanto, a hibridação e as novas formas de distribuição não se resumem a uma "remediação" (BOLTER; GRUSIN, 2000), pois não se trata mais apenas da soma de

[158] Texto original: "a new hybrid visual language of moving images in general" (MANOVICH, 2008, p. 103).
[159] Texto original: "And while today it manifests itself most clearly in non-narrative forms, it is also often present in narrative and figurative sequences and films" (MANOVICH, 2008, p. 103).

diferentes partes de outras mídias: estamos diante de um "produto" absolutamente novo que se configuraria em uma nova estética: audiovisual em movimento, no nosso entender, essencialmente sinestésica. "Ou seja, o resultado do processo de hibridização não é simplesmente uma soma mecânica das partes previamente existentes, mas uma nova "espécie" – um novo tipo de estética visual que não existia antes" (MANOVICH, 2008, p. 106, tradução nossa)[160].

A esse processo, Manovich (2008) chama de "*deep remixability*", por envolver não apenas o *remix* do conteúdo de meios distintos, mas incluir ainda suas técnicas, os métodos de trabalho e os seus modos de representação e expressão. O autor parte das experiências radicais de cineastas e *designers* para a criação de uma linguagem de imagens em movimento, que emergiu entre os anos 1993-1998, para apontar as suas características definidoras: "formas variáveis que mudam constantemente, o uso de espaço 3D como uma plataforma comum para o *design* dos meios e a integração sistemática de técnicas de meios anteriormente não compatíveis" (MANOVICH, 2008, p. 93, tradução nossa[161]).

Também Flusser já divulgava, em meados da década de 1980, a conformação de uma imagem técnica "audiovisual" que não mais poderia ser vista como um *intermix*, mas como uma *superação*, uma outra coisa:

> A esta altura se torna óbvio que na imagem técnica música e imagem se juntam, que nelas música se torna imagem, imagem se torna música, e ambas se superam mutuamente. [...] não se trata de *intermix*, mas de mútua superação de música e imagem (2008, p. 146).

Nenhuma das interfaces analisadas neste trabalho pode ser tomada como um "*intermix*" ou como uma "nova linguagem visual híbrida", em função da precariedade com que realizam a simples colagem ou superposição de meios. Apesar da disponibilidade de uma série de ferramentas gratuitas para criar esses espaços – por exemplo, o aplicativo de mapa do *Google*, que permite a produção colaborativa –, as RadCom se mantêm concentradas na emulação de grandes portais, restringindo-se à reprodução da linearidade do texto escrito, dos formatos fechados de vídeo e do áudio tradicional. Bastante semelhantes, portanto, a qualquer portal de notícias, como, por exemplo, o da rádio CBN (ver Figura 21).

---

[160] Texto original: "That is, the result of the hybridization process is not simply a mechanical sum of the previously existing parts but a new 'species' – a new kind of visual aesthetics that did not exist previously" (MANOVICH, 2008, p. 106).

[161] Texto original: "variable continuously changing forms, use of 3D space as a common platform for media design, and systematic integration of previously non compatible media techniques" (MANOVICH, 2008, p. 93).

Porém, apesar de serem apenas conteúdo remediados, há uma nova conformação na passagem das emissoras para a *web*, sobretudo no que diz respeito à experiência perceptiva, que agora se faz essencialmente sinestésica. Quando migram para a *web*, as sonoridades que marcam o espectro magnético pela Poleia FM ou pela New Life FM vão se construindo sinestesicamente (na medida em que são também visuais e táteis) em conjunto com a visualidade das páginas, delineando uma nova linguagem a partir de agora construída para "ser ouvida em sendo vista", e que acreditamos não poder mais ser classificada como "radiofônica".

Figura 21 – Semelhança com os grandes portais de notícias

Home da Rádio CBN: <http://glo.bo/L8uavM>. Acesso em: 6 jul. 2012

O que temos são *imagens em som*, que se configuram quase além da própria "visualidade visual" e "sonoridade sonora", uma vez que o que resulta desse encontro é um nova articulação de imagem e uma outra articulação técnica do som. Essas *imagens em som* emergem das mediações que marcam as fronteiras entre os distintos sistemas semióticos que compõem a semiosfera, ambiente em que se dão os processos comunicativos e interativos e a construção de sentidos (LOTMAN, 1996, p. 23).

Radiodifusão sonora e RadCom na *web* constituem espaços semióticos marcados por articulações de semioses. Quando transposta para a *web*, a temporalidade da radiodifusão dá lugar a novas semioses, por exemplo, por meio de arquivos sonoros acionados sob demanda.

De forma análoga à biosfera, esse espaço semiótico cultural permite que códigos culturais, distintos textos e linguagens sejam acessados e combinados por meio das semioses, levando às representações e traduções sígnicas que estruturam a cultura. De acordo com Lotman, assim como tijolos que fazem uma parede, "todo o espaço semiótico pode ser considerado como um mecanismo único (senão, um organismo). Então, é primário pensar em um ou outro tijolinho, senão no "grande sistema", denominado semiosfera" (1996, p. 24, tradução nossa[162]).

Desse modo, o sistema não é formado por conjuntos isolados, mas por textos e linguagens que se multiplicam, se transformam e se reproduzem pelas contaminações que decorrem das fronteiras que tanto os separa como os une. Traço característico da semiosfera, a fronteira é, assim, mecanismo que permite a tradução de um texto de outras linguagens para dentro da semiosfera, consistindo na soma "dos tradutores-'filtros' bilíngues", cuja função é "a separação do que lhe é próprio em relação ao estranho, a filtragem de mensagens externas e a tradução destas para a própria linguagem, assim como a conversão das não-mensagens externas em mensagens, isto é, a semiotização do que entra de fora e sua conversão em informação" (1996, p. 24; p. 26, tradução nossa[163]).

Portanto, de modo semelhante à noção matemática, o conceito de fronteira está relacionado não com a separação entre conjuntos, mas com uma linha que põe em relação o que está dentro com o que está fora e vice-versa, por meio dos filtros que organizam os processos tradutórios. Esse funcionamento guarda muitas semelhanças com o entendimento de McLuhan das relações dos meios na cultura, para quem:

> A luz elétrica é informação pura. É algo assim como um meio sem mensagem, a menos que seja usada para explicitar algum anúncio verbal ou algum nome. Este fato, característico de todos os veículos, significa que o "conteúdo" de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo (McLUHAN, 2007, p. 22).

[162] Texto original: "todo el espacio semiótico puede ser considerado como un mecanismo único (si no como un organismo). Entonces resulta primario no uno u otro ladrillito, sino el "gran sistema", denominado semiosfera" (LOTMAN, 1996, p. 24).

[163] Texto original: "la separación de lo propio respecto de lo ajeno, el filtrado de los mensajes externos y la traducción de éstos al lenguaje propio, así como la conversión de los no-mensajes externos en mensajes, es decir, la semiotización de lo que entra de afuera y su conversión en información" (LOTMAN, 1996, p. 26).

O "híbrido, ou encontro de dois meios" (McLUHAN, 2007, p. 75), é o que resulta das mediações nas fronteiras entre os textos e as linguagens, em processos que não são lineares, mas heterogêneos e irregulares. Isso porque, quanto mais próximas das fronteiras, mais frágeis as estruturas e mais acelerados e intensos os processos de tradução, pois as formações periféricas possuem menor coesão formal do que os seus "núcleos duros" ou centro definidor (MACHADO, 2007, p. 59). A intensidade das mediações na periferia, por sua vez, "estimula um impetuoso aumento semiótico-cultural e econômico da periferia, que move aos centros as suas estruturas semióticas, oferece líderes culturais e, em resumo, conquista literalmente a esfera do centro cultural" (LOTMAN, 1996, p. 28, tradução nossa[164]), fazendo surgir uma nova forma.

As *imagens em som* nascem, portanto, dos intensos processos tradutórios que se dão nas fronteiras porosas entre a "visualidade visual" e a "sonoridade sonora" das RadCom na *web*, por sua vez, postas em diálogo e intensa circulação de mensagens e textos não apenas com o rádio tradicional, mas também com muitas outras linguagens. O *podcast* ou outros arquivos sonoros inserem-se nessa lógica.

O fenômeno que vai se conformando – e que, a nosso ver, não pode mais ser chamado "rádio", ainda que, por ora, seja apenas fortemente marcado pelas remediações entre meios, sendo a linguagem radiofônica predominante – tem como características:

1) a reconfiguração das práticas e trocas comunicacionais, agora organizadas na lógica das redes que põe tudo e todos em conexão e em comunicação, em uma intensa circulação de mensagens sensórias. Sob o imperativo da "busca voraz de fluidez" (SANTOS, 2009, p. 274), o ouvinte dá lugar ao usuário/interator, transformando a relação comunicativa que justifica a RadCom no *dial* em uma vinculação essencialmente interativa. A própria mudança de acesso ao dispositivo *rádio* provoca esse questionamento. O rádio virou um *app*, possível de ser carregado em qualquer dispositivo móvel ou, inclusive, nos de mesa, como no *desktop*. O aparelho rádio (em sua forma original) se mostra cada dia mais obsoleto, diante das novas possibilidades de acesso ao meio: hoje é possível, por exemplo, graças à tecnologia e aos *softwares*

[164] Texto original: "Esto estimula un impetuoso auge semiótico-cultural y económico da periferia, que traslada al centro sus estructuras semióticas, suministra líderes culturales y, en resumidas cuentas, conquista literalmente la esfera del centro cultural" (LOTMAN, 1996, p. 28).

que falam entre si, ligar um dispositivo que ainda chamamos TV e, por comando de voz ou gesto, acionar um *app* de alguma emissora de rádio. Essa mudança paradigmática coloca por terra os dispositivos conhecidos como "*mídia*", entre os quais a TV e o rádio, e o modo como ainda se pensa as práticas e a construção dos meios. As redes sociais, determinantes para essa mudança, são o melhor exemplo.

2) Essas novas práticas vão sendo conformadas em um novo ambiente comunicativo, altamente dispersivo da *web*, em que há um deslocamento da predominância de *temporalização do espaço*, promovida pela linearização da organização da mensagem radiofônica no *dial* e pelo tempo mecânico da difusão, para eixo da *espacialização do tempo* nas práticas sociais. Por outro lado, no entanto, no processo de seleção de *links* para construção de sentidos, o usuário acaba por impor novamente o predomínio do eixo temporal sobre o espaço.
3) O sentimento de vizinhança, que marca as relações nas comunidades onde as RadCom estão inseridas, desloca-se para um sentimento de pertença ainda fortemente *tópica*, na medida em que mantém a comunidade como eixo, mas em uma espacialidade que se faz *ur-tópica*, pois pode também estar ligada à ideia de pertencimento à origem, ao território geograficamente delimitado, como pode comportar a ideia de um *topos* originário, embora se deslocando da origem para o percurso percorrido.

Sobre essas questões, nos debruçaremos agora.

Capítulo 3 –
Muito além do rádio

3.1 As noções fundantes das RadCom nos fluxos dos espaços em rede

Sistemas complexos, os princípios considerados fundantes da radiodifusão comunitária no Brasil – como as noções de cidadania, participação popular, comunidade e espaço público – adquirem distintos sentidos e percepções, de acordo com a perspectiva a partir da qual são abordados. No espectro eletromagnético, já discutimos as acepções a partir de três pontos de vista: 1) do movimento pela democratização da comunicação e, por consequência, do espectro eletromagnético no Brasil, cuja ação intensa nos anos 1980 levou à legalização da Radiodifusão Comunitária em 1998; 2) do entendimento legal, ou seja, como tais noções acabaram por ser delimitadas na Lei n. 9.612/98; 3) e, finalmente, as apropriações daquelas noções primordiais e caras à causa das RadCom por parte das lideranças comunitárias, i.e., o modo como tais princípios são construídos na dinâmica mesmo das emissoras (FERREIRA, 2006, p. 247-271).

Agora, retomamos a questão para verificar as distintas possibilidades de acepções e construções dos mesmos conceitos estruturantes a partir da transposição das emissoras comunitárias legalizadas para o ambiente do *www*. Comunidade, cidadania, participação popular: como pensar essas noções, definidoras da ideia de RadCom legalizada no Brasil, quando da sua transposição para os espaços de fluxos? Sem perder de vista a *comunidade* localizada geograficamente e que lhes dá sentido de existência no *dial*, quais as sociabilidades que se colocam em uma RadCom na *web* e de que forma elas podem, por exemplo, deslocar a discussão do conceito de comunidade para o de rede e o conceito de participação popular para distintas possibilidades de mediação e interação?

De acordo com Castells, controlar a comunicação e a informação é controlar o poder, seja no nível macro (do Estado e das grandes corporações de media), seja no nível micro (toda a sorte de organização):

> Poder é mais do que comunicação, e comunicação é mais do que poder. Mas o poder se baseia no controle de comunicação, como contrapoder depende de romper tal controle. E a comunicação de massa, a comunicação que potencialmente atinge a sociedade como um todo, é moldada e gerida por relações de poder, enraizadas no negócio dos meios de comunicação e nas políticas do Estado. Poder de comunicação está no cerne da estrutura e dinâmica da sociedade" (CASTELLS, 2009, p. 3, tradução nossa[165]).

[165] Texto original: “Power is more than communication, and communication is more than power. But power relies on the control of communication, as counterpower depends on breaking through such control. And mass communication, the communication that potentially reaches society at large, is shaped and managed by power relationships, rooted in the business of media and the politics of the state. Communication power is at the heart of the structure and dynamics of society” (CASTELLS, 2009, p. 3).

No âmbito das RadCom que ocupam o *dial*, sobretudo entre os estudiosos do tema e as lideranças da luta pela radiodifusão comunitária, a ideia da democratização da comunicação (e, por extensão, do controle dos meios de comunicação) está umbilicalmente ligada à ideia de democratização da sociedade por meio do fortalecimento da *cidadania*. A garantia de informar e ser informado, portanto, o direito fundamental de comunicação e, por consequência, a liberdade de livre manifestação da opinião e do pensamento, é entendido como pressuposto para o exercício da cidadania.

Esse é o cerne do pensamento encontrado em autores como Peruzzo (1998), Cogo (1998), Silveira (2001), Coelho Neto (2002), Downing (2002), López Vigil (2003), Paiva (2007), por exemplo, e em toda uma série de documentos, Pactos, Cartas, Declarações, Fóruns[166] etc., que embasaram a luta para criação das rádios comunitárias no Brasil, bastante intensa a partir dos anos 1980.

Assim, na busca incansável do "exercício da cidadania", os meios *alternativos* surgiriam como articuladores de processos de resistência, ao atuarem como dispositivos de *contrapoder* (CASTELLS, 2009, 2008, 2007), capazes de gerar *contrainformação* (DELEUZE, 1987) que possa confutar o discurso dos grandes grupos de comunicação, por meio de ações de resistência (FOUCAULT, 2005, 1997).

Exemplo interessante é o da Rádio Muda que, desde o início dos anos 1990[167], transmite a partir da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), SP. Criada por estudantes e comandada por um Coletivo, a Muda se define como uma rádio livre e, por isso, resiste e não aceita ser legalizada, apesar de ter sido lacrada e ter os equipamentos apreendidos em inúmeras ocasiões. Em seu texto de "Apresentação" na *web*, a emissora se coloca como alternativa ao "monopólio das grandes empresas de comunicação", defendendo em seu manifesto: "não acredite no que você vê, ouve ou lê na mídia... acredite em você mesmo!!!! Crie sua própria mídia"[168].

---

[166] Por exemplo, o Pacto de São José da Costa Rica (ou Convenção Americana de Direitos Humanos, de 1969), a Declaração Internacional de Chapultepec (1996), Fórum Nacional da Declaração de Chapultepec (2000), as plenárias do FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, criado em 1991, transformado em entidade em 1995 e ainda atuante), entre outros.

[167] No próprio *site* da emissora há um alerta sobre as controvérsias em relação à data e circunstâncias de criação da Rádio Muda. Em um dos textos, assinado por Osmar Coelho, somos informados de que a ideia de criar a emissora remonta da década de 1960, mas o projeto só foi retomado a partir de 1991. Ver: <http://bit.ly/Kaq8Po>. Acesso em: 25 jan. 2012.

[168] Ver: <http://bit.ly/KYu7zK>. Acesso em: 25 jan. 2012.

E se “as redes de poder são geralmente globais, enquanto a resistência de contrapoder normalmente é local” (CASTELLS, 2009, p. 52, tradução nossa)[169], no *dial*, a radiodifusão comunitária articula-se como um modo de resistência, organizada a partir do espaço de *lugare*s, de certo modo, posta em oposição à complexidade dos espaços de fluxos ver Capítulo 1, 1.3 O contexto do digital e do *www*). Nesse sentido, tem fundamento a afirmação de Peruzzo de que as verdadeiras RadCom “seriam aquelas que, tendo como finalidade servir à comunidade, podem contribuir efetivamente para o desenvolvimento social e a *construção da cidadania*” (1998, p. 253, grifo nosso), além de trabalhar para a democratização da comunicação; não possuir fins lucrativos, desenvolver uma programação voltada à comunidade onde está inserida; envolvê-la em um sistema de gestão coletiva; promover a interatividade, levando em conta a participação da comunidade em todos os níveis; manter compromisso permanente com o desenvolvimento da *cidadania* (PERUZZO, 1998, p. 257-258).

No entanto, se entre pesquisadores do tema e militantes da liberdade de expressão – e, por consequência, da democratização do controle dos meios –, o *fortalecimento da cidadania* é palavra-chave na delimitação de uma emissora comunitária, a questão não parece constar, necessariamente, da pauta de discussões das lideranças comunitárias envolvidas diretamente na gestão das rádios legalizadas: na pesquisa que embasou a nossa dissertação de Mestrado, apenas um dirigente comunitário[170] destacou o compromisso com o fortalecimento da cidadania como desafio e objetivo cotidiano de uma entidade comunitária, o fator impulsionador e a própria justificativa de existência da RadCom:

> [A rádio comunitária] É um canal de radiodifusão para organizações de natureza comunitária, que não tem uma finalidade econômica, e que sua programação se volte como espaço aberto para grupos organizados, para a comunidade. Nós temos que ser uma rádio que fortaleça a cidadania. Essa noção de cidadania tem que estar permeada na natureza de uma rádio como essa (Líder da Rádio 1B apud FERREIRA, 2006, p. 136).

Mas mesmo sendo termo recorrente para justificar o papel e a importância das RadCom, refletir conceitualmente sobre cidadania não é tarefa das mais simples, em função de sua complexidade e das diferentes compreensões pelas quais o termo tem passado nas

[169] Texto original: “the networks of power are usually global, while de resistance of counterpower is usually local” (CASTELLS, 2009, p. 52).
[170] Foram entrevistados 22 lideres comunitários de 21 rádios comunitárias legalmente constituídas, representando 62% das outorgas concedidas para a região Noroeste do Estado de São Paulo até aquele momento (2005).

sucessões dos momentos históricos. A partir de meados dos anos 1980, por exemplo, com o processo de redemocratização e o consequente fortalecimento da luta pelos direitos individuais e a ocupação de novos espaços de luta política, a cidadania passou a ser tema explorado por setores expressivos da sociedade, a tal ponto de tornar-se correlata de boa educação e civilidade.

Assim como o que ocorre com “espaço público” e “comunidade”, outros termos caros à radiodifusão comunitária no Brasil, o uso indiscriminado do termo cidadania levou a distorções de sentido, algumas excessivamente reducionistas: apagar a luz ao deixar um local, ceder o banco a uma pessoa idosa ou mesmo jogar o lixo em local adequado, por exemplo, são consideradas ações, em tempos correntes, de cidadania ao invés de indício de boa educação. “Cidadania virou gente”, alerta o pesquisador José Murilo de Carvalho (2001, p. 7). Parafraseando Carvalho, comunidade e espaço público também “viraram gente”.

Contextualizemos a questão. A cidadania tem sua origem relacionada ao surgimento da vida nas cidades, quando o homem se depara com seus direitos e deveres de cidadão, período que nos remete à *polis* grega. A principal característica da chamada *cidadania clássica* é que ela era intrínseca ao indivíduo, na medida em que sua vida não poderia ser dissociada da própria vida da coletividade.

Já nos séculos XVII e XVIII, em busca de impor normas que limitassem o poder monárquico e ao mesmo tempo permitissem uma nova organização em substituição ao sistema feudal, as chamadas revoluções burguesas (a Revolução Inglesa, a Revolução Americana e, sobretudo, a Revolução Francesa) acabaram responsáveis por um novo ordenamento jurídico – chamado Estado de Direito – que reconhece todos os homens iguais perante a lei, ou seja, igualdade de cidadãos.

Essas normas, nas quais ficam estabelecidos os direitos iguais a todos, irão, mais tarde, inspirar a Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948) e acabam por estruturar a moderna concepção de cidadania. Estão presentes também na Constituição Brasileira, de 1988, chamada “Constituição Cidadã”, que garante como fundamental o direito de informar e de ser informado. O artigo 5º (Capítulo I – Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos), por exemplo, estabelece que “todos são iguais perante a lei” e garante a “inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade”, determinando em seus incisos que:

> IV – *é livre a manifestação do pensamento*, sendo vedado o anonimato; [grifo nosso]

> [...]
> IX – é livre a expansão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;
> [...]
> XIV – é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.

O conceito moderno de cidadania é, portanto, construído a partir dos três direitos básicos do homem, que não podem ser desvinculados, uma vez que só estão garantidos ou podem efetivar-se quando em conjunto: os direitos civis, políticos e sociais. Os direitos civis são centrados na liberdade individual (liberdade de pensamento e de expressão, garantia de ir e vir, liberdade de religião e liberdade econômica, igualdade perante a lei etc.). Os direitos políticos incluem os direitos eleitorais e a liberdade de filiação a um partido político, por exemplo, o que implica na participação democrática dos cidadãos nos rumos a serem tomados pelo Estado. Finalmente, os direitos sociais referem-se ao atendimento das necessidades básicas do indivíduo (saúde, educação, alimentação, moradia, trabalho e salário justo, aposentadoria, segurança etc.), o que implica a ação decisiva (e eficiente) do Estado para sua garantia. Como alerta Lima:

> Na verdade, o *direito à comunicação* perpassa as três dimensões da cidadania, constituindo-se, ao mesmo tempo, em direito civil – liberdade individual de expressão –, em direito político – através do direito à informação –, e em direito social – através do direito a uma política pública garantidora do acesso do cidadão aos diferentes meios de comunicação (2011, p. 220).

Por essa perspectiva, a prática da cidadania pressupõe, de um lado, uma sociedade organizada dedicada não só à reivindicação de seus direitos e à luta pela apropriação de espaços, mas também ao esforço de divulgar a toda a população o seu direito inafiançável de reivindicar direitos; e de outro lado, a implantação de políticas públicas de comunicação que possam garantir a toda a população o seu direito à comunicação. É por isso que a legalização das rádios comunitárias no Brasil em 1998 pode ser entendida como um processo de criação de espaços onde se mantém viva a noção de direito de acesso aos meios (como um direito de *cidadania*) e, ao mesmo tempo, de fomento à instalação de instrumentos a serviço da ampliação dos direitos e deveres cidadãos.

Assim, por meio da Lei n. 9.612/98, em seu artigo 3, inciso V, cumprindo seu papel ordenador, o Estado atua no sentido de fixar tais pressupostos, determinando que uma RadCom deve "permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível". E no artigo 4º, inciso IV, parágrafo 3º da Lei de Radiodifusão Comunitária, o Estado determina em que consiste tal participação, estabelecendo para garantia do interesse público que:

> § 3º Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária.

E se cidadania implica direitos e deveres, a participação é, dentre os deveres, aquele que permite o exercício direto da democracia na medida em que é por meio da participação que "aprendemos a eleger, destituir, fazer rodízios no poder, exigir a prestação de contas, desburocratizar, intervir para que ações e políticas sirvam aos interesses dos destinatários, formar autênticos representantes da comunidade" (PERUZZO, 1998, p. 280).

No entanto, como discutido anteriormente, é importante observar que mesmo o termo participação se presta a uma série de interpretações, pois o ato de participar pode se dar em diferentes níveis: na radiodifusão comunitária, por exemplo, a participação pode envolver desde o simples e passivo papel de ouvinte até níveis mais elevados de gestão e administração, passando pela produção de conteúdo.

O problema é que a caracterização da participação em "níveis", "escalas", pressupondo uma sucessão linearmente estabelecida, como aquela proposta por Peruzzo/Utreras[171], parece ter pertinência com a ideia de participação organizada, coesa, cuja adesão em bloco concentra-se em pessoas, programas ou instituições; com certas configurações socioculturais, às quais García Canclini chama de "modernidade ilustrada" (2008, p. 56), na qual as condições de exercício de cidadania pressupõem um Estado capaz de regular e proteger as formas de seu exercício tanto no âmbito dos direitos políticos como no de direitos civis e sociais. Em outras palavras, uma cidadania cuja ação se dá nas fronteiras bem delimitadas de um Estado que ainda detém o monopólio de poder sobre a constituição de

[171] Ver Capítulo 1, 1.1 O surgimento das RadCom.

imaginários e as decisões relativas à vida coletiva de uma "sociedade nacional" (IANNI, 1994).

Ocorre que, com a nova fase de reestruturação do capitalismo, intensificada a partir dos anos 1980 – o capitalismo da sociedade informacional (CASTELLS, 1999a) –, o Estado abdicou de ter papel central na vida das pessoas, inclusive no que diz respeito à proteção social e à organização da vida socioeconômica, ao mesmo tempo em que o desenvolvimento dos meios de comunicação reordenou as formas de comunicação entre as pessoas e o modo de veiculação dos debates que, antes centrados na leitura e escrita, em sistemas verticalizados de transmissão de mensagem, deslocam-se para o eixo audiovisual-digital, portátil e móvel, marcado pela horizontalidade das trocas, provocando profundas mudanças no que entendemos hoje como cultura e organização social.

Nesse novo ambiente culturalmente globalizado, economicamente interdependente, multimidiático e multicontextualizado, as identidades passaram a ser organizadas, reestruturadas e redefinidas incessantemente não mais por um ou outro meio de comunicação preponderante (a televisão, por exemplo), mas pelo conjunto das "vias de comunicação", transformando-se em uma "coprodução" híbrida na medida em que cada relato é reconstruído com os "outros", mesmo que em condições desiguais para os diferentes atores e, por isso, marcado por conflitos de coexistência (GARCÍA CANCLINI, 2010, p. 136-138 e 145).

Baseadas em identidades híbridas e multiculturais, inacabadas e fragmentadas, as relações sociais perderam a sua estabilidade estrutural e passaram a ser movidas por grande informalidade, não apenas no mercado de trabalho ou no consumo, mas também em todas as áreas da vida social, como a política, por exemplo. Por isso, "desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre à rádio e à televisão para conseguir o que as instituições cidadãs não proporcionam: serviços, justiça, reparações ou simples atenção" (GARCÍA CANCLINI, 2010, p. 39). Como consequência do desmanche do Estado, agentes tradicionais, como partidos, sindicatos, intelectuais formadores de opinião, foram sendo substituídos por veículos de comunicação responsáveis por novas articulações entre o público e o privado, por meio da produção desmedida de imagens consumíveis (DEBORD, 1997; BAUDRILLARD, 2010)[172].

[172] Sobretudo nas edições locais de seus programas jornalísticos, as emissoras de rádio e TV tomam para si a função de fiscalizadores do poder público e da qualidade dos serviços oferecidos aos cidadãos. Alguns mais comedidos, outros mais popularescos, proliferam programas, reportagens e quadros como o "SP Comunidade", apresentado pelo jornalista Márcio Canuto, diariamente, na primeira edição do telejornal SPTV, da Rede Globo, que vai ao ar de segunda-feira a sábado, ao meio dia. Por serem, normalmente, programas de grande audiência, esse novo papel desempenhado pelos meios é claramente marcado por grandes interesses mercadológicos,

Ao mesmo tempo, nas decisões políticas coletivas, o cidadão coloca cada vez mais seu próprio bem-estar como centro de suas preocupações e como critério das suas escolhas políticas[173]. García Canclini observa que esse processo pode ser entendido tanto como uma despolitização daqueles ideais iluministas de democracia quanto como um processo de expansão da noção política de cidadania, que, ultrapassando os direitos essenciais, passou a incluir direitos como habitação, educação, saúde e, sobretudo, direitos de apropriação de outros bens de consumo (2010, p. 14). Destarte, ao invés de se dissolver *no* e *pelo* consumo, a noção de cidadania transforma-se em instância imbricada *com* o consumo privado de bens e *com* os meios de comunicação de massa. Trata-se de uma nova dimensão, a de "cidadania cultural", uma vez que:

> [...] quando se reconhece que ao consumir também se pensa, se escolhe e reelabora o sentido social, é preciso analisar como esta área de apropriação de bens e signos intervém em formas mais ativas de participação do que aquelas que habitualmente recebem o rótulo de consumo. Em outros termos, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos (GARCÍA CANCLINI, 2010, p. 42)[174].

Para Santos, ao contrário, a associação consumo-cidadania não pode ser tomada como constitutiva. Tampouco se dá sem conflitos, pois envolve, sobretudo em países como o nosso, um quadro mais complexo, no qual um "consumidor mais-que-perfeito" (na medida em que subjugado pela força ideológica e material do consumo e pelo jogo do mercado) tende a se sobrepor ao ser-cidadão.

O consumidor (seja de bens materiais, imateriais ou culturais) não é, forçosamente, um cidadão. Enquanto "o consumidor (e mesmo o eleitor não cidadão) alimenta-se de parcialidades, contenta-se com respostas setoriais, alcança satisfações limitadas, não tem o

---

gerando uma relação às vezes conflituosa, às vezes de alianças de interesse com a classe política. Sobre esse tema ver GARCÍA CANCLINI (2011, 2010).

[173] Não à toa, nos últimos 17 anos no Brasil, com a estabilidade econômica proporcionada pelo Real, as políticas públicas têm sido voltadas no sentido de erradicar a pobreza, aumentando a renda e propiciando um crescimento do consumo entre os mais pobres. Em 2010, por exemplo, a então candidata à Presidência, Dilma Rousseff, trazia como promessa de campanha em seus programas políticos *transformar os pobres em consumidores*. Ver: Brasil transforma os mais pobres em novos consumidores. Disponível em: <http://bit.ly/NACyST>. Acesso em: 17 jan. 2012. Também não é por acaso que a maior instituição financeira pública do País, o Banco do Brasil, oferece em seu "Perfil Cidadão", na internet, informações detalhadas sobre obtenção de crédito para possibilitar o consumo da nova e cada vez mais numerosa "classe C". Disponível em: <http://bit.ly/KrBX8t>. Acesso em: jan. 2012.

[174] GARCÍA-CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização**.** Tradução de Maurício Santana Dias. 8 ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2010.

direito ao debate sobre os objetivos de suas ações públicas ou privadas" (SANTOS, 2012, p. 57), o cidadão é ser multidimensional, "consumidor imperfeito", porque não submisso e não conformista, permanentemente ocupado com o trabalho de consolidação do "homem livre", liberto, inclusive, da miragem consumista que opacifica a consciência.

Se, por um lado, merece reflexão o argumento de Santos, por outro, não é possível desconsiderar que, maximizando-se através dos meios técnicos eletrônico-digitais, o deslocamento da noção de cidadania em direção às práticas de consumo gera novas maneiras de se conceber os vínculos com a comunidade, de se apropriar do local e realizá-lo. Assim como o conceito de cidadania e "as noções de sociedade, estado, nação, partido, sindicato, movimento social, identidade, território, região, tradição, história, cultura, [...] e outras não se transferem nem se adaptam facilmente" (IANNI, 1994, p. 153), também a ideia de comunidade exige novas interpretações a partir das relações que se estabelecem com a "sociedade global".

Da clássica dicotomia entre *gemeinschaft* (a comunidade em si) e *gesellschaft* (associação), proposta em 1887 pelo sociólogo Ferdinand Tönnies (2002) para descrever duas formas de organização social, passando pelas "comunas" *hippies* dos anos 1960 e 1970 e por novos ecossistemas socioculturais, às redes sociais que se organizam no espaço numérico-digital, nos deparamos com distintas possibilidades de acepções que vão sendo construídas diacrônica e sincronicamente. A "comunidade" postulada pelos movimentos sociais pela democratização de ondas no Brasil, por exemplo, em poucos aspectos se assemelha àquela delimitada pela Lei n. 9.612/98 ou mesmo àquela que cotidianamente se desenha na dinâmica das RadCom legalizadas que operam no *dial*.

Para fundamentar tais distinções, também é necessário que façamos uma breve incursão à perspectiva histórica e aos domínios da teoria sociológica. Abrangente, polissêmico, afeito a inscrições de sentidos de várias ordens, o termo *comunidade* tem sido bastante usado nos últimos anos, sobretudo, para denotar algo que geralmente é bom, uma sensação que remete a "coisa boa" (DOWNING, 2002, p. 73; BAUMAN, 2003, p. 7); uma ideia que alude ao congraçamento coletivo, entendimento compartilhado e evoca um "espírito comum" (SODRÉ, 2007, p. 7).

De origem latina (etimologicamente datado de meados do século XIII, *communitas, átis*, que pertence a muitos ou a todos, público, comum), o termo comunidade abriga significações da seguinte natureza: *comunhão* (uma comunidade de interesses afins); *sociedade* (as leis atingem toda a comunidade); *agrupamento* a partir de aspectos sociais, econômicos, culturais ou geográficos em comum (a comunidade latino-americana);

vinculação profissional (comunidade médica); *comunhão da mesma crença ou ideal* (a comunidade evangélica); *grupos étnicos minoritários* (a comunidade judaica); definição de *organismos vivos* que fazem parte de um mesmo ecossistema e interagem entre si (na ecologia, a biocenose); *interesses comuns* (comunidade virtual).

Do ponto de vista social, trata-se de um agrupamento de pessoas com identidades e interesses comuns, cuja forte coesão é baseada no consenso espontâneo dos indivíduos que a compõem e se organizam dentro de um conjunto de normas, "um conjunto de indivíduos que, em razão de fatores de natureza social (geográficos, históricos, culturais, raciais etc.), têm em comum certas características que os distinguem de outros grupos no mesmo meio e na mesma ocasião"[175]. Ou seja, qualquer tipo de agrupamento tem sido denominado *comunidade*, de um bairro às redes sociais.

"Invenção da Modernidade" (PALÁCIOS, 2001, p. 1), desde o século XVII, ainda que de modo mais intenso a partir das sociedades industriais mais complexas do século XIX, a palavra comunidade passou a ser pensada a partir de seus sinais distintivos em relação à sociedade, sendo comunidade mais imediata e próxima que a sociedade (WILLIANS, 2007, p. 103). Nesse sentido, em 1887, o sociólogo alemão Ferdinand Tönnies propõe um modelo dicotômico para pensar os agrupamentos sociais: a comunidade (*Gemeinschaft*), privada e íntima, informal e afetiva, de certa forma homogênea e duradoura, relacionada à "vida real e orgânica"; e a sociedade (*Gesellschaft*), que é pública e formal, passageira e aparente, comumente relacionada à sociedade urbana industrializada, marcada pelas relações distantes e impessoais.

Nos dois casos, o agrupamento se dá de forma pacífica. A diferença é que, na primeira forma, a relação entre os sujeitos seria marcada por uma "vontade natural" (*Wesenwille*), que os manteria ligados organicamente; já na segunda, a relação se daria a partir da "vontade racional" ou artificial (*Kürwille*), mantendo seus integrantes "essencialmente separados, apesar de tudo que os une" (TÖNNIES, 1995, p. 252).

Na sociedade, organizada a partir da aceleração do processo de industrialização, as pessoas estariam mais preocupadas com as vantagens individuais e, portanto, as ações empreendidas visariam, sobretudo, atender o próprio interesse. Assim:

> Na sociedade, cada um está por si e isolado, e em um estado de tensão perante todos os outros. As esferas particulares de atividade e poder soam nitidamente limitadas pela relação com os demais, de tal modo que cada um

[175] Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br>. Acesso em: 17 jul. 2012.

> se defende do contato com os demais e limita ou proíbe a inclusão destes em suas esferas privadas, sendo tais intrusões consideradas atos hostis. (TÖNNIES, 1995, p. 252).

Diferentemente, na comunidade, Tönnies aponta três possibilidades de convivência ou vida comunitária, as três "estreitamente ligadas entre si no tempo e no espaço" e construídas a partir de laços de união e de afetividade, da solidariedade mútua e dos valores compartilhados: por parentesco (laços sanguíneos, que tendem a se manter, ainda que apenas como memória), pela vizinhança (a vida em comum em uma localidade), pela amizade (reconhecimento mútuo entre aqueles que compartilham uma atividade). Ele não escolhia qualquer uma das formas em particular como a "mais comunitária", provavelmente por acreditar que a vivência comunitária não poderia prescindir de nenhuma delas (PAIVA, 2007, p. 135).

Grosso modo, esse modelo poderia nos levar a pensar, de forma simplista, que as culturas tradicionais, pré-industriais, se enquadrariam em comunidade (*Gemeinschaft*) e as mais modernas ou "avançadas", pós-industriais, no tipo sociedade (*Gesellschaft*). No entanto, como alerta Pertti Töttö, "a natureza dos conceitos de Tönnies será compreendida de modo totalmente equivocado, se lermos o conceito *Gemeinschaft* como uma descrição de alguma antiga vida rústica, como faz a maior parte de seus críticos", uma vez que tal conceito diz respeito a uma "certa forma ideal das relações sociais, que não existe como tal no mundo real" (TÖTTÖ, 1995, p. 50). Assim, alerta Tönnies, todo estado de cultura ou sociedade possui os dois elementos, comunidade (*Gemeinschaft*) e sociedade *(Gesellschaft*), "simultaneamente presentes, isto é, misturados" (apud TÖTTÖ, 1995, p. 50).

Em resumo, é em Tönnies que encontramos os três eixos principais sobre os quais ainda hoje se costuma pensar uma comunidade: a que se estabelece a partir de laços de parentesco, envolvendo características intensas de afeto e solidariedade (*parentesco ou consanguinidade*); a comunidade definida territorialmente (*vizinhança ou proximidade*); e aquela que surge pelo compartilhamento de interesses comuns (*amizade ou espiritual*) – perspectiva muito usada nos estudos atuais sobre relacionamentos por meio da tecnologia.

O que vemos atualmente é uma espécie de "retorno da comunidade" (PAIVA, 2007), em função, sobretudo, da necessidade de se repensar a *identidade* diante da globalização e da complexidade do mundo que se nos apresenta. Certamente, é essa ideia de comunidade que fornece a base conceitual e ideológica para a elaboração da Lei n. 9.612/98.

Como discutido anteriormente, o chamado *Serviço de Radiodifusão Comunitária* (Lei n. 9.612/98) determina que as RadCom devem atender a *comunidade* onde estão instaladas, ajudando no "desenvolvimento local mediante a divulgação de eventos culturais e sociais, *acontecimentos comunitários* e de utilidade pública. É o cidadão exercendo a sua cidadania através do *convívio comunitário*"[176].

Do ponto de vista legal, a concepção do termo comunidade é restrita, confusa e equivocada. Em seu artigo 1º, a Lei considera que a *comunidade atendida* deve referir-se à área atingida por um serviço de radiodifusão "em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita":

> § 1º Entende-se por baixa potência o 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.
> § 2º Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila.

Já no Capítulo I (Das Generalidades) do Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária, aprovado pelo Decreto n. 2.615 de 3 de junho de 1998, fica determinado que "a cobertura restrita de uma emissora do RadCom é a área limitada por um raio igual ou inferior a *mil metros* a partir da antena transmissora, destinada ao atendimento de determinada *comunidade de um bairro*, uma *vila* ou uma *localidade de pequeno porte*"[177]. Assim, a lei estabelece como *comunidade* a área atingida por um raio de mil metros o que, quase nunca, corresponde a um "*bairro*, uma *vila* ou uma *localidade de pequeno porte*".

Retomemos como exemplo a Rádio Poleia FM[178], instalada em Palestina (noroeste do Estado de São Paulo), município com 11.051 moradores espalhados em uma área de 695 quilômetros quadrados, sendo 1.863 deles na área rural (Censo 2010). Ou seja, se considerarmos como *comunidade* apenas aqueles moradores que residem próximo à antena da emissora – aqueles que habitam no raio de um quilômetro a partir da antena, conforme estabelece a lei – veremos que quase 17% dos habitantes de Palestina, que estão na zona rural, não se enquadram (pelo menos legalmente) na *comunidade palestinense* determinada pela Lei. A rigor nem mesmo o morador de ruas situadas nos extremos da pequena cidade poderiam ser classificados como "comunidade da Poleia FM". E o que os diferenciaria,

---

[176] Cartilha "O que é uma Rádio Comunitária?", criada pelo Ministério das Comunicações. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/sites/600/695/00000537.pdf>. Grifos nossos. Acesso em: 20 jun. 2008.
[177] Grifos nossos.
[178] Opera na frequência 87,9 MHz e no *site* <www.radiopoleiafm.com.br>. Acesso em: maio 2012.

então? O que distinguiria o palestinense que reside em Duplo Céu, distrito de Palestina, ou em qualquer propriedade rural do município, daquele que está a poucos metros da antena da emissora?

Mas a visão restritiva e territorializada do espaço não se limita aos ditames legais, pois também os radiodifusores comunitários "traçam uma associação direta entre comunidade e a cidade e seus moradores. Assim, a definição de *comunitária*, ou seja, *da comunidade* é o mesmo que *da cidade*, do município" (FERREIRA, 2006, p. 261). Percebemos que a noção de comunidade praticada pelas RadCom, ao mesmo tempo em que se propõe distinta, guarda profundas semelhanças com a sua definição legal:

> Ambas estruturam o conceito a partir de critérios geográficos: de um lado, a lei determina como comunidade um raio de um quilômetro – e aqui reside grave distorção, na medida em que a própria lei permite o uso de transmissor de 25 *watts* que, fatalmente, engloba área muito maior; e de outro, as emissoras que veem no município o critério para definição da área de atuação (FERREIRA, 2006, p. 284).

Nos dois casos, seja na visão legal, seja na dos responsáveis pelas RadCom, o sentido de pertencimento, de identificação cultural e/ou de interesses, de coesão entre indivíduos está intrinsecamente associado à área de abrangência da emissora, assim como o exercício de cidadania está centrado no espaço de *lugares*, por meio da ação de cidadãos, moradores *localizados* em determinado lugar, submetidos a uma ordem estatal específica. Ocorre que o próprio caráter da RadCom como meio comunicativo vai muito além da simples discriminação tecnológica, que parece ser a única característica contemplada pelos dispositivos legais.

Como já discutido, é na comunidade geograficamente delimitada, conforme entendimento da Lei e dos dirigentes comunitários, que se concretiza, em pequena escala, o espaço público, ambiente de embates e debates para formulação do consenso (ainda que sujeito aos processos de adesão, empreendidos pelos grandes veículos de comunicação), por meio do qual o cidadão faz valer seus direitos. Um espaço territorializado, concreto e relativamente estável e coeso em ações contíguas organizadas e marcadas pela progressividade da duração, onde o exercício de cidadania do indivíduo está fortemente vinculado à ideia de participação em organismos e instituições, que remetem ao sentimento de segurança, estabilidade e crença em sua capacidade de solução de problemas por meio de ações coletivas. São essas ações coletivas que conferem identidade à medida em que o

cidadão se sabe participante/pertencente a um comum que o estrutura e que ele ajuda a estruturar.

Nessa perspectiva, o pensamento, a decisão e mesmo a ação do cidadão são moldados em conjunto, por exemplo, em um processo eleitoral ou mesmo na plataforma da luta sindical, ou seja, a ação cidadã está definitivamente ligada à participação social em nome de uma causa maior coletiva por meio de determinadas estruturas (Estado, igreja, sindicato etc.) que têm função eminentemente agregadora. A identificação (por meio do RG, CPF, título de eleitor etc.) do indivíduo se constitui, aqui, a afirmação da própria identidade no exercício de cidadania que se realiza sempre lado a lado com um *outro*.

Porém, se esses elementos são suficientes para a caracterização de uma identidade legal, pouco contribuem para o estabelecimento efetivo de laços com o *outro*, por meio daquela imprescindível identificação que, rompendo o anonimato, confere pertencimento. O que nos leva a inferir, portanto, que há uma profunda diferença entre os elementos de uma identidade legal e aqueles que identificam e levam ao pertencimento comum, próprios às construções das RadCom. Nesse caso, como veremos a seguir, a ideia de pertencimento reside na sua capacidade de estabelecer e manter vínculos, o que, aliás, é a proposta constitutiva dessas emissoras.

Ocorre que, a partir da transposição das RadCom legalizadas para a *web*, não parece mais possível pensar as relações que se estabelecem tendo como pressuposto apenas aquelas duas formas ideais de comunidade (*Gemeinschaft* e *Gesellschaft*), uma vez que laços de parentesco, de solidariedade ou mesmo de vizinhança deixam de ser os únicos padrões possíveis de definição. Mesmo o exercício de cidadania não pode mais ser necessariamente condicionado aos limites daquela determinada ordem estatal, sobretudo porque o espaço público, onde ele se dá, deixa de ser moldado única e prioritariamente pelos veículos de comunicação massivos que operam em certa sociedade e que impõem um ambiente – como prevê a indústria cultural clássica – de informação controlada, verticalizada, unidirecional.

Ainda que as fontes de poder social não difiram completamente daquelas que marcaram a constituição do moderno, "o terreno onde as relações de poder operam mudou em duas formas principais: é basicamente construído em torno da articulação entre o global e o local; e é basicamente organizado em torno de redes, e não de unidades individuais" (CASTELLS, 2009, p. 50, tradução nossa)[179].

[179] Texto original: "But the terrain where power relationships operate has changed in two major ways: it is primarily constructed around the articulation between the global and the local; and it is primarily organized around networks, not single units" (CASTELLS, 2009, p. 50).

Novas formas de sociabilidade emergem das novas relações do homem com as tecnologias de informação e comunicação. A explosão do espaço público mediático implica uma nova "mudança estrutural na esfera pública"[180] (HABERMAS, 2003) que passa a se caracterizar, por um lado, pela concentração dos grandes conglomerados de comunicação e pela conversão em ritmo acelerado da informação escrita e sonora para a TV e para a *web* e, por outro, pelo surgimento de um espaço público planetário propiciado pelo advento da *web* que se propõe, pela ampliação e fragmentação dos nexos da comunicação, mais includente, informalizado, igualitário e aberto ao intercâmbio mais intenso.

Trata-se de um novo cenário, no qual a Internet (e, de forma intensa, a *web*) e os sistemas de comunicação móvel, por meio de suas redes horizontais e informalizadas, têm o poder de amplificar e multiplicar vozes independentes que, em determinadas circunstâncias, podem exercer um efeito bombástico, inflamável e subversivo, sobretudo em regimes autoritários. A chamada "Primavera Árabe" é um bom exemplo: a partir do final de 2010, jovens do norte da África e do Oriente Médio (Tunísia, Egito, Líbia, Argélia, Bahrein, Djibuti, Jordânia, Síria, Omã, Iêmen e, em menor escala, Kuwait, Líbano, Mauritânia, Marrocos, Arábia Saudita, Sudão e Saara Ocidental) organizaram protestos e grandes mobilizações contra regimes de exceção e o fundamentalismo religioso.

Usando dispositivos móveis e redes sociais (como *blogs*, celulares, SMSs, Twitter, Facebook etc.) como plataforma de mobilização, coordenação e divulgação, esses jovens ocuparam as ruas das suas cidades e, em apenas um ano, lograram com seus protestos derrubar três chefes de Estado: o da Tunísia, o do Egito e o da Líbia[181]. E os exemplos se multiplicam pelo mundo: os protestos contra o sistema capitalista e a desigualdade social do Ocupe *Wall Street* (*Occupy Wall Street*)[182], as manifestações pedindo mudanças na política e na sociedade espanhola dos Indignados de Barcelona (movimento também conhecido como *Spanish Revolution*)[183], entre outros. Uma corrente de insatisfação e revolta que se espalhou globalmente em 2011, na qual *web* e dispositivos móveis de comunicação são apropriados como instigantes espaços semióticos a partir dos intensos processos de tradução e relação que se concretizam localmente.

---

[180] Esfera pública entendida como "o âmbito da vida social em que interesses, vontades e pretensões que comportam consequências concernentes a uma coletividade apresentam-se discursivamente e argumentativamente de forma aberta e racional. A sua primeira característica é a palavra e a comunicação [...]. A sua segunda característica é a sua condução pela razoabilidade e racionalidade [...]. Sob este aspecto, a esfera pública é a esfera do público raciocínio ou do uso público da razão" (GOMES, 1998, p. 155-157).

[181] Ver: <http://bit.ly/JPOVvr>. Acesso em: 28 jan. 2012.

[182] Ver: <http://bit.ly/NcIOTa>. Acesso em: 28 jan. 2012.

[183] Ver: <http://bit.ly/MbPmiG>. Acesso em: jan. 2012.

Como alertam Castells (2011)[184] e Lemos (2011)[185], os exemplos acima citados não foram revoluções *da* ou *pela* Internet ou celulares etc., pois os movimentos estavam efetivamente ligados a reivindicações, violências e explorações concretas. Sabedores de que "a disponibilidade de tecnologia adequada é uma condição necessária, mas não suficiente, para a transformação da estrutura social" (CASTELLS, 2009, p. 23)[186], é fato que tais descontentamentos coletivos encontram nas múltiplas redes de comunicação mecanismos propícios de divulgação e difusão instantâneas, debate e mobilização para a ocupação do espaço urbano que podem abrir caminho para transformações.

Trata-se de uma batalha, segundo Castells (2011), "que está cheia de lições para o futuro da relação entre comunicação e poder"[187], mas que já demonstra, como defende Lemos, que redes sociais e dispositivos móveis não podem ser tomados apenas como meras ferramentas ou intermediários, mas se constituem em "agentes produtores de mediações na alavancagem dos acontecimentos" (2011), gerando ação em associação com uma rede de atores humanos e não humanos (vide "Internet das Coisas"). Se a liberdade não vem do Estado (como também era a promessa iluminista), pode ser conquistada por meio das novas tecnologias, ainda que não apenas por elas.

Diferentemente daquele espaço público previamente determinado da ágora grega, do foro romano, ou mesmo do Estado moderno, que se impôs como mediador das relações sociais em um contexto institucional e tecnologicamente mediatizado, neste novo ambiente complexo, interconectado e de múltiplas dimensões, a arena em que os cidadãos discutem os temas relacionados à vida em comunidade não está posta: ela é construída na mesma medida em que o debate vai se disseminando e amplificando em rede. Fluxos contínuos, debates e embates só conduzem a ações coletivas efetivas (como as perpetradas pelos jovens da Primavera Árabe) quando há convergência de vontades e interesses individuais.

As grandes *causas* sociais, sobretudo aquelas fixadas por uma agenda montada em torno dos interesses do Estado (poder político) e dos grandes veículos de comunicação massiva e estruturadas a partir da lógica da persistência e proximidade, dão lugar, na sociedade em rede, às *motivações*, mais efêmeras e transitórias, fracionadas e fragmentadas: diferentemente das causas, as motivações podem surgir, desaparecer e reaparecer com a mesma velocidade e com distintas intensidades, em zonas de proximidade, compartilhamento

[184] Ver: <http://bit.ly/NcIvrp>. Acesso em: 15 dez. 2011.
[185] Ver: <http://bit.ly/K8fdun>. Acesso em: abr. 2011.
[186] Texto original: "[…] the availability of proper technology is a necessary, but not sufficient, condition for the transformation of the social structure" (CASTELLS, 2009, p. 23)
[187] Texto original: "que está llena de lecciones para el futuro de la relación entre comunicación y poder" (CASTELLS, 2011).

e trocas não mais limitadas no tempo e no espaço, como nas comunidades locais e, sobretudo, não fixadas na linearidade da relação planejada e previsível entre causa e efeito.

Outra diferença importante está em *quem*, na contemporaneidade, exprime as demandas, reivindicações e anseios da comunidade. Da luta de Voltaire pela reabilitação de Calas, no século XVIII, até muito recentemente, certos intelectuais especialmente renomados eram os grandes porta-vozes das causas na luta pela justiça e igualdade. O caso Dreyfus, na França dos anos 1890, é um exemplo emblemático: com seu famoso e incisivo artigo *J'accuse* (Acuso), o escritor Émile Zola envolveu de tal forma a opinião pública que conseguiu provocar a revisão do processo fraudulento contra o oficial da artilharia francesa Alfred Dreyfus, injustamente acusado de traição e condenado à prisão perpétua.

O discurso de intelectuais como Zola, formadores de opinião, como se diz hoje, lançava facho de luz conferindo foco a determinados problemas, permitindo que muitas pessoas tomassem conhecimento e, por meio deles, se mobilizassem em torno daquelas causas das quais se faziam porta-voz. Até recentemente, os meios de comunicação massivos, sobretudo rádio e TV, eram os palcos mais visíveis sobre os quais tais opiniões ganhavam luz, delimitando o espaço público nacional e fornecendo códigos que permitiam que os brasileiros se reconhecessem como tal.

"O que é invisível para as objetivas da TV [e para os microfones das rádios] não faz parte do espaço público brasileiro. O que não é iluminado pelo jorro multicolorido dos monitores ainda não foi integrado a ele", afirmou Eugênio Bucci, em 1997, em seu estudo sobre a televisão, apenas dois anos após o anúncio comercial da Internet no Brasil, quando ainda não havia dimensão da revolução que ela iria causar.

Hoje, contudo, não apenas os "palcos", mas também as vozes se multiplicaram vertiginosamente: a Internet e a *web* levaram à ampliação e à fragmentação dos nexos e dos textos, descentralizando, interligando e, de certo modo, igualando as vozes. O destinatário do discurso passa a ser, também ele mesmo, um emissor, produtor e distribuidor de opinião nesse novo espaço público ampliado. E as ferramentas para concordar, discordar, manipular ou mesmo multiplicar a pluralidade de opiniões são muito maiores. O que sinaliza que a participação ganha outros contornos: não mais estritamente coesa e organizada institucionalmente, mas marcada pela alta variabilidade, efemeridade, fluidez.

Obviamente, ao menos no mundo político nacional, as repercussões dos programas televisivos (sobretudo o *Jornal Nacional*, da Rede Globo) e das revistas semanais (como *Veja*, da Editora Abril, e *Época*, da Editora Globo) ainda exercem forte influência, do mesmo modo que o rádio mantém seu prestígio e força no movimento das ideias, sobretudo entre as

classes D e E. No entanto, mesmo nesses três meios (TV, revistas impressas e rádio), por essência verticalizados e hierarquizados, é cada vez maior a contaminação das contribuições que surgem em redes descentradas, seja por meio de abertura nas suas páginas na *web* e em redes sociais para a contribuição dos internautas (vídeos, imagens, informação), seja por meio da repercussão e da pauta dos temas e vozes múltiplas que emergem das redes.

Um exemplo: "Menos Luiza, que está no Canadá", frase que em janeiro de 2012 se tornou verdadeiro hit na *web*, após a veiculação de um comercial de TV em João Pessoa (PB), acabou ganhando destaque nos principais jornais, radiojornais e telejornais brasileiros, entre os quais, *Bom Dia Brasil* e *Jornal Hoje*, ambos da Rede Globo de Televisão. A "pessoa" Luiza Rabello, uma estudante de 17 anos, dificilmente encontraria meios de ter sua voz replicada nos meios de comunicação de massa tradicionais, não fosse o modo como "menos Luiza, que está no Canadá" se transformou em *meme*[188] nas redes sociais. Ironicamente, somente após sua repercussão nos meios eletrônicos tradicionais, suscitou amplo debate de intelectuais (ou formadores de opinião) sobre os motivos de sua propagação e sua "desimportância" para os debates dos grandes temas nacionais.

E é justamente porque nos encontramos diante de novas e mais complexas formas de constituir comunidade que Rogério da Costa (2005) propõe uma transmutação do conceito de "comunidades" para o de "redes sociais", que refletiriam a maior capacidade de os indivíduos criarem associações ampliando o capital social, cultural e econômico. Segundo o autor:

> Essa nova forma é rizomática, transitória, desprendida de tempo e espaço, baseada muito mais na cooperação e trocas objetivas do que na permanência de laços. E isso tudo só foi possível com o apoio das novas tecnologias de comunicação.
> É exatamente essa ambiguidade produzida pelo conceito de comunidade que a noção de rede social vem contornar. Não se trata mais de definir relações de comunidade exclusivamente em termos de laços próximos e persistentes, mas de ampliar o horizonte em direção às redes pessoais. É cada indivíduo que está apto a construir sua própria rede de relações, sem que essa rede possa ser definida precisamente como "comunidade" (COSTA, R., 2005, p. 246-247).

Castells (1999a, 2009) observa que a organização social em redes não é criação recente: "padrão fundamental de todos os tipos de vida" (2009, p. 21), as redes sempre existiram como espinha dorsal das sociedades, processando fluxos de informação e criando

[188] Termo criado em 1976 pelo escritor Richard Dawkins para designar uma unidade de informação que se multiplica de um cérebro a outro, um *meme de internet* serve para descrever aquilo que se espalha velozmente pela rede, como, por exemplo, pessoas, frases, canções, imagens, vídeos etc. que podem repercutir, inclusive, em outros meios de comunicação. Ver: <http://bit.ly/LhRuFr>. Acesso em: 3 jan. 2012.

canais de conexão, por meio de mecanismos de inclusão e exclusão, que tanto podem levar a processos de dominação como de transformação social. A sua autonomia depende, em grande medida, da multidirecionalidade e do fluxo contínuo e interativo de processamento de informação, limites diretamente relacionados às tecnologias disponíveis.

Por isso, segundo Castells (2009), sob condições de tecnologias pré-eletrônicas, as redes se apresentavam menos eficientes do que as estruturas de comando centradas, verticalizadas e hierarquizadas:

> De fato, embarcações alimentadas pelo vento poderiam construir redes transmarítimas e até transoceânicas de comércio e conquista. E emissários a cavalo ou velozes mensageiros corredores poderiam manter a comunicação do centro para a periferia em vastos impérios territoriais. Mas o tempo de atraso do ciclo de *feedback* no processo de comunicação era tal que a lógica do sistema atingiu a um fluxo unidirecional de transmissão de informação e instrução. Sob tais condições, redes eram uma extensão do poder concentrado no topo de organizações verticais que moldaram a história da humanidade: estados, aparatos religiosos, senhores de guerra, exércitos, burocracias, e seus subordinados responsáveis pela produção, comércio e cultura (CASTELLS, 2009, p. 22, tradução nossa[189]).

A revolução industrial implicou na caracterização de uma rede distribuída, mas ainda fortemente estruturada na lógica das organizações e instituições verticais e hierarquizadas, baseadas na produção em larga escala, sem poder para conferir autonomia aos seus nós, ou seja, sem a multidirecionalidade e sem o fluxo contínuo interativo – por exemplo, o telégrafo.

O que mudou na contemporaneidade é justamente como as redes ganharam eficiência com o novo ambiente tecnológico de comunicação digital microeletrônica, propiciado pela nanotecnologia, pela convergência de processos biológicos e de materiais, e marcado pela explosão dos mecanismos de comunicação portáteis e sem fios, que aboliram barreiras de tempo e espaço e esmaeceram os limites entre a vida humana e a das máquinas (CASTELLS, 2009, p. 23-24). Ou seja, só foi possível implantar plenamente a sociedade em rede graças ao ambiente tecnológico atual, no qual as pessoas são conectadas independentemente do tempo e do espaço que ocupam.

---

[189] Texto original: "Yes, wind-powered vessels could build sea-crossing and even trans-oceanic networks of trade and conquest. And horse-riding emissaries or fast- running messengers could maintain communication from the center to the periphery of vast territorial empires. But the time-lag of the feedback loop in the communication process was such that the logic of the system amounted to a one-way flow of the transmission of information and instruction. Under such conditions, networks were an extension of power concentrated at the top of the vertical organizations that shaped the history of humankind: states, religious apparatuses, war lords, armies, bureaucracies, and their subordinates in charge of production, trade, and culture" (CASTELLS, 2009, p. 22).

E se a técnica é uma das dimensões fundamentais cujas consequências levam à transformação do mundo humano pelo próprio homem, a vertiginosa expansão da capacidade relacional tem sustentado discussões sobre as possibilidades de se produzir (tecnologicamente) outra forma de inteligência. Já no início dos anos 1990, Rheingold (1993) defendia a comunicação mediada por computador (CMC) como um modo de ampliar a "inteligência coletiva", uma vez que, ao criar um "cérebro coletivo", um grupo bem sucedido possuiria maior capacidade intelectiva do que qualquer membro individualmente.

Para Lévy (1998, 2008) trata-se de uma "inteligência coletiva" que se caracteriza por estar "*distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização das competências*" (1998, p. 29, grifos do autor). Por se sustar no compartilhamento dos conhecimentos, ou seja, na possibilidade de se propagar e exponencializar conhecimento, "não há mais paradoxo em pensar que um grupo, uma instituição, uma rede social ou uma cultura, em seu conjunto, 'pensem' ou conheçam. *O pensamento já é sempre a realização de um coletivo*" (LÉVY, 1993, p. 169, grifos do autor). E se na contemporaneidade a luta e o debate político concentram-se *coletivamente* nas redes sociais, para seu enfrentamento, segundo Castells, é preciso uma inteligência não apenas coletiva, mas também colaborativa.

Kerckhove[190] retoma a ideia de coletividade de Lévy e, ao mesmo tempo, lhe faz acréscimos, afirmando que "inteligência conectiva" é uma condição mental suportada e revelada pela rede, mas não é apenas ou essencialmente "coletiva" na medida em que o senso de identidade privada permanece em rede, pois o atributo de pensar do indivíduo lhe é inerente. A inteligência conectiva de Kerckhove não se encontra unicamente *entre* as pessoas (coletividade), mas também *nas* pessoas e em suas possibilidades de elaborar conexões de alcance ambiental e planetário, intensificadas pela eletricidade, sobretudo em suas segunda e terceira fase:

> Pelo pensamento eu compreendo o mundo, pelo espaço o mundo me compreende. A nova possibilidade é: eu compreendo o mundo, o mundo me compreende, sem exclusão, juntos. E cada indivíduo que compreende o mundo comigo partilha da minha inteligência, da minha consciência conectiva. É diferente da emergência de uma inteligência coletiva, como a de que fala Pierre Lévy. Se quisermos exemplificar, é a mesma diferença que existe entre Freud e Jung. Jung criou o inconsciente coletivo e não pôde fazer nada com ele. Não pôde aplicá-lo nem fazer análise. Pôde apenas produzir clichês e grandes mitos que são imagens coletivas. São boas para a

[190] Palestra concedida na Conferência "La pratica dell'intelligenza nell'impresa e nell'insegnamento", Milão, em maio de 2007. Disponível em: <http://bit.ly/KrA6R7>. Acesso em: jan. 2011.

> análise literária, a análise das artes, não sou contra, mas de nada servem para a compreensão da consciência privada, para a qual Freud contribuiu muito mais. A inteligência conectiva tem aplicações reais, não é teoria. Mas quanto a mim quero dizer que o conectivo é o *conecticial*. Com minha pequena máquina [apontando para um *netbook*] posso me conectar com as pessoas com quem trabalho e posso trabalhar à distância à maneira do face a face (KERCKHOVE, 2011)[191].

Para Johnson, ao permitir a conexão sem precedentes de seres sencientes, a *web* vem se configurando como *cérebro global*, ambiente de uma "inteligência emergente", cuja característica é a "habilidade de guardar e recuperar informação, reconhecer e responder a padrões de comportamento humano" (2003, 73).

Cérebro coletivo, inteligência emergente, coletiva e/ou conectiva são metáforas que buscam traduzir o fato de que estamos interconectados em rede de intenso fluxo global de informação, valores, comportamentos, sinalizando uma nova forma de nos relacionarmos uns com os outros. As fronteiras geográficas ou socioculturais, como idiomas, raça, nacionalidade etc., já não podem conter os limites de uma comunidade (daquela comunidade onde a RadCom está inserida), que agora se espalha globalmente e demanda, por sua vez, uma nova forma de cidadania.

Rheingold (1993) foi um dos primeiros autores a utilizar o termo "comunidades virtuais" para designar novas formas de "agregações sociais que emergem da Net quando um número suficiente de pessoas desenvolve [...] discussões públicas por tempo [igualmente] suficiente, com bastante sentimento humano, para formar redes de relacionamentos pessoais" (tradução nossa)[192]. Ou seja, esse novo modo de constituir comunidades está baseado no compartilhamento de interesses e surge para contornar as dificuldades cada vez maiores de se realizar encontros presenciais no espaço urbano, ainda que os laços de amizade, que brotam nelas, também possam ser levados para a relação face a face. Em resumo: comunidade é essencialmente "conversa", diálogo.

Separadas geograficamente e estruturadas a partir das emoções, razão e dados, as comunidades virtuais seriam composições naturais das novas mediações tecnológicas, pois,

---

[191] KERCKHOVE, Derrick. **Vestimos toda a humanidade como a extensão de nossa pele**. Entrevista concedida por *e-mail* para Sonia Montaño. 9 maio 2011. Disponível em: <http://bit.ly/M6Rl4r>. Acesso em: 5 out. 2011.

[192] Texto original: "*Virtual communities* are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace" (RHEINGOLD, 1993, grifos do autor). O autor entende ciberespaço como "the name some people use for the conceptual space where words, human relationships, data, wealth, and power are manifested by people using CMC technology" (1993).

"sempre que a tecnologia CMC [Comunicações Mediadas por Computador] se torna disponível para as pessoas em qualquer lugar, elas inevitavelmente constroem comunidades virtuais com ela, assim como micro-organismos inevitavelmente criam colônias" (RHEINGOLD, 1993, tradução nossa[193]). Por outro lado, ele destaca que não bastam as ferramentas (como os *chat rooms*) para que uma "comunidade" se estabeleça: é preciso que interesses sejam criados, propostos e compartilhados.

De forma semelhante, Lévy defende que as "comunidades virtuais" são coletivos mais ou menos permanentes que se sustentam no princípio da interconexão, cooperação e troca de interesses, afinidades, projetos, independentemente das limitações e proximidades geográficas e filiações institucionais. No entanto, ele sugere que seria mais adequado substituir o termo "comunidades virtuais" por "comunidades atuais" para descrever tais experiências coletivas propiciadas pela Internet, pois "as comunidades virtuais realizam de fato uma verdadeira atualização (no sentido de criação de um contato efetivo) de grupos humanos que eram apenas potenciais antes do surgimento do ciberespaço" (LÉVY, 1999, p. 130)[194].

Castells, por outro lado, lembra que, apesar de representarem um mundo tão diverso e contraditório quanto a própria sociedade, as "comunidades virtuais" compartilham ao menos dois valores: o da comunicação livre e horizontal, ou seja, a liberdade de expressão; e o valor de formação de redes, ou seja, a possibilidade de qualquer pessoa de criar, comentar, ou publicar sua própria informação, levando à formação de uma rede:

> Assim, embora extremamente diversa em seu conteúdo, a fonte comunitária da Internet a caracteriza de fato como um meio tecnológico para a comunicação horizontal e uma nova forma de livre expressão. Assenta também as bases para a formação autônoma de redes como um instrumento de organização, ação coletiva e construção de significado (CASTELLS, 2003, p. 49)

Sem dúvida, os novos padrões de relações sociais marcados pela desvinculação da noção de localidade e sociabilidade e por profundas mudanças nas trocas comunicativas sinalizam como correta a proposta de Rogério da Costa (2005) de transmutação do conceito de "comunidade" para o de redes sociais. Interessante como nas próprias redes sociais isso

[193] Texto original: "that whenever CMC technology becomes available to people anywhere, they inevitably build virtual communities with it, just as microorganisms inevitably create colonies" (RHEINGOLD, 1993).
[194] Para Lévy, ciberespaço é "*o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores*. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização" (LÉVY, 1999, p. 92, grifos do autor).

pode ser percebido. Tomemos como exemplo duas das principais redes sociais no Brasil, Orkut e Facebook, e as diferentes nomenclaturas adotadas por ambas.

O Orkut foi criado em janeiro de 2004 pelo engenheiro turco Orkut Büyükköten, que usou como base a teoria conhecida como "Teoria dos Seis Graus de Separação"[195]. Lançado comercialmente pelo Google nos Estados Unidos, o Orkut rapidamente se espalhou pelo Brasil, apesar de a versão nacional ter sido divulgada apenas em abril do ano seguinte, conquistando definitivamente os brasileiros. Para se tornar membro, inicialmente, era preciso ser convidado por alguém. Se, de um lado, a necessidade de convite limitava a rede, também lhe imprimia um caráter de "clube exclusivo", o que parece ter encantado os brasileiros. Era grande a expectativa gerada para receber um "convite" permitindo o acesso: no começo, cada usuário podia distribuir apenas 20 convites, pouco depois esse número subiu para 100 e, hoje, para entrar basta ter uma conta do Google.

Raquel Recuero (2008)[196] aponta diferenças entre o comportamento dos norte-americanos e o dos brasileiros no uso do Orkut, destacando que na versão nacional o envolvimento e as trocas sempre se mostraram muito mais intensas: enquanto os brasileiros utilizam o Orkut para conversar com amigos ou mesmo para criar tópicos e compartilhar preferências nas "comunidades", os norte-americanos raramente o fazem. Segundo Recuero, o Orkut tem um papel importante na inclusão digital em nosso país, pois "acabou não só sendo a grande porta de entrada da internet para o brasileiro, como uma das principais motivações para isso". Segundo dados da Google Brasil de setembro de 2011, em todo o mundo, o Orkut tinha 85 milhões de usuários, quase a metade deles no Brasil[197]. Foi justamente por ter apresentado crescimento tão intenso em nosso País que, desde 2008, a Google transferiu o controle da rede social para seu escritório brasileiro.

O Facebook também foi criado no início de 2004 por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes e o brasileiro Eduardo Saverin[198], enquanto eram estudantes de Harvard, nos Estados Unidos. O objetivo, segundo Zuckerberg, foi criar um aplicativo que permitisse localizar informações e compartilhá-las com amigos e familiares. Em apenas 24

---

[195] Em 1929, o autor húngaro Frigyes Karinthy, previu que duas pessoas desconhecidas no mundo estão separadas por um pequeno número de outras pessoas conhecidas, processo a que ele chamou de "cadeias". No fim dos anos 1960, nos Estados Unidos, o pesquisador Stanley Milgram testou cientificamente a ideia de Karinth e concluiu que entre duas pessoas desconhecidas existem outras seis pessoas com laços de conhecimento. A essa ideia se denominou "teoria dos seis graus de separação".

[196] Ver: <http://bit.ly/L1BMO7>. Acesso em: 28 nov. 2011.

[197] Ver: <http://bit.ly/KxRsem>. Acesso em: 15 fev. 2012.

[198] Cofundador do *thefacebook.com*, foi seu primeiro diretor de finanças. Deixou o grupo logo no início por divergências com Zuckerberg. Depois de longa batalha judicial, ficou com 2,5% de participação no negócio bilionário.

horas obteve 1.500 acessos. Em 10 meses, o Facebook já havia se expandido por todos os Estados Unidos e alcançado a Europa. Passados oito anos, são mais de 950 milhões[199] de usuários em todo o mundo, mais de um décimo da população mundial, o que o consagrou, em 2012, como a maior rede social do mundo.

No Brasil, o Face, como é chamado, começou tímido e só conseguiu ultrapassar o Orkut em números no final de 2011, quando alcançou 36,1 milhões de visitantes únicos, contra 34,4 milhões de seu concorrente[200]. Se, quando de seu surgimento, o Orkut trabalhava com a "teoria de seis graus de separação", em dezembro de 2011, o Facebook afirmava que entre os seus usuários a distância média era de 4,7 pessoas[201], diminuindo ainda mais as possíveis distâncias nas relações que ora se estabelecem.

Vejamos algumas de suas principais características e diferenças. Embora com nomenclaturas diferenciadas e infraestruturas distintas, grosso modo, o uso que se faz de ambas as redes é muito semelhante: conversar com amigos, criar tópicos e compartilhar preferências (RECUERO, 2008). Por isso, muito se fala de uma "orkutização" do Facebook. Por outro lado, uma diferença marcante entre os sistemas está ligada aos mecanismos de denúncia e reversão de informações erradas: apesar de suas práticas de violação da privacidade, no Facebook, há uma resposta efetiva às demandas da rede.

No que diz respeito à estrutura da rede, para abrir um perfil de usuário no Orkut, ainda hoje é preciso definir o país de origem, ou seja, determinar a nacionalidade, além da cidade natal e idiomas que fala. Essa exigência, aliás, motivou logo nos primórdios do Orkut, em meados de 2004, uma disputa e uma verdadeira campanha entre brasileiros para ultrapassar o percentual de usuários norte-americanos, de modo a dominar o sistema. A disputa foi tão intensa que levou os administradores a limitar as visualizações dos perfis a partir do país ou região declarada. Como reação, brasileiros passaram a declarar como nacionalidade toda a sorte de países exóticos.

Já no Facebook, as informações geográficas solicitadas são alteradas para "cidade natal" e "cidade onde mora", o que denota uma mudança: a pressuposição de que os lugares não são fixos, não são estanques, a compreensão de que as redes lidam com "cidadãos de não lugares"[202]. Muitos usuários do Facebook costumam mudar o lugar "onde mora" de acordo

---

[199] Disponível em: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>. Acesso em: 10 ago. 2012.
[200] Ver: <http://bit.ly/K8dSDW>. Acesso em: 20 jan. 2012.
[201] Ver: SAKATE, Marcelo; SBARAI, Rafael. O Facebook engole o mundo. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ed. 2.255, ano 45, n. 6, 8 fev. 2012, p. 76-87. Ver também: <http://on.fb.me/MsPxJt>. Acesso em: 12 dez. 2011.
[202] Discutiremos a seguir sobre a nova noção de *topos* e a possibilidade de lugarização dos *sites*, no item 3.2.3 Pertença tópica em espacialidade *ur-tópica*.

com o local em que se encontram naquele momento, mesmo que seja apenas uma passagem curta, como, por exemplo, em uma viagem a passeio ou a negócios.

Por outro lado, no Orkut as “comunidades” concentram as discussões de assuntos aos quais elas estão relacionadas, podem ter diferentes graus de visibilidade e contar com a ajuda dos amigos para moderá-las. As comunidades possuem uma página principal com imagem e informações e uma parte destinada para o fórum de debates e eventos.

No Facebook há duas modalidades: os “grupos” e as “páginas”, semelhantes na interface, mas diferentes nos propósitos e nas informações que contêm. Os “grupos” podem servir apenas para reunir os amigos para uma conversa mais reservada ou mesmo para juntar pessoas por afinidade em torno da discussão de determinados temas. Já as “páginas” funcionam como uma espécie de “perfil”, nas quais o usuário pode ser tonar “fã”, sendo, por isso, voltadas para empresas, políticos, pessoas famosas etc. Ou seja, o “grupo” geralmente tem um moderador (o seu criador), pode ser restrito ou aberto, mas todos os inscritos podem participar dos debates; já a “página” funciona mais como um “institucional”, com uma comunicação mais verticalizada. Nos perfis individuais e nos “grupos” há limite no número de amigos (até 5 mil usuários), enquanto nas “páginas” ou “*fan pages*” não há.

Finalmente, o Facebook possui outra modalidade, que são os “Locais”: por meio do Bing Maps é possível marcar determinado local (cidades), adicionando-lhe categorias, por exemplo, restaurantes, comércios, escritórios, escolas etc. Adicionado o local no mapa, ele recebe as informações da Wikipédia. Quem quiser pode criar “páginas” dos locais e divulgar entre os amigos.

Das “comunidades” do Orkut para os “grupos” do Facebook, verificamos uma mudança significativa de termos, que traz embutida uma alteração no próprio entendimento dos ajuntamentos na *web*: as redes podem formar “comunidades” no sentido tönniesiano da ideia de pertencimento simbólico e da afinidade de interesses, em uma relação marcada pela duração temporal; mas também podem formar apenas agregações efêmeras e fluidas. Ou seja, temos aqui “agregações eletrônicas de dois tipos: comunitárias e não comunitárias” (LEMOS, 2002).

No entanto, as limitações no entendimento de “comunidade” persistem: de um lado, a “comunidade” do Orkut, de certa forma, reproduz as delimitações geográficas estipuladas pela Lei n. 9.612/98 e incorporadas pelas RadCom legalizadas, quando buscava restringir o acesso aos perfis a partir de determinada região ou País; de outro lado, o Facebook regula o

número de componentes dos “grupos”, limitando numericamente, portanto, os integrantes daquela agregação comunitária[203].

Também é interessante notar como os próprios integrantes das redes sociais, independentemente das limitações e restrições impostas pelos sistemas, reproduzem o sentido gregário à comunidade geograficamente delimitada. Prova disso é o sucesso das “Páginas” e “Locais” (Facebook) e das “Comunidades” (Orkut) que fazem referência direta a lugares fisicamente delimitados.

Figura 22 – Heliópolis FM: *site* e perfil no Facebook

Facebook, Rádio Heliópolis: <https://www.facebook.com/radio.heliopolis>. Acesso em: 15 ago. 2012.
Heliópolis FM: <http://www.heliopolisfm.com.br/>. Acesso em: 15 ago. 2012.

Assim também as RadCom, quando ativas nas redes sociais, tendem a ser um forte elemento de agregação. E, ainda que não mais se restrinjam à delimitação geográfica original, elas mantêm como referência aquela comunidade que foi seu ponto de partida. Tome-se como

[203] O Facebook adota muitas outras formas de controle e limitação, por exemplo, ao restringir o acesso do dono do perfil aos dados de seus próprios “amigos”: quem quiser fazer *backup* dos *e-mails* de seus amigos terá que se contentar com o limite de 200 seguidores. O problema: o próprio usuário enfrenta restrições, mas o Facebook já assumiu mais de uma vez que comercializa os dados de seus usuários.

exemplo a Heliópolis FM[204] no Facebook (<https://www.facebook.com/radio.heliopolis>). Mesmo que nem todos os seus 1.416 "amigos" (número registrado em 15 de agosto de 2012), fossem efetivamente ligados à comunidade na qual a emissora está instalada, o mapa com sua localização no alto da página reafirma o seu lugar de origem, em um movimento que se repete nas publicações e nas trocas com outros internautas. De modo semelhante, na página da emissora (<http://www.heliopolisfm.com.br/>), as informações de âmbito nacional contrastam com os recados, os vídeos, as fotos, com a agenda de eventos etc., relacionados à localidade e que reproduzem o sentido de pertencimento à comunidade geograficamente delimitada (ver Figura 22). A própria programação da emissora reafirma esse sentimento, ao garantir espaço para os músicos do bairro.

Em um estudo das "comunidades" relacionadas a esses lugares delimitados no Orkut (como Brasil, estados brasileiros, capitais e o Distrito Federal), Fragoso destaca que as redes sociais na *web* "potencializam as associações por afinidade, embora o espaço e o tempo estejam longe de perder significação" (2008, p. 120), constatando que as comunidades do Orkut operam como afirmadores da noção de pertencimento e como agregadores, atraindo tanto quem já morou como quem ainda habita no local:

> Ou seja, as comunidades funcionam como etiquetas identitárias e também como pontos de reunião e encontro que potencializam as associações por afinidade, mantendo no horizonte os referentes territoriais, cuja importância para a construção e para o compartilhamento da identidade social continua preservada (FRAGOSO, 2008, p. 120).

Mesmo em redes, permanecemos culturalmente ligados aos lugares que ocupamos, mas, por sua própria configuração, expandimos consideravelmente as potencialidades e os modos dessa articulação. E, justamente, por nos encontrarmos em uma sociedade global é que ampliamos cada vez mais as responsabilidades de uma cidadania, agora também global.

Pérez Luño retoma a noção de "aldeia global" de McLuhan (1977, 2005, 2007) para explicar o atual "habitat cívico" ou "lugar global"[205] (2004, p. 11), cujas características demandam "uma noção de cidadania que esteja à altura das novas circunstâncias". À essa noção, o autor nomeia *cibercidadania* (PÉREZ LUÑO, 2004, p. 11), esclarecendo que ela deve ser sedimentada no direito universal de acesso às redes telemáticas (livres e igualitárias),

[204] Sobre a Heliópolis FM ver também Capítulo 1, 1.2 A linguagem do meio, e Capítulo 3, 3.2.1 Das relações aos vínculos: mediações e interações.
[205] Luño usa a expressão "el hogar global". Em espanhol, "hogar" também tem os sentidos de casa, lar, morada.

independentes de qualquer forma de monopólio ou controle, seja empresarial ou estatal. Segundo ele:

> nunca houve tanta necessidade como hoje de conceber os valores e os direitos da pessoa como garantias universais. [...] Hoje, sente-se com maior intensidade que qualquer etapa histórica precedente a exigência de que os direitos e as liberdades não sejam comprometidos pelo trânsito das fronteiras estatais; o que implica levar a sério o compromisso com a cidadania cosmopolita (PÉREZ LUÑO, 2004, p. 12, tradução nossa[206]).

Esse novo ambiente leva à conformação da noção de *teledemocracia*, fenômeno que engloba as aplicações das mais diversas manifestações tecnológicas (TV, vídeo, Internet, rádio etc.) nos processos de participação política dos cidadãos no contexto das sociedades democráticas (PËREZ LUÑO, 2004, p. 60). No entanto, esse novo ambiente tecnológico permite tanto o aperfeiçoamento da (tele)democracia, na medida em que oferece mecanismos que podem corrigir as deficiências da representação política tradicional por meio da maior participação (vertical e horizontal) do cidadão, como podem levar, também, à sua degradação política, jurídica e até moral.

Nesse caso, ao invés de uma "cibercidadania", temos o que Pérez Luño denomina "cidadania.com", em que a participação do cidadão acaba transformada em mera relação de consumo, na qual as práticas da esfera política encontram-se subordinadas à esfera econômica e "cujo titular se torne degradado a mero sujeito passivo da manipulação de poderes públicos e privados"[207] (PÉREZ LUÑO, 2004, p. 100). Diferentemente da "cidadania cultural" de García Canclini, neste caso, o consumo não faz pensar, mas se encontra submisso às regras estabelecidas por uma "sociedade do consumo" (BAUDRILLARD, 2010).

Nas democracias consolidadas (que é o caso brasileiro), diz Pérez Luño, as atuais tecnologias eletrônico-digitais podem operar no sentido de apenas reforçar a democracia representativa ou aproximar eleitores de eleitos, sem gerar, inevitavelmente, uma nova participação cidadã ativa. Isso porque a sociedade da informação e comunicação não implica, necessariamente, uma sociedade de pensamento crítico. Ao contrário, pode levar à

[206] Texto original: "La presencia de las redes de información y comunicación en los ámbitos jurídicos y políticos ha determinado que se adquieran conciencia de que nunca como hoy se había sentido tan intensamente la necesidad de concebir los valores y derechos de la persona como garantías universales. […] Se siente hoy con mayor intensidad que en cualquier etapa histórica precedente la exigencia de que los derechos y las libertades no se vean comprometidos por el tránsito de las fronteras estatales; lo que implica tomar en serio el compromiso en pro de la ciudadanía cosmopolita".

[207] Texto original: "[...] cuyo titular quede degradado a mero sujeto pasivo de la manipulación de poderes públicos y privados" (PÉREZ LUÑO, 2004, p. 100).

radicalização do consumo fácil de imagens, de opiniões e da própria noção de participação cidadã e de consciência política. Paralelamente, o processo de individualização e fragmentação da informação e comunicação políticas pode comprometer os programas políticos coletivos, na medida em que se desintegram no interesse individual de um usuário-consumidor egoísta, isoladamente conectado, sujeito a toda forma de invasão de privacidade para coleta de informação e controle (PÉREZ LUÑO, 2004, p. 57-98).

Nesse sentido, fica claro que abundância de informação política não implica necessariamente aumento do interesse ou da participação política. Ou seja, o "aumento da esfera conversacional" (Lemos, 2009), propiciado pelo atual ambiente tecnológico de comunicação, não produz de forma inequívoca uma maior e efetiva participação pública cidadã e, portanto, um aumento da ação política.

Isso pode ser claramente percebido na análise das RadCom na *web*, detalhada no Capítulo 2. Como vimos, na maioria dos casos pesquisados, a manutenção do áudio sequencial e a organização por meio da página estática e do sistema fechado, de participação controlada, que reproduz a lógica *top-down*, não permitem que muitas das RadCom se constituam espaços efetivos de interação. Portanto, a simples transposição para a *web* não implica, necessariamente, na construção de espaços de ação política, ainda que essa possa ser uma característica da rede.

Em artigo na *Folha de S.Paulo* de 1º de novembro de 2011, o articulista Hélio Schwartsman lembra que a pacificação das redes sociais tem como consequência, também, algumas patologias do pensamento de grupo, entre as quais a polarização e a radicalização das opiniões semelhantes; a conformidade, que produz o dissenso ao invés do consenso que resulta do debate democrático; e a animosidade diante da diferença e da opinião contrária. Diz ele: "O que a internet e as redes sociais fazem é criar gigantescos espaços virtuais onde o pensamento de grupo pode prosperar, com o que ele tem de positivo e de negativo. A linha que separa a sabedoria das multidões de delírios coletivos é tênue"[208].

Além disso, a potência da informação *bottom-up* não excluiu o comando *top-down*, como vimos, agora, perigosamente, mais e mais dissimulado, espraiado na nova atmosfera colaborativa em aceleração constante, em que se mantém a disputa permanente (e intensa) de campo, podendo produzir um cenário de *dromoaptidão*[209] ou *dromoinaptidão* dos meios

[208] SCHWARTSMAN, Hélio. Patologias de grupo. **Folha de S.Paulo**, 1º nov. 2011, p. 2. Disponível em: <http://bit.ly/NcGYkZ>. Acesso em: 2 nov. 2011.

[209] Segundo o autor, a dromoaptidão abrange "a competência econômica orientada para a posse privada plena [...] das senhas infotécnicas de acesso à época [...], a competência cognitiva e pragmática [...] (isto é, domínio

técnicos, ou seja, a luta pelo acesso às senhas infotécnicas, que coloca em lados opostos uma "*elite cibercultural dromoapta*" e uma "*camada social dromoinapta*" (TRIVINHO, 2005).

O fato de a transposição das RadCom para a *web* ainda estar fortemente marcada pela remediação de formatos e pela constituição, na quase totalidade, de sistemas fechados e de participação regulada (ver Capítulo 2, 2.2 As RadCom nas infovias: uma análise pontual), ilustra bem essa atmosfera dissimulada de controle. Como também já discutido, ainda é muito tímida a utilização de redes sociais, mesmo as mais difundidas, como Facebook, Orkut, Twitter e YouTube. Sem domínio das técnicas (e/ou talvez sem infraestrutura ou interesse), elas nem mesmo aproveitam sistemas colaborativos gratuitos de produção e compartilhamento de arquivos sonoros, que poderiam criar um ambiente de interação nas páginas, entre os quais, destacamos o *SoundCloud*[210].

Fundado em 2007, na Suécia, por Alexander Ljung e Eric Wahlforss, consiste em uma plataforma *on-line* de publicação de áudio, que permite colaborar, compartilhar, promover e distribuir produções sonoras, sejam músicas, trilhas, vinhetas ou programas. Com 15 milhões de usuários[211], o *SoundCloud* reúne desde artistas e DJs de renome (como *Foo Fighters*, *50 Cent*, Britney Spears etc.) até *podcasters* e usuários independentes. A plataforma é de fácil usabilidade e está integrada com outras redes.

Por outro lado, não se pode negar que, no atual ambiente comunicacional, efetivamente, as oportunidades de participação democrática foram ampliadas, sobretudo a partir da liberação dos polos de emissão e da interconexão generalizada de interações simbólicas. Se no contexto massivo (propiciados pelos meios de comunicação eletrônicos tradicionais) a comunicação se constituía função das *mídias*, no contexto pós-massivo os meios são eles próprios ambientes culturais e técnicos onde a conversação se dá.

Estamos diante de uma complexidade teórica, que leva Bauer a falar em um deslocamento "da comunicação de mídias de massa (Mass-Media Communication) à comunicação de massa nas mídias (Media-Mass Communication)" (BAUER, 2011, p. 12), e Castells em "autocomunicação de massas" (2011). E, como vimos com os exemplos de Barcelona e da Primavera Árabe, os resultados dessa intensa conversação, da livre circulação da palavra, podem ser explosivos.

---

das linguagens informáticas sempre em mutação), e a capacidade (econômica e cognitiva) de acompanhamento da lógica da reciclagem estrutural daquelas senhas" (TRIVINHO, 2003).

[210] A versão gratuita oferece até 120 minutos de *upload*. Acima disso, há várias assinaturas que variam de 29 a 500 euros por ano. Disponível em: <http://soundcloud.com>. Acesso em: 6 jul. 2012.

[211] Ver: AGUIARI, V. **SoundCloud atinge 15 mi de usuários e reforma interface**. INFO Online, 9 maio 2012, 16h29. Disponível em: <http://bit.ly/Ni8g8i>. Acesso em: 6 jul. 2012.

O espaço público de possível ação comunicativa à procura da geração de consenso (HABERMAS, 2002), que tinha o Estado como interlocutor hegemônico (apesar de desafiante[212]), não desapareceu por completo com as redes sociais organizadas primeiro na Internet e, depois, na *web*. Ao contrário, reconfigurou-se ao expandir-se, levando a uma multiplicação da compreensão do que pode ser uma sociedade planetária. E esse novo espaço público planetário deve dar conta de um cidadão que também se desloca em escala global.

O desafio é permitir que esse cidadão atinja mais do que a simples possibilidade de estar conectado ou de consumir em um novo ambiente, mas que obtenha mecanismos para efetivamente agir em uma perspectiva política, lançando mão de todo o potencial oferecido pelo novo ambiente, que pode ser tanto "um novo tecido comunitário para a sociedade civil ou como um instrumento de submissão universal"[213] (PÉREZ LUÑO, 2004, p. 100). Para ser bem-sucedido, esse (novo) cidadão deve *aprender* a "jogar deliberadamente o metajogo da inteligência coletiva" (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 239), o que, por sua vez, demanda uma educação para a formação de uma nova cidadania que permita potencializar sua atuação dentro de novas perspectivas.

Ao localizarem na *web* o seu espaço planetário de atuação, as RadCom podem ser, sem nenhuma dúvida, espaços para esse aprendizado, por meio de mecanismos que podem se refletir não apenas no nível local, mas também nacional e globalmente, como, por exemplo: 1) garantia do direito de acesso às redes telemáticas livres e igualitárias, independentes de qualquer forma de monopólio ou controle; 2) abertura de ágoras que permitam a discussão, debate, argumentação de ideias e propostas relacionadas a essa nova condição de exercício de cidadania; 3) estabelecimento e ampliação das redes de conexão com outras RadCom e entidades ligadas às práticas comunitárias, permitindo a ampliação e diversificação do debate; 4) criação de uma base de dados hipertextuais com informações sobre os direitos e deveres do cidadão em seu novo papel, estimulando seu acesso, debate e troca de experiências; 5) estímulo à implantação de espaços de interação que superem o mero "pedido musical" e "envio de mensagens", mas que permitam e amplifiquem a reflexão em conjunto de questões econômicas, sociais, ambientais, culturais etc., entre outros pontos.

Por ora, são questões ainda, em grande parte, distantes das experiências em rede das rádios comunitárias analisadas nesta pesquisa. Aliás, a implementação de tais mecanismos, em larga escala, demanda a presença do Estado sob a forma de um vetor de política cultural

[212] Ferrara observa sobre o agir comunicativo habermasiano: "embora [Habermas] considerasse aquele agir em oposição aos interesses do Estado, ainda se encontrava sob a tutela dos seus planos políticos" (2008, p. 128).
[213] Texto original: "[…] pueden concebirse a las NT [novas tecnologías] como un nuevo tejido comunitario para la sociedad civil o como un instrumento de sujeción universal" (PÉREZ LUÑO, 2004, p. 100).

voltado ao treinamento das lideranças comunitárias no domínio do uso dos novos instrumentos; linhas de crédito para compra de equipamentos; difusão do acesso à banda larga de qualidade e com preço acessível; revisão da legislação de modo a permitir a formação de redes comunitárias voltadas ao empoderamento e desenvolvimento da localidade etc.

Isso porque, não obstante a maioria das RadCom possuir computadores e ter acesso à Internet (ver Capítulo 1, 1.3 O contexto do digital e do *www*), não podemos ignorar que o simples acesso não implica, necessariamente, domínio da linguagem e funções. Também não podemos esquecer que o novo ambiente técnico comunicacional pode tanto potencializar e exponencializar como limitar e controlar as possibilidades de exercício cidadão em rede. Daí a importância crucial de ações coordenadas e sustentadas pelo Estado, com o apoio de organizações não governamentais. O problema, no entanto, além de distantes das experiências das RadCom, também parecem muito distantes da própria compreensão que o Estado tem da questão.

3.2 As novas configurações

3.2.1 Das relações aos vínculos: mediações e interações

O surgimento da RadCom em determinada comunidade, como vimos acima, não apenas simula, mas também está a *serviço* de uma relação comunicativa face a face (THOMPSON, 1998). Primeiro, porque ela deve ser, necessariamente, resultado do consenso entre os distintos setores da comunidade, uma vez que a Lei apoia e incentiva as ações que reúnam, senão todas, a maioria das instituições que a compõem. Segundo, porque, limitada ao raio de um quilômetro ao redor da antena, a emissora está, obrigatoriamente, inserida em um núcleo, em grande medida, socialmente coeso, relativamente homogêneo – na heterogeneidade constitutiva (em maior ou menor intensidade de acordo com o aglomerado urbano), que advém dos inúmeros componentes que a estruturam, bem como dos próprios processos vinculativos – e com forte sentido de identidade (ver 3.2.3 Pertença tópica em espacialidade *ur-tópica*; ver também Figura 24).

Não seria equivocado, inclusive, afirmar que, além de estar *a seu serviço*, a relação comunicativa face a face *justifica* e *garante* a existência das RadCom, seja em comunidades como da Mesopolitana FM (105,9 MHz, <http://www.mesopolitanafm.com.br/>, Mesópolis-SP, 1.886 habitantes), como a Espaço Aberto FM (104,9 MHz,

<http://imaculadaconceicaoriopreto.com/>, instalada no bairro Higienópolis, em São José do Rio Preto-SP, 408.258 habitantes), ou mesmo na rádio Heliópolis[214] (87,5 MHz, <http://www.heliopolisfm.com.br/>, São Paulo-SP, 11,2 milhões habitantes).

Assim, a espacialidade radiofônica no espectro se estrutura a partir da comunicabilidade que resulta da comunidade como *lócus* de caracterização de opinião e de interação social baseada no compartilhamento do ambiente físico e no intercâmbio das formas simbólicas (THOMPSON, 1998, p. 77), pois a RadCom é um veículo de adesão, na qual se pressupõe uma relação social vinculativa. A sua atuação está umbilicalmente ligada aos contextos e circunstâncias em que se insere, o que significa, portanto, que os textos e mensagens produzidos e veiculados estão impressos no tecido simbólico do mesmo cotidiano de transmissão e recepção.

Desse modo, no caso das RadCom no *dial*, a mediação tecnológica vem na caudal de uma interação face a face que, efetivamente, não se perdeu. O lugar se mantém apropriado afetiva e interativamente, sem perder suas características, ainda que estejamos nos referindo às favelas de Paraisópolis ou de Heliópolis, em São Paulo, à cidade de Mesópolis, ou mesmo ao bairro Higienópolis, comunidade da paróquia Imaculada Conceição, em São José do Rio Preto. Daí, as emissoras comunitárias serem comumente classificadas como o meio de comunicação mais próximo de suas comunidades, visto terem, entre seus princípios legais, que servir de reforço e de instrumento das relações comunicativas de suas comunidades.

Graças à própria configuração legal das RadCom no *dial* – limitação de abrangência, localização geográfica, obrigatoriedade de manter microfones abertos para a comunidade, entre outros pontos –, há, efetiva e forçosamente, uma "valorização" do *face a face* (ampliado em um corpo a corpo ao mesmo tempo sensível e técnico), norteando a construção do ambiente comunicativo. Desse ponto de vista, é uma simulação do face a face.

Por outro lado, no entanto, não se trata de dissimular a mediação técnica que, verdadeiramente, existe e também veicula e vincula corpos, mas, sim, de reconhecer as individualidades e valorizar o compartilhamento e as relações comunicativas que vão do face a face ao corpo a corpo. Em outras palavras, trata-se de compreender as relações que vão do contexto de copresença, marcado pela multiplicidade de deixas simbólicas (THOMPSON, 1998, p. 78), ao contexto da fruição de um corpo que, em sua exponibilidade por meio do espectro, passa a ser desejado como modelo de valores e comportamento (FERRARA, 2009b,

[214] Ver Capítulo 1, 1.2 A linguagem do meio.

p. 130). E essa acaba se constituindo em uma das marcas principais também do processo de recepção do discurso radiofônico comunitário.

A presença das rádios comunitárias atende à carência, por parte da localidade, de um olhar mais próximo e comprometido com a realidade e a vida cotidiana dos indivíduos aos quais elas se dirigem. E, se a lugaridade resulta da interação com o outro e da relação face a face (FERRARA, 2009b, p. 128), também a RadCom é *lugar* de singularidade, sobretudo quando se abre à apropriação por parte da comunidade da qual pretende ser "a voz".

Isso se dá apesar do descompasso, anteriormente discutido, entre as aspirações teóricas e determinações legais e a forma como as espacialidades se organizam na dinâmica das emissoras, embora, uma vez no *dial*, muitas RadCom possam acabar reproduzindo os modos de organização que a distanciam da alteridade e valores da *doxa* comunitária, suprimindo o coletivo da gestão e da produção de conteúdo, e mantendo sob controle a participação do ouvinte (FERREIRA, 2006). Em outras palavras, a relação face a face acaba sendo determinante, até mesmo fundamental, independentemente do nome ou da caracterização legal, pois o simples fato de ser uma emissora de pequeno porte, verdadeiramente "local", faz que ela construa uma relação com seu público de modo muito diferente daquela estabelecida por uma estação de maior alcance.

Daí ser um equívoco – apesar de seus vícios e distorções (FERREIRA, 2006; VOLPATO, 2010) – abordar as RadCom no *dial* a partir da perspectiva de "ingênuos veículos submissos a ardilosas estratégias de mediação capazes de submeter a recepção" (FERRARA, 2008, p. 83). Tomá-las assim seria reduzi-las a *mídias*, ou seja, seria restringi-las à instrumentalização das suas sonoridades, por meio das quais trafegaria uma mensagem linear, unidirecional, passível de ser programada para atingir determinado fim. Aliás, nesse modelo – em que a comunicação é pensada como a simples transferência de mensagens entre um ponto a outro, entre um emissor ativo e um receptor passivo –, o meio não seria a *mensagem*, mas a *massagem*, na concepção mcluhiana, na medida em que "trabalha sobre nós, realmente se apodera da população e a massageia ferozmente" (McLUHAN; STAINES, 2005, p. 114).

No entanto, a complexidade e a imprevisibilidade do ambiente comunicativo que se conforma deixa claro que não se pode confundir suporte tecnológico com meio comunicativo, entre os quais não existe qualquer relação causal ou implicação mútua (FERRARA, 2008c, p. 30). Utilizando-se ou não de técnicas e tecnologias, mais do que meros *veículos técnicos*, como meios, as RadCom (no *dial*, mas muito mais intensamente na *web*) são ações comunicativas que geram uma espacialidade ambiental, ou seja, constituem o ambiente em que se realiza a circularidade interativa das linguagens. Ambiente, aqui, entendido não como

um invólucro, mas como um processo (McLUHAN; STAINES, 2005, p. 128). De onde advém a dificuldade de redução (e sua consequente necessidade de revisão) da ideia de "manipulação" ou instrumentalização como "verdade" absoluta e inquestionável.

Na proposta de pensar "dos meios às mediações", Martín-Barbero fornece elementos que permitem deslocar o eixo dos estudos de comunicação da produção para a recepção, por meio da compreensão dos deslocamentos de significados entre as distintas instâncias envolvidas no processo, não apenas os produtores ou receptores, mas também a produção em si. Nesse sentido, a comunicação é um processo que se dá de modo simultâneo e interdependente à formação cultural, o que implica dizer que os meios estão situados "no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge por meio deles, mas no qual eles passaram a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento – os anos 1920" (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 203).

Nesse deslocamento dos suportes para as mediações culturais está implícita a ideia da mediação como consequência dos meios, capazes, por sua vez, de gerar possibilidades comunicativas. As articulações mediativas resultantes permitiriam superar a linearidade e instrumentalização dos meios reduzidos a *mídias* patrocinadoras da audiência passiva. No entanto, como alerta Lucrécia D'Alessio Ferrara (2008d, 2012, no prelo), a proposição de Martín-Barbero ainda reproduz a ideia de uma comunicação centrada na transmissão da mensagem, o que significa dizer que o processo de mediação está ligado aos mecanismos de transmissão de uma informação, mantendo-se, portanto, no nível do suporte. Em resumo, "a comunicação é transporte de informação, mediação é passividade receptiva e o meio é o veículo técnico comandado, sem exceção, pelas diversas mídias" (FERRARA, 2008d, p. 85).

A autora alerta, entretanto, que a circularidade e complexidade do ambiente comunicativo gerado pela convergência[215] de meios – e intensificada com a Internet – impõe substituir o conceito de comunicação como transmissão, para o conceito de interação. Isso, por sua vez, demanda inverter a lógica "dos meios às mediações" (MARTÍN-BARBERO, 2009) para a perspectiva "das mediações aos meios", de modo a:

> Produzir uma sobrevalência dos meios para transformar mediações em interações [...]. [Nessa circularidade interativa] as características técnicas e

[215] Convergência, aqui, entendida não como mero processo tecnológico, mas como "fluxo e conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, [...] cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento [...]. a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos" (JENKINS, 2008, p. 27-28).

> tecnológicas dos meios são também interativas, pois interferem no modo comunicativo, superando a subjetividade conteudística que, com frequência, impregna o conceito de mediação e, sobretudo, transforma o meio em simples veículo do próprio processo interativo (FERRARA, 2008d, p. 86).

Justamente porque os meios digitais transformam radicalmente as bases comunicativas associadas aos meios tradicionais, se quisermos deixar claro as diferentes lógicas comunicativas que se processam quando da transposição das RadCom para a *web*, é preciso que nos debrucemos, brevemente, sobre as distinções entre veiculação e vinculação, interação e mediação, termos, muitas vezes, equivocadamente tomados como sinônimos.

A veiculação se refere à dimensão tecnológica dos meios, ou seja, diz respeito a "práticas de natureza empresarial (privada ou estatal), voltadas para a *relação* ou o *contato* entre os sujeitos sociais por meio das tecnologias da informação [...] [possuindo] natureza basicamente *societal*[216]" (SODRÉ, 2002, p. 234), como, por exemplo, o rádio.

A vinculação, ao contrário, está relacionada à dimensão e à complexidade dos meios comunicativos que atuam tanto no âmbito da *mediação* como no da *interação*, pressupondo, desse modo, ultrapassar a relação linear de causa e efeito entre emissor-receptor. Isso porque,

> Diferentemente da pura relação produzida pela mídia autonomizada, a vinculação pauta-se por formas diversas de reciprocidade comunicacional (afetiva e dialógica) entre os indivíduos. As ações vinculantes, que têm natureza basicamente *sociável*, deixam claro que a comunicação não se confina à atividade midiática (SODRÉ, 2002, p. 234).

Assim, enquanto a veiculação faz referência aos efeitos de propagação ou transmissão relacionados, sobretudo, à natureza e às características dos suportes – contexto que tem como pressuposto uma relação social gerida, predominantemente, pelo mercado –, a vinculação presume a ligação por meio de um *vínculo*, envolvendo ações e trocas simbólicas em um ambiente que não se restringe à sua dimensão tecnológica, mas é, também, social, cultural, político, econômico etc. Em resumo, "pressupõe a inserção social do sujeito desde a dimensão imaginária (imagens latentes e manifestas) até a liberação frente às orientações práticas da

[216] De acordo com Muniz Sodré, *societal* faz referência a "tudo que diz respeito à construção oficial de uma sociedade, portanto, aos mecanismos ou aparelhos reguladores, cuja ação vem de cima para baixo", enquanto *sociável* engloba o "informal humano de uma sociedade, que opera de baixo para cima, no nível de redes de reciprocidade" (2002, p. 238).

conduta, isto é, aos valores. Aqui se faz necessariamente presente o sentido ético-político do *bem comum*" (SODRÉ, 2002, p. 223-224, grifos nossos).

Para Sodré, a vinculação não se resume, portanto, ao *estar em contato*, mas compreende a criação de vínculos entre os membros de um grupo, unidos no compartilhamento simbólico de uma mesma *origem* e um mesmo destino (ver 3.2.3 Pertença tópica em espacialidade *ur-tópica*). Unidos também na "exigência radical de partilha da existência de um Outro" (SODRÉ, 2007, p. 9), ou seja, na identificação e diferenciação de cada um de seus integrantes. Não se trata se estar *junto*, mas estar *com* e *em ação*, em uma relação vinculativa criativa de compartilhamento e troca.

Apoiando-se na análise de Esposito do conceito etimológico da palavra comunidade – de origem latina, *communitas*: *cùm* representando a junção no tempo e no espaço, e *múnus*, a tarefa, o dever obrigatório do indivíduo (HOUAISS, 2010) –, Sodré afirma que o *ser-em-comum* da comunidade é:

> a partilha de uma realização, e não a comunidade de uma substância. Em outras palavras, comunidade não é o mero estar-junto num território, como numa aldeia, num bairro ou num gueto, e sim um compartilhamento (ou uma troca), relativo a uma tarefa, um *múnus*, implícito na obrigação originária (*ònus*) que se tem para com o Outro. Os indivíduos diferenciam-se e identificam-se dentro da dinâmica vinculativa, o reconhecimento e o acatamento dessa dívida simbólica (SODRÉ, 2007, p. 9).

Da tensão reativa que marca o ecossistema tecnológico contemporâneo, emerge um novo ambiente comunicacional, denominado por Sodré (2002) de "*bios* midiático": uma forma de vida duplicada, na qual os meios de comunicação estão mais e mais comprometidos com o mercado. De modo semelhante à "ecologia" de McLuhan, o *bios* midiático "tornou-se o nome do jogo" (McLUHAN; STAINES, 2005, p. 285), ao englobar o profissional e o público e ao provocar uma mudança radical nas formas tradicionais de socialização, na medida em que instala um novo tipo de relacionamento com o real:

> Quer dizer, é uma forma de vida que, apesar de simular a naturalidade do mundo, se afasta cada vez mais das condições concretas, das condições real-históricas da existência, ou seja, move-se numa esfera cada vez mais abstrata, com relação ao trabalho e às formas concretas de existência (SODRÉ, 2008).

Na discussão de uma epistemologia da comunicação ligada à tecnologia de meios e veículos, Lucrécia D'Alessio Ferrara (2006) aponta que tanto na *relação comunicativa* como no *vínculo comunicativo*, emissor e receptor são postos intersubjetivamente em uma relação lógica de tensão e reversibilidade de causa e efeito, em que há a necessidade de eliminação de toda imprevisibilidade para que o processo comunicativo aconteça. Em ambos os casos, para recuperar a ordem e superar o confronto, é preciso eliminar as singularidades. A diferença é que:

> no vínculo comunicativo aquela recuperação é mais complexa e questionadora e, portanto, diversa da linearidade presente no reducionismo da relação comunicativa. [...]
> Enquanto vínculo comunicativo, valoriza-se a diferença entre emissor e receptor e uma espessura veiculativa de natureza qualitativa e indeterminada [...]. Todo vínculo comunicativo flutua em um contínuo semiótico feito de falível incerteza e de definições provisórias (FERRARA, 2006).

Lembremos que as RadCom são a materialização daqueles espaços aspirados pelos movimentos de democratização das comunicações, nos quais seria possível alcançar o consenso, por meio do diálogo, de modo a confrontar a lógica instrumental das grandes redes de comunicação e do poder do Estado, à semelhança da estratégia de *ação comunicativa* proposta por Habermas (2002). Porém, como apropriadamente alerta Ferrara (2006), apesar de ser capaz de superar a instrumentalidade da mensagem por meio da ação intersubjetiva, a perspectiva habermasiana ainda tenderia à busca dos *efeitos* comunicativos, na medida em que se manteria apoiada, fundamentalmente, na linearidade comunicativa do verbal. A obtenção do consenso por meio do diálogo não reproduziria exatamente aquele movimento de superação das singularidades e eliminação das incertezas de uma *relação comunicativa*?

A questão é que, apesar da relativa coesão sociocultural – proporcionada, sobretudo, pela limitação geográfica imposta pela lei – a relação face a face que estrutura a comunidade é "mais complexa e questionadora", não podendo ser reduzida somente a uma característica "funcional relacional" (FERRARA, 2006), na medida em que também é marcada por aspectos vinculativos. De modo semelhante, o ambiente comunicacional que resulta da RadCom no espectro pode ser reconhecido tanto por processos comunicativos relacionais veiculativos, como vinculativos. Além disso, pode desenvolver tanto processos mediativos como processos interativos, de acordo com o nível de envolvimento e participação do ouvinte. Isso significa que mediação e interação podem decorrer dos meios tecnológicos eletrônicos ou digitais, mas

não devem ser confundidos com eles, pois, na verdade, apontam as possíveis consequências do uso que deles se faz (FERRARA, 2011; 2012).

Para Ferrara (2011), a mediação apresenta dominantes que compreendem os processos comunicativos marcados pela sua "passividade", ou seja, a configuração de estratégias baseadas na linearidade e unidirecionalidade da comunicação emissor-receptor. Portanto "a mediação se desenvolve como consequência dos meios/suportes, tecnológicos ou não, e se dimensiona como instrumento a serviço de objetivos estranhos à própria manifestação fenomenológica da comunicação" (FERRARA, 2011, p. 3).

No *dial*, aquelas emissoras que estabelecem mecanismos de controle da participação do ouvinte, não apenas no que diz respeito à programação, mas também no tocante à gestão e estruturação, podem ser tomadas a partir da perspectiva da *predominância* dos aspectos mediativos em detrimento dos aspectos efetivamente interativos. Isso porque, longe de constituírem domínios estanques e com limites claramente demarcados, os processos de mediação e interação se caracterizam pelas porosidades das relações de fronteiras entre ambas, portanto não podem ser vistas de modo desarticulado. Trata-se de um território em que "se define um comunicar que, cada vez mais se manifesta como imprevisibilidade, ao superar os códigos que, enquanto meios ou suportes tecnológicos, caracterizam as mediações, mas não se revelam nas interações" (FERRARA, 2011, p. 4).

Nesse sentido, mudar de emissora no *dial* ou desligar o rádio são modos de resposta do ouvinte ao processo mediativo imposto pelo meio. Isso significa que a ação e o arbítrio do indivíduo/ouvinte podem inserir a comunicação em sua *dimensão interativa*, mesmo não implicando efetiva "inter-ação", ou seja, ainda que não envolva um verdadeiro processo de "ação e reação" ouvinte-emissora. De modo semelhante ao efeito *zapping* na TV, mudar a sintonia é uma *resposta* do ouvinte, "um gesto de resistência contra o rolo compressor da uniformidade [sonora]" (MACHADO, 2001, p. 145). Na realidade, trata-se de uma *dimensão interativa* que se assemelha a uma forma de *interação reativa*[217] (PRIMO, 2008, p. 143-146), ou seja, a possibilidade de o usuário escolher entre alternativas previamente disponíveis. Nesse caso, escolher entre as alternativas de permanecer ou não ouvindo a emissora.

De qualquer modo, nas RadCom, esse processo pode ocorrer ainda com mais intensidade. Explica-se: por serem, na maioria dos casos, frutos do consenso local, gerados pela carência da comunidade em relação a um meio de comunicação voltado para a produção

[217] Lemos define interatitividade como um tipo de interação técnica e social, diretamente ligada aos novos meios digitais, que pressupõe uma relação dialógica entre homens e máquinas, por meio de suas interfaces. LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo.** Sobre interatividade e interfaces digitais. Disponível em: <http://bit.ly/KrVkhO> Acesso em: 28 abr. 2008.

de discursos e narrativas que traduzam o cotidiano da localidade, se a emissora deixa de se constituir espaço qualificado de trocas, também a sua existência deixa de ter sentido. E sem o apoio local, inclusive o suporte financeiro, dificilmente conseguem seguir em frente.

A interação se faz no confronto com a mediação, na porosidade da fronteira entre ambas, mas dela se distingue por estabelecer distintos processos culturais e cognitivos, envolvendo um "emissor" e um "receptor" já não mais estanques nos papéis que lhes são conferidos pelos meios tradicionais, mas em um permanente processo de intercâmbio. Nesse sentido, "configura-se a interação como um *espaço entre*: uma espacialidade midiática que se distingue da natureza física do espaço pela natureza sígnica de seu sentido fluído, indeterminado, interativo" (FERRARA, 2011, p. 9). Ou, nas palavras de Primo, "uma 'ação entre' os participantes do encontro (inter+ação)" (2008, p. 13).

Como constatamos nesta pesquisa, de modo semelhante ao que ocorre no *dial*, também na *web*, algumas das experiências de RadCom podem ser marcadas pela predominância dos processos mediativos, por exemplo, ao restringirem ou até mesmo eliminarem qualquer forma de participação e troca por parte do ouvinte. As páginas das rádios Onda Futura FM (ver Figura 4)[218] ou da Metrô FM (ver Figura 6)[219], como discutido anteriormente, são bons exemplos. Em que pese a diferença significativa propiciada pela disponibilização ou não do áudio da emissora tradicional – a primeira é *off-line* e a segunda, *off-line* e *on-line* –, nos dois casos, as interfaces não se abrem à apropriação ou à troca efetiva com os ouvintes/internautas. Fechadas em si mesmas, no modo em que se põem em uso, elas reproduzem a mesma lógica comunicativa unidirecional e linear perpetrada pelos *meios de comunicação de massa*, não se constituindo em espaços de efetiva ação e reação entre os participantes, ou seja, em espaços ou ações *entre* (FERRARA, 2011; PRIMO, 2008).

Aqui se faz necessária uma breve digressão sobre modos de constituição das interações, para que possamos entender os processos interativos das RadCom na *web*. Ao discutir o potencial dialógico dos meios tradicionais, Thompson distingue três tipos de interação: *face a face*, *mediada* e *quase mediada* (1998, p. 77-92). A interação *face a face* – por exemplo, aquela que marca as relações nas comunidades nas quais as RadCom estão implantadas – possui caráter dialógico (ou seja, um fluxo comunicativo de duas vias) e se caracteriza pelo contexto de copresença dos envolvidos e pela multiplicidade de deixas simbólicas compartilhadas em um espaço-tempo comum. Também dialógicas, as *interações mediadas* – por telefone, por carta etc. – são marcadas pela separação dos contextos – que,

[218] Capítulo 2, 2.2 As RadCom nas infovias: uma análise pontual.
[219] Idem nota anterior.

por sua vez, limita as possibilidades de deixas simbólicas – e se estendem no espaço e no tempo. Em ambos os casos, há um número definido e específico de interlocutores.

Já as *interações quase mediadas* – possibilitadas pelos veículos de comunicação de massa, como o rádio –, segundo Thompson, são aquelas que, de modo semelhante às *mediadas*, se caracterizam pela separação de contextos, pela extensão no espaço-tempo, bem como pela limitação das possibilidades de deixas simbólicas, mas que, todavia, delas se diferenciam por serem predominantemente monológicas (ou seja, o fluxo se dá em um só sentido) e serem orientadas para um número indefinido de receptores potenciais.

Thompson rotula de modo genérico as interações propiciadas pelo computador e pela Internet como "variações de uma 'interação mediada por computador'" (2008, p. 19), observando que elas se aproximam em muitos aspectos das *interações mediadas*: o *e-mail*, por exemplo, guardaria semelhanças com a carta, apesar da compressão temporal maior e das distintas condições de uso. Segundo o autor:

> O uso da tecnologia computacional associada aos sistemas de telecomunicação fez surgir formas de comunicação e interação diferentes em alguns aspectos das características da interação mediada e interação quase mediada. Por exemplo, redes de computadores possibilitam a comunicação de ida-e-volta que não se orienta para outros específicos, mas que é de "muitos para muitos" (THOMPSON, 1998, p. 235).

Como observa Primo (2008, p. 22), a importância da análise de Thompson está no fato de ultrapassar os aspectos transmissionistas e tecnicistas, majoritário nas discussões a respeito das interações mediadas, na medida em que Thompson observa os meios a partir de suas potencialidades mediativas em uma ação compartilhada. Entretanto – e apesar do alerta de Thompson para o caráter híbrido das interações, isto é, a possibilidade de que, no fluxo da vida diária, as situações interativas possam resultar de uma mistura de diferentes modos de interação – essas classificações não nos parecem suficientes para refletir nem sobre o fenômeno das RadCom no *dial*, nem sobre a sua transposição para a *web*.

Primeiro, porque, assim como Primo (2008, p. 21), acreditamos que o termo "interação quase mediada" pode gerar mal-entendidos, em virtude de sua falta de precisão. Afinal, a comunicação radiofônica não seria "mediada"? Por que, então, utilizar para classificá-la um advérbio ("quase") que traz embutido o aspecto de *negação*, pois está relacionado às noções de "pouca distância de" ou "por pouco que não" (HOUAISS, 2010)?

Depois, porque, de modo semelhante ao proposto por Ferrara (2011), concordamos que os meios digitais instalam uma mudança tão profunda nas estruturas comunicativas que é necessário distinguir mediação e interação para que possamos estabelecer com clareza que são distintas as lógicas que se instalam entre os meios de massa e os digitais. Daí a dificuldade de restringir a análise da interação somente aos aspectos ligados às potencialidades *mediativas* dos meios.

Além disso, ao tabelar os três tipos de interação (THOMPSON, 1998, p. 80), classificando e delimitando as suas características interativas, a proposta parece ignorar e excluir quaisquer outras possibilidades de conformação. A própria configuração do rádio como meio comunicativo nos ajuda a refletir sobre esse ponto: quando ele surgiu, caracterizava-se como meio distribuído, operando na estrutura muitos-muitos *bottom-up*, de modo muito semelhante à *web* em seus primórdios, conforme observa Johnson (2001, p. 108). Portanto, no modo como originalmente se configurou, o rádio era inseparável da ideia de "dialogicidade" e de "orientação para outros específicos", contrariando o proposto por Thompson (1998, 2008).

Aliás, essas características dialógicas e essencialmente interativas do rádio são o ponto de partida da análise de Lappin (1995) sobre o desenvolvimento, as potencialidades e o futuro da Internet, no momento em que a sua versão comercial acabara de chegar ao mercado. Ao discorrer sobre o modo como o meio comunicativo radiofônico havia se organizado até meados dos anos 1920, nos Estados Unidos, o autor constata que:

> Esta não foi a primeira vez que um meio surgiu prometendo transformar radicalmente o modo como nos relacionamos uns com os outros. Nem mesmo é a primeira vez que a associação de pioneiros amadores deram a arrancada em direção ao interior de novos meios. O rádio teve início do mesmo modo. Era um meio verdadeiramente interativo. Era dominado e controlado pelo usuário. Mas, gradualmente, conforme as ondas de rádio se tornaram populares, aquela [interação] preciosa foi perdida (LAPPIN, 1995)[220].

Lappin relata que os primeiros anos foram marcados pela instituição de uma "comunidade sem fio", que operava de acordo com regras e protocolos próprios, na qual era

[220] Texto original: "This isn't the first time a new medium has come along, promising to radically transform the way we relate to one another. It isn't even the first time a fellowship of amateur trailblazers has led the charge across the new media hinterland. Radio started out the same way. It was a truly interactive medium. It was user-dominated and user-controlled. But gradually, as the airwaves became popular, that precious interactivity was lost" (LAPPIN, 1995).

intensamente estimulada a emissão criativa e ativa, ou seja, a transformação das ondas eletromagnéticas em um movimento de duas vias – conforme também Brecht havia preconizado (2005) –, ao mesmo tempo em que se condenava o monopólio de banda e a publicidade. Portanto, os aparelhos de rádio, em seus primeiros tempos, não eram meros receptores de conteúdo, mas também transmissores de conteúdo.

Shirky, aliás, destaca que, antes do século XX, a participação sempre foi uma característica da cultura, que se construía por meio das contribuições de todos em eventos, encontros locais etc., a tal ponto que chamá-la "participativa" teria sido uma espécie de tautologia. Em essência, afirma o autor, os desejos de participação e compartilhamento nos são intrínsecos (2011, p. 82), porém acabaram embotados pela atomização da vida social no século XX, levando os meios de difusão em massa a operar para preencher algumas dessas nossas necessidades.

Voltando à configuração do meio radiofônico, para se ter uma ideia da diversidade que constituía o espectro nos seus primeiros anos, de acordo com Lappin (1995), em 1923, nos Estados Unidos, 39% das estações norte-americanas pertenciam a empresas fabricantes ou vendedoras de equipamentos eletrônicos; 14% eram de propriedade de lojas de varejo e empresas comerciais; 13% estavam ligadas a instituições educacionais (escolas e universidades); 12%, a jornais e editoras; 2% a igrejas e instituições religiosas; municípios e instituições públicas detinham 1%; e o restante (significativos 19%) era operado "por uma variada coleção de 'outros', que incluía todo mundo em seus quadros, de rancheiros e escoteiros a excêntricos milionários e amadores de fundo de quintal"[221].

Entretanto, segundo o autor, a assombrosa popularização tanto das estações transmissoras[222] como de aparelhos receptores impôs uma questão que acabou por transformar o modo como a radiodifusão se comportaria: quem iria pagar por um conteúdo de qualidade, capaz de atender à demanda de uma programação composta por música e entretenimento, de informação e jornalismo, de debates e esportes, entre outros temas?

A resposta, todos conhecemos: as ondas acabaram subordinadas à tutela do Estado[223] e, em muitos países, como os Estados Unidos e o Brasil, a exploração foi delegada à iniciativa privada. A bidirecionalidade (e, por que não, a multidirecionalidade?) criativa foi substituída pela unidirecionalidade, com a separação dos polos emissor e receptor. Em lugar da

[221] Texto original: "by a motley collection of 'others', whose ranks included everyone from ranchers and Boy Scouts to eccentric millionaires and backyard amateurs" (LAPPIN, 1995).
[222] Em 1923, existiam 576 estações de rádio operando regularmente nos EUA; e, em 1930, 46% das residências americanas já contavam com aparelhos receptores (LAPPIN, 1995).
[223] O que não necessariamente implica *interesse público*. Por outro lado, na maioria dos países europeus, até muito recentemente, a tutela e a exploração permaneceram sob a responsabilidade do Estado.

interatividade, a passividade se tornou a norma (LAPPIN, 1995), perpetrada por uma organização um-muitos *top-down*, imposta pelos novos empresários da recém-formada "indústria da comunicação" e acatada como "característica" do meio. E é por esse motivo que Lappin questiona, em 1995, quando apenas 7% das residências norte-americanas possuíam acesso a algum tipo de meio *on-line*, se poderia ocorrer o mesmo com a Internet:

> Talvez as coisas sejam diferentes dessa vez. Os meios *on-line* nos permitem ser tanto consumidores como fornecedores de conteúdo de meios eletrônicos. Hoje, temos uma segunda chance de "desenvolver o material que é transmitido para o que realmente vale a pena", como Hoover observou em 1924. [...] Nosso trabalho é garantir que o potencial glorioso não fique jogado em outra caixa de meios velhos, cansados (LAPPIN, 1995)[224]

Em essência, no *dial*, as RadCom são iniciativas de contraposição àquele modelo axiomático unidirecional e linear que se impôs no processo de consolidação da comunicação radiofônica (ver Capítulo 1), uma tentativa de resgatar a bidirecionalidade criativa original do meio. Ainda que, como já discutido, as RadCom possam *operacionalizar* o cotidiano dos seus ouvintes – por meio da narrativa baseada na sucessão linear, sequencial, organizada e hierarquizada de sua programação –, de certo modo, a força e a coesão das relações sociais vinculativas que estruturam a comunidade na qual se inserem também são mecanismos de confrontação e contraposição. Geograficamente delimitados e reproduzidos por meio do espectro, os vínculos tendem a ser mais coesos e intensos e, justamente por isso, com mais poder para questionar e confrontar a lógica da linearidade e direcionalidade controladas do discurso radiofônico, que ainda é mecanicamente reproduzida por muitas RadCom (FERREIRA, 2006, 142-143).

Não nos referimos aqui, exclusivamente, à exigência legal de que os microfones sejam mantidos abertos a qualquer um. Referimo-nos, também, ao modo como a própria dinâmica da relação vinculativa face a face se dá em um contínuo semiótico capaz de organizar/desorganizar, de modo complexo e com mais intensidade, os sistemas veiculativos e vinculativos (mediativos e interativos) instaurados pela RadCom.

Isso ocorre porque os processos tradutórios que marcam as suas fronteiras promovem mediações em sistemas em que a distância entre centro e periferia (LOTMAN, 1996) parecem

[224] Texto original: "Maybe things will be different this time. Online media enables us to be both consumers and suppliers of electronic media content. Today, we have a second chance to "develop the material that is transmitted into that which is really worthwhile," as Hoover put it in 1924. […] Our job is to make sure that glorious potential doesn't get stuffed into yet another tired, old media box (LAPPIN, 1995).

mais compactas – em virtude, sobretudo, das limitações geográficas de atuação –, podendo gerar, assim, contaminações mais intensas e rápidas. Na comunidade geograficamente restrita são maiores as possibilidades de que todos se conheçam e tenham palcos mais definidos para a ação conjunta.

Durante a realização desta pesquisa, deparamo-nos com uma experiência que pode exemplificar bem essa questão. No dia 5 de novembro de 2010, sexta-feira, durante todo o dia[225], a rádio Sucesso FM (106,3 MHz, <http://www.sucessofmiracemapolis.com.br/>, Iracemápolis-SP, 17.381 habitantes) (ver Figura 23) suspendeu a sua programação para veicular, continuamente, um *spot*[226] com a seguinte mensagem:

> [desce som] A rádio Sucesso FM está de luto. É com muito pesar que informamos o falecimento da ex-primeira-dama Maria Inês Guerreiro Cosenza. [sobe e desce som] Seu corpo está sendo velado no Velório Municipal. [sobe e desce som] O sepultamento será hoje às 18 horas no Cemitério Municipal. [sobe e desce som] A Rádio Sucesso FM presta a última homenagem à ex-primeira-dama e mãe do diretor Cláudio Cosenza Filho, Maria Inês Guerreiro Cosenza. [sobe e desce som] Estaremos de luto até às 18 horas [sobe som].

Ininterruptamente, durante toda a sexta-feira, a voz pausada do locutor, emoldurada por uma trilha branca como BG (*background*), anunciava a paralisação das atividades para o luto e o retorno da programação a partir das 18 horas. Sem dúvida, uma iniciativa impensável em qualquer emissora comercial. Para o morador de Iracemápolis-SP, a notícia comporta uma concretude que valida e justifica o luto da emissora: a ex-primeira-dama era, certamente, conhecida por todos na pequena cidade.

Se, no *dial*, a dinâmica do face a face tem potencialidade para quebrar a continuidade ordenada e hierarquizada do discurso radiofônico, na *web*, a multilinearidade das narrativas em rede e seus múltiplos caminhos de leitura operam como contraponto à mera reprodução da linearidade do áudio. Por isso, mesmo veiculando integralmente o áudio sequencial tradicional e se organizando por meio de uma página estática (ver Figura 23), as leituras da Sucesso FM na *web* são realizadas, necessariamente, em uma perspectiva não-linear interconectada. A multiplicidade dos caminhos que se abrem em rede vai fragmentando a sequencialidade do áudio.

---

[225] Nesta data, nosso primeiro acesso à página foi por volta das 10 horas da manhã. Acompanhamos as mensagens de luto até o final do dia, com o retorno da programação habitual.
[226] Disponível no CD anexado a este trabalho.

Figura 23 – Sucesso FM

Sucesso FM: <http://www.sucessofmiracemapolis.com.br/>. Acesso em: 2 ago. 2012

No espectro, a mensagem de luto da Sucesso FM supera a linearidade sequencial, pois, apesar da repetição, consegue quebrar a lógica de organização do meio tradicional, na medida em que impõe a dialogicidade vinculativa, que é da relação face a face. Na *web*, ao contrário, a reprodução ininterrupta do mesmo *spot*, por horas seguidas, provoca estranhamento ao operar na anticircularidade e na contramão da fluidez e continuidade da rede. Longe da vinculação interativa, a visualidade e a sonoplasticidade resultantes são, predominantemente (mas não exclusivamente), de ordem da veiculação mediativa, apesar da circularidade do meio.

Quando migra para a *web*, a RadCom acaba por se distanciar ainda mais daquele padrão original, ou seja, o de se estruturar a partir do compartilhamento simbólico de uma *origem* e um destino comuns, partilha que se sustenta na identificação e na diferenciação de um Outro (SODRÉ, 2007). Isso porque, como já discutido, a reconfiguração das práticas e trocas comunicacionais – agora organizadas na lógica das redes, que põem tudo e todos em

conexão e em comunicação, em uma intensa circulação de mensagens sensórias – leva ao surgimento de uma *outra comunidade*, para além daquela na qual foi originalmente constituída: as redes sociais.

Altera-se profundamente a própria natureza da relação comunicativa. Ao permitir uma comunicação simultânea e imediata, sem limites de tempo e espaço, a Internet leva à configuração de novos vínculos, agora esporádicos e volúveis, portanto, frágeis. Sob o imperativo da "busca voraz de fluidez" (SANTOS, 2009, p. 274), o ouvinte (que mesmo antes já não podia ser imputado como "passivo") dá lugar ao usuário/interator, transformando a relação comunicativa que justifica a RadCom no *dial* em uma vinculação essencialmente interativa na *web*.

O *ser-em-comum*, que resulta da partilha simbólica da *origem* e destino comuns, é, definitivamente, substituído por um "*ser-em-vínculo*": se a plataforma desaparece, também as trocas tendem a se dissipar ou, muitas vezes, a migrar. Se a RadCom deixa de emitir no *dial*, a dinâmica das relações comunicativas na comunidade não se esvai. Tampouco a própria comunidade deixa de existir, porque ainda fortemente ligada à ideia de coesão entre os seus membros, marcada por elementos que simulam uma unicidade aurática (BENJAMIN, 1994), conforme será aprofundado no item 3.2.3 Pertença tópica em espacialidade *ur-tópica*. Outras formas (comunitárias) de mediação e reprodução tecnológica podem surgir (a rádio-poste, o jornal de bairro, a TV de muro etc.), mas estarão sempre marcadas pelo "aqui e agora" da comunidade, em razão mesmo das configurações das (i)mediações comunicativas comunitárias.

O mesmo não ocorre nas redes. Em primeiro lugar, porque o desaparecimento da plataforma levará, necessariamente, à reorganização de seus integrantes em outros/múltiplos espaços, dentro de novas/múltiplas interfaces. E, nesse processo de reacomodação, pelo seu próprio dinamismo, são remotas as chances de se resgatar exata e integralmente a configuração anterior, ainda que sejam comuns as tentativas de emulação[227]. Tomemos, como exemplo, a transmissão dos programas radiofônicos em vídeo por meio de serviços como Justin.TV (<http://www.justin.tv/>) ou Livestream (<http://www.livestream.com/>): se, por qualquer motivo, a plataforma for tirada do ar, leva com ela o espaço acordado de troca, fazendo com a relação entre os usuários também se dissipe, ao menos momentaneamente... Isso porque é da própria lógica da rede operar como propulsora de novas plataformas

[227] Em muitos aspectos, o Google+ parece emular as configurações do Facebook, reproduzindo várias características de sua interface – o seu botão "+1", por exemplo, assemelha-se muito ao botão "Curtir". Ainda assim, o Google+ não consegue lograr os mesmos resultados do concorrente.

interativas: a cada espaço de troca que se extingue, muitos outros são criados. A criação de novos nós na rede ocorre em assombrosa aceleração.

É claro que é sempre possível tentar reproduzir os espaços de troca em outras plataformas. Como verificamos nesta pesquisa, além das páginas na *web*, as RadCom têm utilizado cada vez mais redes sociais como Facebook, Twitter, Orkut e YouTube, muitas vezes, mais de uma plataforma ao mesmo tempo. Se, por hipótese, o Facebook desaparece repentinamente, seria possível migrar para ou se concentrar no Orkut. A questão é que, muito provavelmente, não será possível reproduzir com rigor o mesmo alcance e disposição anterior. No Facebook, por exemplo, não é permitido nem mesmo "gerir" o próprio perfil, arquivando dados daqueles que são seus seguidores. Aliás, além de restringir a quantidade de seguidores, como visto anteriormente, o sistema também limita o *back-up* do perfil a apenas 250 "amigos" e a quantidade de *e-mails* que podem ser enviados.

Mesmo durante a elaboração desta pesquisa, deparamo-nos com essa questão. Se, por um lado, a cada dia, novas RadCom disponibilizam conteúdo nas redes, por outro lado, durante este trabalho, mais de uma dezena de emissoras deixou de operar com páginas na Internet. Treze delas, inclusive, chegaram a ser visitadas no mínimo duas vezes e integraram a primeira parte do levantamento, apresentado na qualificação deste trabalho, sendo posteriormente retiradas do cômputo geral. Enquadram-se nesses casos as rádios Atitude FM (106, 3MHz, Barretos-SP, 109. 283 habitantes), a Cidade FM (107,9 MHz, Santa Gertrudes-SP, 21.634 habitantes) e a Amiga FM (105,9 MHz, Salto-SP, 105.516 habitantes)[228].

Em segundo lugar, porque também é da lógica da rede multiplicar o poder e o espectro de mobilização, no sentido de ativismo. No *dial*, além de geograficamente delimitadas, as ações mobilizadoras operam em uma perspectiva diacrônica, em uma ordenação cronológica do tempo, temporal e histórica, no compartilhamento de problemas comuns. Já na *web*,

> Na sua rapidez instantânea, essas redes promovem mobilização, movimentos, deslocamentos e organizações que orientam a construção de uma nova modalidade de território e promove a cumplicidade de pessoas que nada têm em comum, salvo a possível solução de um problema emergente que, por um momento, lhes permite identificar-se e pertencer a um grupo que se organiza nos inúmeros *sites* de relacionamento ou em organizações de atividades afins. [...] Essas redes conectadas permitem reconsiderar o verdadeiro impacto social e cultural dos suportes que, embora cada vez mais móveis tecnologicamente, atuam como agentes de uma estabilidade feita de socialidades inesperadas que surgem como promessas de um sistema mundo onde a cidade planetária possa redefinir-se ao comparar-se (FERRARA, 2009, p. 10).

[228] Em 31 de julho de 2012, as emissoras continuavam fora do ar.

Finalmente, porque, no novo ambiente comunicativo, aquela relação comunicativa face a face – que estrutura e é ampliada no corpo a corpo sensível e técnico, propiciado pela reprodução técnica da RadCom no *dial* – transmuta-se em uma interatividade *mente a mente*, "que pode se expandir tecnologicamente, mas só se atualiza se assumida na consequência da informação disponível e transformada em ação no lugar e sobre ele" (FERRARA, 2009b, p. 136).

Na conexão *mente a mente*, novos agrupamentos se formam, não mais quantitativos ou numéricos, geograficamente localizados e historicamente determinados, mas que passam a se articular por meio de aproximações associativas de toda a ordem (de classes, de gêneros, de etnias, para solução de problemas concretos ou não etc.). Trata-se de uma nova *multidão*, diretamente ligada à possibilidade de relação de microcomunidades que se organizam e se desorganizam rapidamente, duram o tempo exato da emergência que motivou sua formação e, por não terem história nem geografia, se dissolvem com o fim do interesse que motivou sua constituição (HARDT; NEGRI, 2006).

Como observa Ferrara, na medida em que as interfaces informativas substituem a alteridade subjetiva e os deslocamentos no espaço transformam-se em aceleração constante, o que temos são *mentes* em conexão acelerada e sempre presente:

> Se a metrópole traduziu a alteridade da cidade cosmopolita na imagem hiper-real de um outro que atua como modelo eletrônico, a megalópole cria a compulsiva sedução de um outro anônimo, mas convincente enquanto exemplo que sugere reação imediata, um outro imaginado na interlocução de mensagens virtuais que apresentam uma alteridade vazia de corpo, mas exageradamente ativa enquanto estímulo mental (FERRARA, 2009b, p.135).

Assim, nas experiências *mente a mente*, a hibridação entre espaço, corpo e informação sugerem a passagem para as formas digitais de interação entre sistemas, máquinas e pessoas. É nesse contexto que, em rede, a relação comunicativa, que efetivamente cimenta as trocas na comunidade e sustenta a existência das RadCom no *dial*, dá lugar ao vínculo, agora essencialmente interativo, colaborativo e sinestésico (ver Capítulos 1 e 2). E o meio, mais simbólico do que físico, passa a ser espaço primordial no estabelecimento e na manutenção de redes de vinculação (FERRARA, 2008). Diferentemente da relação comunicativa face a face, que sustenta a RadCom no *dial*, se o meio comunicativo desaparece, as vinculações tendem a

se dissipar e se reagrupar em novas espacialidades, com novas conformações e sentidos, como é da própria característica da rede.

Na medida em que propiciam vinculações e mobilizações interativas *mente a mente*, as RadCom na *web* apropriam-se de espaços e, em espacialidades, configuram novos *lugares* de cultura. *Glocalizam*[229] o espaço, ao conservar e reproduzir em rede as características daquele *lugar* que é seu ponto de origem, ou seja, contaminam os locais planetários, portanto globais, a partir daquela articulação do lugar.

E ao supor a apropriação afetiva e interativa de hábitos e comportamentos, o *lugar* diferencia-se do *local*, localizado geograficamente, registrado, limitado. Nesse novo espaço-tempo, em que as espacialidades são cada vez mais fluidas, e as temporalidades, sempre presentes, o sentimento de pertencimento parece ainda se impor. Sobre essas questões, nos debruçaremos agora.

3.2.2 Da temporalização do espaço à espacialização do tempo

Os conceitos de tempo e espaço ocupam papel central no âmbito do pensamento ocidental. Na semiosfera (LOTMAN, 1996) – o macroespaço semiótico da cultura, feito de sincronias e diacronias, em que se dão as semioses –, os conceitos surgem intimamente atrelados, de tal modo que o entendimento de um exige a reflexão sobre o outro.

A ideia de espaço-tempo como uma entidade unificada, de acordo com a Teoria da Relatividade de Einstein, é o primeiro princípio da ciência do tempo. Isso significa que, apesar de nos proporcionarem diferentes experiências sensíveis, as duas noções têm uma natureza comum: na relatividade especial, o espaço-tempo consiste de uma variedade diferenciável de quatro dimensões, sendo três espaciais e uma quarta temporal.

Portanto, dimensões básicas da existência humana, tempo e espaço estão interligados na natureza e nas práticas sociais, de tal modo que "podemos afirmar que as concepções do tempo e do espaço são criadas necessariamente através de práticas e processos materiais que servem à reprodução da vida social" (HARVEY, 2007, p. 189), não podendo ser entendidos, portanto, de forma independente das trocas e ações sociais. "Em suma, cada modo distinto de

[229] De acordo com Eugênio Trivinho, "o fenômeno glocal diz respeito a um processo social mediatizado e sincrético, nem global, nem local, situado e realizado tanto além quanto aquém de ambos, como vertente de terceira grandeza, em tudo heterodoxa e paradoxal, jamais redutível aos seus dois elementos constituintes" (2010, p. 3).

produção ou formação social incorpora um agregado particular de práticas e conceitos do tempo e do espaço" (HARVEY, 2007, p. 189).

Daí as diferenças radicais de sentidos que podem ser conferidos a esses conceitos, de acordo com as capacidades, interesses, formações etc., que caracterizam cada grupo social. Muito provavelmente, os grupos indígenas Korubo e Suruwaha[230], da Amazônia, e os tuaregues, do deserto do Saara, possuem modos diferentes de relacionar tempo e espaço, não apenas entre si, mas também quando comparados a outros grupos.

Certamente, nesses casos, as forças e o ritmo da natureza imprimem sentidos próprios de espaço e tempo difíceis de serem percebidos e interpretados por quem nasceu e sempre viveu em um espaço urbano. Ao mesmo tempo, mesmo em megalópoles, como Tóquio e São Paulo, a complexidade dos fenômenos conduz a distintas percepções e entendimentos dessas relações: tome-se como exemplo o espaço Ma[231], que, enraizado na cultura japonesa, é de difícil apreensão no mundo ocidental.

Assim, mesmo na sociedade moderna, dominada pela sincronização mundial de seus instrumentos de medida (escala métrica, relógio etc.), muitos sentidos distintos de espaço e tempo se entrecruzam, como alerta Harvey (2007, p. 187), em função de suas múltiplas formas de organização e, por consequência, das múltiplas experiências que proporcionam.

Desse modo, como propõe Milton Santos, se por tempo entendermos o transcurso ou sucessão de eventos; se por espaço compreendermos o meio, o lugar material da possibilidade dos eventos; e, se por mundo apreendermos a soma, a síntese de eventos e lugares, teremos que: "a cada momento mudam juntos o tempo, o espaço e o mundo" (2008, p. 38). E como realidades históricas, tempo, espaço e mundo devem ser reconstruídos intelectual e empiricamente como sistemas conversíveis para a sua compreensão (SANTOS, 2008, p. 39). Nesse sentido, ao longo da história, os sistemas técnicos se constituem espaços qualificados para observação, experimentação e compreensão de temporalidades e espacialidades, cuja organização não se fundamenta na lógica excludente de uma ou de outra.

Conforme discutido anteriormente, como lugar carregado de significados e demarcado culturalmente, a comunidade que abriga a RadCom legalizada também está contaminada por um tempo localizado e simbólico, na medida em que fortemente ligado a uma vivência cotidiana. Trata-se de um tempo que vai se construindo naqueles eventos cotidianos como acordar, almoçar, trabalhar, dormir... Também as festas populares (do peão, da uva, do

---

[230] Povos indígenas que vivem em total isolamento, segundo informações da Funai. Ver: <http://glo.bo/MCo0pw>. Ver ainda: <http://bit.ly/PHgN1X>. Acesso em: 5 jul. 2012.

[231] Sobre o espaço intervalar Ma ver OKANO, 2007, p. 202-219.

morango etc.), a campainha da escola mais próxima, o chamado sonoro do vendedor de botijões de gás de cozinha etc. traduzem "movimentos cíclicos e repetitivos [...] [que] oferecem uma sensação de segurança em um mundo em que o impulso geral do progresso parece ser sempre para a frente e para o alto" (HARVEY, 2007, p. 187). Demarcam o tempo cotidiano, vinculando-o ao lugar.

Isso pode ser percebido com muita intensidade nas vilas e pequenas cidades – que representam 72,04% do total de emissoras que compõem esta análise [232] –, como Palestina, Mesópolis, Iracemápolis, Areiópolis, Lençóis Paulista ou Piedade. Nessas pequenas localidades, em função mesmo da importância da atividade agropecuária no cotidiano dos moradores, o movimento circular e contínuo do tempo da natureza, sem começo nem fim, se contrapõe mais fortemente à noção de tempo histórico, linear, finito e irreversível.

No entanto, mesmo nas médias e grandes cidades, esses movimentos cíclicos podem marcar fortemente as comunidades nas quais as RadCom se estruturam. Tome-se como exemplo, a agitação e a mobilização causadas pela tradicional festa julina da favela Paraisópolis – uma das maiores da cidade de São Paulo, onde está instalada a Nova Paraisópolis FM –, ou mesmo as festas do peão de boiadeiro de Americana e de Barretos. Há um conceito comunal de tempo que ainda resiste, marcado por outro ritmo e enraizado nas relações face a face.

De acordo com Giddens, espaço e tempo coincidem em todas as culturas pré-modernas, na medida em que a determinação temporal está fortemente ligada a fatores socioespaciais e "as dimensões espaciais da vida social são, para a maioria da população, e para quase todos os efeitos, dominadas pela 'presença' – por atividades localizadas" (1991, p. 27). Semelhante, portanto, ao que ainda hoje se verifica nas comunidades mais coesas, nas quais, como discutimos anteriormente, podemos incluir as RadCom legalizadas.

O autor atribui à descoberta do relógio mecânico – que coincidiu com a expansão da modernidade – um fator crucial para a separação tempo-espaço. Segundo ele, o esvaziamento do tempo – provocado pela padronização em escala mundial dos calendários e a padronização do tempo através das regiões – teria sido pré-condição para o esvaziamento do espaço, na medida em que "a coordenação através do tempo é a base do controle do espaço" (1991, p. 26). Assim, a modernidade separa o espaço do tempo, "fomentando relações entre outros

[232] As 304 RadCom na *web* estão assim localizadas: 115 emissoras (37,83% do total) transmitem em cidades-vila, com até 20 mil habitantes; 104 RadCom (34,21%) estão localizadas em cidades pequenas, com 20.001 a 100 mil habitantes; 54 estações (17,77%), em cidades médias, com 100.001 a 500 mil habitantes; outras seis (1,97% do total) se encontram em cidades grandes, com 500.001 a 1 milhão de habitantes; sete RadCom (2,30%) estão instaladas em metrópoles, com mais de 1 milhão de habitantes; e 18 emissoras (5,92%) operam em São Paulo, megalópole com mais de 11 milhões de habitantes.

‘ausentes’, localmente distantes de qualquer situação dada ou interação face a face” (GIDDENS, 1991, p. 27). Como resultado, na medida em que o tempo cronológico predomina sobre o espaço e sobre a própria sociedade, os locais passam a ser moldados também por influências sociais distantes.

De qualquer modo, destaca Castells (1999a, p. 472), se mantém o princípio de vida sequencial e regular, embora o seu padrão seja alterado de biossocial (ou seja, o ritmo humano em estreita relação com os ritmos da natureza, que marca as sociedades pré-industriais) para sociobiológico (isto é, o ciclo passa a ser construído em torno de categorias sociais graças às conquistas propiciadas pela Revolução Industrial).

Para Giddens, a separação entre espaço e tempo é crucial para o dinamismo da modernidade por, ao menos, três razões importantes. Primeiramente, porque ela é condição de um processo de desencaixe, ou seja, o “deslocamento das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p. 29). Depois, porque ela proporciona mecanismos para a organização racionalizada da vida social, sendo capazes de conectar dinamicamente o local e o global. Finalmente, porque o desenvolvimento das instituições modernas conferiu força à ideia de “história” como modo de apropriação sistemática do passado para ajudar a modelar o futuro de forma que “tempo e espaço são recombinados para formar uma estrutura histórico-mundial genuína de ação e experiência” (GIDDENS, 1991, p. 29).

E é sob essa lógica, ou seja, a lógica do tempo como base para controle do espaço, que o rádio se organiza como veículo, sobretudo a partir de meados dos anos 1930, instrumentalizado pela indústria da comunicação, no nível da configuração da mensagem (ver Capítulo 1). Reduzido a mero veículo transmissor, o rádio constrói a *temporalização do espaço*, ou seja, a predominância do tempo sobre o espaço, de modo a permitir a sincronização dos ritmos e dos corpos na cidade (MENEZES, 2007), ainda que, durante a recepção, a circularidade do som se imponha. Trata-se da racionalidade do consumo ordenado, da fidelização do ouvinte, da organização de seu tempo e espaço.

Isso se dá, sobretudo, pela linearização imposta pela organização da mensagem: para eliminar ruídos na comunicação, o discurso radiofônico se pauta na regularidade, na redundância e na sequencialidade ordenadas. Mas também se justifica pelo tempo mecânico da difusão, isto é, um programa depois do outro, todos os dias da semana, nos mesmos horários etc. (ver Capítulo 1, 1.2 A linguagem do meio). *Pari passu* com o automatismo que toma conta das sociedades modernas, a linearidade e a contiguidade imprimem uma

sonoplasticidade radiofônica que se organiza no eixo da diacronia. Daí, o predomínio do tempo sobre o espaço.

Idealizada para atuar como contraponto à lógica comercial, no *dial*, a RadCom surge como ambiente que propicia a *espacialização do tempo* na mediação, na medida em que pode viabilizar a sincronia no espaço de convivência e na negociação que constitui a comunidade. E ao sincronizar as trocas comunicativas, a própria comunidade, viva e pulsante, acaba por predominar sobre aquela lógica do tempo linear, mensurável, irreversível, ordenador da mensagem radiofônica organizada. É ela, em última instância, que detém o poder de definir e motivar as sonoridades construídas pelas RadCom, pois não apenas inspira seus sotaques e acentos, mas também confere ou não visibilidade à programação, ao fazer valer suas preferências. Daí, o predomínio do espaço sobre o tempo.

Retomando Castells, os atuais avanços tecnológicos e culturais, que caracterizam a sociedade em rede, provocam uma "ruptura do ritmo, ou biológico ou social, associado ao conceito de um ciclo de vida" (1999a, p. 472). Na medida em que o espaço de fluxos passa a dominar e determinar os espaços culturais, um tempo "intemporal" se impõe como temporalidade dominante. Segundo o autor, a serviço do capital, a tecnologia invalida e supera tanto o tempo biológico humano (o ritmo temporal que regula a espécie humana) como o tempo cronológico que estrutura a sociedade moderna industrial, reduzindo-os a um eterno presente. "O capital não só comprime o tempo: absorve-o e vive [...] da digestão de seus segundos e anos" (CASTELLS, 1999a, p. 463).

Como consequência, vivemos uma mudança profunda em nossa experiência de tempo e espaço[233]. Rede das redes, a Internet liberou o ouvinte/usuário da ordem temporal e sequencial imposta pelos veículos de comunicação tradicionais, consolidando uma cultura que é, ao mesmo tempo, da ordem do eterno e do efêmero (CASTELLS, 1999a, p. 487), da informação instantânea e simultânea e também da mistura, da sincronização de tempos diferentes, em um mesmo "hiperespaço social" (CASTELLS, 1999a, p. 452).

Estruturado pelos espaços de fluxos, o tempo intemporal se coloca em relação tensiva com as múltiplas temporalidades que permanecem associadas aos espaços de lugares:

> O espaço de fluxos [...] dissolve o tempo desordenando a sequência dos eventos e tornando-os simultâneos, dessa forma instalando a sociedade na efemeridade eterna. O espaço de lugares múltiplos, espalhados, fragmentados e desconectados exibe temporalidades diversas, desde o domínio mais primitivo dos ritmos naturais até a estrita tirania do tempo

[233] Ver também 3.2.3 Pertença tópica em espacialidade *ur-tópica*.

> cronológico. Funções e indivíduos selecionados transcendem o tempo, ao passo que atividades depreciadas e pessoas subordinadas suportam a vida enquanto o tempo passa. [...] A intemporalidade navega em um oceano cercado por praias ligadas ao tempo, de onde ainda se podem ouvir os lamentos de criaturas a ele acorrentadas (CASTELLS, 1999a, p. 490).

Nessa perspectiva, quando da transposição das RadCom para a ambiência da *web*, na configuração da mensagem emerge um texto cultural que, como fronteira (ver Capítulo 1), desloca a predominância da *temporalização do espaço*, imposta pela indústria cultural e reproduzida pela emissora no *dial*, para a predominância da *espacialização do tempo*. Em outras palavras, a emergência desse "hiperespaço social" implica o predomínio do espaço sobre o eixo temporal, na medida em que distintas temporalidades passam a se constituir, de acordo com a dinâmica espacial.

Ao tratar da imagem numérica (ou de síntese), Ferrara esclarece esse tempo sem tempo do "agora" que se espacializa no "aqui":

> A imagem de síntese, ao contrário, não tem tempo, é fraca porque marcada por um paradoxal tempo instantâneo definido como um "agora" desguarnecido de razões históricas que o justifiquem como passado ou como prognóstico futuro. A imagem de síntese é "agora": essa rarefação do tempo no presente faz com que ela se realize mais no espaço que no tempo, dando origem a um tempo espacializado no presente do "aqui". Sem narrativa e sem tempo que a naturalize, a imagem de síntese ou imagem numérica está confinada à técnica e à mais medíocre dimensão social, pois não tem memória, visto que é apenas guardada, reservada, estocada nas memórias invisíveis dos dispositivos digitais (FERRARA, 2012, no prelo).

Temos a configuração de um ambiente altamente dispersivo, que se abre à leitura em superfície (ver Capítulo 2, 2.3 Muito antes e para além da metáfora). Vilém Flusser observa que o significado superficial das imagens encontra-se na superfície e pode ser captado num golpe de vista; no entanto, para a apreensão aprofundada de seu significado, é preciso "vaguear" pela sua superfície, em um processo que ele chama de *scanning* (2002, p. 7). Escanear é, portanto, uma nova forma de conhecer que se dá por meio do estabelecimento de

> relações temporais entre os elementos da imagem: um elemento é visto após o outro. O vaguear do olhar é circular: tende a voltar para contemplar elementos já vistos. Assim, o "antes" se torna "depois", e o "depois" se torna o "antes". O tempo projetado pelo olhar sobre a imagem é o eterno retorno.

> O olhar diacroniza a sincronicidade *imagética* por ciclos (FLUSSER, 2002, p. 8)

E, ao "diacronizar", o olhar que vagueia sobre a superfície vai construindo sintagmas, desfazendo aquela dinâmica da *espacialização do tempo* no nível da configuração da mensagem, que é da essência da rede. No processo de um *link* depois de outro, uma página após a outra, como Ouroboros, retoma-se a *temporalização do espaço* no nível da interação com os textos da *web*. Por meio do vínculo interativo e sinestésico, que cimenta as relações com a RadCom nos espaços de fluxos, é que se retomam e se reconstroem os tempos dos lugares (agora múltiplos e desterritorializados, como veremos a seguir).

Na *web*, apesar do espaço em superfície, que tende a operar *a priori* como espaço liso por excelência (DELEUZE; GUATARRI, 1997a), os estriamentos também se dão na medida em que a navegação ocorre, ou seja, na medida em que o ouvinte-internauta vai construindo as suas escolhas. Como todo espaço estriado, vai ganhando regras de conduta, normas que determinam a sua ocupação, delimitações que lhe conferem medidas – por exemplo, os endereços. Em resumo, apesar de ser da ordem do espaço, o percurso construído é sintagmático e diacrônico, em virtude dos estriamentos e dos escaneamentos: portanto, pertence ao eixo temporal (PIGNATARI, 2005).

No entanto, é preciso destacar que, se os *sites* e portais das RadCom na *web* operam por estriamentos que territorializam e delimitam fronteiras de navegação, em contrapartida, as redes sociais como Facebook e Twitter (apesar das regras que remetem ao estriado) permitem movimentos "lisificadores" sincrônicos.

3.2.3 Pertença tópica em espacialidade *ur-tópica*

Segundo Bauman, todos temos uma memória *utópica* de felicidade ligada a um "paraíso perdido", a um sentimento de pertencimento a um grupo, que tentamos reproduzir ao buscar a vida comunitária. Essa concepção de comunidade – que, inegavelmente, tem sua base em Tönnies – parte do princípio de *entendimento* entre seus membros e não do *consenso*, sobre o qual se apoiam as relações na contemporaneidade: enquanto o consenso é resultado de acordo, negociações e disputas, o entendimento "não precisa ser procurado, e muito menos construído", pois é algo que "já está lá" (BAUMAN, 2003a, p. 15). O problema

é o estado de decadência dos espaços nos quais se concretiza o consenso ou acordo – a cidade, por exemplo (SENNET, 1988, p. 16).

No mundo globalizado, em que tudo é perigosamente temporário e fluido, em que os relacionamentos e tudo mais que nos rodeia se apresentam voláteis e permanentemente em fluxo, tendemos a manter vivo na memória o ideal utópico da comunidade, como o "lugar aconchegante", o "ninho" que nos oferece conforto e segurança e nos mantém a salvo das ameaças de fora. No entanto, e aqui reside o dilema segundo Bauman, do mesmo modo que nos protege, a vida em comunidade impõe uma série de restrições à liberdade individual: o indivíduo precisa dos outros, mas, ao mesmo tempo, teme criar relacionamentos ou laços mais profundos que "o imobilizem num mundo em permanente movimento" (BAUMAN, 2003b). Ou seja, segundo Bauman, há um conflito inerente entre as ideias de comunidade e liberdade.

Assim, em nome da liberdade individual, da mesma forma com que ansiamos por ela, resistimos à tão sonhada segurança e ao aconchego, vislumbrados na comunidade. À primeira vista, a Internet parece pôr fim a esse dilema ao nos dar a impressão de que conservamos a liberdade individual ao mesmo tempo em que encontramos a "comunidade" de iguais, enquanto navegamos, ao entrar e sair de *sites*, *chats* ou redes. Na realidade, trata-se de uma ilusão: salas de bate-papo e redes sociais de relacionamento (como o Facebook, por exemplo) também possuem moderadores e sua regras; *sites* possuem programas que monitoram nossos passos (*spywares*) etc.

Além disso, como já visto, redes sociais não são comunidades. Ainda que possam reproduzir alguns dos padrões predominantes na constituição de uma comunidade – como solidariedade, vizinhança e parentesco – em sua complexidade, as redes sociais são compostas de muitos outros aspectos e padrões alternativos, novas formas de associações "com muitas dimensões e que mobilizam o fluxo de recursos entre inúmeros indivíduos distribuídos segundo padrões variáveis" (COSTA, R., 2005, p. 239).

Do mesmo modo que as redes sociais não são criações do século XXI (CASTELLS, 2009, p. 21), o processo de desconstrução da própria ideia de comunidade e também as causas dos dilemas que hoje nos afligem (a insegurança, a ansiedade, a incerteza) não são novos. Vêm no rasto da Revolução Industrial e da formação do Estado moderno, cuja construção implicou a substituição das "velhas lealdades à paróquia, à vizinhança ou à corporação dos artesãos por lealdades ao estilo do cidadão para com a totalidade abstrata e distante da nação e das leis da terra" (BAUMAN, 2003a, p. 114).

Ao provocar uma cisão entre os negócios e o lar (separando definitivamente os produtores e suas fontes de sobrevivência), o capitalismo moderno liberou a busca pelo lucro,

mas também rompeu vínculos morais e emocionais que uniam a família e os vizinhos. Destituídos os laços comunitários originais (descritos por Tönnies), duas tendências vão, então, marcar o capitalismo moderno e as relações globalizadas: 1) de um lado a tentativa de substituir o "entendimento natural" da comunidade por uma nova rotina artificialmente imposta e monitorada pelo ritmo industrial, uma tendência, portanto, abertamente "anticomunitária"; e, por outro, a tentativa de criar uma nova forma de comunidade que pudesse ser administrada (BAUMAN, 2003a, p. 36).

Nesse sentido, é preciso concordar com Sennet quando diz que "nos tornamos o 'romântico social' a que Tönnies se referia" (1988, p. 274). Segundo o autor, uma das características da sociedade *intimista* contemporânea é justamente a intensidade com que as pessoas procuram se abrir umas às outras, buscando engajar-se em "relacionamento humano e autêntico", uma vez que a crença atual é a de que "se não há abertura psicológica, não pode haver laço social" (TÖNNIES, 1988, p. 275). O entendimento por meio da ação compartilhada é o modo mais simples de estruturar essa identidade coletiva (comunal).

Porém, mesmo que a ideia "original" de comunidade tenha sido desconstruída – indicando, até, a transmutação de seu conceito para o de "rede social" (COSTA, R., 2005) –, o desejo de pertencimento continua latente como demanda da sociedade contemporânea, pois, hoje, mais do que nunca, precisamos daquele pequeno "ninho" idealizado de segurança e aconchego. Dessa demanda, para substituir a ideia de comunidade, emerge o conceito de identidade, que tem como pressuposto a *diferença*: para ser diferente é preciso *aparecer*, e esse processo nos leva a ficar cada vez mais distantes de todos os demais (BAUMAN, 2003a, p. 61). Agora, mais do que nunca, importa "pertencer" e "aparecer", não necessariamente nessa ordem, mas sempre contemplando os valores e comportamentos consagrados pelo grupo, desde que o *habitus* (BOURDIEU, 2008) mantenha-se protegido, ou seja, trata-se de uma identidade sob condição.

Paradoxalmente, nunca estivemos tão próximos. Ao ampliar o mercado consumidor de modo a escoar a produção cada vez maior de mercadorias (e cada vez mais descartáveis), a globalização e os avanços tecnológicos que vieram a reboque possibilitaram a relação comunicativa e a interconexão do mundo todo (via telefone, rádio, televisão, Internet etc.). Como vimos anteriormente, cresce em ritmo acelerado o acesso da população mundial às novas tecnologias[234], proporcionando a vivência de um "espaço mundial" em que "o mundo é

[234] Embora o seu controle ainda se mantenha restrito a instituições e empresas, que buscam reproduzir o mesmo processo de exclusão dos meios eletrônicos de comunicação, a própria dinâmica das redes permite que o espaço seja sempre tensionado para o empoderamento da *minoria* deleuziana, que, assim como uma *maioria*, pode ser

transformado em aldeia e todas as direções são simultâneas em espaços deslocados" (FERRARA, 2002, p. 11).

Como destaca Ferrara, se a globalização totaliza e padroniza, ela também faz brotar, em contradição, "genuínos sentimentos nacionais" e a necessidade de contrapor as identidades próprias como formas de resistência ao processo de estandardização. E, desse processo de fragmentação, nas cidades, emergem os lugares, que não deixam de reproduzir as relações que se dão no macro (o País e o Mundo), mas o fazem a partir de uma lógica única, particular (FERRARA, 2002, p. 13-15). Assim, os lugares são diversidade:

> Se a cidade global é o espaço da igualdade e do geral, postulado como abstração em poucos pontos de decisão planetária, o lugar é o espaço da cidade objetiva e individualizada que questiona o abstrato homogêneo global pela sua dinâmica diferença vital, ou seja, o lugar salienta as dimensões ou consequências sociais do processo de globalização (FERRARA, 2002, p. 15).

De imediato, a ideia da "cidade global" nos remete à megalópole, que *fixa*, apesar de estar sujeita aos *fluxos*; é desconfortável, por trazer em si a dupla face ordem/desordem. Então, as pequenas e médias localidades não estariam afeitas à mesma lógica hegemônica global? Ou, por outro lado, como questiona Hall, "é possível, de algum modo, em tempos globais, ter-se um sentimento de identidade coerente e integral?" (2003, p. 84).

Tomemos mais uma vez como exemplo a Poleia FM, legalmente autorizada a operar em Palestina-SP. Visto de cima, o *local* Palestina (ver Figura 24) nos transmite a ideia de simetria e equilíbrio. A partir da praça central da Igreja da Matriz estendem-se alguns poucos metros de ruas retilíneas e perpendiculares, em uma sucessão de pequenas construções horizontais muito simples. São blocos aparentemente homogêneos, onde inexistem edifícios de pequeno ou médio porte que possam produzir qualquer tipo de "ruído". Mesmo as construções usualmente mais "populares", como as casas da Cohab, no canto superior direito da imagem, estão em perfeita harmonia com o ambiente, ou seja, não destoam da caracterização geral.

---

numerosa ou mesmo infinita. "O que as distingue é que a relação interior ao número constitui no caso de uma maioria um conjunto, finito ou infinito, mas sempre numerável, enquanto que a minoria se define como um conjunto não numerável, qualquer que seja o número de seus elementos. O que caracteriza o inumerável não é nem o conjunto nem os elementos; é antes a *conexão*, o 'e' que se produz entre os elementos [...] A potencia das minorias não se mede por sua capacidade de entrar e de se impor no sistema majoritário [...], mas de fazer valer uma força dos conjuntos não numeráveis, por pequenos que eles sejam, contra a força dos conjuntos numeráveis, mesmo que infinitos" (DELEUZE; GUATARRI, 1997a, p.173 e p.175).

Figura 24 – Visão geral da cidade de Palestina (SP)

Fonte: Google Earth. Acesso em: 27 jul. 2008.

A simetria e o equilíbrio aparentemente se estendem também ao *lugar* Palestina. Não há grandes distâncias sociais, econômicas ou culturais na cidade: não há a presença dos muito *mais* ricos; todos frequentam as mesmas escolas, o mesmo clube, os mesmos estabelecimentos comerciais; todos recebem atendimento no mesmo posto de saúde; os mortos são enterrados no mesmo cemitério; e a Festa do Peão de Boiadeiro é a grande celebração coletiva anual.

Antes de mais nada, é preciso levar em conta que a identidade se constrói a partir da diferença, ou seja, da alteridade, do "estar em relação a outro", em sendo um *ser-em-comum*. De acordo com Hall, é uma "fantasia" falar em identidades fixas e unificadas nas sociedades modernas, em função das transformações cada vez mais aceleradas a que estamos sujeitos, propiciadas pela globalização e pelos avanços tecnológicos.

A interconexão dos pontos mais distantes e distintos do planeta redunda num bombardeio crescente de informações que nos levam a repensar permanentemente as práticas culturais e os relacionamentos humanos. Assim, as identidades são processos culturais, constantemente em construção, "produzidas em lugares históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas" (HALL, 2006, p. 109). E, em sendo construídas dentro do discurso,

> à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2003, p. 13).

A comunidade viva (constituída e construída por identidades cambiantes em processos) que é Palestina (Mesópolis, Santa Clara D'Oeste, a favela de Heliópolis, de Paraisópolis etc.) não se restringe à demarcação legal de um quilômetro a partir da antena da emissora, assim como parece não se conter na área de delimitação geográfica de cada um dos municípios ou bairros. Ela teima em se expandir e ultrapassar as fronteiras geográficas para alcançar antigos moradores que já se foram, mas mantêm laços de afeto com a cidade; os filhos e parentes, temporariamente ausentes; aqueles cujo interesse é suscitado por motivos os mais diversos (emocionais, financeiros, culturais...).

Poleia FM, Mesopolitana FM (105,9 MHz, <http://www.mesopolitanafm.com.br/>, Mesópolis-SP, 1.886 habitantes), Interior FM (98,7 MHz, <http://www.interiorfm.com.br/>, Santa Clara D'Oeste-SP, 2.084 habitantes), entre outras, ganham a *web*; apropriam-se da rede para configurar outros/novos lugares. Enquanto no *dial* a instalação de uma RadCom legalizada, geograficamente situada e delimitada, opera no sentido de reterritorialização e afirmação do *local*, enfatizando as diferenças, a mesma emissora, na *web*, também pode levar à construção de lugares, mas agora *desterritorializados*, contínuos, e essencialmente de *interação*.

É o que pode ser percebido, por exemplo, na participação do ouvinte Carmo Yasuo Sigaki na programação da rádio comunitária Brasil FM (104,9 MHz, <http://www.radiobrasilfm.com.br/>, Araraquara-SP, 108.662 habitantes), mesmo ele estando do outro lado do mundo, no Japão. O recado que Carmo deixa no Mural da página da emissora na *web* registra a sua interação em tempo simultâneo com a emissora e com dois outros ouvintes, em um processo de "lugarização" da RadCom, mesmo no contexto das redes:

> 14/01/2010 - **Carmo Yasuo Sigaki**[235]
> **E-Mail:** yasuosigaki@gmail.com - **Cidade:** Awara- Fukui Ken - Japão
> **Mensagem:** Estou do outro lado do planeta e estou agradecido por encontrar mensagem de um grande amigo meu mandando para outro amigo- A mensagem foi do Mussula para o Elidio -A saudade bateu forte em meu peito mas as alegrias das grandes amizades foi mais forte e o meu coração se alegrou.

[235] Recado registrado no Mural da emissora em 14 jan. 2010. Disponível em: <http://www.radiobrasilfm.com.br/index.php?id=46>. Acesso em: 20 jul. 2011.

No *dial*, os ouvintes da emissora comunitária estão unidos, sobretudo, por um sentimento de *vizinhança*: na comunidade geograficamente delimitada pela Lei, não apenas *são* vizinhos, mas se sentem *fisicamente* vizinhos. A pequena área de cobertura da emissora e o fato de, por obrigação legal, terem seus dirigentes morando na mesma localidade fortalece ainda mais esse sentimento. Ademais, a RadCom do espectro eletromagnético é *visualmente* presente na vida da comunidade, uma vez que a antena da emissora tem visibilidade e delimita territorialmente a sua presença, seja no município de Borebi, região centro-oeste do Estado, ou no bairro da Cantareira, na cidade de São Paulo-SP (ver Figura 25).

Figura 25 – Visibilidade da antena – Cantareira FM

Cantareira FM (87,5 MHz, <http://www.radiocantareira.org/>, São Paulo-SP, 11,2 milhões habitantes).
Foto: Wanderson Cruz.

Na maioria das RadCom na *web* pesquisadas, duas possibilidades de vínculos são facilmente perceptíveis: uma que remonta à ideia de pertencimento àquela comunidade geograficamente delimitada (integrantes da comunidade ou ex-moradores e/ou familiares de moradores que se encontram distantes, por exemplo); ou a dos vínculos que se estabelecem

pela afinidade de conteúdo da programação (ouvintes/internautas de outras localizações que acompanham a emissora porque gostam do estilo musical, por exemplo).

As próprias dificuldades para localizar as emissoras no *dial* (ver 2.2 As RadCom nas infovias: uma análise pontual) sinalizam que, na maioria dos casos, quem busca ou acessa o *site* da RadCom possui algum vínculo anterior com a emissora, com a cidade ou bairro onde está instalada, ou mesmo com alguém da comunidade. Poucas pessoas se disporiam a seguir todos os passos descritos anteriormente para localizar uma emissora da qual, muitas vezes, sequer se conhece o nome fantasia.

Graças à Internet, mesmo fisicamente distante é possível se manter conectado com a comunidade de origem ou interesse. É esse movimento que pode "lugarizar" a rede, ou seja, é a sua apropriação afetiva e interativa que a transforma em ambiente qualificado, em um *lugar*. Basta dar uma olhada no Mural de Recados dos *sites* pesquisados para se ter uma ideia clara.

No mural da Poleia FM, por exemplo, no período de um ano (abril/2007 a abril/2008), encontramos 68 recados postados, dos quais 25 são claramente identificados como internautas que se encontram em outras cidades ou em outros Estados[236]. Há uma mensagem da Inglaterra, assinada por Elizângela e Devair: "nós aqui do outro lado do mundo, estamos felizes por contar com vcs pra não ficarmos isolados do mundo. Obrigaduuuu do fundo do coraçaooo a e a pgina ficouu muito 111100000"[237]. Outros recados deixam clara a ligação com a cidade: "já morei em Palestina", ou "vocês me fazem me sentir mais pertinho", ou ainda "estou em Valinhos [...] relembrando os bons tempos e amigos que deixei" etc.

A maioria daqueles que postam mensagens parece possuir laços afetivos e efetivos com a comunidade geograficamente delimitada. Mas há também internautas que buscam a emissora em função do estilo musical que ela veicula – música sertaneja e de rodeio, por exemplo: "oiiieee sou de votuporanga mas ouço a radio todos os dias pela net. Amoo MAYCON E RENATO e foi procurando pro assuntos relacionados a eles que encontrei a poleia pela net. Aí toca maycon e renato aí genteeee!!!! Bjuxxxx (anninha peres)".

O que fica claro na análise dessas mensagens é que, quando da transposição para a *web*, aquele sentimento de *vizinhança*, que marca as relações face a face da comunidade geograficamente delimitada, dá lugar ao sentimento de pertença, de *pertencimento* a um determinado grupo. Isso não significa que seja eliminada a referência aos lugares. Embora hoje permanentemente em conexão, a referência direta a lugares é inerente ao comportamento

[236] Há ouvintes de Brasília, Pará, Cuiabá, Curitiba, Bahia, Goiânia, Três Lagoas. No Estado de São Paulo: da capital, de São José dos Campos, Jacareí, Campinas, Valinhos, Rio Claro, Ribeirão Preto, Praia Grande, Bebedouro, Pindorama, Votuporanga e São José do Rio Preto

[237] Nesta tese, todas as mensagens retiradas das páginas das RadCom estão transcritas como foram postadas.

humano e, por isso, é consoante e se estende às comunidades na Internet, conforme discutiremos a seguir.

Ao estudar as comunidades que fazem referência a cidades e lugares no Orkut, Fragoso constata, por exemplo, que seus participantes são pessoas que já possuíam algum tipo de vinculo anterior com os lugares representados, "sendo particularmente frequentes as descrições que enalteciam as qualidades do lugar representado e as afirmações de caráter identitário" (2008, p. 119). De modo semelhante, percebemos nos *chats*, comentários e murais de recados das emissoras pesquisadas que "o sentido de pertencimento dos agrupamentos sociais se desvincula da territorialidade, viabilizando o desenvolvimento de [redes] baseadas em interesses comuns, independentemente da localização de seus membros" (FRAGOSO, 2008, p. 111).

Estamos diante de uma *pertença tópica*, na medida em que há uma tentativa de criar/simular um lugar de pertencimento em rede, de criar um *topos* de pertencimento, ainda que desterritorializado. A questão é que não se trata de um *topos* "dis-tópico", na medida em que não temos aqui uma negação ou privação de um espaço utópico. Em grego, a partícula δυσ (que tem como transliterações "dis" ou "dys") exprime dificuldade, dor, privação, infelicidade, mau estado, anomalia, e também está relacionada à ideia de separação, disjunção ou dispersão; a palavra τόπος (transliteração *topos*) significa "lugar" (CUNHA, 2010, p. 640; HOUAISS, 2010). Portanto, *dis-topia*, literalmente, refere-se a lugar infeliz, ruim, tendo adquirido durante o século XX o sentido de "localização anômala" (HOUAISS, 2010).

Tampouco tal *topos* está relacionado à *u-topia*, antítese distópica. Palavra composta de ου (transliteração *ou*; latinizado como *u*-), advérbio de negação, e τόπος, lugar, em sentido literal, *utopia* refere-se a "nenhum lugar". Mas, diferentemente de *a-topia* – que, em função do prefixo de origem grega *a*-, também remete à ideia de privação ou negação –, o termo acabou por adquirir o sentido de "quimera", lugar abstrato, imaginário, idealizado, porém inacessível, desde que foi utilizado por Thomas Moore para denominar uma ilha imaginária, com um sistema sociopolítico ideal, na obra *Utopia*, escrita em latim no início do século XVI.

Para exprimir as experiências de habitar em cenários de pós-territorialidade, Di Felice utiliza o termo *atópico*, sob a justificativa de que este acabou por incorporar outras possibilidades de tradução, que ultrapassam a ideia de perda ou ausência de espaço ou território, apontando também "para significados 'oximorosos', como 'lugar estranho', 'fora de lugar', 'lugar anormal', 'lugar atípico', indizível" (2009, p. 228). No entanto, em nosso objeto específico, a transposição das RadCom para a *web*, não cremos que se trate nem de um *topos* anômalo ou negativo, tampouco de uma quimera de "nenhum lugar" ou "não lugar", muito

menos de um “lugar estranho” (que se caracteriza por fugir dos padrões ou mesmo pelo seu caráter extraordinário) ou de um “lugar anormal” (desprovido de “normalidade”).

Nas RadCom transpostas para a *web*, há possibilidade de construção de *lugares* em rede e eles não são apenas *outros*, mas novos e múltiplos. Daí o equívoco recorrente de se referir a essas experiências ou às novas trocas comunicativas que permeiam as relações em rede como *não lugar* ou *não presença*.

Por isso, o prefixo alemão *ur-* pode nos ajudar a prosseguir em nossa análise. Ele remete a algo primitivo, relacionado às coisas fundadoras; está ligado tanto à ideia de *origem* como de *originário* – palavras próximas, pois ambas vêm do verbo latino *oriri* (levantar), mas com sentidos distintos.

Como observa Manuel Antônio de Castro (2007), *origem* está para o início ou começo assim como *originário* está para o princípio. De tal modo que “início é alavanca. [...] Remete-nos à fonte donde uma coisa brota. O início mal inicia, e já está superado. [...] O princípio, ao contrário, surge e se impõe ao longo de todo o processo, pois só alcança a plenitude no fim” (LEÃO *apud* CASTRO, 2007). Originário, desse modo, tem relação com algo que não se esgota em seu começo mesmo, mas enquanto se realiza, de modo semelhante a uma fonte:

> O que é uma fonte? É algo que não se esgotando não para de dar origem à correnteza. A fonte é o princípio da correnteza. A correnteza tem um começo e um término, um percurso com decurso e fim, a fonte é princípio sem começo nem término. Como princípio seu fim é consumar a correnteza consumando-se como princípio. A correnteza corre e percorre pelo vigor do princípio, a fonte, que não cessa de ser fonte. A correnteza não tem o vigor em si. O princípio é este vigor que não se esgota, pelo contrário, se consuma no estar vigorando. O princípio é o vigor vigorando. Como vigor, não está situada no tempo, constitui o tempo, por isso, a fonte é o tempo poético-ontológico. A este dá-se também o nome de tempo mítico, que nenhum rito esgota. A correnteza é o rito da fonte (CASTRO, 2007).

Para a ligação com uma determinada emissora na *web*, normalmente, há um fato original (origem) desencadeador. Porém, a permanência do vínculo só se explica pela possibilidade de estabelecimento e evolução das relações interativas entre o internauta/ouvinte e a emissora, viabilizadas por meio das espacialidades e sonoridades.

Vejamos dois exemplos: a rádio Fama FM (87,9 MHz, <http://www.famafm87.com.br/>, Borebi-SP, 2.293 habitantes) e a rádio Cantareira FM, de São Paulo-SP. O que leva um internauta a procurar na Internet a emissora do pequeno município de Borebi? Certamente, em função de laços pessoais e/ou afetivos anteriores com

aquela localidade que, claramente, o situa no espaço e no tempo como lugar: um ex-morador, amigos ou parentes de moradores ou ex-moradores, pessoas com negócios na área etc.

No caso da Cantareira FM, além desses motivos, a busca pode ser motivada, ainda, pela visibilidade conquistada pela emissora nos debates relacionados à comunicação comunitária, bem como pelo trabalho social da emissora. A visibilidade conferida à Cantareira FM (por meio de reportagens em programas de TV, rádio, impresso e uma dezena de vídeos sobre a sua história que circula nas redes sociais) facilita muito a sua localização na Internet. Em contrapartida, não se pode dizer o mesmo sobre o processo de localização da Fama FM.

De qualquer modo, em ambos os casos, para que o internauta/ouvinte se mantenha ligado é preciso que se realize uma convergência de vontades e interesse. Em grande parte, esse processo está ligado à valoração conferida àqueles espaços, que decorre, fundamentalmente, do modo como se engendram as visibilidades e sonoplasticidades (ver Capítulo 2) que conduzem aos vínculos. Portanto, ao se sustentar nas ligações que ali se constroem, depende da capacidade da emissora em manter, em lançar sua *rede* para "coalimentar" essa relação.

Desse ponto de vista, o vínculo interativo que substitui a relação comunicativa primordial também adquire uma *origem*, mas é um começo que deve ter permanência porque não se esgota naquele momento inicial em que se deu a conexão entre a emissora (por exemplo, a Fama FM) e o internauta/ouvinte. Nesse sentido, aquele "início", que parecia fundamental para o estabelecimento da conexão, acaba por se transformar em "princípio", que só pode se realizar ao longo do vínculo comunicativo que se estabeleceu.

Sem cessar e inesgotável, esse princípio "se consuma no estar vigorando", não localiza e não se situa no tempo, na medida em que, "como vigor, [...] constitui o tempo" (CASTRO, 2007). Aquele lugar de origem (Borebi, Serra da Cantareira) é apenas uma possibilidade nos muitos novos lugares que vão sendo constituídos no tempo sempre presente, sem se situar, porque em movimento constante.

O que temos são lugares múltiplos, autônomos e imprevisíveis nas suas dimensões, durações e formas, mas que, ao mesmo tempo, se deixam descobrir nos percursos (FERRARA, 2002, p. 18). São eles que permitem a vivência de uma pertença que se faz *tópica* – pois lugariza, produzindo significados, ações e comportamentos (FERRARA, 2002) –, mas cuja espacialidade é *ur-tópica* – na medida em que, nos novos ambientes comunicativos gerados pelas RadCom na *web*, ainda que se reproduza a ideia de relação de origem, o vínculo não se esgota em seu começo, mas se fortalece em seu percurso.

Em resumo, como abordaremos a seguir, mesmo a discussão sobre “lugar” e “não lugar” parece se fazer cada vez mais vazia e desnecessária, quando levamos em conta a intensidade e a extensão da conectividade hoje. Sobre essa questão nos debruçaremos a seguir, em nossa proposta de apresentar algumas considerações que apontem as rupturas e uma possível superação no processo de transposição das RadCom para a *web*.

3.3 Algumas considerações: rupturas e superação

O ambiente de total conectividade em que tudo e todos estamos imersos acaba com separação entre um mundo real e um mundo virtual, comumente associado ao ciberespaço, termo, aliás, que evitamos utilizar neste trabalho. Explica-se. Quando cunhou o vocábulo “ciberespaço”, em 1982, na obra *Neuromancer*, Willian Gibson fazia referência a “uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados [...] Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável” (GIBSON apud MOHERDAUI, 2012, p. 40). Ampliado por Pierre Lévy, na obra *Cibercultura* (1999), a ideia de ciberespaço rapidamente se popularizou.

Vinte e cinco anos depois, em uma entrevista ao jornal *The Washington Post*, Gibson anunciou que o termo perdeu o seu sentido e ficou ultrapassado, pois, quando foi proposto, “o ciberespaço estava lá, e nós estávamos aqui. Em 2007, o que já não nos preocupamos em chamar de ciberespaço está aqui, e aqueles momentos, cada vez mais raros, sem conectividade, estão lá. E esta é a diferença. [...] tudo é ciberespaço agora” (GARREAU, 2007, tradução nossa[238]).

Também Shirky não vê mais sentido em abordar a rede como um espaço *ciber*, separado, desvinculado do mundo real, pois:

> Na época em que a população *on-line* era pequena, a maioria das pessoas que você conhecia na vida diária não fazia parte dela. Agora que computadores e telefones cada vez mais computadorizados foram amplamente adotados, toda a noção de ciberespaço está começando a desaparecer. Nossas ferramentas de mídia social não são uma alternativa para a vida real, são parte dela (SHIRKY, 2011, p. 37).

[238] Texto original: “When I wrote ‘Neuromancer’, cyberspace was there and we were here. In 2007, what we no longer bother to call cyberspace is here, and those increasingly rare moments of nonconnectivity are there. And that’s the difference. […] 'Oh my God, it’s all cyberspace now” (GARREAU, 2007).

Do mesmo modo, para Manovich, uma vez que a Internet já é uma realidade para milhões de pessoas em todo o mundo e que o tempo de conexão aumenta a cada dia, estar *off-line* e *on-line* acabou se transformando na mesma coisa, ou seja, em ambientes domésticos. Daí, ele sugerir ser um anacronismo usar o termo "cibercultura" para falar da atualidade e um equívoco, principalmente, por parte dos acadêmicos, a quem ele diz sugerir que "acordem e olhem para o que existe em volta deles" (MANOVICH apud CABRAL, 2009).

A Computação Ubíqua[239], a Internet das Coisas (ver p. 174) e o fim do uso do ciberespaço como limite entre o virtual e o real colocam em questão nomenclaturas amplamente utilizadas para caracterizar o que Willian Gibson definiu anteriormente como "aqueles momentos, cada vez mais raros, sem conectividade". E se, agora, "tudo é ciberespaço", também não cabem mais as ideias de "não presença" e "não lugar", comumente associadas a ele, como discutimos anteriormente, no sentido de um espaço abstrato, não palpável.

Ao contrário, por meio dos vínculos interativos *mente a mente* que se estabelecem entre emissoras e internautas, as RadCom transpostas para a *web* têm potencialidade para constituir novos lugares de pertencimento, por meio de espacialidades *ur-tópicas*. Isso porque o sentimento de vizinhança, que marca as relações nas comunidades onde as RadCom estão inseridas, desloca-se para um sentimento de pertença ainda fortemente *tópica*, na medida em que mantém a comunidade como eixo, mas em uma espacialidade que se faz *ur-tópica*, pois assim como pode estar ligada à ideia de pertencimento à origem, ao território geograficamente delimitado, também pode comportar a ideia de um *topos* originário, que se desloca da origem para o percurso percorrido, agora desterritorializado e fluido.

Mesmo aqueles "lugares sem nome", que Augé denomina "não lugares", por argumentar que são, basicamente, espaços de passagem, desprovidos de definição antropológica no espaço e no tempo (AUGÉ apud FERRARA, 2002, p. 17-18) – como aeroportos, autoestradas, metrô etc. –, tendem a se reconfigurar como lugares por meio da Internet, em função da conectividade crescente. Isso pode ser observado, por exemplo, no uso de aplicativos de geolocalização, como o Foursquare (<https://pt.foursquare.com/>), que permite indicar (fazer *check-in*) não apenas lugares apropriados, mas também os "de passagem", compartilhando-os em outras redes sociais, como Facebook, Twitter e Orkut.

---

[239] *Computação ubíqua* (em inglês, *Ubiquitous Computing* ou *ubicomp*), ou computação pervasiva é um termo usado para descrever a onipresença da informática no cotidiano das pessoas, ao tornar invisível a interação pessoa-máquina. Disponível em: <http://bit.ly/P31dmx>. Acesso em: 2 ago. 2012.

Essa apropriação e reconfiguração de lugares de passagem possui relação direta com a popularização dos dispositivos móveis (em especial, celulares e *smartphones*) com acesso à Internet (ver Capítulo 1, 1.3 O Contexto do digital e do *www*). Isso porque, hoje, estar "de passagem", no metrô ou no trem, no aeroporto ou em uma autoestrada, é permanecer em conexão, portanto, em contato com tudo e com todos. Principalmente nas grandes cidades, nas quais são dispendidas muitas horas diárias no deslocamento de um ponto a outro, "a passagem" tem sido mais e mais associada à conexão e, como consequência, a muitas formas distintas de constituição de lugares.

Figura 26 – Pesquisa O2: como usamos *smartphones*

Fonte: **Techradar**, a partir de O2. Disponível em: <http://bit.ly/RBCsxa>. Acesso em: 2jul. 2012.

Isso fica evidente nas pesquisas divulgadas recentemente. Um levantamento da operadora de telefonia inglesa O2, de junho de 2012, por exemplo, mostra que, das mais de duas horas gastas por dia em *smartphones*, mais de 42 minutos são dispendidos no acesso à Internet e às redes sociais (que aparecem, respectivamente, em primeiro e segundo lugar), enquanto fazer chamadas telefônicas é apenas o quinto uso, com aproximadamente 12 minutos diários (ver Figura 26).

Em São Paulo, desde 2008, já é possível usar o telefone celular em trechos subterrâneos do Metrô, graças à disponibilização do sinal de telefonia móvel. Aviões brasileiros, passaram a permitir o acesso à rede em 2011. Sob a terra, ou bem acima dela, a palavra de ordem é "conexão". Daí a imagem, cada vez mais comum, de dedos e olhares na tela, acompanhados de fones de ouvido.

Os lugares de passagem de Augé permanecem marcados pelo deslocamento em aceleração; contudo, mais e mais, se constituem espaços que não apenas podem ser lugarizados em redes, por meio de uma série de aplicativos (*Foursquare*, *Google Maps*, *Google Earth* etc.), mas também que, justamente porque são de "passagem", acabam servindo como plataformas que viabilizam o contato e a troca em rede.

Por outro lado, em função de sua grande capacidade de estabelecer conexão, as redes sociais colocam em xeque a estética *PowerPoint* (MOHERDAUI, 2012), ainda hoje reproduzida pelas RadCom na *web* que, como mostrou esta pesquisa, ainda funcionam, prioritariamente, como agregadores de conteúdo.

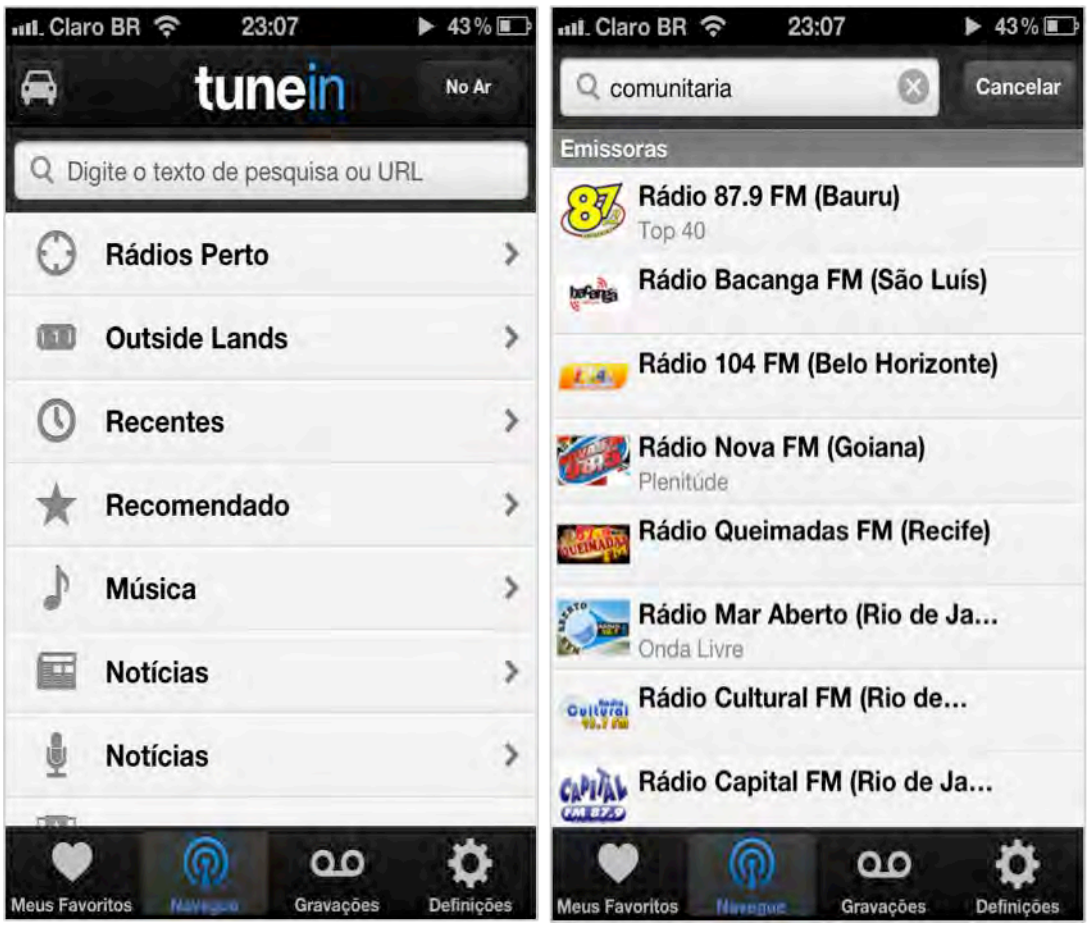
Como alerta o diretor do *Creative Commons*[240] Brasil, Ronaldo Lemos (2012), em comentário para a Rádio Folha (2012), é verdade que no Brasil 80% dos celulares são pré-pagos, mas é fato também que a ligação de voz está deixando de ser uma funcionalidade considerada essencial (*killer application*). Por isso, também em nosso País, o modelo de negócio tende a ser modificado, com as operadoras de telefonia oferecendo o serviço de voz gratuitamente (ou a custo baixo) e passando a cobrar pelo volume de dados consumidos. Prova de que o mercado já aposta forte na Internet móvel e estaria caminhando para as mudanças nos pacotes de assinatura, segundo Ronaldo Lemos (2012), foi a acirrada disputa entre operadoras, em meados de 2012, pela faixa 4G (de acesso rápido à rede pelo celular) no Brasil, fazendo que o leilão atingisse preços estratosféricos.

Previsões à parte, de qualquer modo, como apresentado no Capítulo 1 (1.3 O contexto do digital e do *www*), ouvir rádio e usar o telefone são práticas cada vez mais entrelaçadas, visto que, hoje, em todo o mundo, já existem mais celulares capazes de sintonizar emissoras do que aparelhos receptores tradicionais – 1,08 bilhão de celulares com rádio contra 850 milhões de aparelhos de rádio. É por isso que não se pode ignorar a mudança significativa de comportamento, demonstrada pelo gráfico que compõe a Figura 26, que tem relação direta com a mobilidade e a conectividade e que está alterando em definitivo o ambiente comunicativo ainda chamado "radiofônico".

---

[240] Projeto sem fins lucrativos que disponibiliza licenças flexíveis para obras intelectuais. Disponível em: <http://www.creativecommons.org.br/>. Acesso em: 4 ago. 2012.

Figura 27 – TuneIn: rádio vira aplicativo



TuneIn Radio, versão Pro para iPhone. Disponível em: <http://tunein-radio.softonic.com.br/iphone>. Acesso em: 2 maio 2012.

Obviamente, não se trata de mudanças relacionadas apenas aos celulares e *smartphones*, somente às redes ou, mesmo, à quantidade e qualidade das informações que hoje circulam, mas ao resultado da soma de muitos elementos. Vejamos alguns deles.

No que se refere ao formato, o ouvinte de rádio compra cada vez menos aparelhos receptores, mas, em contrapartida, carrega cada vez mais aplicativos que permitem ouvir programas com formatos radiofônicos, seja por meio do fluxo contínuo de uma emissora, seja *on demand*, por meio de arquivos sonoros (*podcasts*, com *download* ou não). Um exemplo é o *TuneIn Radio* (ver Figura 27), oferecido para iPhone em duas versões, a grátis e a Pro, por 99 centavos de dólar. Na versão Pro, é possível acessar em torno de 70 mil rádios de todas as partes do mundo, além de mais de 2 milhões de programas gravados. Além disso, é possível gravar, pausar, voltar qualquer emissora de rádio; agendar as gravações de programas;

guardar as rádios, músicas e eventos em Favoritos; utilizar emissoras como "Alarme/Despertador" etc.

As emissoras são localizadas pelo nome ou pela geolocalização (o aplicativo identifica as emissoras mais próximas, por classificação ou estilo de programação). Ao buscar "Comunitária", por exemplo, encontramos várias emissoras que integram esta pesquisa, entre as quais a Rural FM (105,9 MHz, <http://www.ruralfm.org.br/>, Piedade-SP, 52.143 habitantes), a 87 FM (87,9 MHz, <http://www.87fmbauru.com.br/>, Bauru-SP, 343.450 habitantes), a Nova RM (87,9 MHz, <http://www.novarm87.com.br/>, Lençóis Paulista-SP, 61.428 habitantes), a Líder FM (87,9 MHz, <http://www.liderfmareiopolis.com.br/>, Areiópolis-SP, 10.439 habitantes), a rádio Heliópolis FM, de São Paulo-SP (ver Figura 28).

Embora ainda remetendo ao formato da metáfora, a RadCom foi parar dentro dos dispositivos móveis e virou um aplicativo. O dispositivo "rádio" agora é carregado no bolso da calça e na bolsa feminina, e incorporou definitivamente o fone de ouvido. O "rádio-aplicativo" não é mais só "rádio", é também telefone, TV, bloco de notas, câmera de foto e vídeo, acesso à Internet etc.

Figura 28 – RadCom vira aplicativo

TuneIn Radio, versão Pro para iPhone. Líder FM, de Areiópolis (SP), e Heliópolis FM, de São Paulo (SP).

A mudança de formato e de função vem acompanhada de transformações importantes também de hábitos. Como aplicativo, o rádio permite gravar, pausar, voltar, armazenar e compartilhar por *e-mail* ou pelas redes sociais (ver Figura 28). E a questão é que não se trata de uma audição desprovida de definição antropológica no espaço e no tempo (AUGÉ apud FERRARA, 2002, p.17-18), pois, ao contrário, em rede, ainda que de "passagem" (como no Twitter), a todo momento, o internauta-ouvinte é instado a reafirmar a sua identidade no tempo e no espaço.

O levantamento realizado nesta pesquisa (ver capítulo 2, 2.2 As RadCom nas infovias: uma análise pontual) nos mostrou que as RadCom na *web* ainda se limitam à remediação (BOLTER; GRUSIN, 2000) de formatos e conteúdos, o que resulta na estética *PowerPoint* com mídia distribuída (MANOVICH, 2008, p. 76). Em alguns casos, não chegam sequer a reproduzir metáforas, como, por exemplo, as páginas que encontramos "em construção" (ver Figura 6). Por outro lado, no entanto, a leitura do segundo e do terceiro capítulo nos conduzem a uma conclusão clara: ainda que reproduza antigos padrões, o rádio na rede não é mais (apenas) rádio. Ele está se transformando não somente em função das mudanças de formato, mas também, sobretudo, por causa de uma profunda mudança de paradigma. O ambiente comunicativo em que está posto opera em uma nova dinâmica, na qual, como observou Manovich,

> Termos do século XX como "radiodifusão", "publicar" e "recepção" foram reunidos (e em muitos contextos, substituídos) por novos termos que descrevem novas operações, agora possíveis em relação às mensagens dos meios. Eles incluem "incorporar", "anotar", "comentar", "responder", "distribuir", "agregar", "upload", "download", "copiar" e "compartilhar" (MANOVICH, 2008, p. 203, tradução nossa[241]).

Em todo mundo, segundo Ethevaldo Siqueira (2012), a previsão é que, até 2020, mais de 5 bilhões de pessoas estejam conectadas via internet, graças a celulares, *smartphones* e *tablets*. Além disso, com a Internet das Coisas, não apenas os eletrodomésticos, mas também os próprios objetos estarão conectados e interligados por uma rede doméstica. Como resultado, "haverá inteligência e conectividade em todo e qualquer dispositivo, o que mudará a maneira como as pessoas interagem umas com as outras e com a tecnologia", como afirmou

[241] Texto original: "Twentieth century terms 'broadcasting' and 'publishing' and 'reception' have been joined (and in many contexts, replaced), by new terms that describe new operations now possible in relation to media messages. They include 'embed', 'annotate', 'comment', 'respond', 'syndicate', 'aggregate', 'upload', 'download', 'rip' and 'share'" (MANOVICH, 2008, p. 203).

a gerente mundial de desktops da Intel, Michelle Holtaus, em entrevista concedida em 25 de outubro de 2009 ao Caderno Link, do jornal *O Estado de S. Paulo*[242].

Além de em conexão permanente, caminhamos para reproduzir e imprimir em casa o suporte no formato desejado. A esse processo de mudança da manufatura para a impressão digital, a revista *The Economist* classifica como "a terceira revolução industrial", em reportagem especial publicada em abril de 2012. Se a primeira revolução, na Grã Bretanha do século XVIII, marcou o advento da indústria manufatureira; se a segunda revolução, na América do século XX, registrou a linha de montagem e a produção em massa; a terceira revolução, segundo a revista, está baseada na customização (em vez de ir à loja, o consumidor imprime o produto em casa com características únicas), e na utilização de novos processos e materiais (como a impressão em 3D e o uso de robôs).

Isso significa que não há mais formatos previamente definidos, pois a informação pode ser acessada a partir de qualquer tipo de suporte, de dispositivos móveis até uma parede com tinta digital. Até mesmo o dispositivo caminha para ser customizado, na medida em que "impresso" em casa[243]. Portanto não mais se sustenta a ideia de "características intrínsecas ao veículo", responsáveis por definir e delimitar aspectos do meio (ver Capítulo 1) e que, de certa forma, acabam por embasar os nomes que são conferidos ao fenômeno, de modo a sintetizá-lo, mas que podem acabar por reduzi-lo. Trata-se de uma:

> ambiguidade, senão ambivalência entre meio técnico e meio comunicativo. Os vários nomes/metáforas de conceitos são usados para substituir a própria comunicação como espetáculo da visualidade que, reduzida à imagem, passa a definir um eixo de análise teorizado como mídia e, consequentemente, aproxima mídia e imagem (FERRARA, 2012, no prelo).

No Capítulo 1, 1.3 O contexto do digital e do *www*, aliás, discutimos uma série de nomeações propostas na passagem do meio "rádio" para a Internet. Webrádio (ALVES, 2000), *webradio* (PRATA, 2009); rádios *off-line*, rádios *on-line* e NetRadios (TRIGO-DE-SOUZA, 2002-2003); *Internet radio* ou *e-radio* (HAANDEL, 2009), para ficar em apenas alguns exemplos. Também neste trabalho, nos vimos obrigados a lançar mão de uma nomenclatura que nos permitisse refletir sobre o fenômeno da transposição das RadCom para

[242] Disponível em: <http://bit.ly/Nrqe9x>. Acesso em: 20 fev. 2010.
[243] Aliás, o próprio sujeito caminha para ser uma "interface conectada", capaz de interagir com qualquer informação por meio de gestos. Essa é a proposta do projeto *Sixth Sense*, do MIT, capitaneado por Patti Maes e Pranav Mistry. O corpo transformado em suporte. Para ver mais sobre o projeto: <http://bit.ly/OcNKGg>. Acesso em: 15 out. 2011.

a *web*. Daí termos adotado, ainda que em sentido estrito, os termos "RadCom na *web*", subdividindo-a em "*off-line*" (sem transmissão na Internet do áudio tradicional) e "*on-line* e *off-line*" (com transmissão do áudio na Internet).

Porém, a pesquisa nos conduziu a uma série de conclusões que nos levam a afirmar que essas nomeações não servem mais – nem mesmo aquelas adotadas neste trabalho, por uma questão metodológica –, por uma série de razões. Em primeiro lugar, porque "RadCom" (abreviação usada para comportar a noção de rádio comunitária) não reproduz o modo como as relações se constroem em rede, o que fica claro na transposição da noção de comunidade para a de redes sociais (COSTA, R., 2005), como pudemos ver em 3.1 As noções fundantes das RadCom nos fluxos dos espaços em rede. Desse modo, "RadCom na *web*" comporta um paradoxo de tal ordem que remete a uma falácia.

Mesmo o adjunto adverbial "na *web*", como especificador da RadCom, é insuficiente para atender a totalidade das experiências que encontramos nesta pesquisa. Ainda que o protocolo *www* se mantenha popular – e, como acreditamos, permaneça em uso por muito tempo, contrariando prognósticos (ver Introdução) –, não é mais possível desconsiderar uma significativa alteração nos mecanismos de acesso e compartilhamento, mais visível, sobretudo, com a ascensão dos dispositivos móveis (celulares, *smartphones*, *tablets* etc.), em que se destaca o uso de *apps*.

Do mesmo modo, *off-line* e *on-line* também são nomenclaturas que perderam o sentido, se partimos do pressuposto de que o que chamávamos, até recentemente, de "ciberespaço" é aqui e agora, graças, sobretudo, à conexão acelerada da população mundial[244].

Depois, porque o formato conhecido do objeto "rádio" já não existe mais, não só porque migrou para a rede, ocupou celulares e se transformou em *apps*, mas também porque a tendência é que se multiplique exponencialmente em formas customizadas, na perspectiva da impressão digital. Finalmente, as características do que nos habituamos a chamar de "rádio" estão em desacordo com o modo como a informação (e a própria comunicação) tem se constituído na Internet, ou seja, com a lógica da construção compartilhada e colaborativa de conteúdo que marca as redes sociais (*social news*), cujo vínculo é essencialmente interativo.

[244] Em palestra realizada em maio de 2009 na Fiesp, São Paulo, Ethevaldo Siqueira faz uma comparação entre os números de expansão mundial do radio e da TV com a Internet, o computador e o celular, que é bastante elucidativa: enquanto o rádio precisou de 89 anos para alcançar 650 milhões de usuários em todo o mundo e a TV de 63 anos para chegar a 1,4 bilhão de usuários, em apenas 18 anos a Internet atingiu 1,6 bilhão de pessoas e o celular, em 30 anos, atingiu 4 bilhões de pessoas.

Há um claro descompasso entre as potencialidades do novo ambiente comunicativo e as experiências que compõem este trabalho. Em resumo, as "RadCom na *web*", aqui analisadas, além de remediar conteúdo e forma, em grande parte, reproduzem a lógica *top-down* dos meios de massa tradicionais; reproduzem a hierarquia na apresentação do conteúdo que estrutura a página estática; mantêm a produção restrita a poucas pessoas; conservam o sistema fechado, sem possibilidade de alteração colaborativa; e ainda se limitam ao formato *site* ou portal (ver Tabela 8).

Ocorre que o próprio padrão de comunicação mudou, como observou Manovich (2008), o que demanda pensar as "rádios comunitárias" na Internet (portanto, não mais apenas no protocolo *web*) a partir de uma nova perspectiva. Nos fluxos dos espaços em rede, é preciso observar com consideração o fato de que, nas redes, a produção é cada vez mais fruto de um "excedente cognitivo" (SHIRKY, 2001, p. 14), ou seja, resultado da ação coletiva e criativa de pessoas do mundo todo. Trata-se de um coletivo que emerge do tempo livre de cada um, transformado agora em "um bem social geral que pode ser aplicado a grandes projetos criados coletivamente, em vez de um conjunto de minutos individuais a serem aproveitados por uma pessoa de cada vez" (SHIRKY, 2001, p. 15).

Esse excedente cognitivo supera o consumo passivo dos meios e a comunicação centrada no transmitir-publicar-receber, realizando outras operações, agora possíveis, como comentar, distribuir, copiar, compartilhar etc. (MANOVICH, 2003). Existe uma inteligência distribuída operando em rede e produzindo conteúdo que, como percebemos neste trabalho (ver Gráfico 3), permanece subutilizada ou menosprezada pelas RadCom na *web*. Prova disso é o fato de as práticas que pressupõem a interação efetiva entre a emissora e o internauta (como MSN, Skype, *chats* ou mesmo a possibilidade de publicação de arquivos) serem menos utilizadas do que aquelas que reproduzem a participação controlada do *dial* (por exemplo, enviar mensagens de textos por *e-mail*). Já estamos desenvolvendo um "olhar o mundo conectado"[245] que não coaduna com as práticas das RadCom que integram esta análise.

O *nome* pode ser, então, um bom começo para se pensar essa nova lógica.

Nesse sentido, foi emblemática a alteração que o *Pew Project for Excellence in Journalism* realizou, em 2009, no relatório anual com informações e dados sobre as diversas manifestações "radiofônicas": rádio digital, rádio por satélite, rádio na Internet etc. "O rádio está a caminho de se tornar algo totalmente novo – um meio chamado áudio", abria o relatório de 2009. E uma das justificativas para a mudança de nomenclatura de "rádio" para "áudio era

[245] No sentido literal, o Project Glass, do Google+, é um exemplo interessante. Ainda em desenvolvimento, é uma tecnologia para "compartilhar e explorar o mundo". Ver: <http://bit.ly/MWfdcc>. Acesso em: 1º ago. 2012.

que “o número de pessoas que citam o rádio como principal fonte de notícias tem diminuído gradualmente ao longo dos anos, embora a popularidade do rádio continue elevada” (PEW PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2009, tradução nossa[246]).

Sem dúvida, as experiências sonoras propiciadas pela Internet extrapolam aquilo a que nos acostumamos chamar rádio. Ainda que marcadas pela construção de ordem linear e fixa do rádio tradicional, as *imagens em som* (ver Capítulo 2, 2.3 Muito antes e para além da metáfora) que nascem dos intensos processo tradutórios nas fronteiras porosas entre a “visualidade visual” e a “sonoridade sonora” das RadCom na *web* sinalizam para além do próprio rádio.

Somado a isso, a análise da relação visualidade/visibilidade e sonoridade/sonoplasticidades nos apontou para a configuração de um sistema sinestésico (do ponto de vista técnico-sensível) e híbrido (do ponto de vista sociocultural, no qual, inclusive, a noção de cidadania está implicada), que constitui o novo ambiente comunicativo, mas é apenas esboçado nas experiências aqui descritas.

Imagens em som, produção colaborativa de conteúdo (Social News), ferramentas de *open source*, linguagem visual híbrida (MANOVICH, 2008), *crowdsourcing* e excedente cognitivo, ausência de hierarquia na disposição de conteúdo, coberturas georeferenciadas, emergência do sistema *bottom-up* (JOHNSON, 2001, 2003)... Nos fluxos dos espaços em rede, em essência, o rádio não é mais rádio porque todos fomos transformados em potenciais “produtores” de conteúdo.

Considerando a lógica em que a rede opera, chamar o rádio de apenas “áudio” também carece de precisão, na medida em que, em sua incompletude, não abarca as potencialidades do meio que, não sendo apenas áudio – mas podendo o áudio atuar como elemento predominante –, surge da mistura com todas as demais linguagens. Por isso, a ideia de *crowdsourced audio* nos parece mais adequada, pois, ao qualificar a construção sonora a partir da perspectiva da produção que utiliza a inteligência coletiva e colaborativa, considera a possibilidade de predominância do áudio sem, no entanto, excluir outros modos de construção.

O termo tem origem no *crowdsourced newsroom* ou *crowdsourced journalism* cunhado por Andy Carvin (apud INGRAM, 2012), gerente sênior da NPR (*National Public Radio*), organização sem fins lucrativos que distribui sua programação para quase oitocentas

[246] Texto original: “Radio is well on its way to becoming something altogether new – a medium called audio. [...] How news will fare amid the changes remains to be seen. The number of people who cite radio as a chief source of news has slowly diminished over the years, although the popularity of talk radio remains high” (PEW PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM, 2009).

rádios públicas norte-americanas. Organizador de comunidades na rede desde 1994 e fundador e coordenador do *Digital Divide Network* (uma comunidade com mais de 10 mil ativistas em 140 países), Carvin ficou conhecido como o sujeito que "tuitou" a Primavera Árabe, depois de criar uma redação baseada na produção colaborativa e em ferramentas *open source*.

No Egito, por exemplo, com a ajuda de seus seguidores na rede, ele usou o Google Earth para identificar fotos de edifícios históricos. Também cometeu e assumiu o erro diversas vezes no *microblog*. Em uma ocasião, postou no Twitter a imagem de uma mulher baleada com a informação de que ela estaria recebendo atendimento médico quando, na verdade, ela já estava morta (INGRAM, 2012).

Por causa dessa dinâmica que marca a rede, Carvin diz que alguns termos já não cabem mais no contexto das redes sociais, por exemplo, "agência de notícia", uma vez que não se trata mais de "distribuir" informação. Por isso, prefere a ideia de uma "redação colaborativa", com ele como repórter extraindo informações de diferentes lugares e contando com a ajuda de seus seguidores não apenas para checar e confirmar os fatos, mas também para distribuí-los (CARVIN apud INGRAM, 2012).

Nessa dinâmica, "é preciso estar preparado para ser responsável em tempo real. Quando erro, meus seguidores me avisam" (CARVIN apud INGRAM, 2012). Em outras palavras, no sistema *bottom-up* a própria rede valida a informação e ajuda a separar o verdadeiro do falso[247].

Termo emprestado de Andy Carvin e ampliado para a lógica das RadCom na Internet, o *crowdsourced audio* só é possível graças à migração da cultura da página estática para a cultura de dados vinculados (BERNES-LEE, 2009), que implica uma mudança definitiva de paradigma, na medida em que "cada um faz a sua parte e cria algo inacreditável. É isso que são os dados vinculados: é sobre pessoas fazendo a sua parte para produzir uma pequena parte. E tudo se conecta" (BERNES-LEE, 2009).

Do mesmo modo entendemos o *crowdsourced audio*. Um quadro comparativo nos permite compreender a lógica de operação do *crowdsourced audio* (Tabela 8), ao cotejar potencialidades, características e usos das diferentes experiências que vimos abordando neste trabalho. O quadro nos permite confrontar quatro experiências diferentes: 1) RadCom idealizadas e/ou verdadeiramente comunitárias: ainda que sob risco de reduzir as

[247] A polêmica envolvendo o Twitter e o jornalista Guy Adams durante a cobertura das Olimpíadas de Londres 2012 é um bom exemplo: depois de ter sua conta suspensa por ter criticado a cobertura dos jogos feita pela NBC no *microblog*, com apoio dos usuários, o jornalista conseguiu a conta de volta e um pedido oficial de desculpas do Twitter. Ver: <http://bit.ly/OeN6I7>. Acesso em: 7 ago. 2012.

experiências, procurar abarcar tanto as aspirações dos movimentos pela democratização da comunicação, como as determinações legais e a atuação das rádios consideradas efetivamente comunitárias; 2) RadCom no *dial*: comporta as rádios observadas em sua dinâmica, ou seja, como as emissoras em funcionamento efetivamente se constituem (FERREIRA, 2006; VOLPATO, 2010); 3) RadCom na *web*: envolve as experiências analisadas neste trabalho; 4) *crowdsourced audio*: abrange a potencialidade de configuração de uma comunicação com predominância do sonoro nos fluxos dos espaços em rede.

Tabela 8 – Quadro comparativo das características

RadCom idealizada	**RadCom no *dial*** (FERREIRA, 2006)	**RadCom na *web***	***Crowdsourced audio***
bottom-up *f*ixo e territorializado sem hierarquia c*rowdsourced* onda eletromagnética *open source*	*top-down* fixo e territorializado hierarquia produção restrita onda eletromagnética sistema fechado	*top-down* móvel e desterritorializado hierarquia produção restrita formato *site* ou portal sistema fechado *remediation*	*bottom-up* móvel e desterritorializado não hierarquia *crowdsourced* redes sociais *open source* linguagem visual híbrida

A questão que se coloca é: quais ferramentas as rádios comunitárias transpostas para a Internet podem incorporar de modo a reproduzir características de *crowdsourced audio*, sem elevação dos custos?

Há uma série de ferramentas *open source* que permitem o comando horizontal (*bottom-up*), a produção colaborativa por meio de formatos não hierarquizados e que podem levar a uma linguagem visual híbrida (MANOVICH, 2008). Vejamos duas experiências. Em junho de 2012, o jornal britânico *The Independent* convidou, pelo Facebook, para uma entrevista colaborativa realizada por meio do sistema *Hangout*[248], do Google+, com Vint Cerf, criador do protocolo IP (ver Figura 29). Trata-se de uma ferramenta relativamente simples que permite realizar, de graça, videoconferências com áudio entre os usuários do Google+, bastando, para isso, instalar um *plugin* do Google.

[248] Ver: <http://bit.ly/PRAxju>. Acesso em: 2 ago. 2012.

Figura 29 – *Crowdsourced audio*: exemplo de entrevista colaborativa

YouTube (<http://bit.ly/RNP0TI>) e Facebook (<http://pt-br.facebook.com/>). Acesso em: 2 ago. 2012.

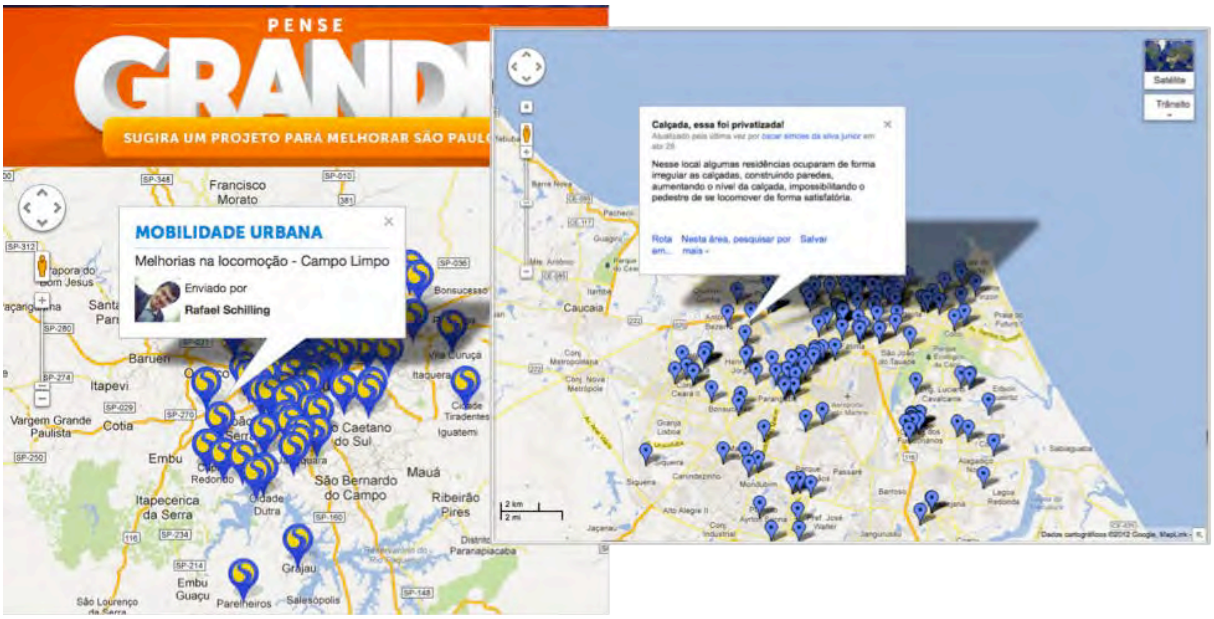
Por meio do *Hangout*, qualquer emissora pode fazer uma entrevista colaborativa, por áudio ou vídeo, com a participação simultânea de várias pessoas, moradores da comunidade ou de fora dela. São muitas as vantagens, entre as quais o fato de permitir o uso das redes sociais para divulgação da entrevista; não ser cobrado o custo da ligação telefônica, como normalmente são feitas as entrevistas no rádio; permitir a participação de várias pessoas, de diferentes locais, ao mesmo tempo, inclusive compartilhando todo tipo de arquivos (por voz, vídeo, imagem, texto) etc.

A utilização de mapas para construção de conteúdo colaborativo também pode ser uma alternativa interessante. Um dos candidatos à Prefeitura de São Paulo-SP nas eleições de 2012, por exemplo, disponibilizou um mapa em seu *site* para que moradores pudessem apresentar sugestões de ações para a cidade, por meio de comentários inseridos diretamente nos locais a que faziam referência (ver Figura 30).

Também o jornal *O Povo*, de Fortaleza-CE, lançou mão do mesmo recurso e criou um mapa colaborativo para que os pedestres pudessem indicar calçadas com problemas na cidade, como por exemplo, desníveis, construções inadequadas, carros estacionados, lixo etc. Em apenas um dia de funcionamento, foram 66 indicações de irregularidades e quase seis mil visualizações. O objetivo da ação, segundo o editor do jornal, Michel Victor, era pressionar o

poder público a tomar as medidas cabíveis contra quem ocupa o espaço público de maneira errada (ver Figura 30).

Figura 30 – *Crowdsourced audio*: exemplo de mapa colaborativo



Mapa do candidato à Prefeitura de São Paulo-SP, José Serra (<http://serra45.com.br/>) e mapa colaborativo do jornal *O Povo*, de Fortaleza-CE (<http://bit.ly/Pkor4j>). Acesso em: 2 ago. 2012.

Com a tecnologia do Google, também as RadCom podem fazer *corwdsourced audio* via mapa: é possível organizar a cobertura, permitindo que o internauta localize a emissora e publique comentários de áudio e/ou vídeo, por exemplo. A interação com o mapa colaborativo do Google certamente iria enriquecer também a programação no *dial*.

No contexto das redes sociais, da alta conectividade criativa, das ferramentas que pressupõem interação efetiva, da lógica dos sistemas *open source*, cremos ser possível, por meio do *crowdsourced audio*, ultrapassar o sistema ainda fechado, estático e hierarquizado das páginas estáticas que caracterizam a maioria das experiências de RadCom na *web*, abordadas nesta pesquisa. Desse modo, será possível construir interfaces de rádios efetivamente em rede e colaborativas, indo muito além do rádio e do próprio áudio. Talvez seja esse um caminho para alcançar a participação democrática por meio do áudio, como preconizava Brecht (2005).

Referências bibliográficas

ALVES, Raquel P. A. dos Santos. **O Radiojornalismo nas redes digitais**: um estudo do conteúdo informativo em emissoras presentes no ciberespaço. 2004. 261 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004. Disponível em: <hhttp://bit.ly/LilOvG>. Acesso em: ago. 2008.

APROBATO FILHO, Nelson. **Kaleidosfone**: as novas camadas sonoras da cidade de São Paulo. Fins do século XIX – início do século XX. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2008.

ARNHEIM, Rudolf. O diferencial da cegueira: estar além dos limites dos corpos. In: MEDITSCH, E. **Teorias do Rádio**: textos e contextos. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BACHELARD, Gaston. Devaneio e Rádio. In: MEDITSCH, E. **Teorias do Rádio**: textos e contextos. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. [1994] 5. ed. Madrid: Ediciones Cátedra, 2007.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

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

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. 3 ed. Tradução de Artur Morão. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Tradução de Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

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

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência**. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. Prefácio de Jeanne Marie Gagnebin. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras escolhidas, v. 1).

BIANCO, Nélia Del. Rádio digital no Brasil: indecisão e impasse depois de 10 anos de discussões. **Rádio-**Leituras, Santa Maria, RS, ano II, n. 2. p.125-142. jul./dez 2011. Disponível em: <http://radioleituras.wordpress.com>. Acesso em: jan. 2012.

BITTENCOURT, Luiz M.M. **Ficção e realidade**: o rádio como mediador cultural. 1999. 256 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

BOLTER, Jay D; GRUSIN, R. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BOLTER, Jay D., GROMALA, Diane. **Windows and mirrors**: interaction design, digital art, and the myth of transparency. Cambridge: The MIT Press, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Para uma sociologia da ciência**. Tradução de Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70, 2008.

BRECHT, Bertold. Teoria do Rádio (1927-1932). Tradução de Regina Carvalho e Valci Zuculoto. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio**: textos e contextos. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BRECHT, Bertold. **Teatro dialético**. Seleção e introdução de Luiz Carlos Maciel. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BUCCI, Eugênio. **O Brasil em tempo de TV**. 3. reimp. São Paulo: Boitempo, 2005.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.

CASTELLS, Manuel. Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. **Telos**. Cuadernos de Comunicación y Innovación. n. 74, enero-marzo 2008. Disponível em: <hhttp://bit.ly/KrUCRx>. Acesso em: 20 jan. 2012.

CASTELLS, Manuel. Communication, Power and Counterpower in the Network Society. **International Journal of Communication**. v. 1, p. 238-266, 2007. Disponível em <http://bit.ly/NcYcil>. Acesso em: 20 jan. 2012.

CASTELLS, Manuel. A era da intercomunicação. **Le Monde Diplomatique**. Paris 1º ago. 2006. Disponível em: <http://diplo.org.br/2006-08,a1379>. Acesso em: 20 jan. 2012.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Tradução de Roneide Venâncio Majer. In: **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. Tradução de Klauss Brandini Gherhardt. In: **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. v. 2. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.

CASTELLS, Manuel. Fim de milênio. Tradução de Klauss Brandini Gherhardt e Roneide Venâncio Majer. In: **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. v. 3. São Paulo: Paz e Terra, 1999c.

CASTELLS, Manuel**. A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio**: prática de locução AM e FM. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

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

COGO, Denise M. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.

COSTA, Fernando Braga da. **Homens invisíveis**: relatos de uma humilhação social. São Paulo: Globo, 2004.

COSTA, Maria Cristina Castilho. **Ficção, comunicação e mídias**. São Paulo: Senac, 2002.

COSTA, Rogério da. **A cultura digital**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003. (Folha Explica).

COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoas, inteligência coletiva. **Interface – Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v. 9, n. 17, p. 235-248, mar/.ago. 2005.

COSTA, Sérgio. Esfera pública e as mediações entre cultura e política no Brasil. In: **Metapolítica en Línea**, México, v. 3, n. 9, 1999. Disponível em: <http://www.ipv.pt/forumedia/fi_3.htm>. Acesso em: 18 nov. 2010.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, Régis. **Transmitir**. O segredo e a força das ideias. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 2000.

DELEUZE, Gilles; GUATARRI, Félix. **Mil Platôs** – capitalismo e esquizofrenia, v. 5. Tradução de Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. São Paulo: Editora 34, 1997a.

DELEUZE, Gilles; GUATARRI, Félix. **Acerca do Ritornelo**. In: **Mil Platôs** – capitalismo e esquizofrenia, v. 4. Tradução de Suely Rolnik. São Paulo: Editora 34, 1997b.

DERRIDA, Jacques. **Gramatologia**. Tradução de Miriam Chnaiderman e Renato Janine Ribeiro. São Paulo: Perspectiva, 2004.

DERRIDA, Jacques. **A escritura e a diferença**. Tradução de Maria Beatriz Marques Nizza da Silva. São Paulo: Perspectiva, 2002.

DEUZE, M. **Online Journalism**: modeling the first generation of news media on the world wide web. 2001. Disponível em: <www.firstmonday.org/issues/isseu6_10/deuze>. Acesso em: 31 jul. 2008.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. Colaboração de Tamara Villarreal Ford, Genève Gil, Laura Stein. Tradução de Silvana Vieira. São Paulo: Senac, 2002.

ECHEVERRÍA, Javier. **Los señores del aire**: telépolis y el tercer entorno. Barcelona: Destino, 1999.

ESPOSITO, Roberto. Niilismo e Comunidade. In: PAIVA, Raquel (Org.). **O retorno da comunidade**: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FECHINE, Yvana. **Televisão e presença**: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FECHINE, Ivana. **Por uma semiotização da transmissão direta**. 2001. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS). 10., 2011. Brasília, DF. **Anais**... Brasília, DF: 2001. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 21 jan. 2012.

FEDERICO, Maria E. Bonavita. **História da comunicação**: Rádio e TV no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982.

FERNÁNDEZ, José Luis. **Los Lenguajes de la Radio**. Buenos Aires: Editorial Atuel, 1994. Disponível em: <http://cisa.org.ar/index.php/publicaciones/>. Acesso em: 21 jun. 2012.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. A comunicação entre mediações e interações. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS). 20., 2011. Porto Alegre. **Anais**... Porto Alegre: jun. 2011. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 21 jan. 2012.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. A visualidade como paradigma da comunicação enquanto ciência moderna e pós-moderna. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS). 18., 2009. Belo Horizonte. **Anais**... Belo Horizonte: jun. 2009a.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Cidade: Fixos e Fluxos. In: TRIVINHO, Eugênio (Org.). **Flagelos e Horizontes do Mundo em Rede**. v. 1. Porto Alegre: Sulina, 2009b.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação Espaço Cultura**. São Paulo: Annablume, 2008a.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Apontamentos de aula realizados durante a disciplina "Mediações, processos culturais e visualidades", São Paulo, Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP), segundo semestre de 2008b.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Ciberespaço: conceito à procura de um nome. **Famecos**. Porto Alegre, n. 37, p. 25-31, dez. 2008c.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Comunicação e semiótica: das mediações aos meios. **Significação**, n. 29, p. 81-97, outono-inverno 2008. São Paulo: Annablume, 2008d.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio (Org.). **Espaços Comunicantes**. São Paulo: Annablume, 2007.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Comunicar e Semiotizar. In: In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 15., 2006, Bauru. **Anais**... Bauru: jun. 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 18 mai. 2010.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Design em espaços**. São Paulo: Rosari, 2002.

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

FERREIRA, G. S. N. **Rádios Comunitárias e Poder Local**: um estudo de caso de emissoras legalizadas da região noroeste do Estado de São Paulo. 2006. 309 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação)–Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

FERREIRA, D. C. M.; PAIVA, J. E. R. de. Recepção e fruição de conteúdo audiovisual para *web*. In: **Sonora**, v. 3, n. 6. Campinas: Unicamp, 2011.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis**: compreender los nuevos medios. Barcelona: Granica, 1998.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. Tradução de Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta.** Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. [tradução do autor]. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução de Roberto Machado. 21. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1987.

FRAGOSO, Suely. Conectibilidade e geografia em sites de rede social: um olhar sobre as relações entre território e identidade e a permeabilidade on-line/off-line a partir do Orkut. **Galáxia**, São Paulo, n. 16, p. 109-121, dez. 2008.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. [1989] Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. 4. ed. 5.reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização**.** [1995] Tradução de Maurício Santana Dias. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

GAUTIER, Ana María Ochoa. El sonido y el largo siglo XX. In: **Revista Número**, Bogotá, n. 51, 2007. Disponível em: <http://bit.ly/Lt5Px5>. Acesso em: 26 mar. 2011.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.

GOMES, Wilson. Esfera Pública Política e Media – Com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, Antonio Albino; BENTZ, Ione Maria G.; PINTO, Milton José (Org.). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

GORDON, Rich. Convergence defined. **Online Journalism Review**, 2003. Disponível em: <http://bit.ly/M1aENg>. Acesso em: ago. 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HABERMAS, Jürgen. **Agir comunicativo e razão destranscendentalizada**. Tradução de Lúcia Aragão. Revisão de Daniel Camarinha da Silva. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HARDT, Michel; NEGRI, Antonio. **Império**. Tradução Berilo Vargas. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

HARDT, Michel; NEGRI, Antonio. **Multidão**: guerra e democracia na era do Império. Tradução de Clóvis Marques. Revisão técnica de Giuseppe Cocco. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 16. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

HIGGINS, D. **Synesthesia and Intersenses**: Intermedia, 1965. Disponível em <http://bit.ly/M7vMAK> . Acesso em: ago. 2008.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa**. v. 1, 1 CD-ROM. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

IANNI, Octavio. Globalização: novo paradigma das ciências sociais. **Estudos Avançados**. São Paulo, v. 8, n. 21, p. 147-163, maio/ago. 1994.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

JOHNSON, Steven. **Emergência**: a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JOSÉ, Carmen L.; SERGL, Marcos J. Paisagem Sonora. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 29., Brasília, DF. **Anais**... Brasília: set. 2006.

JOSÉ, Carmen L.; RODRIGUES, Elisabete A. Ouvir para ver a cena cinematográfica. In: FERRARA, L. D. (Org.). **Espaços Comunicantes**. São Paulo: Annablume; Grupo ESPACC, 2007.

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**. Investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda**: convergência digital e os novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Cultura da Portabilidade. Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. **Observatório (OBS*) Journal**, v. 3, n. 1, p. 223-238, 2009. Disponível em: <http://bit.ly/LZMWqp>. Acesso em: 15 dez. 2010.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso**. A síntese radiofônica que fez história. Porto Alegre: AGE/Editora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2008.

LEMOS, André. Things (and people) are the tools of revolution. **Carnet de Notes. Cibercultura**. 25 fev. 2011. Disponível em: <http://bit.ly/K8fdun>. Acesso em: 9 abr. 2011.

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. **Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana**, vol. 2, n. 2, p. 155-166, jul./dez., 2010, Curitiba: Editora da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2010.

LEMOS, André. Nova esfera conversacional. In: COSTA, Caio Túlio et al. **Esfera Pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2009. Disponível em: <http://bit.ly/L7sWwm>. Acesso em: 08 nov. 2010.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo**. Sobre interatividade e interfaces digitais. Disponível em: <http://bit.ly/KrVkhO> Acesso em: 28 abr. 2008.

LEMOS, André. Agregações eletrônicas ou comunidades virtuais? **404nOtF0und**, ano 2, v. 1, n. 14, mar. 2002. Disponível em: <http://bit.ly/Lil25S>. Acesso em: 15 set. 2011.

LEMOS, André. **Morte aos portais**. Porto Alegre, jun. 2000. Disponível em: <http://bit.ly/MFXudC>. Acesso em: 11 maio 2010.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet**: em direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1993.

LIMA, Venício; LOPES, Cristiano A. Rádios comunitárias: o coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004): as autorizações de emissoras como moeda de barganha política. **Observatório da Imprensa. Instituto para Desenvolvimento do Jornalismo**. Jun. 2007. Disponível em: <http://bit.ly/JQcjJm>. Acesso em: 20 out. 2010.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Política pública de radiodifusão no Brasil**: exclusão como estratégia de contrarreforma. 2005. 164 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)– Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2005a.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Brasil, um país de todos?** A influência de políticos profissionais na outorga de rádios comunitárias nos dois primeiros anos do Governo Lula. *Paper* apresentado no III Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa da Comunicação. Universidade de São Paulo, São Paulo, maio 2005b.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. Tradução de Maria Luísa Garcia Prada. São Paulo: Paulinas, 2003.

LOTMAN, Iuri M. **La semiosfera I**: semiótica de la cultura y del texto. Traducción por Desiderio Navarro. Madrid, Universitat de Valéncia: Frónesis Cátedra, 1996.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. São Paulo: Jorge Zahar, 2007.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário**: o desafio das poéticas tecnológicas. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**. La imagen en la era digital. 2001. Traducción de Òscar Fontrodona. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2005.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. Versão 20 nov. 2008. Disponível em: <www.softwarestudies.com/softbook>. Acesso em: 23 nov. 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Prefácio de Néstor García Canclini. [1997] Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro, Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

McLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. Tradução de Mauro Silva. São Paulo: Summus, 2001. (Novas buscas em comunicação, v. 62).

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. [1969] 15. reimp. São Paulo: Cultrix, 2007.

McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (Org.). **McLuhan por McLuhan**: conferências e entrevistas. Tradução de Antonio de Padua Danesi. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

McLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. [1962] 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

McLUHAN, Marshall.; CARPENTER, Edmund. **Revolução na comunicação**. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1971.

MEDEIROS, Marcello. Transmissão sonora digital: modelos radiofônicos e não radiofônicos na comunicação contemporânea. **Ciberlegenda**. Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. n. 21, 2009. Disponível em: < http://bit.ly/NcZ1aN >. Acesso em: 14 jun. 2010.

MEDEIROS, Marcello. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO, 18., 2005, Rio de Janeiro. **Anais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação**. Rio de Janeiro: 2005. Texto apresentado no Núcleo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora.

MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. v. 1. Florianópolis, SC: Insular, 2005. 368 p.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis, SC: Insular/Editora da Universidade Federal de Santa Catarina, 2001a.

MEDITSCH, Eduardo. O ensino do radiojornalismo em tempos de internet. In: MOREIRA, Sonia V.; DEL BIANCO, Nélia R. **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: Editora da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2001b.

MENEZES, José Eugenio de Oliveira. **Rádio e cidade**: vínculos sonoros. São Paulo: Annablume, 2007.

MIÈGE, Bernard. **O pensamento comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000.

MIÈGE, Bernard. La question des Tic: pour de nouvelles problématiques. **Telos**. Octubre-Diciembre 2007, n. 73. Disponível em: <http://bit.ly/KKOMcf >. Acesso em: 18 out. 2011.

MIRANDA, Orlando de. **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

MOHERDAUI, Luciana. **Interfaces nômades**: uma proposta para orientar o fluxo noticioso na *web*. 2012. 304 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica)–Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web**: produção e edição de notícias on-line. 3.ed. São Paulo: Senac, 2007.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Para além dos clichês: o Brasil e o contexto internacional da radiodifusão digital. In: MAGNONI, A.F.; CARVALHO, J. M. de (Org.). **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Senac, 2010.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio em transição**: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O Rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio Palanque**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

MURRAY, J. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. Tradução de Marcelo Fernandez. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 2003.

NAKAGAWA, Fábio Sadao. **As espacialidades em montagem no cinema e na televisão**. 2008. 211 p. Tese (Tese em Comunicação e Semiótica –Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

NIELSEN, Jakob. **Projetando websites**: a prática da simplicidade. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no radio**: a voz e os signos de renovação periódica. 3. ed. São Paulo: Annablume, 1993.

OKANO, M. Ma: o espaço intervalar. In: FERRARA, Lucrécia D'Alessio. (Org.). **Espaços comunicantes**. São Paulo: Annablume/Grupo ESPACC, 2007.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. [1988] 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

ORTRIWANO, Gisela S. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. In: **Revista USP**. **80 anos de rádio**. Universidade de São Paulo, ano 13, n. 56, p. 66-85, dez. 2002-jan/fev. 2003.

ORTRIWANO, Gisela S. **Os (des)caminhos do radiojornalismo**. 1990. 210 f. Tese (Doutorado em Jornalismo)–Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1990.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

PAIVA, Raquel. Para reinterpretar a comunicação comunitária. In: PAIVA, Raquel (Org.). **O retorno da comunidade**: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.

PALÁCIOS, M. O medo do vazio: comunicação, socialidade e novas tribos. In: RUBIM, A. A. (Org.). **Idade Mídia**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2001.

PARADA, M. **Rádio**: 24 horas de jornalismo. São Paulo: Panda, 2000.

PAVLIK, J. V. Journalism tools for the Digital Age. In: 7° Fórum Mundial de Editores. Rio de Janeiro, 7 jun. 2000.

PÉREZ LUÑO, Antonio-Enrique. **¿Ciberciudadaní@ o ciudadaní@.com?** Barcelona: España: Gedisa Editorial, 2004.

PERUZZO, Cicília. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicília Krohling. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: Intercom/Universidade Federal de Brasília, 2006a. Disponível em: < http://bit.ly/L350Mt >. Acesso em: 18 nov. 2010.

PERUZZO, Rádio Comunitária na Internet: empoderamento social das tecnologias. **Famecos**. Porto Alegre, n. 30, p.115-125, ago. 2006b,.

PIGNATARI, Décio. **O que é comunicação poética**. 8. ed. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2005.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo**: Jovem Pan. São Paulo: Ática, 1986.

PRADO, Magaly. **Audiocast noorradio**: redes colaborativas de conhecimento. São Paulo, 2008. 102 p. Dissertação (Mestrado em tecnologias da inteligência e design digital)–Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio**: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

QUINN, S. **Convergent Journalism**: The Fundamentals of multimedia reporting. EUA: Peter Lang, 2005.

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community**: Homesteading on the eletronic frontier. HarperPerennial Paperback in USA, 1993. Disponível em <http://bit.ly/KylgaY>. Acesso em: 8 ago. 2011.

ROCHA, Rose de Melo. Cultura da visualidade e estratégias de (in)visibilidade. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS). 15., 2006. Bauru, SP. **Anais**... Bauru, SP: jun. 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 21 jan. 2012.

SAAD CORRÊA, Beth. **Estratégias para a mídia digital**. São Paulo: Senac, 2003.

SALAVERRÍA, R. **Redacción periodística en Internet**. Pamplona: EUNSA, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento** – sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. [1987] 7. ed., 1. reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica e Tempo. Razão e Emoção. 4. ed. 5. reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo**: Globalização e Meio Técnico-científico-informacional. 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo**: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora. Tradução de Marisa T. Fonterrada. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 2001.

SCHAFER, R. Murray. Rádio Radical. In: **Rádio Nova**: constelações da radiofonia contemporânea 2. Rio de Janeiro: URFJ, ECO Publique, 1997. Disponível em: <http://bit.ly/M5WYnF>. Acesso em: 24 set. 2006.

SCHAFER, R. Murray. **O Ouvido Pensante**. Tradução de Marisa T. de O. Fonterrada, Magda R. Gomes da Silva, Maria Lúcia Pascoal. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.

SENNET, Richard. **O declínio do homem público**. As tiranias da intimidade. Tradução de Lygia Araújo Watanabe. São Paulo: Cia. das Letras, 1988.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Júlia L. de O. Albano da. **Rádio, oralidade mediatizada**: o spot e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 1999.

SILVEIRA, Paulo Fernando. **Rádios comunitárias**. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

STRAUBHAAR, J. D.; LAROSE, R. **Comunicação, mídia e tecnologia**. Tradução de José Antonio Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SODRÉ, Muniz. Prefácio. In: PAIVA, Raquel (Org.). **O retorno da comunidade**: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **O biosmidiático na cena social contemporânea**. 2008. Palestra proferida na exposição “Revolução genômica”, promovida pela Revista Fapesp, São Paulo, São Paulo, 27 maio 2008. Transcrição disponível em: <http://bit.ly/QQFvOn>. Acesso em: 19 set. 2010.

TAPIAS, José A. Pérez. **Internautas e náufragos**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo. São Paulo: Negócio, 1997.

THOMPSON, John. A nova visibilidade. **MATRIZes**, n. 2, p. 15-38, abr. 2008. São Paulo: ECA/USP, 2008.

THOMPSON, John. **A Mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

TÖNNIES, Ferdinand. **Community and Society**. Translated and edited by Charles P. Loomis. Mineola, New York: Dover Publications, 2002.

TORRES, B. A. **Las voces radiofónicas**: las radios comunitarias en Brasil. Tese (Doctorado en Comunicación Audiovisual). Universitat Valéncia (UV), Valencia, 2006.

TÖTTÖ, Pertti. Ferdinand Tönnies, um racionalista romântico. In: MIRANDA, Orlando de (Org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

TRIVINHO, Eugênio. Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS). 19., 2010. Rio de Janeiro. **Anais**... Rio de Janeiro: 2010. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 21 jan. 2012.

TRIVINHO, Eugênio. Introdução à dromocracia cibercultural: contextualização sociodromológica da violência invisível da técnica e da civilização mediática avançada. In: **FAMECOS**. Porto Alegre, n. 28, p.63-78, dez. 2005.

TRIVINHO, Eugênio. Cibercultura, sociossemiose e morte: sobrevivência em tempos de terror dromocrático. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS). 12., 2003. Recife. **Anais**... Recife: 2003. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 21 jan. 2012.

VALÉRY, Paul. **Variedades**. Tradução de Maiza Martins Siqueira. Organização e Introdução de João Alexandre Barbosa. São Paulo: Iluminuras, 2007.

VICENTE, Eduardo. Em Busca do Rádio de Autor: Apontamentos para uma revisão crítica da história do rádio no País. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 34., Recife, PE. **Anais**... Recife, PE: set. 2011a.

VICENTE, Eduardo. **Radiodrama em São Paulo:** a história de Zé Caolho, de Dias Gomes. Artigo apresentado no GT História da Mídia, do 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana. São Paulo, 2011b. Disponível em: <http://bit.ly/NcWYUc>. Acesso em: 15 jan. 2012.

VIEIRA, M. C. **De inventores a ouvintes**: o rádio no imaginário científico e tecnológico (1920/1930). 2010. 121 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação)–Programa de Pós-

Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, RJ, 2010a. Disponível em: <http://bit.ly/NcWVry>. Acesso em: 22 jan. 2012.

VIEIRA, M.C. **A Preferência dos Ouvintes da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro**: Uma Disputa de Sentidos Entre o Erudito e o Popular. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 33., Caxias do Sul, RS. **Anais**... Caixas do Sul, RS: set. 2010b.

VOLPATO, M. de O. **Configurações e tendências das rádios comunitárias do interior paulista da região de Bauru**. 2010. 169 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)– Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.

WERTHEIM, Margareth. **Uma história do espaço de Dante à Internet**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Revisão técnica de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave**: um vocabulário de cultura e sociedade. Tradução de Sandra Guardini Vasconcelos. São Paulo: Boitempo, 2007.

WINOCUR, Rosalía. **Ciudadanos mediáticos**: la construcción de lo público en la radio. Barcelona: Gedisa Editorial, 2002.

WINOCUR, Rosalía. La Participación en la Radio: una posibilidad negociada de ampliación del espacio público. **Razón y Palabra Revista Electrónica**. n. 55, febrero-marzo 2007. Disponível em: <http://bit.ly/Kye7aC>. Acesso em: 10 fev. 2008.

WISNIK, José Miguel. **O som e o sentido**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Lisboa: Presença, 1995.

WOLTON, Dominique. **Internet e depois?** [2000]. Tradução de Isabel Crossetti. 2. ed. São Paulo: Sulina, 2007.

ZUCULOTO, V. R. M. A notícias no rádio pioneiro e na "Época de Ouro da radiofonia brasileira". In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 26., Belo Horizonte, 2-6 set. 2003. **Anais**... Belo Horizonte: 2003. Disponível em: <http://bit.ly/JQ6YSj>. Acesso em: 15 out. 2010.

Videografia

TIM BERNERS-LEE. On the next Web. **TED – Ideas worth spreading**, Long Beach, 3-6 fev. 2009. Disponível em: <http://bit.ly/qqaSFQ>. Acesso em: jan. 2012.

Uma análise da revolução da mídia participativa e as consequências para o futuro. **Globo News**, 30 mar. 2009. Milênio. Entrevista com Henry Jenkins, concedida a Elizabeth Carvalho.

DELEUZE, Gilles. **Qu'est-ce que l'acte de création?** Conférence donnée dans le Cadre des "Mardis de La Fondation". Paris, La Femis, 17 mar. 1987. Disponível em: <http://bit.ly/M1cHAH>. Acesso em: 26 jan. 2012.

KERCKHOVE, D. **Digital Natives (and immigrants) and the potential pathologies**. Conferência proferida em fevereiro de 2009. Barcelona: UOC, 2009. Disponível em: <http://bit.ly/L7tnqt>. Acesso em: 02 set. 2010.

KERCKHOVE, D. **Come funziona l'intelligenza connettiva.** Palestra concedida na Conferência "La pratica dell'intelligenza nell'impresa e nell'insegnamento", Milão, maio 2007. Disponível em: <http://bit.ly/KrA6R7>. Acesso em: jan. 2012

Audiografia

LEMOS, Ronaldo. Celulares são cada vez menos telefones. In: **Rádio Folha**. São Paulo, 16 jul. 2012. Disponível em: <http://bit.ly/PaOoVQ>. Acesso em: 16 jul. 2012.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Número de celulares no Brasil segue em crescimento**. Entrevista concedida a Milton Jung, sexta-feira, 2 dez. 2011. Rádio CBN, 2011. Disponível em: <http://glo.bo/KKLUwb>. Acesso em: 5 jan. 2012.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Fusão total entre negócios e Internet vai se tornar tendência, diz visionário**. Entrevista concedida a Milton Jung, sexta-feira, 6 jul. 2012. Rádio CBN, 2012. Disponível em: <http://glo.bo/Lf21mF>. Acesso em: 9 jul. 2012.

Documentos e Pesquisas

BRASIL. Lei de Radiodifusão Comunitária nº 9.612-98, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências (contém alterações, incluindo as da Medida Provisória nº 2.216-37/2001. **Diário Oficial [da] República do Brasil** Poder Executivo, Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: <http://bit.ly/KFR6Rm>. Acesso em: 2 set. 2010.

CARTILHA: O QUE É UMA RÁDIO COMUNITÁRIA. Brasília: Ministério das Comunicações, 2004.

COMSCORE Introduces Mobile Metrix 2.0, Revealing that Social Media Brands Experience. Heavy engagement on smartphones. May 7, 2012. Disponível em: <http://bit.ly/MGT5r2>. Acesso em: 8 maio 2012.

DEL BIANCO, Nelia; ESCH, Carlos Eduardo. **Rádio digital no Brasil**: Mapeamento das condições técnicas das emissoras de rádio brasileiras e sua adaptabilidade ao padrão de transmissão digital sonora terrestre. Relatório executivo. 36 f. Brasília: Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Laboratório de Políticas de Comunicação (Lapcom), dez. 2011.

IBOPE. Estudo aponta quando e o quê os brasileiros fazem na internet pelo smartphone. Disponível em: <http://bit.ly/S45YgX>. Acesso em: 16 ago. 2012.

LUCCA, Adalzira França Soares de. **Manual de Orientação "Como instalar uma rádio comunitária"**. Brasília: Ministério das Comunicações, 2005.

MANUAL DE ORIENTAÇÃO: como instalar uma Rádio Comunitária. Brasília: Ministério das Comunicações, 2004.

MÍDIAS SOCIAIS NOS NEGÓCIOS B2C. **Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado** (Ibramerc). Pesquisa realizada em 18 abr. 2012. Disponível em: <http://bit.ly/LiktoC>. Acesso em: 24 abr. 2012.

PEW RESEARCH. **The web is dead? Experts say "no".** Many expect apps and web to converge in the cloud. Disponível em: <http://bit.ly/NT8B0A>. Acesso em: 24 mar. 2012.

SINOPSE DO CENSO DEMOGRÁFICO 2010 – São Paulo. **2010**. População residente, total, urbana total e urbana na sede municipal, em números absolutos e relativos, com indicação da área total e densidade demográfica. Disponível em: <http://bit.ly/K8sseu>. Acesso em: 23 mar. 2012.

THE STATE OF THE NEWS MEDIA – AUDIO. 2009. Pew Project for excellence in journalism – An annual report on American journalism. 2009. Disponível em: <http://stateofthemedia.org/2009/audio-intro/>. Acesso em: 23 mai. 2010.

Outras Referências

ANDERSON, Chris; WOLFF, Michael. The web is dead. Long live the internet. **Wired Magazine**, Wired September 2010. Disponível em: <http://bit.ly/LigDQu>. Acesso em: 10 nov. 2010.

ARAGÃO, Marianna. Banda larga móvel já chega a quase metade dos municípios. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 21 mar. 2012. Caderno Mercado B4.

BAENINGER, Rosana. Little La Paz. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 8 abr. 2012. Caderno Aliás, p. J5.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A nova perspectiva estrutural da exclusão digital no Brasil. In: **Aldobarreto's blog**: refletindo sobre a informação. Postado em: 25 jan 2012. Disponível em: <http://bit.ly/Lt2AWz>. Acesso em: 2 fev. 2012.

BAUMAN, Zygmunt. 2003b. A sociedade líquida de Zygmunt Bauman. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 19 out. 2003b. Caderno Mais!, p. 5-9. Entrevista concedida a Maria Lúcia Garcia Palhares Burke. 2003b.

BERTOLOTTO, Rodrigo. **Rádios bolivianas em SP unem comunidade e se ocultam para driblar fiscalização**. Uol, Últimas Notícias, 26 dez. 2007, 09h36. Disponível em: <http://bit.ly/KrSLw2>. Acesso em: dez. 2007.

BORGES, André. Índios surpreendem com longa lista de compensações. **Valor Econômico**, São Paulo, 27 jun. 2012. Disponível em: <http://bit.ly/NhT1Mt>. Acesso em: 6 jul. 2012.

BUCCI, Eugênio. A internet não é meio de comunicação. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo 20 out. 2011. Espaço Aberto, p. A2.

CASTRO, Manuel Antônio de. Telos e sentido. In: **Travessia Poética**. 29 de maio de 2007. Disponível em: <http://bit.ly/Lt2IoL>. Acesso em: 15 abr. 2012.

CABRAL, Rafael. Para Lev Manovich, falar em "cibercultura" é negar a realidade. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 21 ago. 2009. Link. Disponível em: <http://bit.ly/Nv82aL>. Acesso em: 23 set. 2010.

CASTELLS, Manuel. Anatomía de una revolución. **La Vanguardia**, Barcelona, 19 fev. 2011. Disponível em: <http://bit.ly/NcIvrp>. Acesso em 28 fev. 2011.

DUQUE-ESTRADA, Paulo César. Desconstrução e incondicional responsabilidade. **Cult**, São Paulo, ed. 117, 14 mar. 2010. Disponível em: <http://bit.ly/MtrBFY>. Acesso em: 14 out. 2011.

FOGLI, Felippe. Flavor Radio: o anúncio de rádio da Dunkin' Donuts com cheiro de café. **Comunicadores**, 31 ago. 2012. Disponível em: <http://bit.ly/OY5gR6>. Acesso em: 2 jul. 2012.

GARREAU, Joel. Through the Looking Glass. The Post-9/11 Era Has Caught With William Gibson's Vision. **The Washington Post**, Washington DC, Thursday, September 6, 2007. Disponível em: <http://bit.ly/OSCzmR>. Acesso em: 15 maio 2010.

HABERMAS, Jürgen. O caos da esfera pública. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 13 ago. 2006. Caderno "Mais!". Disponível em: <http://bit.ly/M17GYV>. Acesso em: 10 fev. 2008.

INGRAM, Mathew. Andy Carvin on Twitter as a newsroom and being human. **Gigaom**, 25 maio 2012. Disponível em: <http://bit.ly/NbS7jf>. Acesso em: 26 maio 2012.

KERCKHOVE, Derrick. **Vestimos toda a humanidade como a extensão de nossa pele**. Entrevista concedida por *e-mail* para Sonia Montaño. 9 maio 2011. Disponível em: <http://bit.ly/M6Rl4r>. Acesso em: 5 out. 2011.

LAPPIN, Todd. Déjà Vu All Over Again. In: **Wired Magazine**. On Newsstands Now. Issue 3.05, May 1995. Disponível em: <http://bit.ly/MXWB19>. Acesso em: abril 2012.

MONACHESI, J. Contra a clicagem burra. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, jan. 2004, p. 8-9-18.

NASCIMENTO, Roberto. Prova de Fidelidade. Como a disputa pelo hit mais alto afeta a qualidade sonora da *pop music* contemporânea. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 25 fev. 2012, C2+*música*, D4.

SEVERO, Caíque. Como é medida a audiência da internet brasileira. **Click**, 23 abr. 2012. Disponível em: <http://bit.ly/L30ttk>. Acesso em: 24 abr. 2012.

SGARBI, Luciana. Celular de sopro. **Isto É**, São Paulo, 25 fev. 2009. p. 84.

SHIRKY, Clay. This much I know. Interview by John Hind. **The Guardian**, Londres, 15 feb. 2009. Disponível em: <http://bit.ly/KZJmb9>. Acesso em: 8 dez. 2011.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Um novo rádio nasce na web**. Publicado no Blog Política e tecnologia no mundo digital. 19 nov. 2010. Disponível em: <http://bit.ly/L7s5Mc>. Acesso em: 22 nov. 2010.

SMITH, C. Making calls fifth most popular use for smartphones, says report. **Techradar**, 1 jul. 2012. Disponível em: <http://bit.ly/RBCsxa>. Acesso em: 2 jul. 2012.

Um novo ciclo tecnológico irá mudar tudo – de novo. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 25 out. 2009. Link. Disponível em: <http://bit.ly/Nrqe9x>. Acesso em: 8 ago. 2012.

Brasil deve ter 73 mi de acessos de banda larga móvel em 2012. **Terra**, 29 maio 2012. Terra Tecnologia. Disponível em: <http://bit.ly/NsT6vN>. Acesso em: 14 ago. 2012.

Ibope: 80% dos brasileiros que acessam internet móvel usam Wi-Fi. **Terra**, 15 ago. 2012. Terra Tecnologia. Disponível em: <http://bit.ly/N5qvkG>. Acesso em: 16 ago. 2012.

Em 2010 número de dispositivos móveis conectados a web será de 24 bi. **Oficina da Net.** 13 out. 2011. Disponível em: <http://bit.ly/Rw0PiH> Acesso em: 15 out. 2011.

Seis em dez adolescentes preferem o YouTube ao rádio para ouvir música, indica pesquisa. **Uol**, 15 ago. 2012. Uol Tecnologia. Disponível em: <http://bit.ly/NeY2D3>. Acesso em: 15 ago. 2012.

Sitiografia

<www.ibope.com.br>. Acesso em: 2 jun. 2012.

<www.edisonresearch.com>. Acesso em: 10 nov. 2010.

<http://www.audicaocritica.com.br/audio-teste/1921-voce-escuta-as-distorcoes>. Acesso em: 10 nov. 2010.

<http://informatica.hsw.uol.com.br/radio3.htm>. Acesso em: maio 2012

<http://informatica.hsw.uol.com.br/radio-digital-via-satelite.htm Acesso em: maio 2012.

Anexo 1 – Lista das 304 RadCom na *web*

CIDADE	RadCom	FREQ.	SITE
Agudos	87 FM	87,9	www.87fmagudos.com.br
Alto Alegre	Romance FM	106,3	www.suaradionanet.net/romancefm
Alumínio	Cidade Alumínio FM	105,9	www.radiocidadealuminio.com.br
Álvares Florence	Igapira FM	87,9	www.igapirafm.com.br
Álvares Machado	Vida FM	104,9	www.radiovida.fm.br
Americana	Vida NovaFM	104,9	www.fmvidanova.com.br
Amparo	Onda Futura FM	105,9	www.ondafutura.com.br
Andradina	Metrópole FM	87,9	www.radiometropolefm.com.br
Anhembi	Anhembi FM	87,9	anhembifm.vilabol.uol.com.br
Aparecida D'Oeste	Águia FM	105,9	aguiafm.com
Apiaí	Apiaí FM	87,9	apiaifm.listen2myradio.com
Araçatuba	Boas Novas FM	104,9	www.boasnovasata.vipradios.com
Araçatuba	Excelsior FM	104,9	www.radioexcelsiorfm.com
Araraquara	Brasil FM	104,9	www.radiobrasilfm.com.br
Araras	Rural FM	87,9	ruralfm87.com.br
Areias	Portal da Bocaina	87,9	portaldabocaina.blospot.com.br
Areiópolis	Líder FM	87,9	www.liderfmareiopolis.com.br
Assis	Cidade FM	107,9	radiocidadedeassis.com.br
Avanhandava	Liberdade FM	98,7	www.98liberdade.com.br
Avaré	Cidadania FM	104,9	www.radiocidadania.com.br
Bady Bassitt	Sfera FM	104,9	www.sferafm.com.br
Bananal	Estância FM	87,9	www.estanciafm879.com
Bariri	Serena FM	87,9	www.serenafm.com.br
Barretos	Sertaneja FM	106,3	www.radiosertaneja.com.br
Bastos	Capital FM	105,9	www.radiocapitalfm.com.br
Bastos	Santíssimo FM	105,9	www.santissimofm.com.bt
Batatais	ABC FM	104,9	www.abcfm.com.br
Bauru	87 FM	87,9	www.87fmbauru.com.br
Bebedouro	Caminho Seguro FM	107,9	www.caminhoseguro.com.br
Bertioga	Praia FM	106,1	www.praiafm.com.br
Bilac	Paulista FM	104,9	www.paulistafmbilac.com.br
Birigui	Nova Birigui FM	104,9	www.novabirigui.com.br
Boa Esperança do Sul	Canção e Mensagem FM	104,9	cancaoemensagem.zip.net
Bofete	Bofete FM	87,9	www.radiobofetefm.com.br
Boituva	Ideal FM	104,9	www.radioidealboituva.com.br
Bom Jesus dos Perdões	Sintonia FM	87,5	www.sintoniafm.com
Borborema	Cultura FM	104,9	www.culturaborborema.com.br
Borebi	Fama FM	87,9	www.famafm87.com.br
Bragança Paulista	O Caminho FM	105,9	www.ocaminhofm.com.br
Buritama	Metrópolis FM	104,9	www.metropolisfm.com.br
Cabrália Paulista	Objetiva FM	105,9	radioobjetivafm.blogspot.com.br
Caieiras	Terceira OndaFM	87,5	ondafm.net
Cajamar	Cajamar FM	87,5	www.cajamarfm.com.br
Cajati	Vale FM	87,9	www.radiovale.fm.br
Cajobi	Vitória FM	98,7	www.vitoriacelestialfm.com.br
Campinas	Amarais FM	105,9	www.amaraisfm.org.br
Campinas	Maranata FM	105,9	www.myspace.com/maranatafm
Campinas	Renovação FM	105,9	www.wix.com/radiofeeluz/radio
Campinas	Noroeste FM	105,9	radiopieta.org.br
Campos do Jordão	Campos FM	104,9	camposfm1049.blogspot.com.br
Cananéia	Transmar FM	87,9	www.transmarfm.com.br
Cândido Mota	Mensagem FM	104,9	radiomensagem.sites.uol.com.br

CIDADE	RadCom	FREQ.	SITE
Capão Bonito	Panema FM	104,9	panemafm.webnode.com.br
Capela do Alto	Capela FM	104,9	www.radiocapelafm.com.br
Capivari	Alternativa FM	106,3	www.radioalternativa.fm.br
Caraguatatuba	Integração FM	104,9	www.portalintegracaofm.com.br
Carapicuíba	New Life FM	87,5	www.newlifefm.com.br
Castilho	Nova FM Castilho	87,9	portalcastilho.com.br
Catanduva	Atividade FM	104,9	www.radioatividade104.com.br
Cedral	Nova Educadora FM	105,9	novaeducadorafm.com.br
Cerqueira César	Estrela FM	87,9	www.radioestrelafm.com.br
Cesário Lange	Stúdio FM	104,9	www.studiofmcl.com.br
Clementina	Clementina FM	104,9	clementinafm.webnode.com.br
Colina	Colinense FM	105,9	www.105fmcolina.com.br
Colômbia	Vale FM	98,7	www.valefm98.com.br
Conchal	Morada dos Rios FM	87,9	www.jacidade.com.br
Cordeirópolis	Vera Cruz FM	106,3	www.veracruzfm.com.br
Cosmópolis	Municipal FM	104,9	www. municipalfm.com.br
Cosmorama	Evidência FM	87,9	www.evidenciafm.com.br
Cotia	Cidade das Rosas FM	87,5	www.cidadedasrosasfm.com.br
Cruzeiro	ValeFM	87,9	valefm879.blogspot.com.br
Cubatão	Visão FM	92,5	www.radiovidsaofm.webs.com
Descalvado	Stilo FM	105,9	www.stilofm.com.br
Diadema	Navegantes	87,5	radionavegantesfm.com.br
Diadema	Nova Diadema FM	87,5	www.novadiademafm.com.br
Dolcinópolis	Independente FM	104,9	radioindependentefm.blogspot.com.br
Dourado	Dourado FM	104,9	www.radiodouradofm.com.br
Dracena	87 FM	87,9	www.87fmdracena.com.br
Duartina	Ruah FM	105,9	www.ruahfm.com.br
Dumont	Evidência FM	87,9	radioevidenciafm.com
Elias Fausto	Criativa FM	105,9	aovivocriativafm.com
Embu	Fonte e Vida FM	87,5	www.fonteevidafm.com.br
Engenheiro Coelho	Dinâmica FM	87,9	radiodinamicafm.net
Estiva Gerbi	Rosa Mística FM	87,9	www.santuariorosamistica.org
Fernandópolis	Arena FM	87,9	www.arenafm.com.br
Ferraz de Vasconcelos	Lookal FM	87,5	www.lookalfm.com.br
Florínea	Flor do Vale FM	87,9	radioflordovalefm.blogsppot.com.br
Franca	Vida Nova FM	105,9	www.vidanovafranca.com.br
Francisco Morato	Criativa FM	87,5	www.radiocriativa.com.br
Franco da Rocha	Estação FM	87,5	www.radioestacaofm.com.br
Gália	Princesinha FM	105,9	www.princesinhafm.com.br
Guaimbê	Renascer FM	98,7	www.renascerfm.net
Guaíra	SEFE FM	98,7	www.sefefm.com.br
Guapiaçu	Cidade FM	104,9	www.cidadefmguapiacu.com.br
Guaratinguetá	Line Gospel FM	91,7	www.linegospelfm.com.br/portal2010
Guareí	Realidade FM	105,9	www.guareionline.com
Guariba	Estúdio FM	87,9	www.web87fm.com.br
Guarulhos	Multi FM	87,5	www.multifm.com.br
Guarulhos	VIC FM 87,5	87,5	www.radiovicfm.com.br
Guarulhos	Aliança FM	87,5	www.radiocomunitariaalianca.com.br
Hortolândia	Comunicativa FM	91,1	www.radiocomunicativafm.com.br
Iacanga	Educadora FM	104,9	www.educadorafmiacanga.com.br/aovivo
Ibaté	Encanto do Planalto FM	107,9	www.encantofm107.com.br
Iepê	Shalom FM	104,9	www.shalomiepe.com.br
Igaraçu do Tietê	Eclusa FM	87,9	radioeclusafm.webnode.com.br
Igarapava	Cidade FM	105,9	cidadefmigarapava.com

CIDADE	RadCom	FREQ.	SITE
Igaratá	Igaratá FM	91,7	igaratafm.blogspot.com.br
Ilha Comprida	Astral FM	87,9	http://bit.ly/RIO6Ih
Ilhabela	Cidade FM	104,9	www.cidadefmilhabela.xpg.com.br
Indiaporã	Beira Rio FM	87,9	beirario87fm.com
Ipaussu	Itamaracá FM	104,9	www.itamaracafm.com
Iracemápolis	Sucesso FM	106,3	www.sucessofmiracemapolis.com.br
Itaí	Rádio Rotary FM	87,9	www.radiorotaryfm.com.br
Itajobi	Nova 1 FM	104,9	nova1fm.blogspot.com.br
Itanhaém	Rádio Cidade 104,9	104,9	www.radiocidadeita1049.com.br
Itapeva	Rádio 87 FM	87,9	www.portal87fm.com.br
Itapira	Novo Cântico FM	87,9	www.novocanticofm.com.br
Itápolis	104,9 FM	104,9	www.fm104itapolis.com.br
Itapuí	Verde é Vida FM	87,9	verdevidafm.blogspot.com.br
Itatiba	Paz FM	105,9	www.radiodapazfm.com.br
Itatinga	Feliz CidadeFM	87,9	www.felizcidadefm.com.br
Itirapina	Sinai FM	105,9	sinaifm.blogspot.com
Itupeva	Nova Itupeva FM	105,9	http://www.itupevaonline.com.br
Ituverava	Super Ativa FM	105,9	www.superativafm.com.br
Jaboticabal	Gazeta FM	107,9	www.radiogazetafm.com.br
Jaboticabal	Nova FM	107,9	www.radiocomunicativanovafm.com.br
Jaguariúna	Nova Sertaneja	105,9	http://bit.ly/P8zYWi
Jales	Moriah FM	105,9	www.moriahfm.com.br
Jambeiro	Jambeiro FM	104,9	www.jambeirofm.com.br
Jandira	Astral FM	87,5	www.radioastralfm.com.br
Jaú	Cidade Jaú FM	87,9	www.cidadejaufm.com
Joanópolis	Uunião FM	98,7	www.uniaofmjoa.com.br
João Ramalho	Digital FM	98,7	digital98.com.br
Juquiá	Atividade FM	87,9	http://bit.ly/TsiBAq
Lagoinha	Nova Vale FM	104,9	www.radionovavale.com.br
Laranjal Paulista	Dynâmica FM	104,9	www.radiodynamica.com.br
Lavínia	Lavínia FM	104,9	www.radiolaviniafm.com
Lençóis Paulista	Nova RM 87,9	87,9	www.novarm87.com.br
Limeira	Paraíso FM	106,3	www.ieadl.com.br
Louveira	Novo Tempo FM	105,9	www.rntfm.com.br
Macaubal	Stúdio 1 FM	87,9	studio1fm.blogspot.com
Mairinque	Gazeta News FM	85,7	www.gazetanewsfm.com
Manduri	Cidade Verde FM	104,9	www.radiocidadeverdefm.com.br
Marília	Onda Viva FM	105,9	www.ondavivafm.com.br
Martinópolis	Nova Onda FM	104,9	www.novaondafm104.com.BR
Matão	Educadora FM	104,9	www.radioeducadorafm.com.br
Mauá	87 FM Mauá	87,5	fmmaua.webnode.pt
Mauá	Z FM	87,5	www.radiozfm.org
Mendonça	Voice FM	87,9	voicefm.in
Mesópolis	Mesopolitana FM	105,9	www.mesopolitanafm.com.br
Mineiros do Tietê	Centenário FM	104,9	www.centenariofm.vipradios.com
Mirante do Paranapanema	Alternativa FM	104,9	www.alternativa104fm.com.br
Mogi das Cruzes	Caramelo Taiá FM	87,5	www.caramelotaia.fm.br
Mogi das Cruzes	Garota FM	87,5	www.radiogarotafm.com.br
Mogi Guaçu	Mundo Melhor FM	87,9	www.matrizimaculada.com.br
Mogi Mirim	Nova Missão FM	87,9	www.novamissaofm.com.br
Mongaguá	Mongaguá FM	92,5	www.radiomongaguafm.com.br
Monte Alto	Alternativa FM	87,9	www.radioalternativafm.net
Monte Aprazível	Cidade FM	87,9	www.cidade87fm.com.br
Monte Castelo	Digital FM	87,9	www.fmdigitalfm.com.br

CIDADE	RadCom	FREQ.	SITE
Monte Mor	Prima FM	105,9	www.primafm.com.br
Murutinga do Sul	Atividade FM	87,9	www.fmatividade.net
Nova Campina	Real FM	87,9	realfmnovacampina.blogspot.com.br
Nova Europa	Itaquerê FM	87,9	radiosnaweb.net/itafm
Nova Granada	Nova Granada FM	87,9	www.novagranadafm.com.br
Nova Independência	Independência	87,9	blogindependenciafm.blogspot.com.br
Nova Odessa	Paraíso FM	90,9	www.fmparaiso.com
Novo Horizonte	AmizadeE FM	104,9	www.radioamizadefm.com
Orlândia	Gazeta FM	105,9	www.radiogazetaorlandia.com.br
Osvaldo Cruz	Max FM	105,9	www.maxfm1059.com.br
Ourinhos	Ágape FM	107,9	www.agapefm.com.br
Ouro Verde	Cidade FM	87,9	www.fmcidadefm.com.br
Ouroeste	Stúdio FM	87,9	www.studiofm87.com
Palestina	Poleia FM	87,9	www.radiopoleiafm.com.br
Palmeira D'Oeste	Skala FM	105,9	www.skalafm.org.br
Panorama	Panorama FM	87,9	www.fmpanoramafm.com.br
Pardinho	Paixão FM	87,9	www.paixaofm.com.br
Pariquera Açu	Ilha FM	87,9	www.radioilhafm.com.br
Paulínia	Matriz FM	105,9	www.matrizfm.com.br
Paulo de Faria	Cidade Alegria FM	87,9	www.radiocidadealegriafm.com.br
Pedrinhas Paulista	América FM	87,9	www.radioamerica87.com.br
Penápolis	ZoarFM	107,9	www.zoarfm.com.br
Pereira Barreto	104,9 FM	104,9	www.pereirabarretofm.com.br
Pereiras	Millenium FM	87,9	www.milleniumfm.com.br
Peruíbe	Onda Brasil FM	87,9	www.ondabrasilfm.blogspot.com.br
Piedade	Nova Geração FM	87,5	www.radionovageracao.com.br
Piedade	Rural FM	87,5	www.ruralfm.org.br
Pindamonhangaba	Cultura Distrital FM	104,9	www.culturadistritalfm.com.br
Pindamonhangaba	Spaço FM	104,9	www.radiospacofmpinda.com.br
Piquete	Natureza FM	107,9	www.naturezafm.hd1.com.br
Piracaia	Cachoeira FM	105,9	www.radiocachoeirafm.com.br
Piracicaba	Nova Cidade FM	90,9	www.novacidadefm.com.br
Piraju	Mater Dei FM	105,9	www.materdei.com.br
Pirajuí	Jornal FM	105,9	www.radiojornalfm_pirajui.com.br
Pirapora do Bom Jesus	Nova Pirapora FM	87,5	www.novapiraporafm.com.br
Pirapozinho	Novo Milênio FM	104,9	www.radionovomilenio.com.br
Pirassununga	Kerigma FM	87,9	www.kerigmafm.com.br
Pitangueiras	Tropical FM	87,9	radio879fm.com
Poá	Estância de Poá	87,5	www.radioestanciadepoa.com.br
Poá	Nova FM	87,5	www.novafm875.com
Pompéia	Millenium FM	104,9	www.104fmpompeia.com.br
Pongaí	Pongaí FM	104,9	www.radiopongaifm.com.br
Porangaba	Porangaba FM	104,9	www.porangabafm.com.br
Porto Feliz	Conquista FM	105,9	fmconquista.blogspot.com.br
Porto Ferreira	Comunidade FM	105,9	www.radiocomunidadefm.fm.br
Potirendaba	Curumin FM	104,9	www.curumimfm.com.br
Presidente Epitácio	Novo Milênio	104,9	www.fm104fm.com.br
Presidente Prudente	Manancial FM	104,9	www.igrejapenielpp.com.br
Presidente Venceslau	Manancial FM	104,9	radiomanancialpv.blogspot.com.br
Quatá	Quatá FM	104,9	www.quatafm.com.br
Quintana	Quintana FM	104,9	www.quintanafm.com.br
Rafard	Rádio R FM	107,9	www.radiorfm.com.br
Registro	Amiga FM	87,9	www.amigafm.com.br
Restinga	Criativa FM	106,3	www.criativa.fm.br

CIDADE	RadCom	FREQ.	SITE
Ribeira	Ambiental FM	104,9	www.ambientalfmderibeira.com.br
Ribeirão Bonito	Bom Jesus FM	104,9	www.radioemorrobomjesus.com.br
Ribeirão Corrente	Ouro Verde FM	105,9	ouroverde.fm.br
Ribeirão Pires	Pérola da Serra FM	87,5	www.peroladaserrafm.com
Ribeirão Preto	Educativa FM	87,9	www.radioeducativafm.com.br
Rincão	Rincão FM	104,9	rincaofm.com
Rio Claro	Advento FM	107,9	radioadventofm.com.br
Rio Claro	Opção FM	107,9	www.opcaofmrioclaro.com.br
Rio Grande da Serra	Esplanada FM	87,5	www.radioespladafm.com.br
Riolândia	Conquista FM	87,9	conquista87fm.blogspot.com.br
Sales	Sales FM	87,9	www.radiosalesfm.amaisouvida.com.br
Sales Oliveira	Salense FM	104,9	www.salensefm.com.br
Salto de Pirapora	Transversal FM	105,9	radiotransversalfm.com
Santa Bárbara D'Oeste	Anunciação FM	104,9	www.anunciacaofm.com.br
Santa Clara D'Oeste	Interior FM	98,7	www.interiorfm.com.br
Santa Cruz das Palmeiras	Destak FM	87,9	www.destakfm.com.br
Santa Cruz do Rio Pardo	Alternativa FM	104,9	www.104alternativa.com.br
Santa Fé do Sul	Cidade FM	106,3	www.cidadefm.org.br
Santa Izabel	Singão FM	87,5	www.radioetvsingao.com.br
Santa Rita do Passa Quatro	Santa Rita FM	87,9	www.radiosantaritafm.com.br
Santo Antônio da Alegria	Futura FM	105,9	futurasertaneja.goldenbiz.com.br
Santo Antônio do Aracanguá	Evidência FM	104,9	www.evidenciafm104.com.br
Santo Antônio do Pinhal	Pinhal FM	104,9	www.pinhalfm.com.br
São Bernardo do Campo	Paraty FM	87,5	www.radioparaty.com.br
São Carlos	Comunicativa FM	107,9	www.radiocomunicativa.com.br
São João da Boa Vista	Anúncio FM	87,5	anunciofm.blogspot.com
São João da Boa Vista	Sheknah FM	87,5	www.sheknahfm.com.br
São Joaquim da Barra	Metrô FM	105,9	www.radiometrofm.com.br
São José do Barreiro	Mix FM	87,9	www.mix879.com.br
São José do Rio Preto	Espaço Aberto FM	104,9	imaculadaconceicaoriopreto.com
São José do Rio Preto	Estação 104 FM	104,9	radioestacao104.com
São José dos Campos	Cultural FM	107,9	www.radioculturalfm.com
São Manuel	Integração FM	87,9	www.fmintegracao.com.br
São Miguel Arcanjo	ALIANÇA FM	104,9	www.radioaliancafm104.com
São Paulo	Ágape FM	87,5	www.radioagapefm.org.br
São Paulo	Cantareira FM	87,5	www.radiocantareira.org
São Paulo	Dalila FM	87,5	www.radiodalilafm.com.br
São Paulo	Everest FM	87,5	www.everestfm.com.br
São Paulo	Heliópolis FM	87,5	www.heliopolisfm.com.br
São Paulo	Ideia FM	87,5	www.ideiafm.com.br
São Paulo	Integração FM	87,5	www.rcintegracaofm.com
São Paulo	Itaquera FM	87,5	www.rcitaquera.com.br
São Paulo	Jaraguá FM	87,5	www.jaraguafm.radio.br
São Paulo	Onda FM	87,5	www.radioondafm.com.br
São Paulo	Nova Paraisópolis FM	87,5	www.novaparaisopolisfm.com.br
São Paulo	AME FM	87,5	www.adbomretiro.com.br
São Paulo	Show FM	87,5	www,radioshow.com.br
São Paulo	São Francisco FM	87,5	spicilegiumdei.org
São Paulo	Soul VIDA	87,5	www.radiosoulvida.com
São Paulo	Star Sul FM	87,5	www.starsulfm.com.br
São Paulo	Stúdio 100 FM	87,5	www.studio100.com.br
São Paulo	Ternura FM	87,5	radioternurafm.com.br
São Roque	Coluna FM	87,5	www.radiocolunafm.com.br

CIDADE	RadCom	FREQ.	SITE
São Sebastião	Costa Sul FM	104,9	www.radiocostasulfm.com.br
Serra Negra	Onda Verde FM	98,7	www.ondaverdefm.com.br
Sertãozinho	Comunitária FM	87,5	www.radiocomunitariafm.com.br
Sorocaba	Legal FM	105,9	www.legalfmsorocaba.com.br
Sorocaba	Majestade FM	105,9	www.radiomajestadefm.com.br
Sorocaba	Super FM	105,9	www.radiosuperfm.net
Sumaré	26 de Julho FM	91,1	www.ofssantaclara.com.br/radio
Sumaré	Nova Aliança FM	91,1	www.radionovaaliancafm.com.br
Suzano	SAT FM	87,5	www.radiosatfm.com.br
Tabapuã	União FM	104,9	www.uniaofmtabapua.com.br
Tabatinga	Centenário FM	104,9	centenariofm.com.br
Taciba	Nova FM	104,9	www.radionovataciba.com.br
Tambaú	Ativa FM	87,9	www.radioativafm.vipradios.com
Tanabi	Educadora FM	104,9	www.educadorafmtanabi.com.br
Tapiratiba	Soledade FM	87,9	soledadefm.webnode.com.br
Taquaritinga	Planeta Verde FM	104,9	www.planetaverde.org.br
Taquarituba	Pontual FM	87,9	www.radiopontualfm.com
Taquarituba	Vitória FM	87,9	www.fmvitoria.com.br
Taquarivaí	Rodovia FM	87,9	rodoviafm.no.comunidades.net
Tarabaí	Pérola FM	104,9	www.radioperolafm.com.br
Tatuí	Nova Esperança FM	104,9	www.radioesperanca.net
Tatuí	Tatuiense FM	104,9	www.radiotatuiense.com
Teodoro Sampaio	Kerigma FM	87,9	www.kerigma87fm.com
Torrinha	FM Comunitária	105,9	www.radiofm105torrinha.webnode.com
Três Fronteiras	Voz do Vale FM	105,9	www.vozdovalefm.com.br
Tupi Paulista	Tropical FM	87,9	www.fmtropicalfm.com
Ubatuba	Gaivota FM	104,9	gaivota.fm.br
Urânia	Comunicativa FM	105,9	www.comunicativafm.com
Urupês	FM A Voz de Urupês	104,9	www.fmavozdeurupes.com.br
Valentim Gentil	Nova FM	87,9	www.novafm87.com.br
Valinhos	Valinhos FM	105,9	www.valinhosfm.com.br
Várzea Paulista	Nova Paulista FM	91,9	www.novafmpaulista.com.br
Vera Cruz	Onda Mix FM	105,9	www.ondamix.com.br
Vinhedo	Capela FM	105,9	www.capelafm.com.br
Viradouro	Família FM	105,9	radiofamiliafm.webnode.com.br
Vista Alegre do Alto	Mix FM	105,9	www.radiomix105.com.br
Votorantim	Nova Tropical FM	105,9	www.novatropicalfm.com.br

Anexo 2 - Ficha análise das RadCom

X – para apenas uma alternativa
Numeral – mais de uma alternativa, sendo que o número 1 tem peso maior

data: ___/ _____/ _____ RadCom: _____

DESIGN

1) disposição do browser? ( ) horizontal ( ) vertical

2) diagramação em colunas? ( ) sim ( ) não **Quantas?** _____ colunas

3) exibe estatísticas? (nuvem de tags, mais enviadas, mais lidas, mais comentadas)

( ) sim ( ) não Quais _____

4) velocidade de *download* da home? ( ) rápido ( ) lento

5) visibilidade em mais de um navegador? ( ) sim ( ) não _____

6) organização do menu? ( ) horizontal ( ) vertical ( ) não tem
( ) esquerda ( ) direita ( ) central

7) distribuição do áudio? ( ) *off-line* ( ) *off-line* e *on-line*

- **Aplicativo de *streaming* utilizado:**

  ( ) Media Player ( ) Real Player ( ) Winamp ( ) outro _____

- **Para ouvir:** ( ) áudio entra direto ( ) é preciso clicar no ícone

( ) abre janela ( ) abre aba ( ) não abre e NÃO dá para navegar ( ) não abre mas DÁ para navegar

8) sistemas (s) predominante (s)?
( ) textual ( ) visual / fotos / caricatura / desenho ( ) áudio ( ) vídeo

9) Domínio utilizado
( ) pago ( ) não pago ( ) parceria

Em caso de não pago ou parceria, qual? _____

COMMUNICATION CLOUD

10) exibe tags? ( ) sim ( ) não

- **há informações sobre uso de tags?** ( ) sim ( ) não
- **internauta pode inserir tags?** ( ) sim ( ) não

11) busca? ( ) sim ( ) não
Em caso positivo: ( ) interna ( ) externa

OPEN SOURCE

12) produção:
( ) própria
( ) própria + agência – Qual: _____
( ) própria + agência + colaborador

13) público participa? ( ) sim ( ) não
Como? ( ) texto ( ) vídeo ( ) áudio ( ) imagem ( ) comentário ( ) mensagem ( ) enquête

- **internauta modifica base de dados?** ( ) sim ( ) não

CONTEÚDO

14) atualização contínua? ( ) sim ( ) não
( ) semanal ( ) quinzenal ( ) mensal ( ) outro

15) possui quais elementos?

( ) galeria de imagens	( ) fotos	( ) áudio ao vivo	( ) texto + fotos
( ) podcasts	( ) vídeos/ videocast	( ) slide show	( ) votar/avaliar
( ) enquête	( ) MSN	( ) comentários	( ) fale conosco
( ) contato	( ) bate-papo / chat	( ) expediente	( ) últimas notícias
( ) tornar home page	( ) flash/site	( ) favoritos	( ) compartilhar

( ) recomendar notícias/ enviar e-mail ( ) assinar RSS / Newsletter

( ) Outros: hotsite – acessibilidade – creative comuns – privacidade – copyright/proteção de material – aumentar/diminuir fonte – exige registro ou senha para se logar – fórum – customizar – impressão

- **links?** ( ) sim ( ) não
  em caso de sim, ( ) relacionados ( ) internos ( ) externos
  Cite os dois primeiros: _____

- **outros serviços?** ( ) sim ( ) não
  Quais? ( ) widget ( ) google ( ) tempo/temperatura ( ) agencia de notícia ( ) cotação/bolsa

- **marcadores (delicious, technorati, facebook)?** ( ) sim ( ) não

- **remete a redes sociais?** ( ) sim ( ) não

  Qual(is)? _____

- **blogs?** ( ) sim ( ) não

16) Identificação da RadCom:

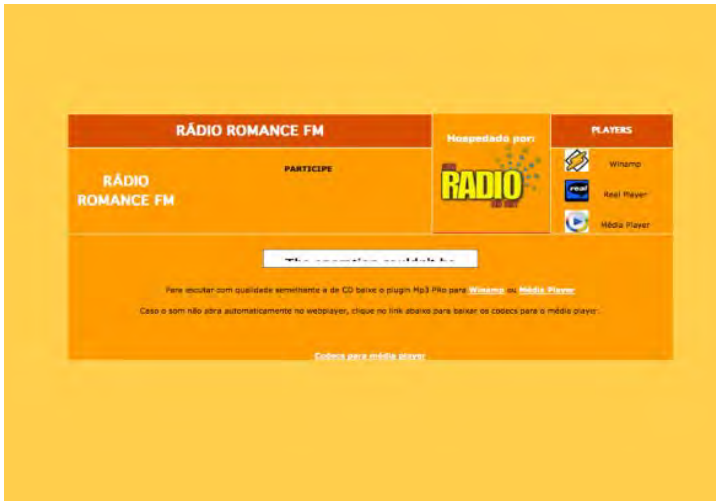
Deixa claro que é RadCom? ( ) sim ( ) não
Traz histórico da rádio? ( ) sim ( ) não
Traz o nome da cidade/comunidade onde está situada? ( ) sim ( ) não
Apresenta locutores? ( ) sim ( ) não – Apresenta dirigentes? ( ) sim ( ) não
Traz fotos locutores/ dirigentes? ( ) sim ( ) não – E-mail? ( ) sim ( ) não
Traz programação? ( ) sim ( ) não

COMENTÁRIOS:

_____
_____
_____
_____
_____
_____

AGUDOS – 87,9 MHz
www.87fmagudos.com.br

ALTO ALEGRE - 106,3 MHz
www.radios.com.br/aovivo/radio-romance-106.3-fm/14421



ALUMÍNIO - 105,9 MHz
www.radiocidadealuminio.com.br

ÁLVARES FLORENCE - 87,9 MHz
www.igapirafm.com.br

ÁLVARES MACHADO - 104,9 MHz
www.radiovida.fm.br

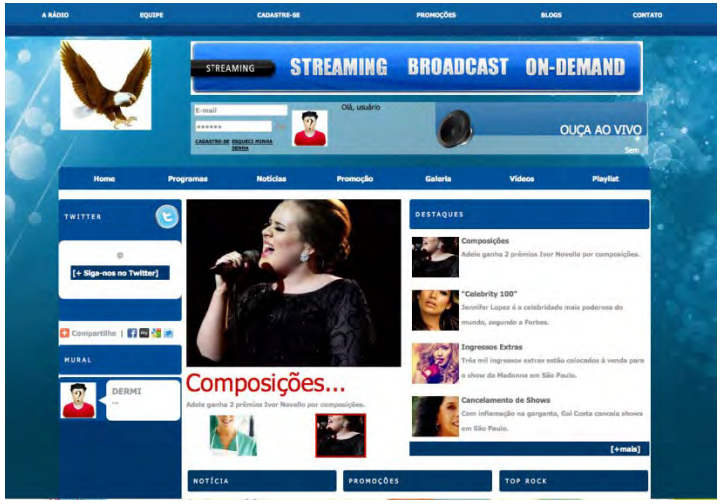
AMERICANA - 104,9 MHz
www.fmvidanova.com.br

AMPARO - 105,9 MHz
www.ondafutura.com.br

ANDRADINA - 87,9 MHz
www.radiometropolefm.com.br

ANHEMBI - 87,9 MHz
anhembifm.vilabol.uol.com.br

APARECIDA D'OESTE - 105,9 MHz
aguiafm.com



APIAÍ - 87,9 MHz
apiaifm.listen2myradio.com

ARAÇATUBA - 104,9 MHz
www.boasnovasata.vipradio.com

ARAÇATUBA - 104,9 MHz
www.radioexcelsiorfm.com

ARARAQUARA - 104,9 MHz
www.radiobrasilfm.com.br

ARARAS - 87,9 MHz
ruralfm87.com.br

AREIAS - 87,9 MHz
portaldabocaina.blogspot.com.br/
portaldabocaina.listen2myradio.com

AREIÓPOLIS - 87,9 MHz
www.liderfmareiopolis.com.br

ASSIS - 107,9 MHz
radiocidadedeassis.com.br

AVANHANDAVA - 98,7 MHz
www.98liberdade.com.br

AVARÉ - 104,9 MHz
www.radiocidadania.com.br

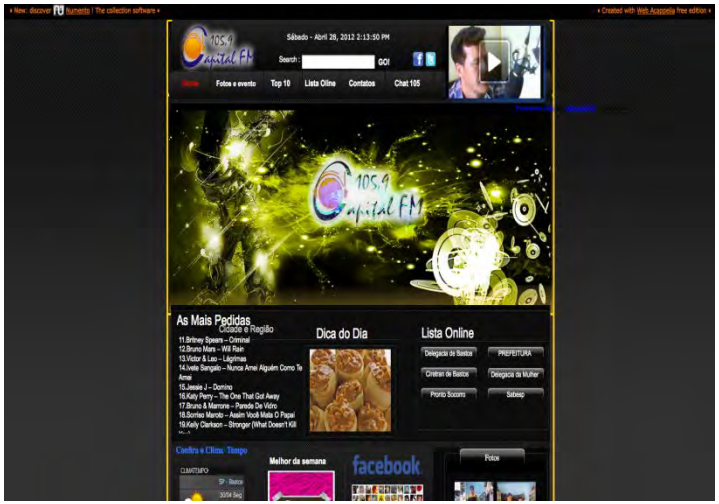
BADY BASSIT - 104,9 MHz
www.sferafm.com.br

BANANAL - 87,9 MHz
www.estancia879.com

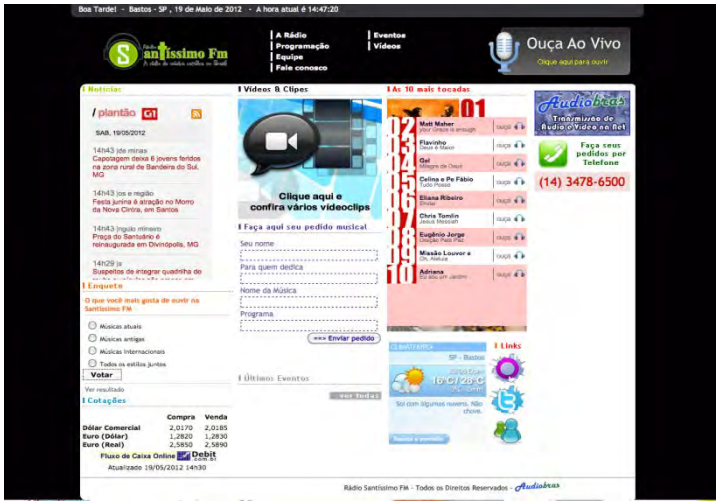
BARIRI - 87,9 MHz
www.serenafm.com.br

BARRETOS - 106,3 MHz
www.radiosertaneja.com.br

BASTOS - 105,9 MHz
www.radiocapitalfm.com.br

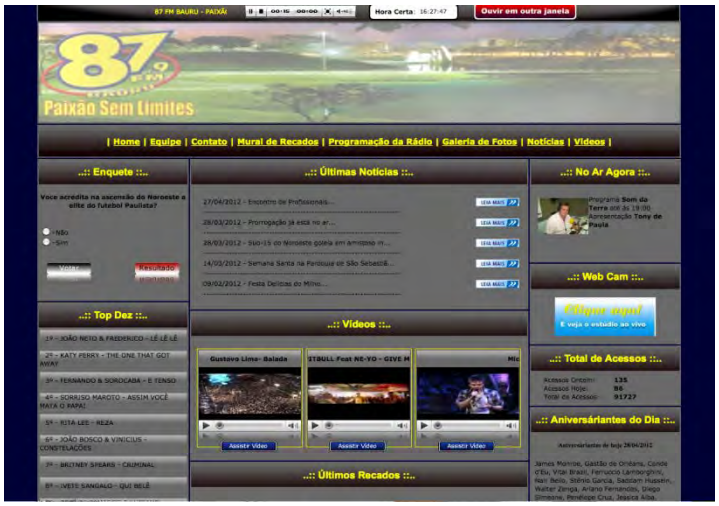


BASTOS - 105,9 MHz
www.santissimofm.com.br



BATATAIS - 104,9 MHz
www.abcfm.com.br

BAURU - 87,9 MHz
www.87fmbauru.com.br



BEBEDOURO - 107,9 MHz
www.caminhoseguro.com.br

BERTIOGA - 106,1 MHz
www.praiafm.com.br

BILAC - 104,9 MHz
www.paulistafmbilac.com.br

BIRIGUI - 104,9 MHz
www.novabirigui.com.br

BOA ESPERANÇA DO SUL - 104,9 MHz
cancaoemensagem.zip.net

BOFETE - 87,9 MHz
www.radiobofetefm.com.br

BOITUVA - 104,9 MHz
www.radioidealboituva.com.br
http://radiofmboituva.blogspot.com.br/

BOM JESUS DOS PERDÕES - 87,5 MHz
www.sintoniafm.com

BORBOREMA - 104,9 MHz
www.culturaborborema.com.br

BOREBI - 87,9 MHz
www.famafm87.com.br

BRAGANÇA PAULISTA - 105,9 MHz
www.ocaminhofm.com.br

BURITAMA - 104,9 MHz
www.metropolisfm.com.br

CABRÁLIA PAULISTA - 105,9 MHz
radioobjetivafm.blogspot.com.br

CAIEIRAS - 87,5 MHz
ondafm.net
http://radioondafm.blogspot.com.br/

CAJAMAR - 87,5 MHz
www.cajamarfm.com.br

CAJATI - 87,9 MHz
www.radiovale.fm.br

CAJOBI - 98,7 MHz
www.vitoriacelestialfm.com.br

CAMPINAS - 105,9 MHz
www.amaraisfm.org.br

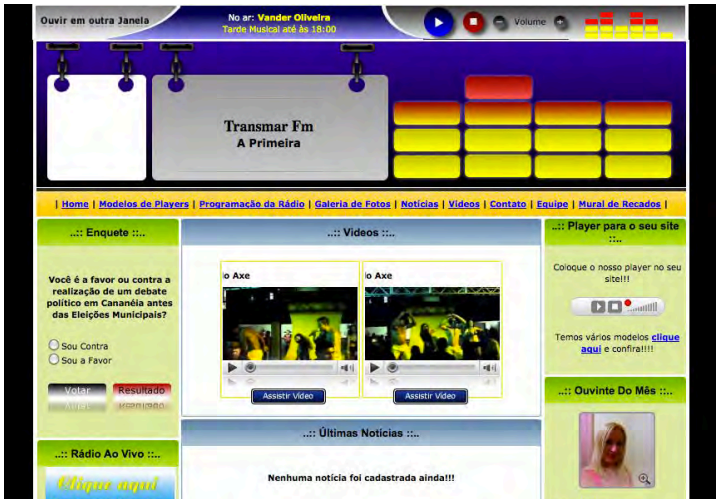
CAMPINAS - 105,9 MHz
www.myspace.com/maranatafm
www.myspace.com/maranatafm/radio

CAMPINAS - 105,9 MHz
www.wix.com/radiofeeluz/radio

CAMPINAS - 105,9 MHz
radiopieta.org.br

CAMPOS DO JODÃO - 104,9 MHz
camposfm1049.blogspot.com.br

CANANÉIA - 87,9 MHz
www.transmarfm.com.br



CANDIDO MOTA - 104,9 MHz
radiomensagem.sites.uol.com.br

CAPÃO BONITO - 104,9 MHz
panemafm.webnode.com.br

CAPELA DO ALTO - 104,9 MHz
www.radiocapelafm.com.br

CAPIVARI - 106,3 MHz
www.radioalternativa.fm.br

CARAGUATATUBA - 104,9 MHz
integracaofm1049.blogspot.com
www.portalintegracaofm.com.br

CARAPICUÍBA - 87,5 MHz
www.newlifefm.com.br

CASTILHO - 87,9 MHz
portalcastilho.com.br

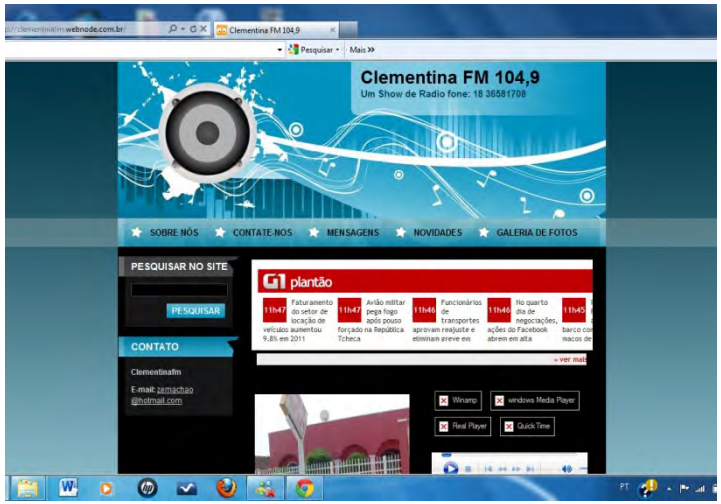
CATANDUVA - 104,9 MHz
www.radioatividade104.com.br

CEDRAL - 105,9 MHz
novaeducadorafm.com.br

CERQUEIRA CÉSAR - 87,9 MHz
www.radioestrelafm.com.br

CESÁRIO LANGE - 104,9 MHz
www.studiofmcl.com.br

CLEMENTINA - 104,9 MHz
clementinafm.webnode.com.br



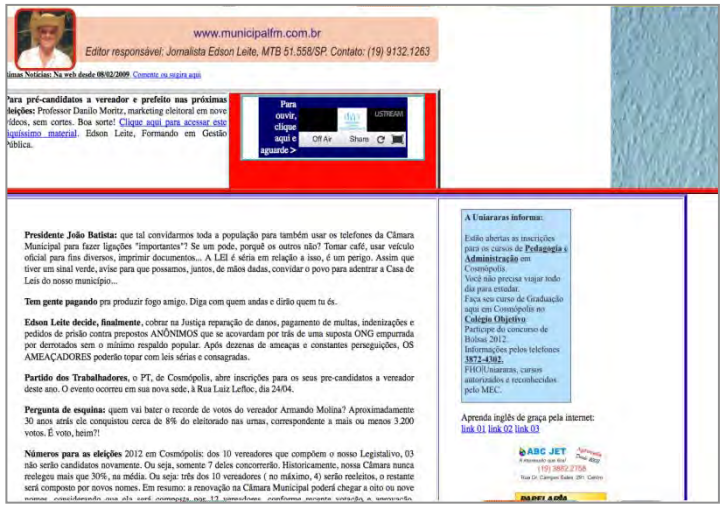
COLINA - 105,9 MHz
www.105fmcolina.com.br

COLÔMBIA - 98,7 MHz
www.valefm98.com.br

CONCHAL - 87,9 MHz
www.jacidade.com.br

CORDEIRÓPOLIS - 106,3 MHz
www.veracruzfm.com.br

COSMÓPOLIS - 104,9 MHz
www. municipalfm.com.br



COSMORAMA - 87,9 MHz
www.evidenciafm.com.br

COTIA - 87,5 MHz
www.cidadedasrosasfm.com.br

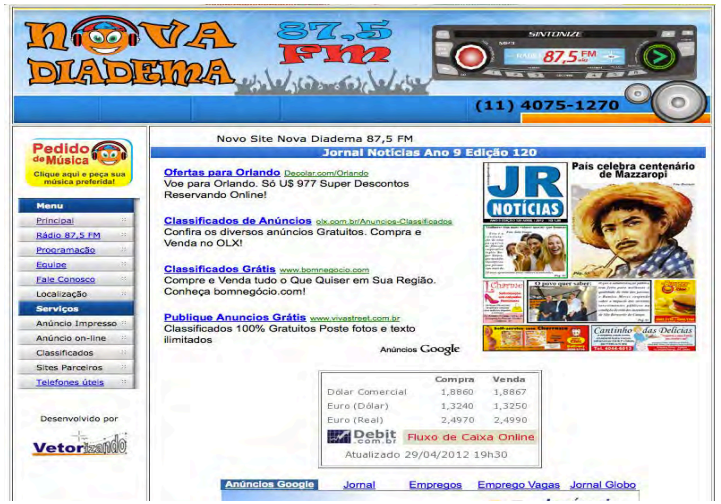
CRUZEIRO - 87,9 MHz
valefm879.blogspot.com.br

CUBATÃO - 92,5 MHz
www.radiovisaofm.webs.com
radiovisaofm.listen2myradio.com

DESCALVADO - 105,9 MHz
www.stilofm.com.br

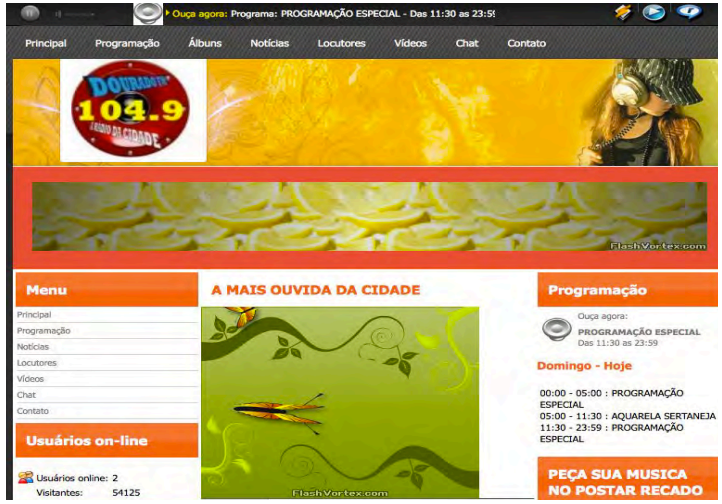
DIADEMA - 87,5 MHz
radionavegantesfm.com.br

DIADEMA - 87,5 MHz
www.novadiademafm.com.br



DOLCINÓPOLIS - 104,9 MHz
radioindependentefm.blogspot.com.br

DOURADO - 104,9 MHz
www.radiodouradofm.com.br



DRACENA - 87,9 MHz
www.87fmdracena.com.br

DUARTINA - 105,9 MHz
www.ruahfm.com.br

DUMONT - 87,9 MHz
radioevidenciafm.com

ELIAS FAUSTO - 105,9 MHz
aovivocriativafm.com
aovivocriativafm.blogspot.com

EMBU - 87,5 MHz
www.fonteevida.com.br

ENGENHEIRO COELHO - 87,9 MHz
radiodinamicafm.hd1.com.br
radiodinamicafm.net

ESTIVA GERBI - 87,9 MHz
www.santuariorosamistica.org

FERNANDÓPOLIS - 87,9 MHz
www.arenafm.com.br

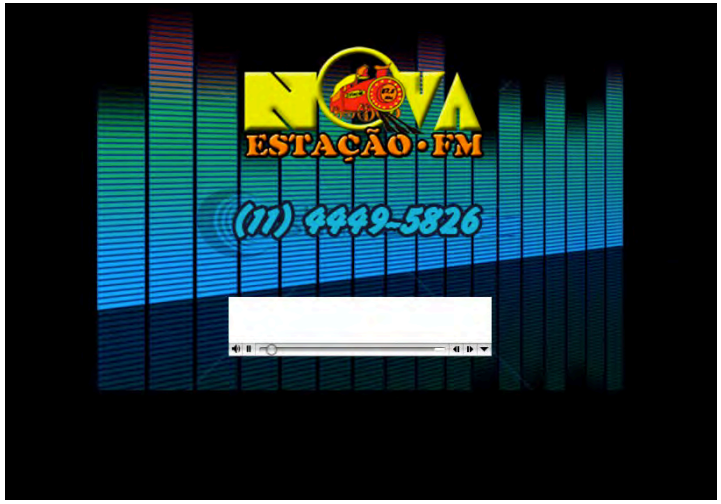
FERRAZ DE VASCONCELOS - 87,5 MHz
www.lookalfm.com
www.lookalfm.com.br

FLORÍNEA - 87,9 MHz
www.florinea.sp.gov.br
radioflordovalefm.blogspot.com.br

FRANCA - 105,9 MHz
www.vidanovafranca.com.br

FRANCISCO MORATO - 87,5 MHz
www.radiocriativa.com.br

FRANCO DA ROCHA - 87,5 MHz
www.radioestacaofm.com.br



GÁLIA - 105,9 MHz
www.princesinhafm.com.br

GUAIMBÊ - 98,7 MHz
www.renascerfm.net

GUAÍRA - 98,7 MHz
www.sefefm.com.br

GUAPIAÇU - 104,9 MHz
www.cidadefmguapiacu.com.br

GUARATINGUETÁ - 91,7 MHz
www.linegospelfm.com.br/portal2010
www.linegospelfm.com.br/player

GUAREÍ - 105,9 MHz
www.guareionline.com

GUARIBA - 87,9 MHz
www.web87fm.com.br

GUARULHOS - 87,5 MHz
www.multifm.com.br

GUARULHOS - 87,5 MHz
www.radiovicfm.com.br

GUARULHOS - 87,5 MHz
www.radiocomunitariaalianca.com.br

HORTOLÂNDIA - 91,1 MHz
www.radiocomunicativafm.com.br

IACANGA - 104,9 MHz
www.educadorafmiacanga.com.br/aovivo

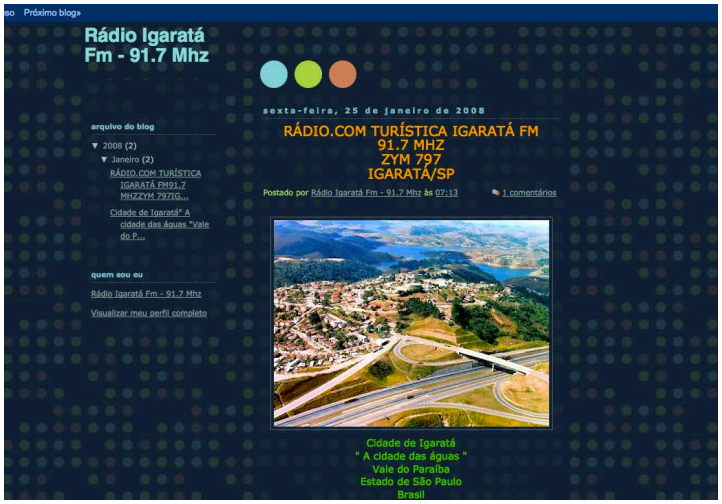
IBATÉ - 107,9 MHz
www.encantofm107.com.br

IEPÊ - 104,9 MHz
www.shalomiepe.com.br

IGARAÇU DO TIETÊ - 87,9 MHz
radioeclusafm.webnode.com.br

IGARAPAVA - 105,9 MHz
cidadefmigarapava.com

IGARATÁ - 91,7 MHz
igaratafm.blogspot.com.br



ILHA COMPRIDA - 87,9 MHz
www.astralfmilha.com.br
http://musikcity.mus.br/ra/astralfmilhacomprida.html

ILHABELA - 104,9 MHz
www.cidadefmilhabela.xpg.com.br

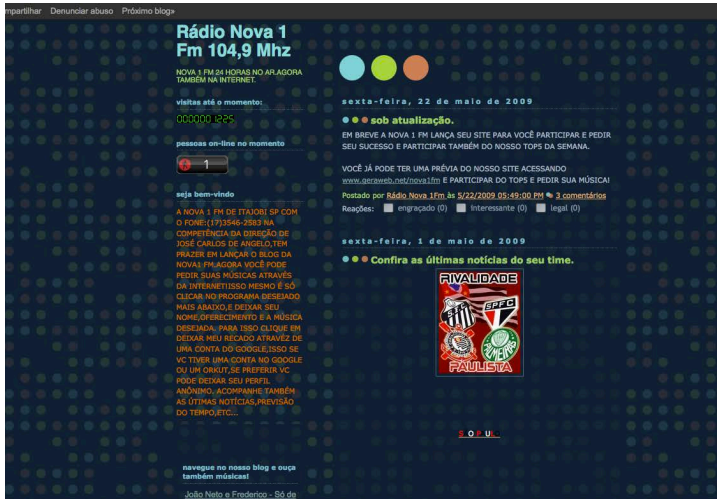
INDIAPORÃ - 87,9 MHz
beirario87fm.com

IPAUSSU - 104,9 MHz
www.itamaracafm.com

IRACEMÁPOLIS - 106,3 MHz
www.sucessofmiracemapolis.com.br

ITAÍ - 87,9 MHz
www.radiorotaryfm.com.br

ITAJOBI - 104,9 MHz
nova1fm.blogspot.com.br



ITANHAÉM - 104,9 MHz
www.radiocidadeita1049.com.br

ITAPEVA - 87,9 MHz
www.portal87fm.com.br

ITAPIRA - 87,9 MHz
www.novocanticofm.com.br

ITÁPOLIS - 104,9 MHz
www.fm104itapolis.com.br

ITAPUÍ - 87,9 MHz
verdevidafm.blogspot.com.br

ITATIBA - 105,9 MHz
www.radiodapazfm.com.br

ITATINGA - 87,9 MHz
www.felizcidadefm.com.br

ITIRAPINA - 105,9 MHz
sinaifm.blogspot.com

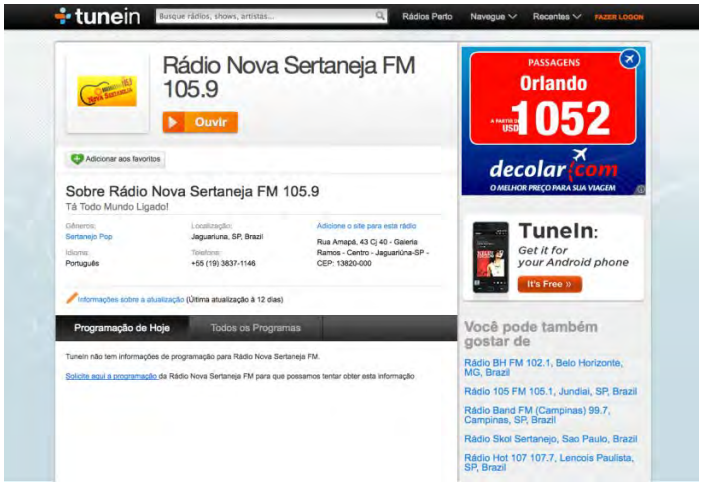
ITUPEVA - 105,9 MHz
http://www.itupevaonline.com.br
diariodeitupeva.com.br

ITUVERAVA - 105,9 MHz
www.superativafm.com.br

JABOTICABAL - 107,9 MHz
www.radiogazetafm.com.br

JABOTICABAL - 107,9 MHz
www.radiocomunitarianovafm.com.br

JAGUARIÚNA - 105,9 MHz
http://tunein.com/radio/Radio-Nova-Sertaneja-FM-1059-s118552/



JALES - 105,9 MHz
www.moriahfm.com.br

JAMBEIRO - 104,9 MHz
www.jambeirofm.com.br

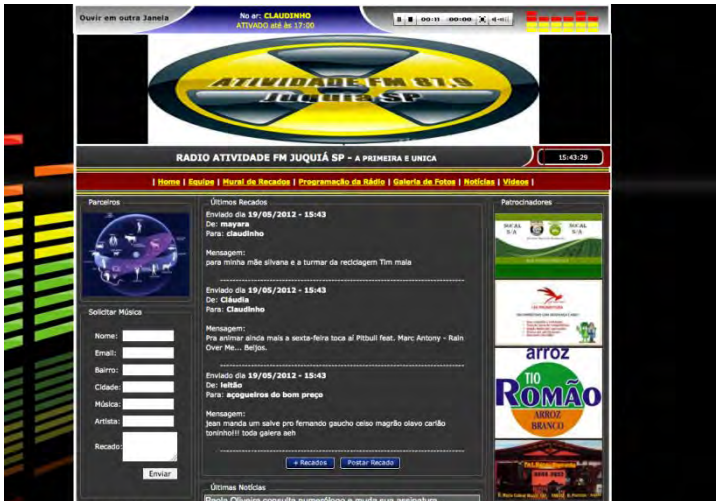
JANDIRA - 87,5 MHz
www.radioastralfm.com.br

JAÚ - 87,9 MHz
www.cidadejaufm.com

JOANÓPOLIS - 98,7 MHz
www.uniaofmjoa.com.br

JOÃO RAMALHO - 98,7 MHz
digital98.com.br

JUQUIÁ - 87,9 MHz
www.radioatividadejuquia.com.br



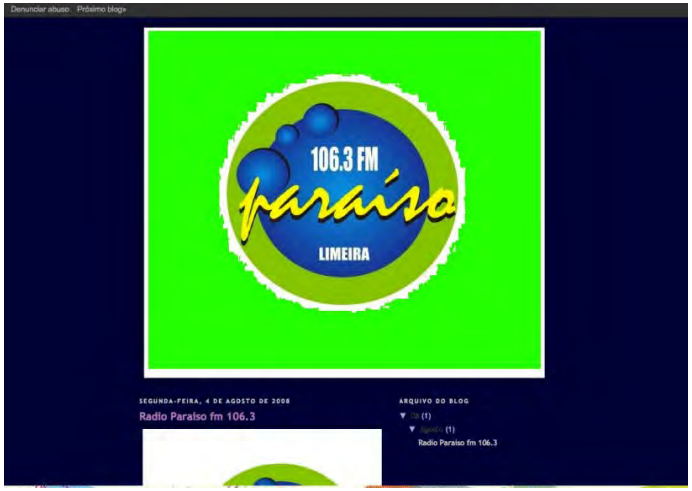
LAGOINHA - 104,9 MHz
www.radionovavale.com.br

LARANJAL PAULISTA - 104,9 MHz
www.radiodynamica.com.br

LAVÍNIA - 104,9 MHz
www.radiolaviniafm.com

LENÇÓIS PAULISTA - 87,9 MHz
www.novarm87.com.br

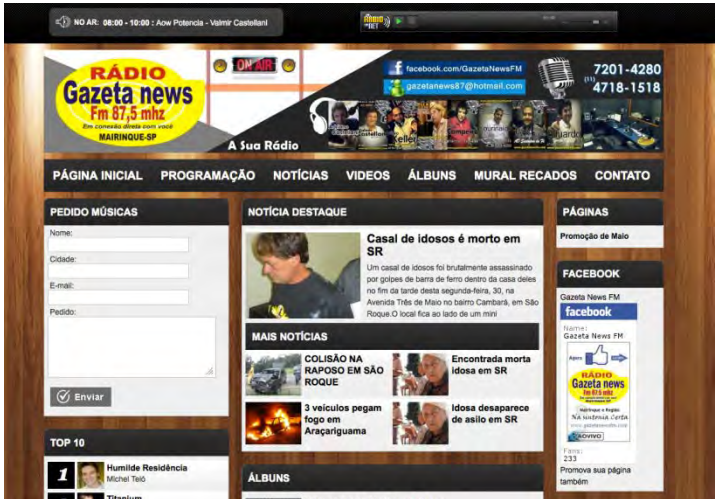
LIMEIRA - 106,3 MHz
radioparaisofm.blogspot.com
www.ieadl.com.br



LOUVEIRA - 105,9 MHz
www.rntfm.com.br

MACAUBAL - 87,9 MHz
studio1fm.blogspot.com
www.studio1fm.com.br

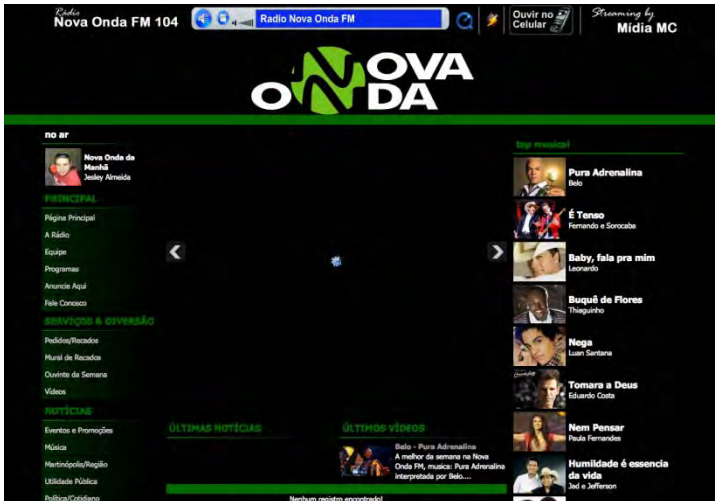
MAIRINQUE - 87,5 MHz
www.gazetanewsfm.com



MANDURI - 104,9 MHz
www.radiocidadeverdefm.com.br

MARÍLIA - 105,9 MHz
www.ondavivafm.com.br

MARTINÓPOLIS - 104,9 MHz
www.novaondafm104.com.br



MATÃO - 104,9 MHz
www.radioeducadorafm.com.br

MAUÁ - 87,5 MHz
fmmaua.webnode.pt

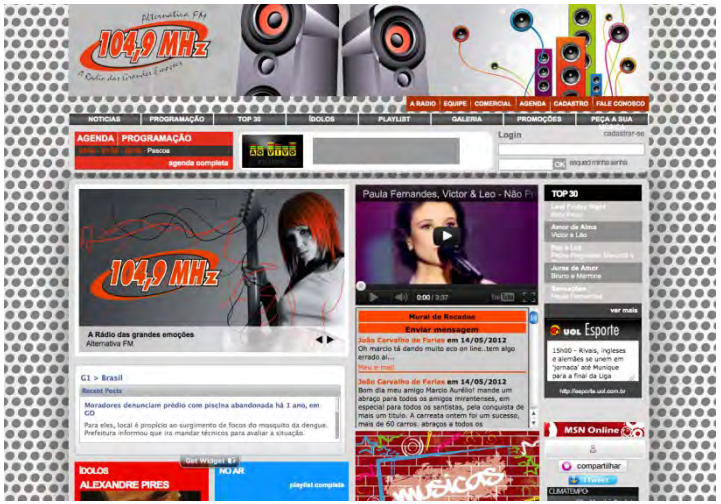
MAUÁ - 87,5 MHz
www.radiozfm.org

MENDONÇA - 87,9 MHz
voicefm.in

MESÓPOLIS - 105,9 MHz
www.mesopolitanafm.com.br

MINEIROS DO TIETÊ - 104,9 MHz
www.centenariofm.vipradios.com

MIRANTE DO PARANAPANEMA - 104,9 MHz
www.alternativa104fm.com.br



MOGI DAS CRUZES - 87,5 MHz
www.caramelotaia.fm.br

MOGI DAS CRUZES - 87,5 MHz
www.radiogarotafm.com.br

MOGI GUAÇU - 87,9 MHz
www.matrizimaculada.com.br

MOGI MIRIM - 87,9 MHz
www.novamissaofm.com.br

MONGAGUÁ - 92,5 MHz
www.radiomongaguafm.com.br

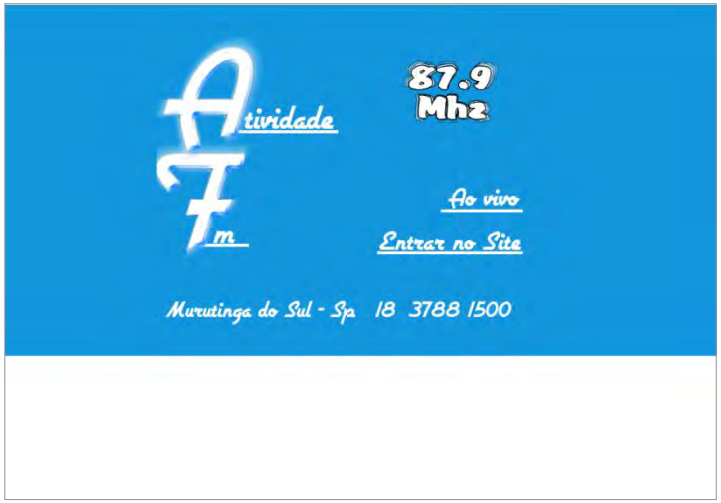
MONTE ALTO - 87,9 MHz
www.radioalternativafm.net

MONTE APRAZÍVEL - 87,9 MHz
www.cidade87fm.com.br

MONTE CASTELO - 87,9 MHz
www.fmdigitalfm.com.br

MONTE MOR - 105,9 MHz
www.primafm.com.br

MURITINGA DO SUL - 87,9 MHz
www.fmatividade.net



NOVA CAMPINA - 87,9 MHz
realfmnovacampina.blogspot.com.br

NOVA EUROPA - 87,9 MHz
radiosnaweb.net/itafm

NOVA GRANADA - 87,9 MHz
www.novagranadafm.com.br

NOVA INDEPENDÊNCIA - 87,9 MHz
blogindependenciafm.blogspot.com.br

NOVA ODESSA - 90,9 MHz
www.fmparaiso.com

NOVO HORIZONTE - 104,9 MHz
www.radioamizadefm.com

ORLÂNDIA - 105,9 MHz
www.radiogazetaorlandia.com.br

OSVALDO CRUZ - 105,9 MHz
www.maxfm1059.com.br

OURINHOS - 107,9 MHz
www.agapefm.com.br
radioagapefm.webnode.com.br

OURO VERDE - 87,9 MHz
www.fmcidadefm.com.br

OUROESTE - 87,9 MHz
www.studiofm87.com

PALESTINA - 87,9 MHz
www.radiopoleiafm.com.br

PALMEIRA D'OESTE - 105,9 MHz
www.skalafm.org.br
www.skalafm.com.br

PANORAMA - 87,9 MHz
www.fmpanoramafm.com.br

PARDINHO - 87,9 MHz
www.paixaofm.com.br

PARIQUERA-AÇU - 87,9 MHz
www.radioilhafm.com.br

PAULÍNIA - 105,9 MHz
www.matrizfm.com.br

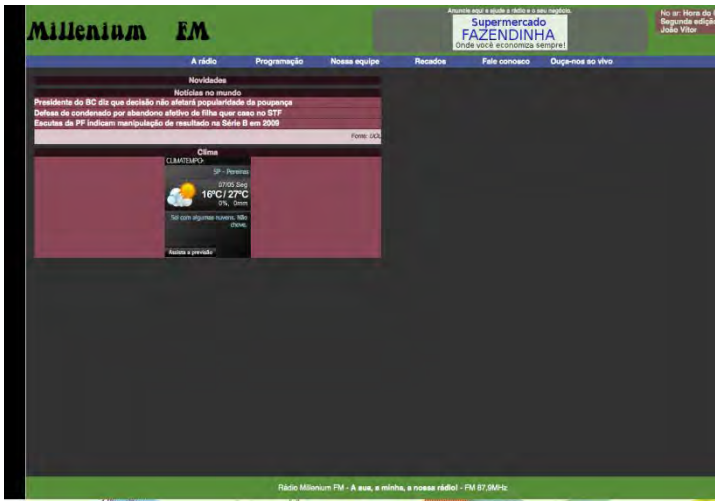
PAULO DE FARIA - 87,9 MHz
www.radiocidadealegriafm.com.br

PEDRINHAS PAULISTA - 87,9 MHz
www.radioamerica87.com.br

PENÁPOLIS - 107,9 MHz
www.zoarfm.com.br

PEREIRA BARRETO - 104,9 MHz
www.pereirabarretofm.com.br

PEREIRAS - 87,9 MHz
www.milleniumfm.com.br



PERUÍBE - 87,9 MHz
www.ondabrasilfm.blogspot.com.br

PIEDADE - 87,5 MHz
www.radionovageracao.com.br

PIEDADE - 87,5 MHz
www.ruralfm.org.br

PINDAMONHANGABA - 104,9 MHz
www.culturadistritalfm.com.br

PINDAMONHANGABA - 104,9 MHz
www.radiospacofmpinda.com.br
www.pindavale.com.br/spaco/site

PIQUETE - 107,9 MHz
www.naturezafm.hd1.com.br

PIRACAIA - 105,9 MHz
www.radiocachoeirafm.com.br

PIRACICABA - 90,9 MHz
www.novacidadefm.com.br

PIRAJU - 105,9 MHz
www.materdeifm.com.br

PIRAJUÍ - 105,9 MHz
www.radiojornalfmpirajui.com.br

PIRAPORA DO BOM JESUS - 87,5 MHz
www.novapiraporafm.com.br

PIRAPOZINHO - 104,9 MHz
www.radionovomilenio.com.br

PIRASSUNUNGA - 87,9 MHz
www.kerigmafm.com.br

PITANGUEIRAS - 87,9 MHz
radio879fm.com

POÁ - 87,5 MHz
www.radioestanciadepoa.com.br

POÁ - 87,5 MHz
www.novafm875.com

POMPEIA - 104,9 MHz
www.104fmpompeia.com.br

PONGAÍ - 104,9 MHz
www.radiopongaifm.com.br

PORANGABA - 104,9 MHz
www.porangabafm.com.br

PORTO FELIZ - 105,9 MHz
fmconquista.blogspot.com.br

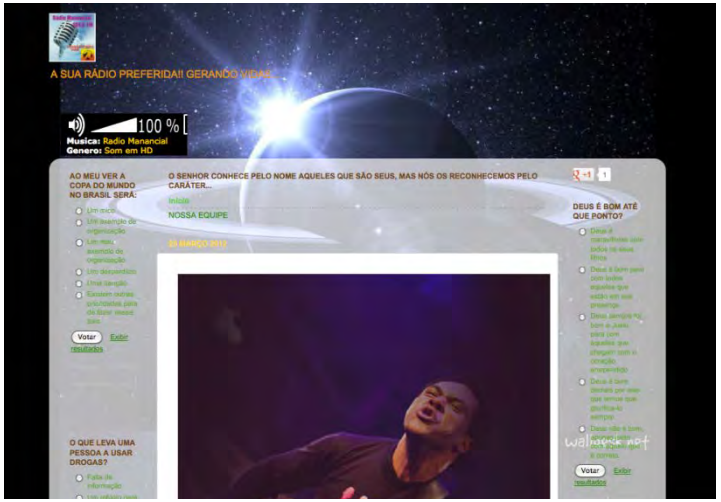
PORTO FERREIRA - 105,9 MHz
www.radiocomunidadefm.fm.br

POTIRENDABA - 104,9 MHz
www.curumimfm.com.br

PRESIDENTE EPITÁCIO - 104,9 MHz
www.fm104fm.com.br

PRESIDENTE PRUDENTE - 104,9 MHz
www.igrejapenielpp.com.br

PRESIDENTE VENCESLAU - 104,9 MHz
radiomanancialpv.blogspot.com.br

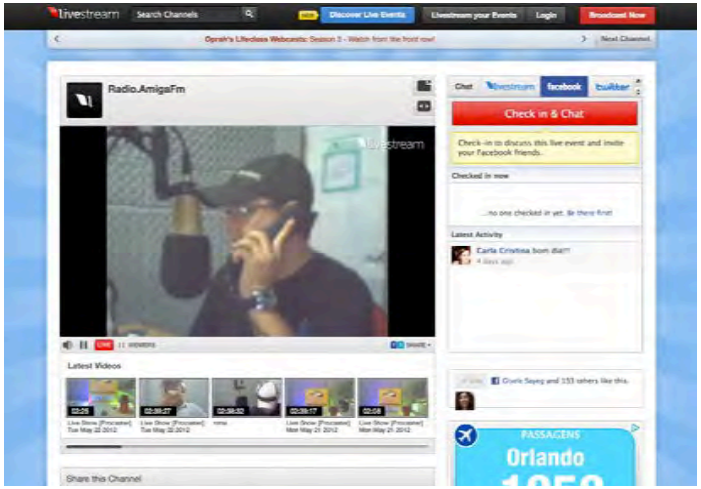


QUATÁ - 104,9 MHz
www.quatafm.com.br
www.sitepraia.com.br/quatafm

QUINTANA - 104,9 MHz
www.quintanafm.com.br

RAFARD - 107,9 MHz
www.radiorfm.com.br

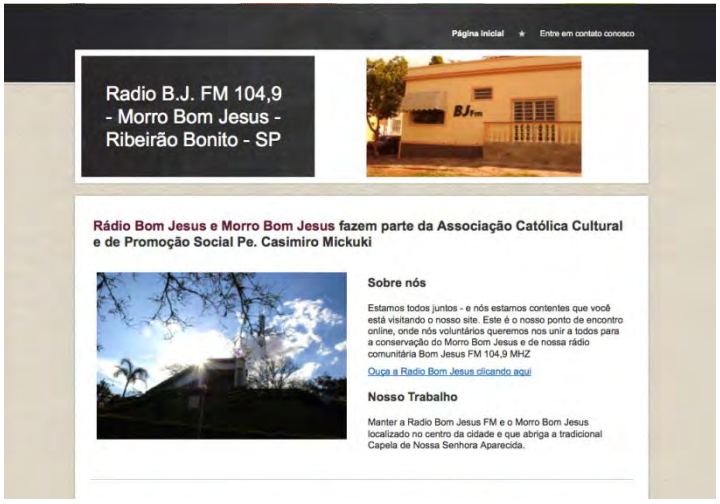
REGISTRO - 87,9 MHz
www.amigafm.com.br
livestream.com/radioamigafm



RESTINGA - 106,3 MHz
www.criativa.fm.br

RIBEIRA - 104,9 MHz
www.ambientalfmderibeira.com.br

RIBEIRÃO BONITO - 104,9 MHz
www.radioemorrobomjesus.com.br



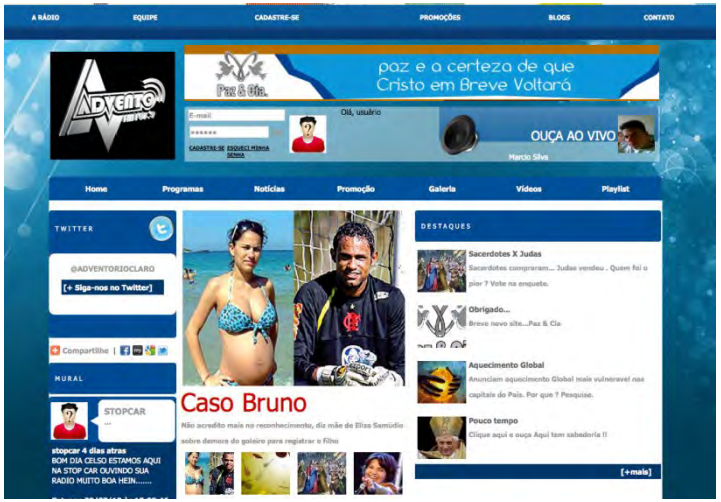
RIBEIRÃO CORRENTE - 105,9 MHz
http://ouroverde.fm.br/

RIBEIRÃO PIRES - 87,5 MHz
www.peroladaserrafm.com

RIBEIRÃO PRETO - 87,9 MHz
www.radioeducativafm.com.br

RINCÃO - 104,9 MHz
http://rincaofm.com/

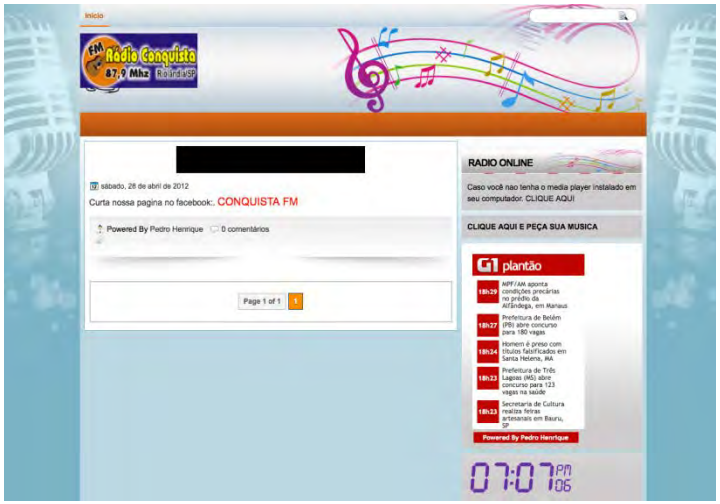
RIO CLARO - 107,9 MHz
http://www.radioadventofm.com.br/



RIO CLARO - 107,9 MHz
www.opcaofmrioclaro.com.br

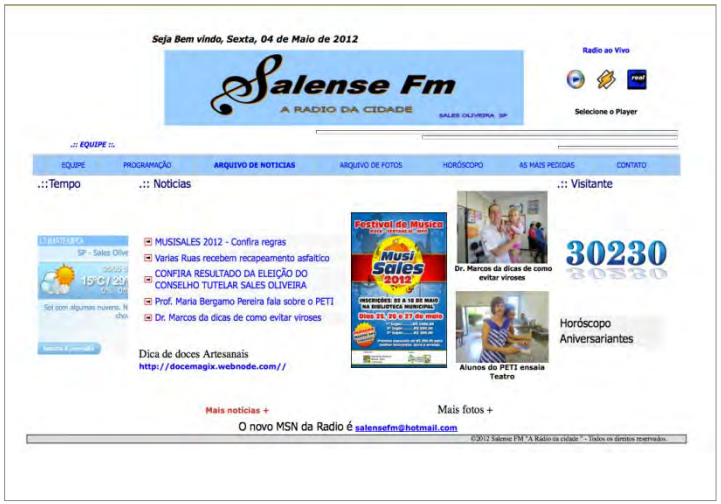
RIO GRANDE DA SERRA - 87,5 MHz
www.radioesplanadafm.com.br

RIOLÂNDIA - 87,9 MHz
http://conquista87fm.blogspot.com.br/



SALES - 87,9 MHz
www.radiosalesfm.amaisouvida.com.br

SALES OLIVEIRA - 104,9 MHz
www.salensefm.com.br



SALTO DE PIRAPORA - 105,9 MHz
http://radiotransversalfm.com/site/

SANTA BÁRBARA D'OESTE - 104,9 MHz
www.anunciacaofm.com.br

SANTA CLARA D'OESTE - 98,7 MHz
www.interiorfm.com.br

SANTA CRUZ DAS PALMEIRAS - 87,9 MHz
www.destakfm.com.br

SANTA CRUZ DO RIO PARDO - 104,9 MHz
www.104alternativa.com.br

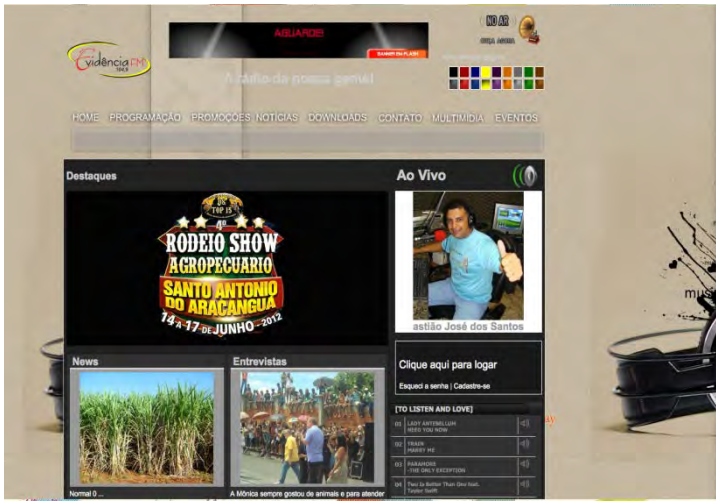
SANTA FÉ DO SUL - 106,3 MHz
www.cidadefm.org.br

SANTA IZABEL - 87,5 MHz
www.radioetvsingao.com.br

SANTA RITA DO PASSA QUATRO - 87,9 MHz
www.radiosantaritafm.com.br

SANTO ANTÔNIO DA ALEGRIA - 105,9 MHz
http://futurasertaneja.goldenbiz.com.br/

SANTO ANTÔNIO DO ARACANGUÁ - 104,9 MHz
www.evidenciafm104.com.br



SANTO ANTÔNIO DO PINHAL - 104,9 MHz
www.pinhalfm.com.br

SÃO BERNARDO DO CAMPO - 87,5 MHz
www.radioparaty.com.br

SÃO CARLOS - 107,9 MHz
www.radiocomunicativa.com.br

SÃO JOÃO DA BOA VISTA - 87,5 MHz
http://www.radioanuncio879.blogspot.com.br/

SÃO JOÃO DA BOA VISTA - 87,5 MHz
www.sheknahfm.com.br

SÃO JOAQUIM DA BARRA - 105,9 MHz
www.radiometrofm.com

SÃO JOSÉ DO BARREIRO - 87,9 MHz
www.mix879.com.br

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO - 104,9 MHz
http://www.imaculadaconceicaoriopreto.com/

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO - 104,9 MHz
radioestacao104.com

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - 107,9 MHz
www.radioculturalfm.com

SÃO MANUEL - 87,9 MHz
www.fmintegracao.com.br

SÃO MIGUEL ARCANJO - 104,9 MHz
www.radioaliancafm104.com

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.radioagapefm.org.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.radiocantareira.org

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.radiodalilafm.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.everestfm.com.br
www.portaloratorio.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.heliopolisfm.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.ideiafm.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.rcintegracaofm.com

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.rcitaquera.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.jaraguafm.radio.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.radioondafm.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.novaparaisopolisfm.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.adbomretiro.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.radioshow.com.br

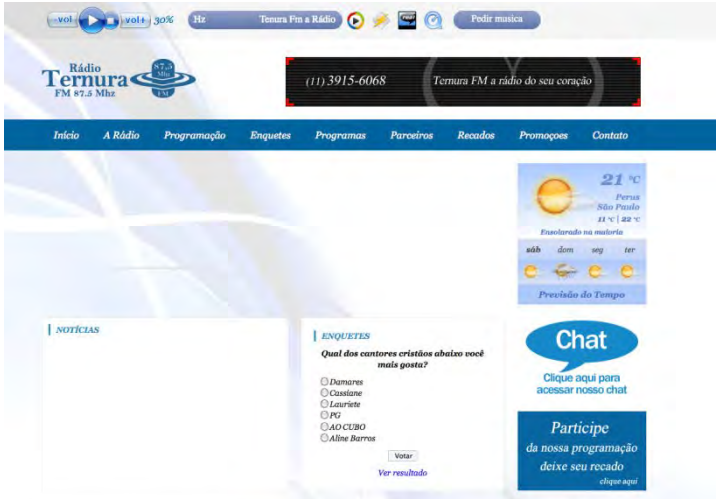
SÃO PAULO - 87,5 MHz
spicilegiumdei.org

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.radiosoulvida.com

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.starsulfm.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
www.studio100.com.br

SÃO PAULO - 87,5 MHz
http://radioternurafm.com.br/



SÃO ROQUE - 87,5 MHz
www.radiocolunafm.com.br

SÃO SEBASTIÃO - 104,9 MHz
www.radiocostasulfm.com.br

SERRA NEGRA - 98,7 MHz
www.ondaverdefm.com.br

SERTÃOZINHO - 87,5 MHz
www.radiocomunitariafm.com.br

SOROCABA - 105,9 MHz
www.legalfmsorocaba.com.br

SOROCABA - 105,9 MHz
www.radiomajestadefm.com.br

SOROCABA - 105,9 MHz
www.radiosuperfm.net

SUMARÉ 91,1 MHz
www.ofssantaclara.com.br/radio

SUMARÉ - 91,1 MHz
www.radionovaaliancafm.com.br

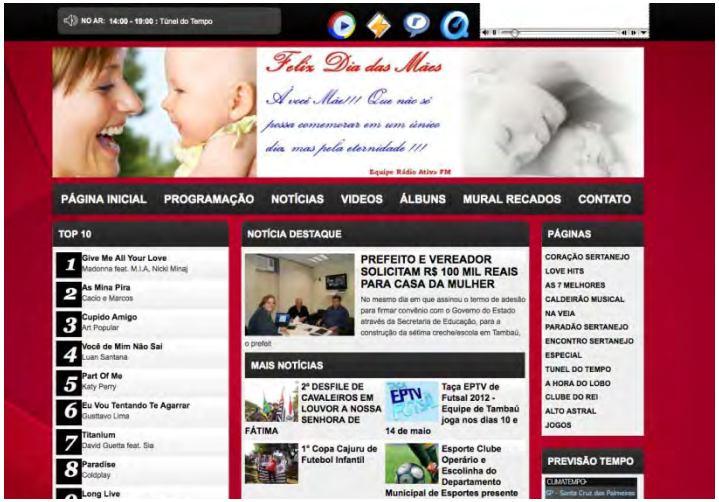
SUZANO - 87,5 MHz
www.radiosatfm.com.br

TABAPUÃ - 104,9 MHz
www.uniaofmtabapua.com.br

TABATINGA - 104,9 MHz
centenariofm.com.br

TACIBA - 104,9 MHz
www.radionovataciba.com.br

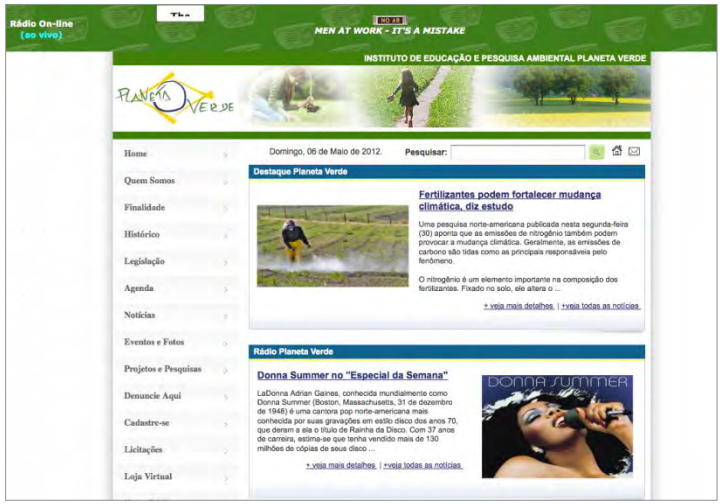
TAMBAÚ - 87,9 MHz
www.radioativafm.vipradios.com



TANABI - 104,9 MHz
www.educadorafmtanabi.com.br

TAPIRATIBA - 87,9 MHz
www.radiosoledadefm.com
http://soledadefm.webnode.com.br/

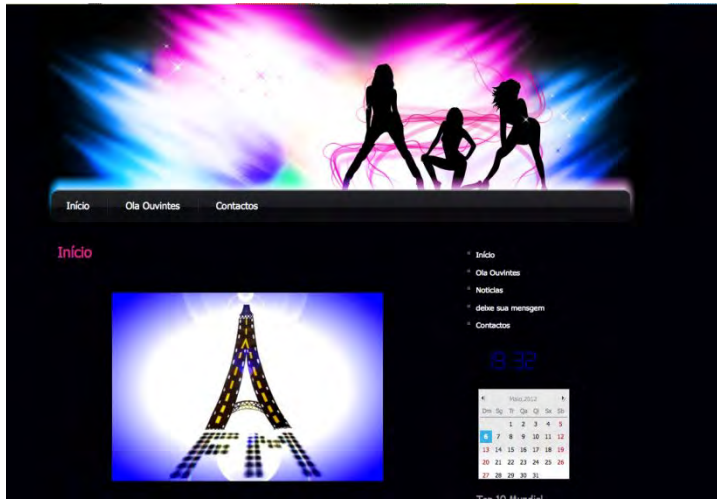
TAQUARITINGA - 104,9 MHz
www.planetaverde.org.br



TAQUARITUBA - 87,9 MHz
www.radiopontualfm.com

TAQUARITUBA - 87,9 MHz
www.fmvitoria.com.br

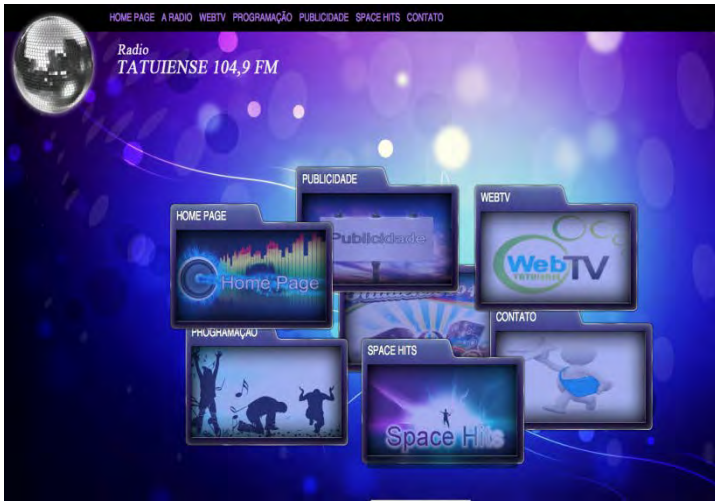
TAQUARIVAÍ - 87,9 MHz
http://rodoviafm.no.comunidades.net/



TARABAÍ - 104,9 MHz
www.radioperolafm.com.br

TATUÍ - 104,9 MHz
www.radioesperanca.net

TATUÍ - 104,9 MHz
www.radiotatuiense.com



TEODORO SAMPAIO - 87,9 MHz
www.kerigma87fm.com

TORRINHA - 105,9 MHz
www.radiofm105torrinha.webnode.com

TRÊS FRONTEIRAS - 105,9 MHz
www.vozdovalefm.com.br

TUPI PAULISTA - 87,9 MHz
www.fmtropicalfm.com

UBATUBA - 104,9 MHz
http://gaivota.fm.br/

URÂNIA - 105,9 MHz
www.comunicativafm.com

URUPÊS - 104,9 MHz
www.fmavozdeurupes.com.br

VALENTIM GENTIL - 87,9 MHz
www.novafm87.com.br

VALINHOS - 105,9 MHz
www.valinhosfm.com.br

VÁRZEA PAULISTA - 91,9 MHz
www.novafmpaulista.com.br

VERA CRUZ - 105,9 MHz
www.ondamix.com.br

VINHEDO - 105,9 MHz
www.capelafm.com.br

VIRADOURO - 105,9 MHz
http://radiofamiliafm.webnode.com.br/

VISTA ALEGRE DO ALTO - 105,9 MHz
www.radiomix105.com.br

VOTORANTIM - 105,9 MHz
www.novatropicalfm.com.br

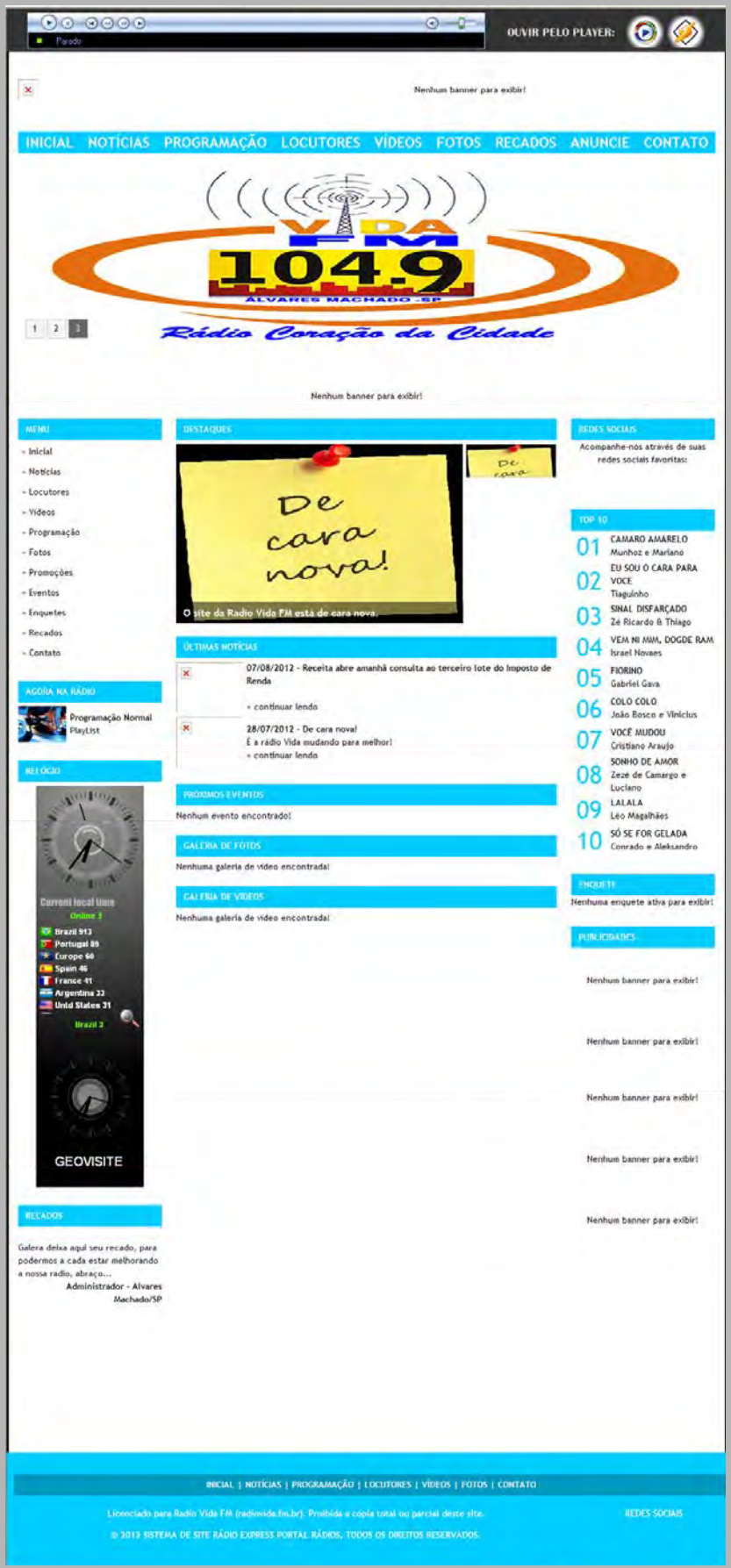
87 FM (87,9 MHz, <www.87fmagudos.com.br >, Agudos-SP, 34.524 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

ROMANCE FM (106,3 MHz, <www.suaradionanet.net/romancefm - www.radios.com.br/aovivo/radio-romance-106.3-fm/14421>, Alto Alegre-SP, 4.102 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

RÁDIO CIDADE ALUMÍNIO (105,9 MHz, <www.radiocidadealuminio.com.br>, Alumínio-SP, 16.839 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

IGAPIRA FM (87,9 MHz, <www.igapirafm.com.br>, Alvares florense – SP, 3.897 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

VIDA FM (104,9 MHz , <www.radiovida.fm.br>, Álvares Machado-SP, 23.513 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012



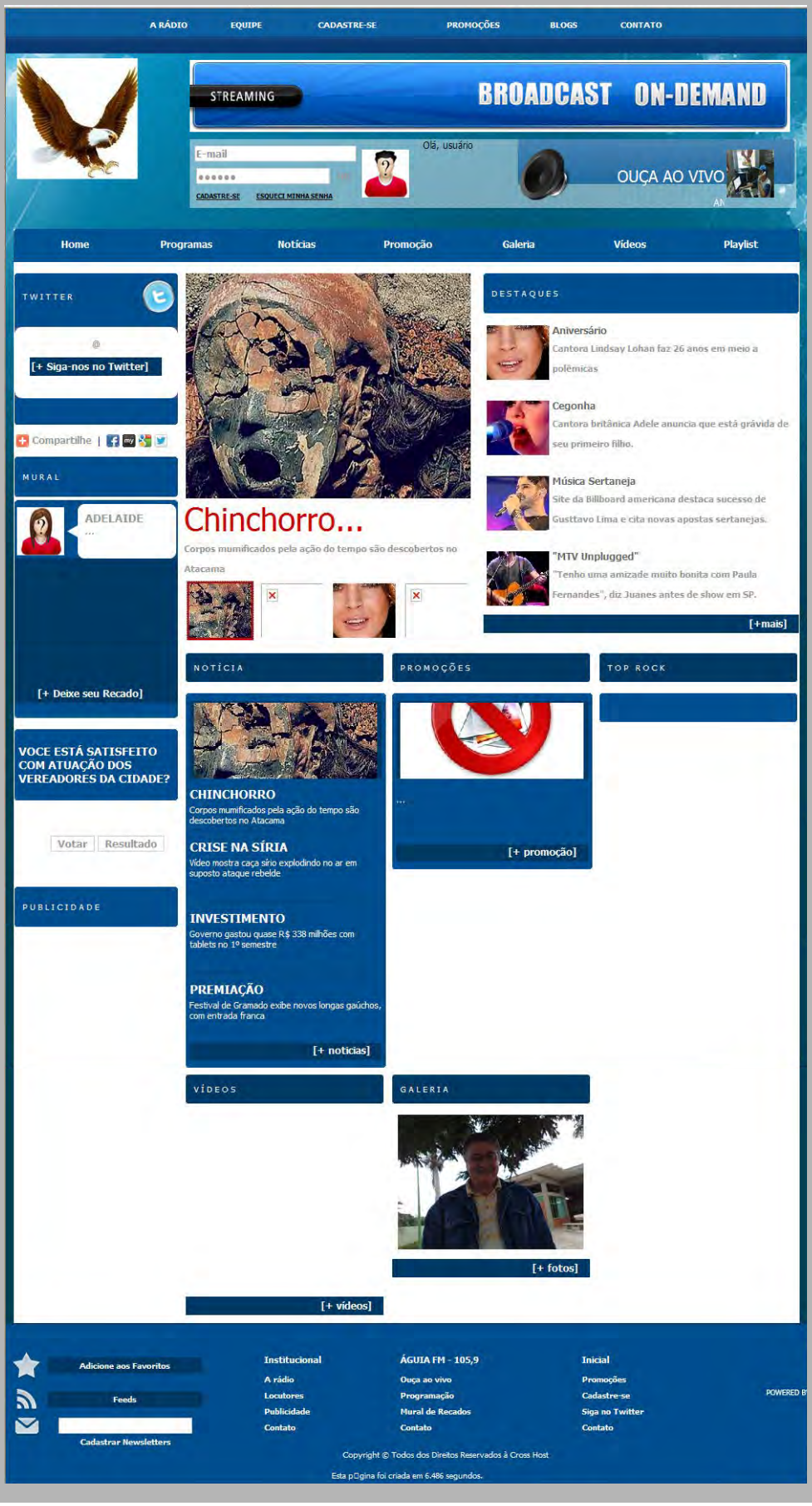
VIDA NOVA FM (104,9 MHz, <ww.fmvidanova.com.br>, Americana-SP, 210.638 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

ONDA FUTURA (105,9 MHz, <www.ondafutura.com.br>, Amparo-SP, 65.829 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

RÁDIO METRÓPOLE FM (87,9 MHz, <www.radiometropolefm.com.br>, Andradina-SP, 55.334 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

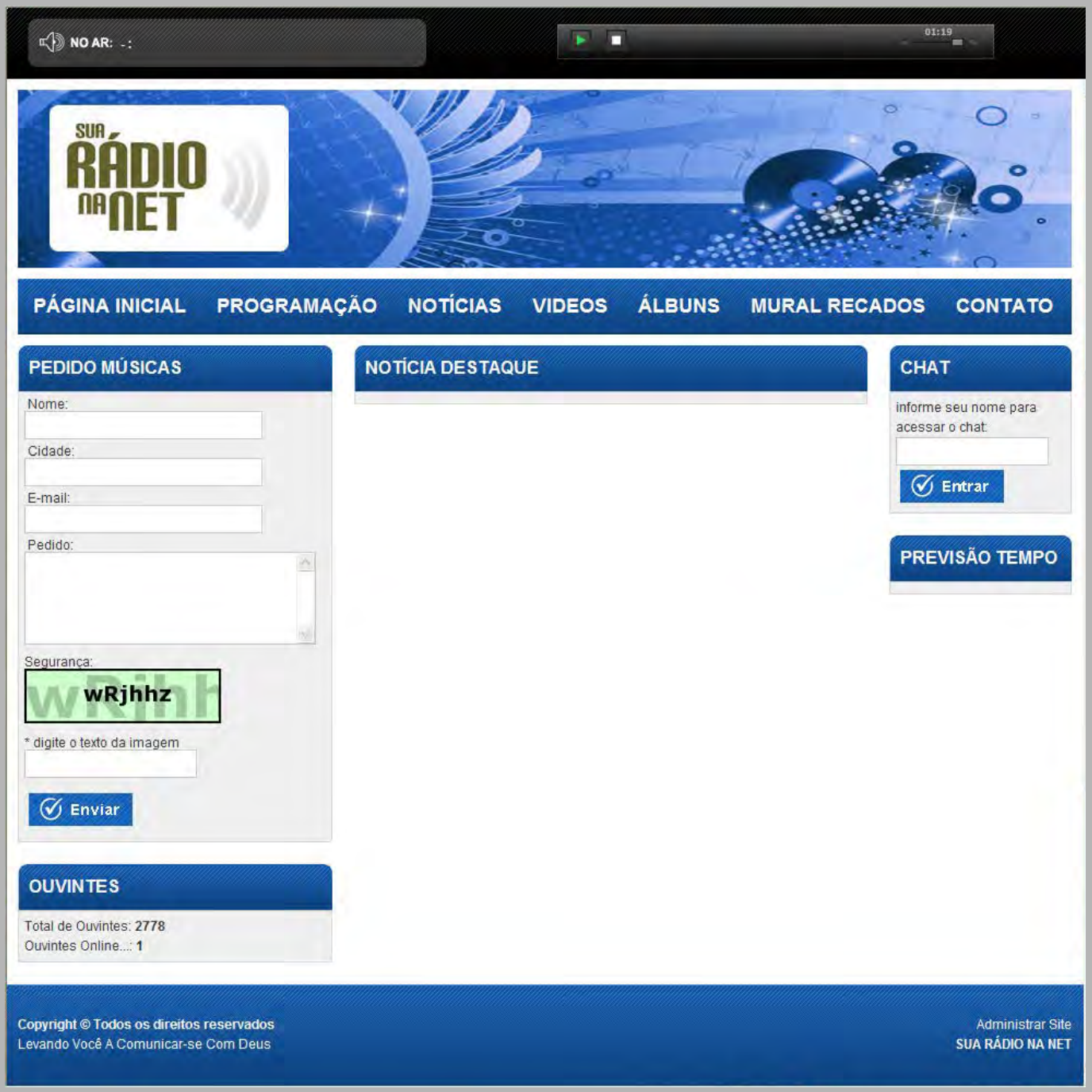
ANHEMBI FM (87,9 MHz, <anhembifm.vilabol.uol.com.br>, Anhembi-SP, 5.653 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

ÁGUIA FM (105,9 MHz, <aguiafm.com>, Aparecida d'Oeste-SP, 4.450 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

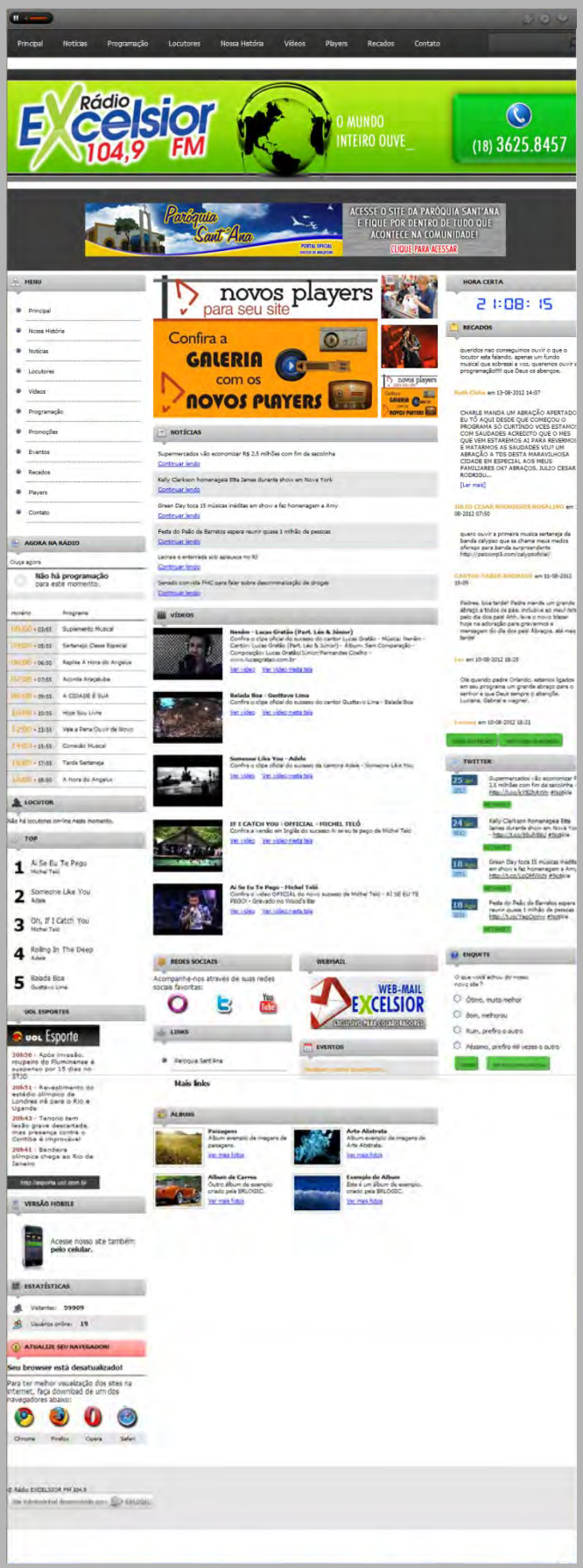


APIAÍ FM (87,9 MHz, <apiaifm.listen2myradio.com>, Apiaí-SP, 25.191 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

BOAS NOVAS FM (104,9 MHz, <ww.boasnovasata.vipradios.com>, Araçatuba-SP, 181,579 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

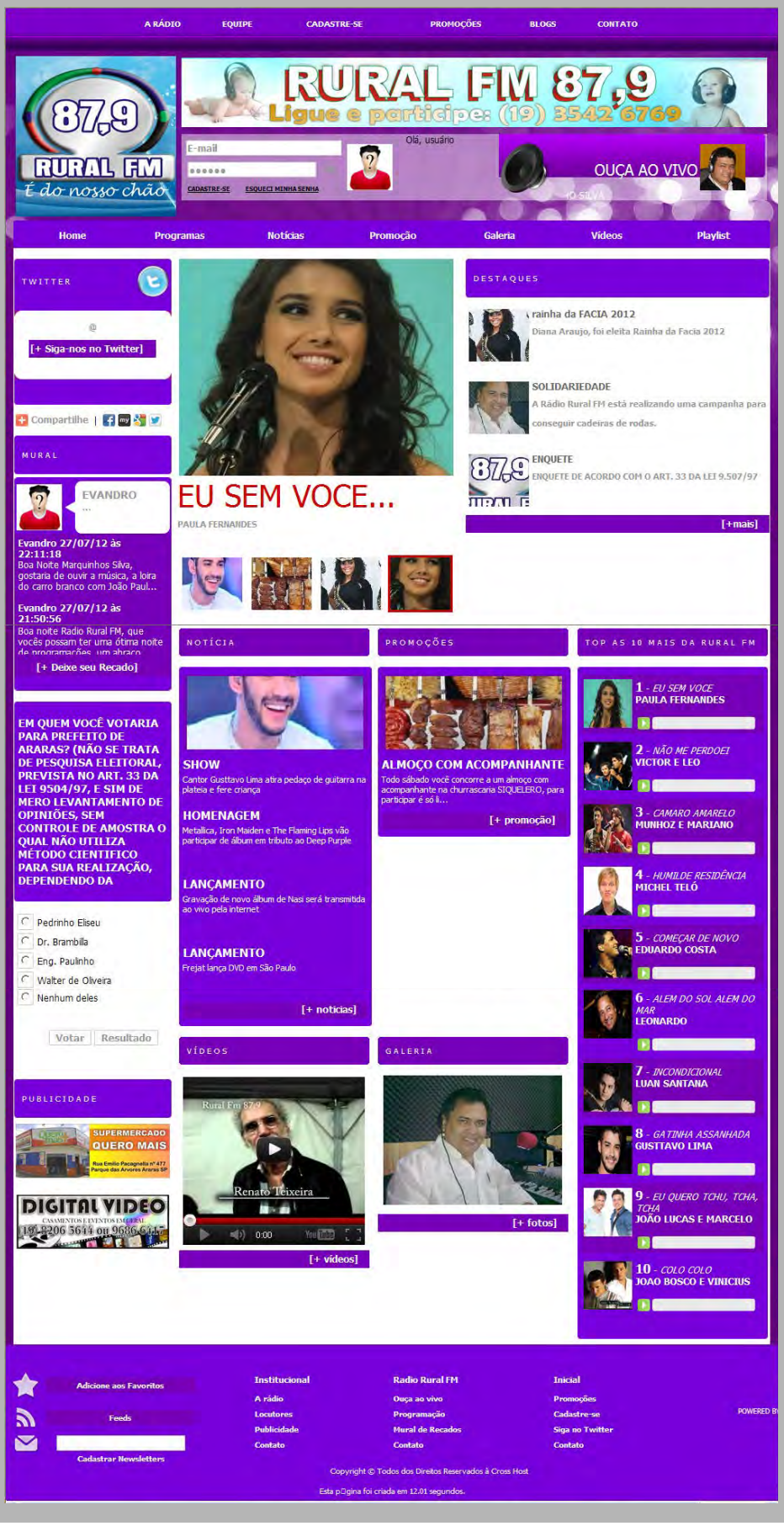


EXCELSIOR FM (104,9 MHz, <www.radioexcelsiorfm.com>, Araçatuba-SP, 181.579 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012



BRASIL FM (104,9 MHz, <www.radiobrasilfm.com.br>, Araraquara-SP, 208.662 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

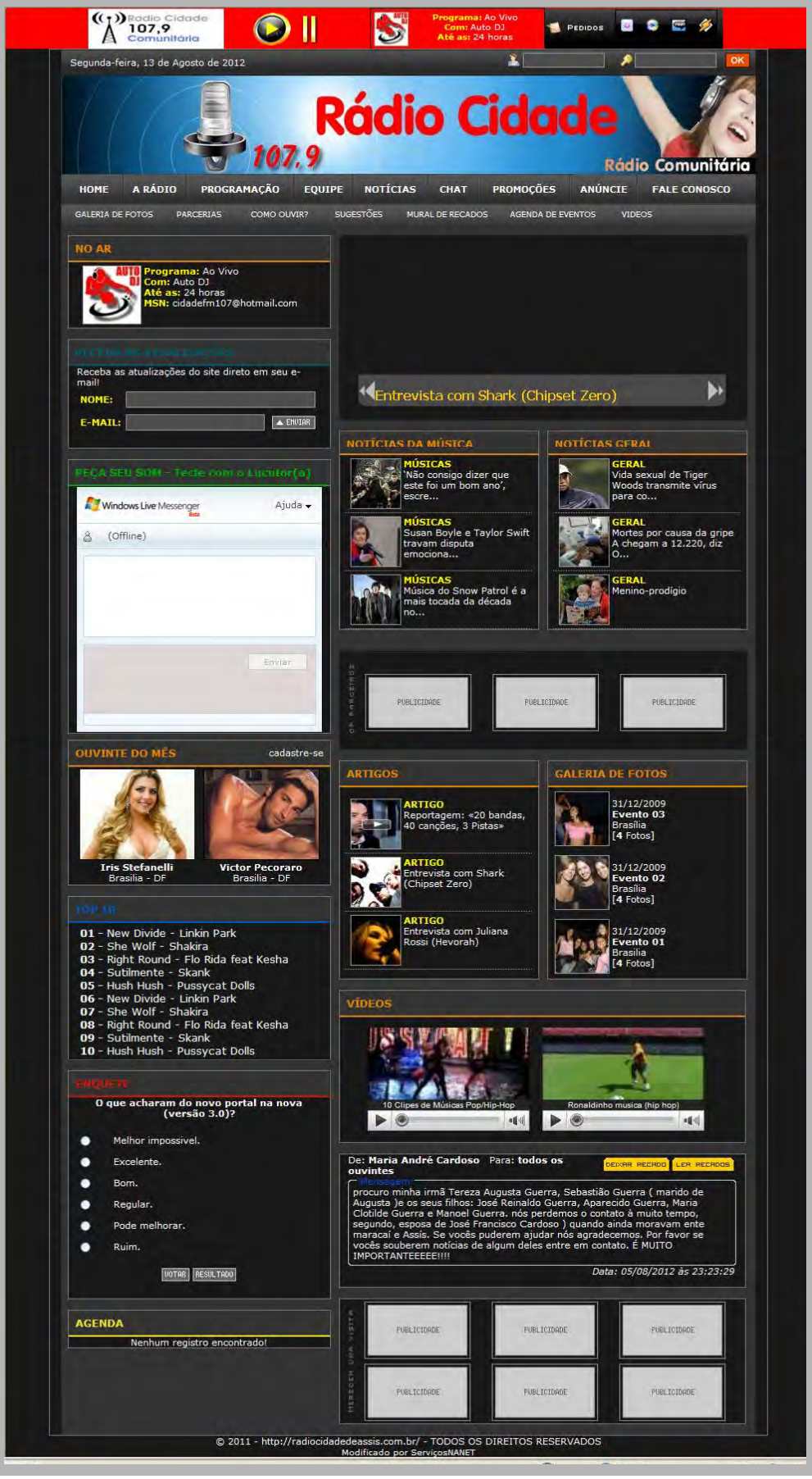
RURAL FM (87,9 MHz, <ruralfm87.com.br>, Araras-SP, 118.843habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012



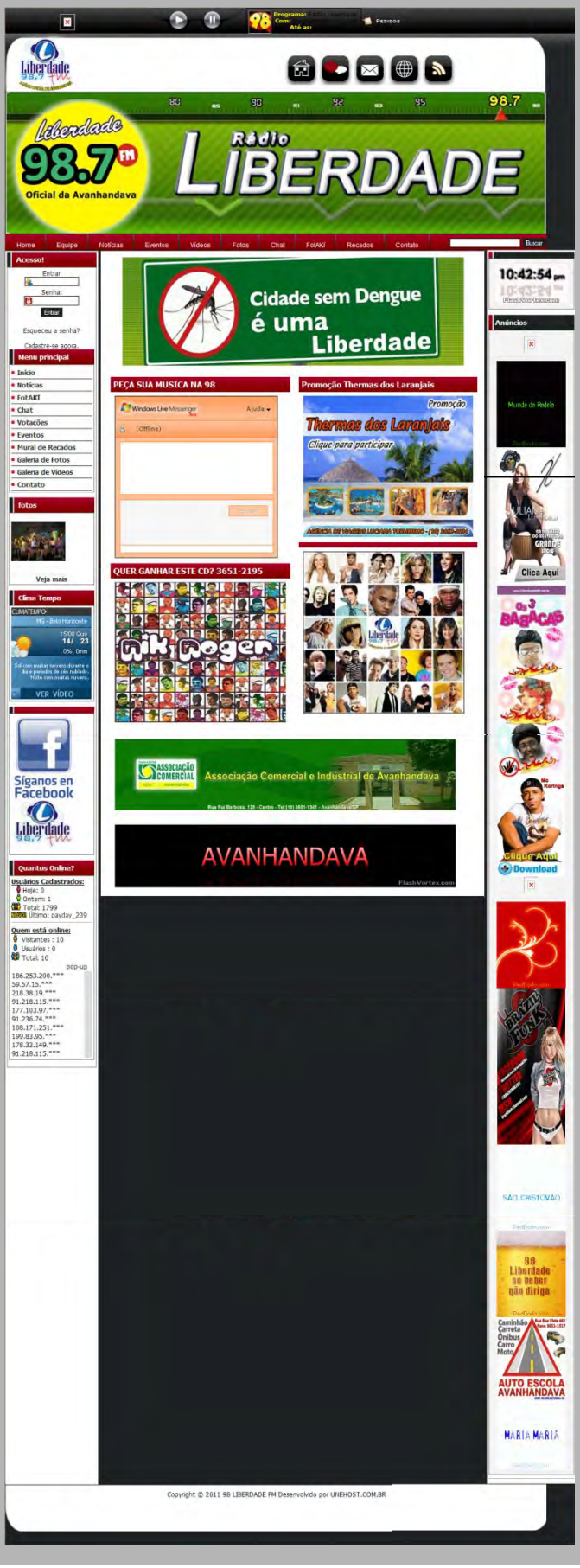
RADIO PORTAL DA BOCAINA (87,9 MHz, <portaldabocaina.blospot.com.br > / <portaldabocaina.listen2myradio.com>, Areias-SP, 3-696 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

LÍDER FM (87,9 MHz, <www.liderfmareiopolis.com.br>, Areiópolis-SP, 10.579 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

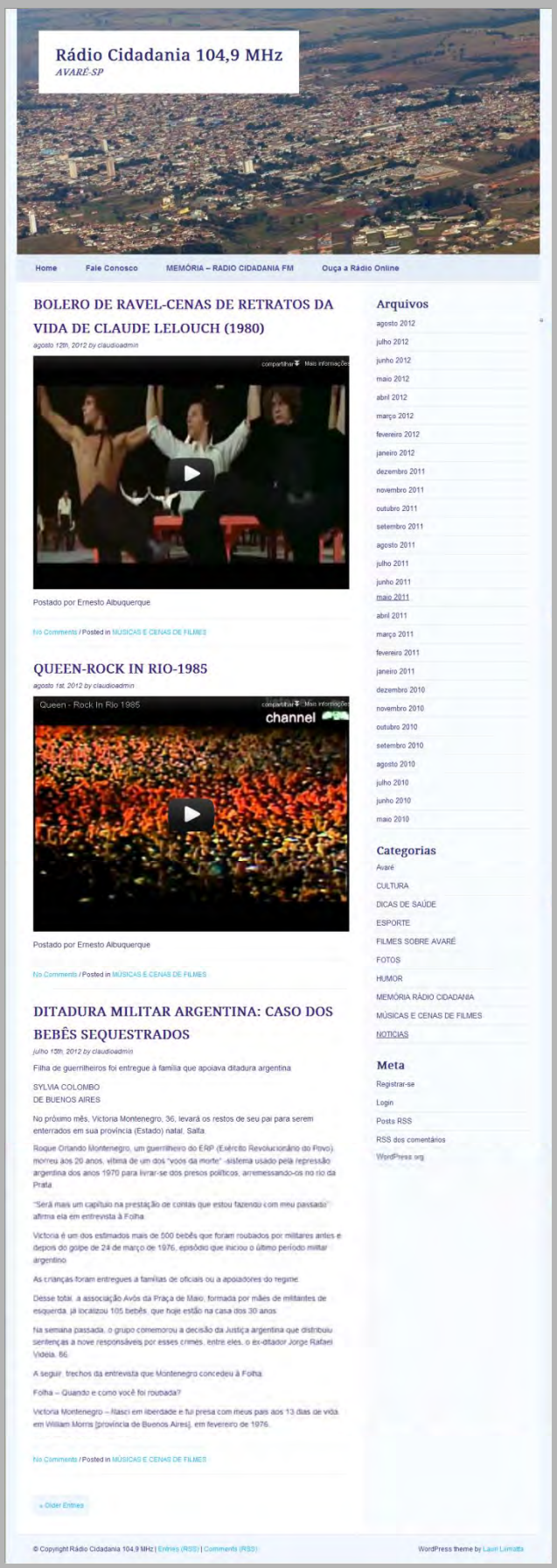
CIDADE FM (107,9 MHz, <radiocidadedeassis.com.br>, Assis-SP, 95.144 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012



LIBERDADE FM (98,7 MHz, <www.98liberdade.com.br>, Avanhandava-SP, 11.310 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012



RÁDIO CIDADANIA (104,9 MHz, <www.radiocidadania.com.br>, Avaré-SP, 82.934 habitantes)
Acesso em: 13 Ago. 2012

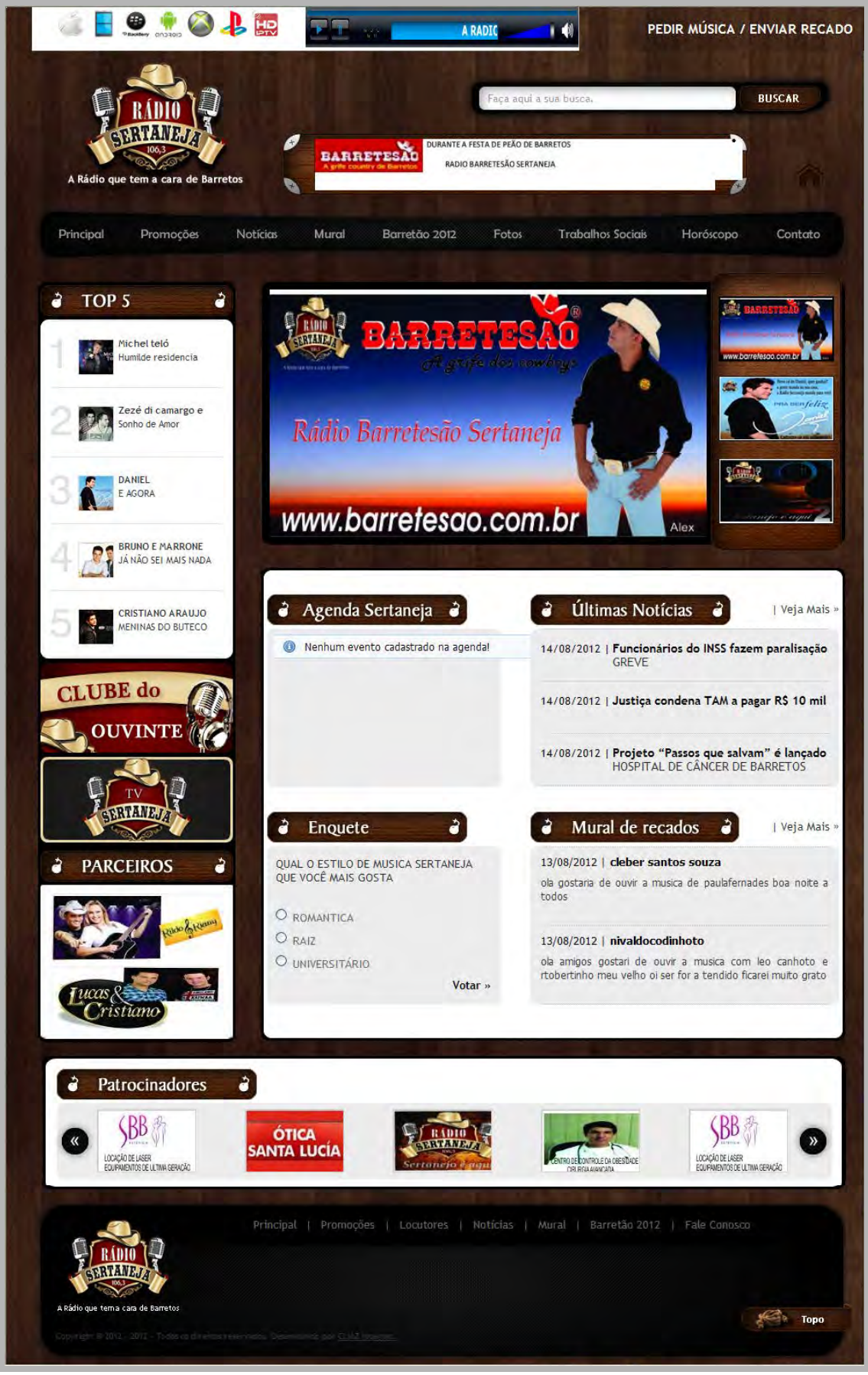


SFERA FM (104,9 MHz, <www.sferafm.com.br>, Bady Bassit-SP, 14,603 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

ESTÂNCIA FM (87,9 MHz, <www.estancia879.com>, Bananal-SP, 10.223 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

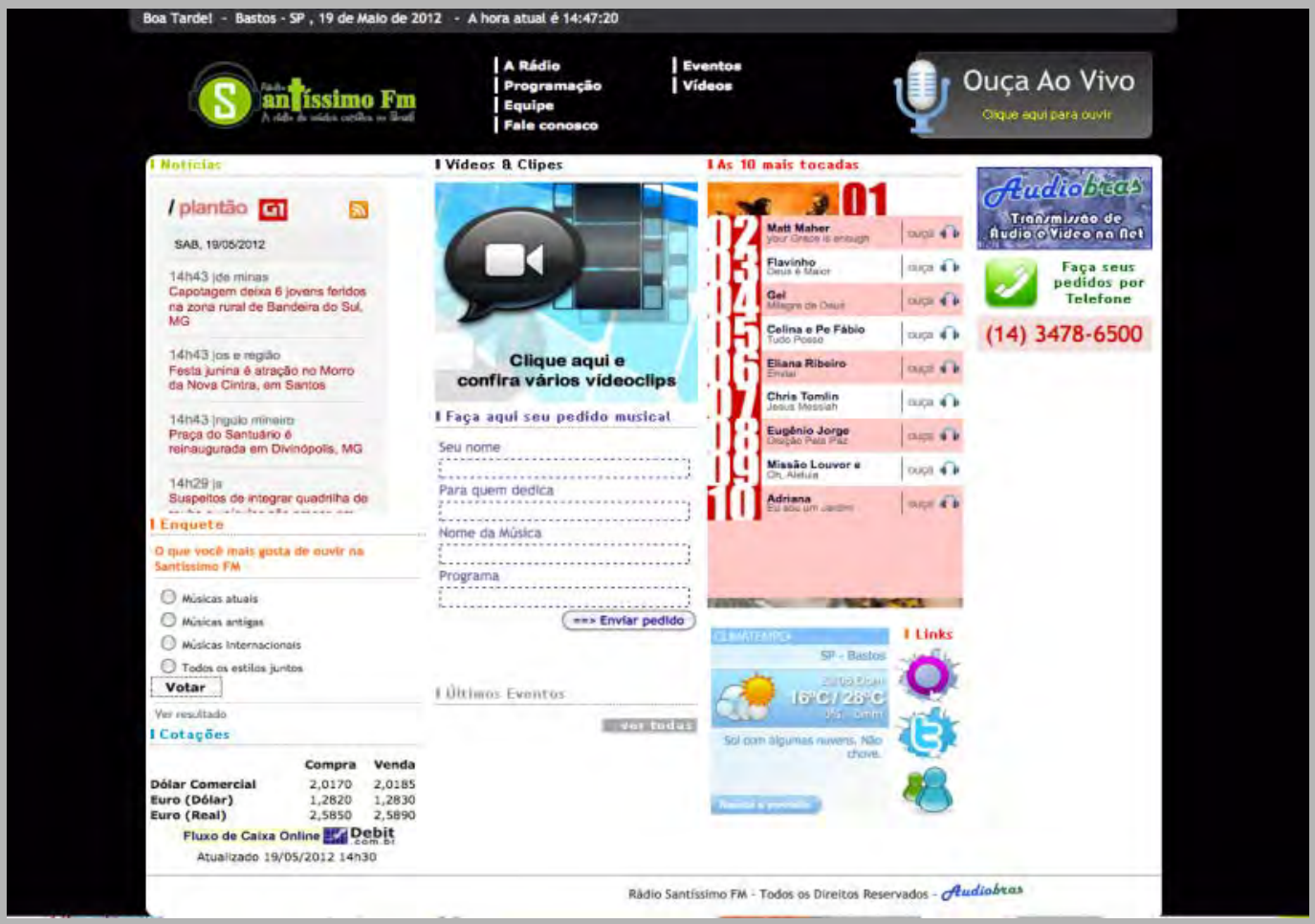
SERENA FM (87,9 MHz, <www.serenafm.com.br>, Bariri-SP, 31.593 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

SERTANEJA FM (106,3 MHz, <www.radiosertaneja.com.br>, Barretos-SP, 112.101 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012



CAPITAL FM (105,9 MHz, <www.radiocapitalfm.com.br>, Bastos-SP, 20.445 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

SANTÍSSIMO FM (105,9 MHz, <www.santissimofm.com.br>, Bastos-SP , 20.445 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

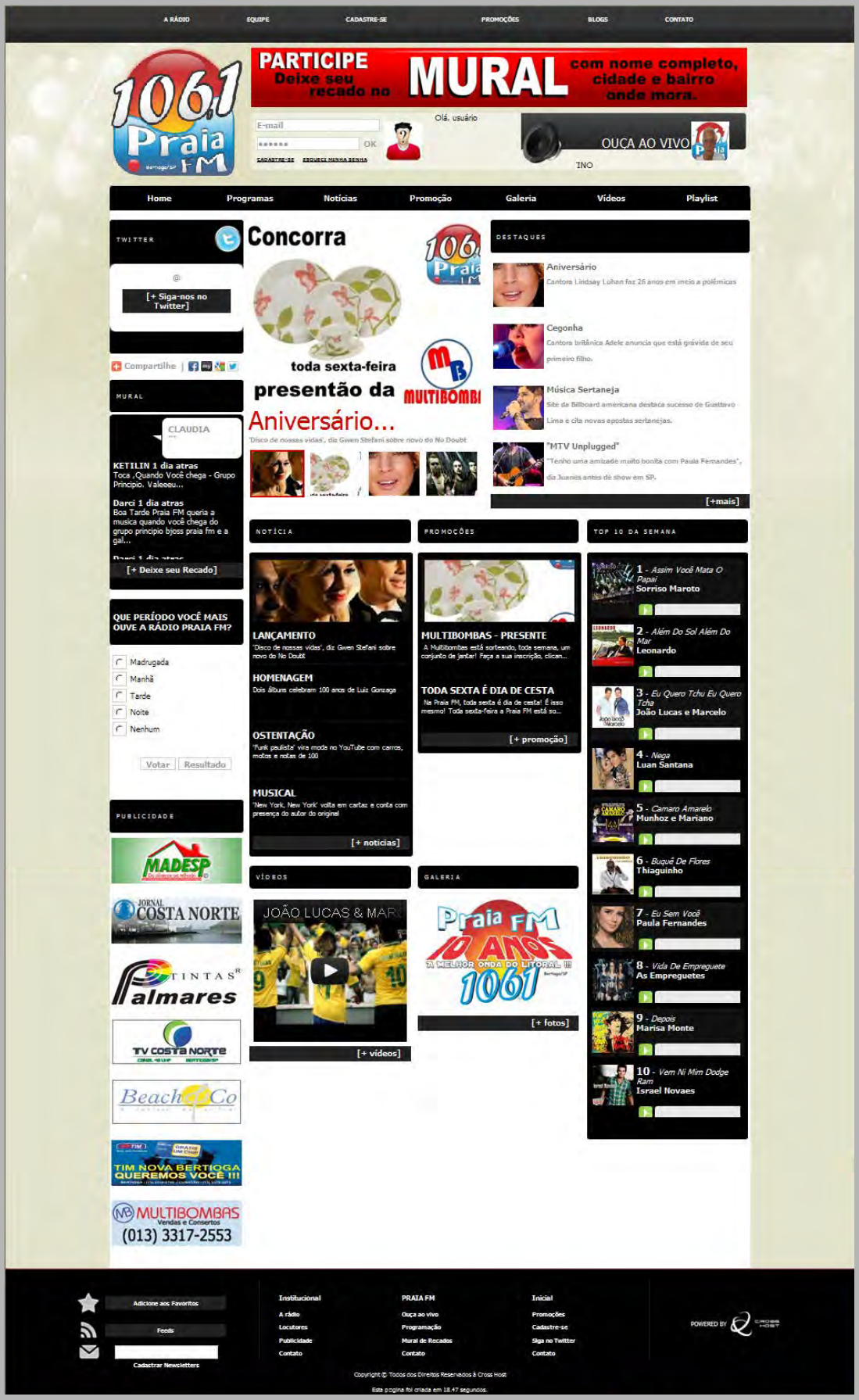


ABC FM (104,9 MHz, <www.abcfm.com.br>, Batatais-SP, 56.476 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

87 FM (87,9 MHz, <www.87fmbauru.com.br>, Bauru-SP, 343,937 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

CAMINHO SEGURO (107,9 MHZ, <www.caminhoseguro.com.br>, Bebedouro-SP, 75.035 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

PRAIA FM (106,1 MHz, <www.praiafm.com.br>, Bertioga-SP, 47.645 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012



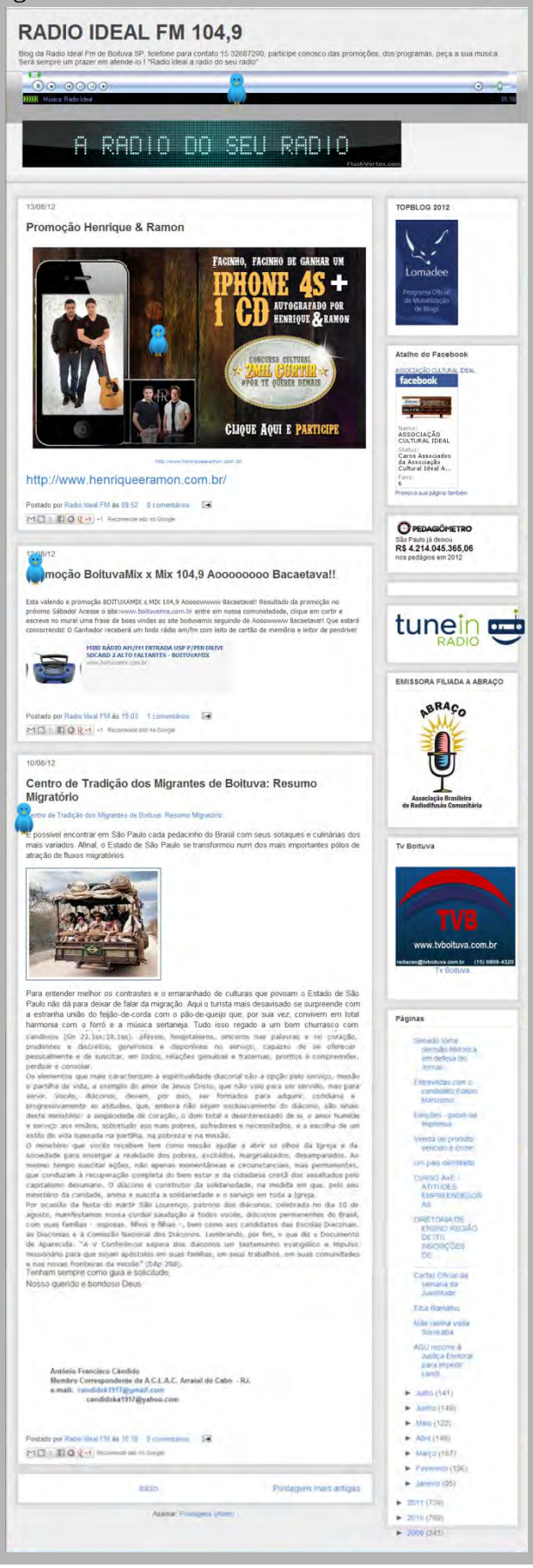
PAULISTA FM (104,9 MHz, <www.paulistafmbilac.com.br>, Bilac-SP, 7.048 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

NOVA BIRIGUI FM (104,9 MHz, <www.novabirigui.com.br>, Birigui-SP, 108,728 habitantes)
Acesso em 14 Ago. 2012

CANÇÃO E MENSAGEM (104,9 MHZ, <cancaoemensagem.zip.net>, Boa Esperança do Sul-SP, 13.645 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

BOFETE FM (87,9 MHz, <www.radiobofetefm.com.br>, Bofete-SP, 9.618 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

IDEAL FM (104,9 MHz, <www.radioidealboituva.com.br / radiofmboituva.blogspot.com.br>, Boituva-SP, 48.314 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012



SINTONIA FM (87,5 MHz, < www.sintoniafm.com>, Bom Jesus dos Perdões-SP, 19.708 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

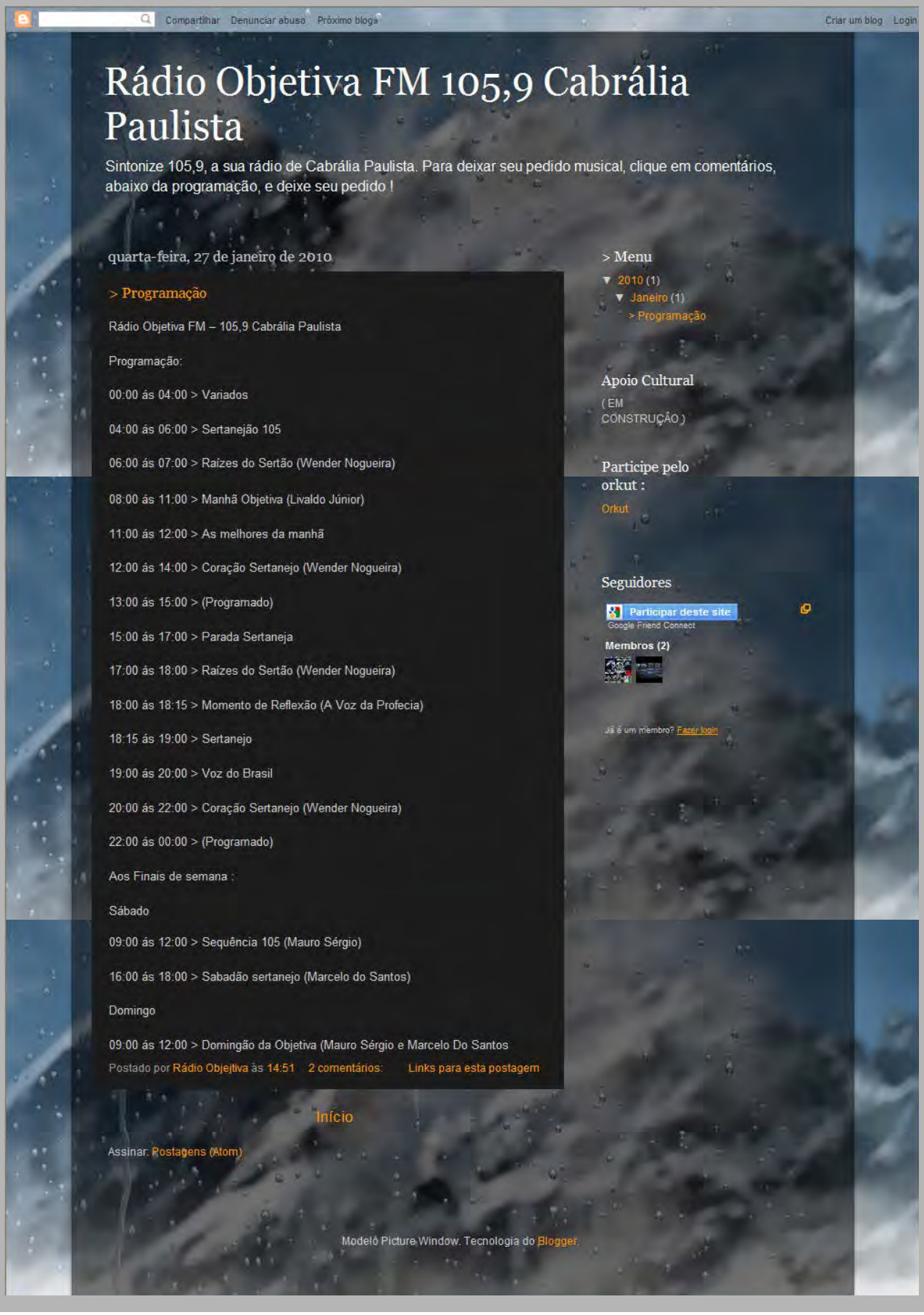
CULTURA FM (104,9 MHz, < www.culturaborborema.com.br>, Borborema-SP, 14.529 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

RADIO FAMA FM (87,9 MHz, < www.famafm87.com.br>, Borebi-SP, 2.293 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

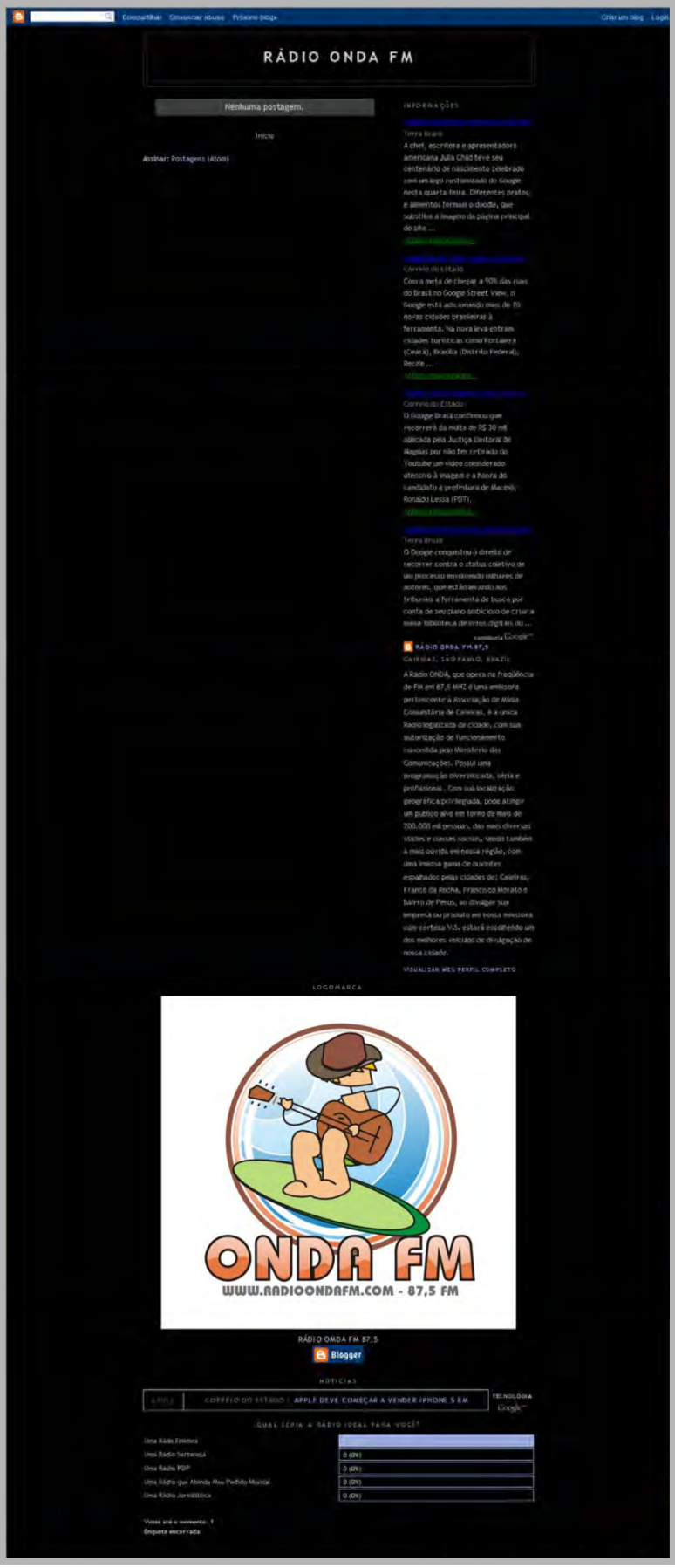
O CAMINHO FM (105,9 MHz, < www.ocaminhofm.com.br>, Bragança Paulista-SP, 146.744 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

METRÓPOLIS FM (104,9 MHz, < www.metropolisfm.com.br>, Buritama-SP, 15.418 habitantes)
Acesso em: 14 Ago. 2012

OBJETIVA FM (105,9 MHz, <radioobjetivafm.blogspot.com.br>, Cabrália Paulista-SP, 4.365 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



TERCEIRA ONDA FM (87,5 MHz, <ondafm.net - radioondafm.blogspot.com>, Caieiras-SP, 86.529 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



CAJAMAR FM (87,5 MHz, <www.cajamarfm.com.br>, Cajamar-SP, 64.114 habitantes)
Acesso em 15 Ago. 2012

VALE FM (87,9 MHz, <www.radiovale.fm.br>, Cajati-SP, 28.372 habitantes)
Acesso em 15 Ago. 2012

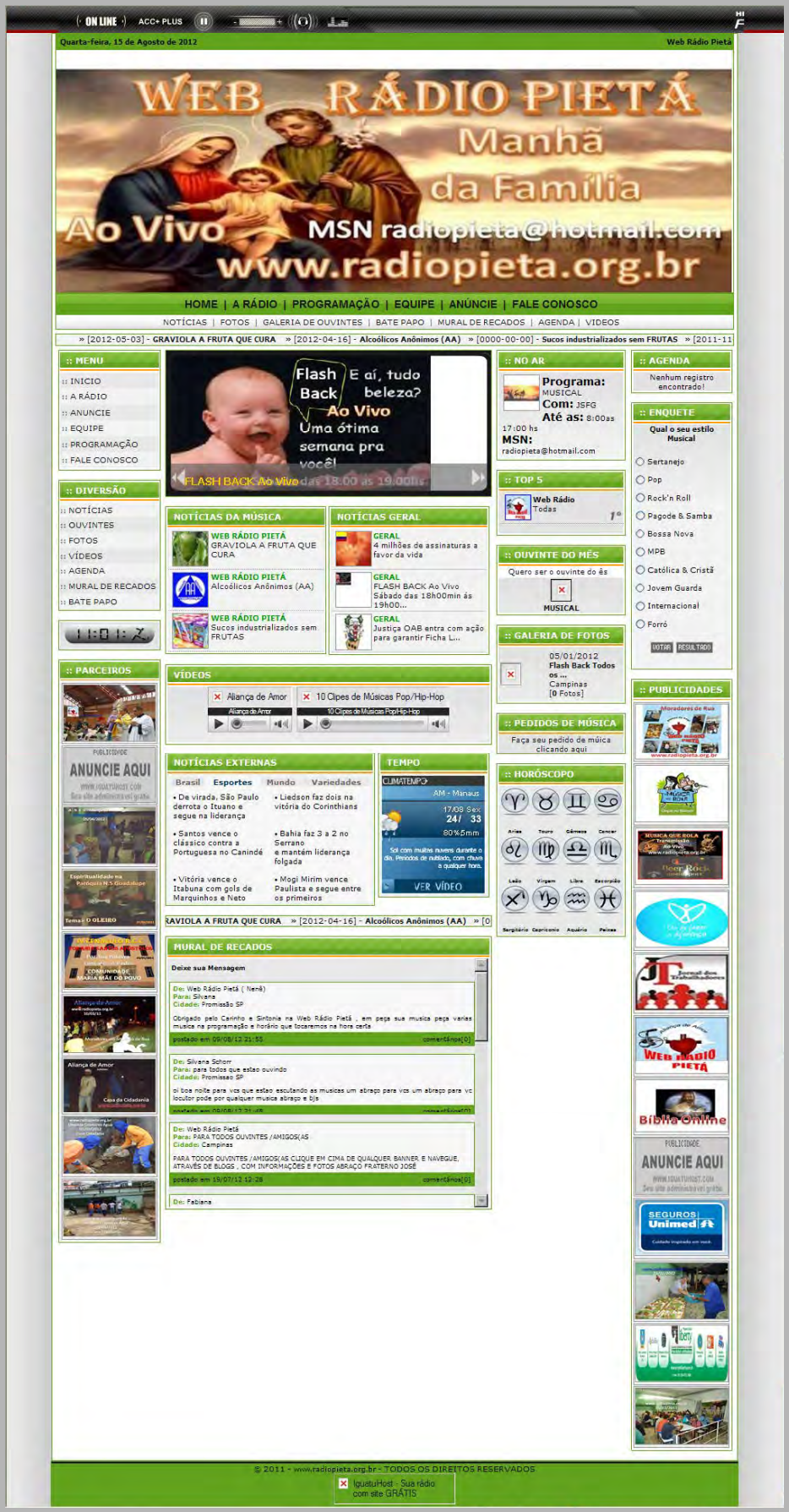
RÁDIO VITÓRIA (98,7 MHz, <www.vitoriacelestialfm.com.br>, Cajobi-SP, 9.768 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

AMARAIS FM (105,9 MHz, <www.amaraisfm.org.br>, Campinas-SP, 1.080.113 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

MARANATA FM (105,9 MHz, <www.myspace.com/maranatafm - www.myspace.com/maranatafm/radio>, Campinas-SP, 1.080.113 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

RENOVAÇÃO FM (105,9 MHz, < www.wix.com/radiofeeluz/radio>, Campinas-SP, 1.080.113 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

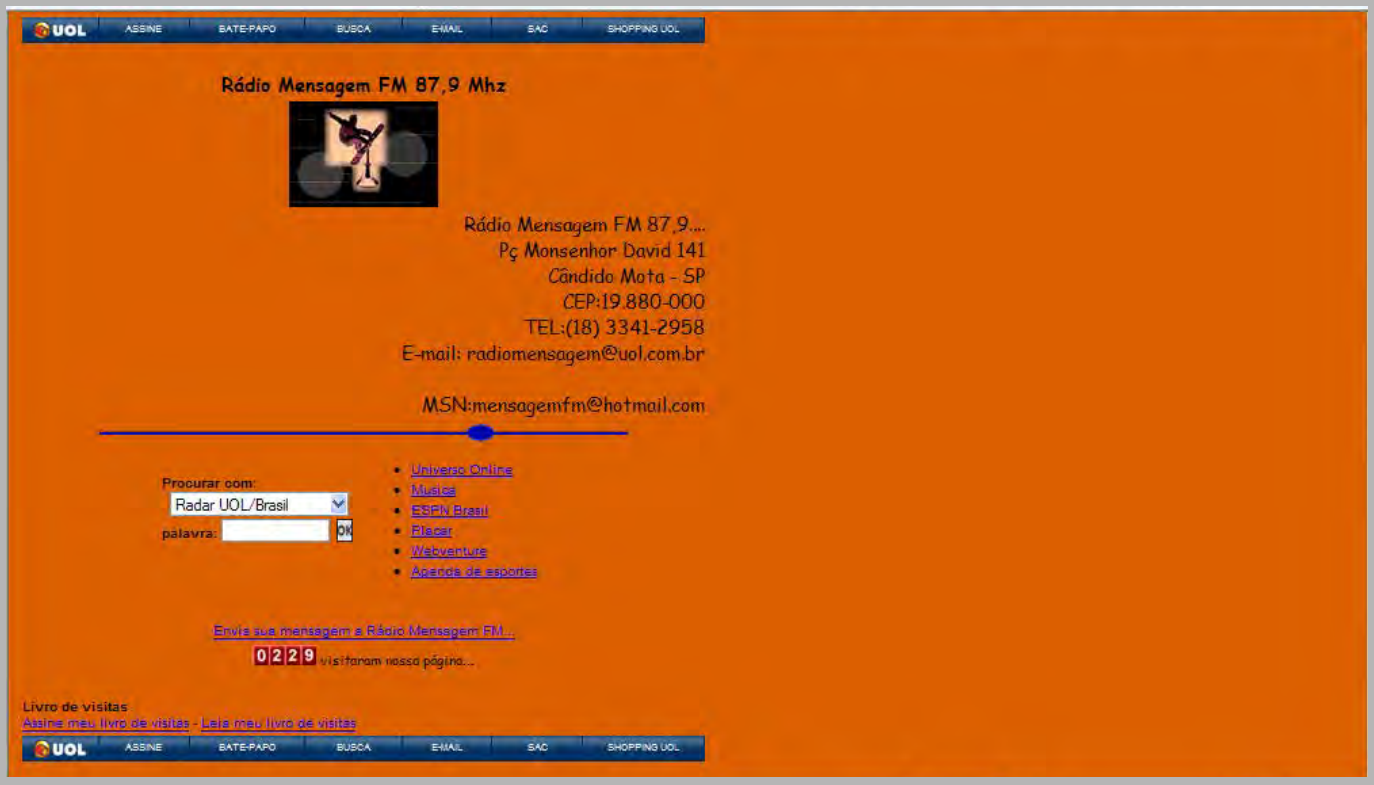
NOROESTE FM (105,9 MHz, <radiopieta.org.br>,Campinas-SP, 1.080.113 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



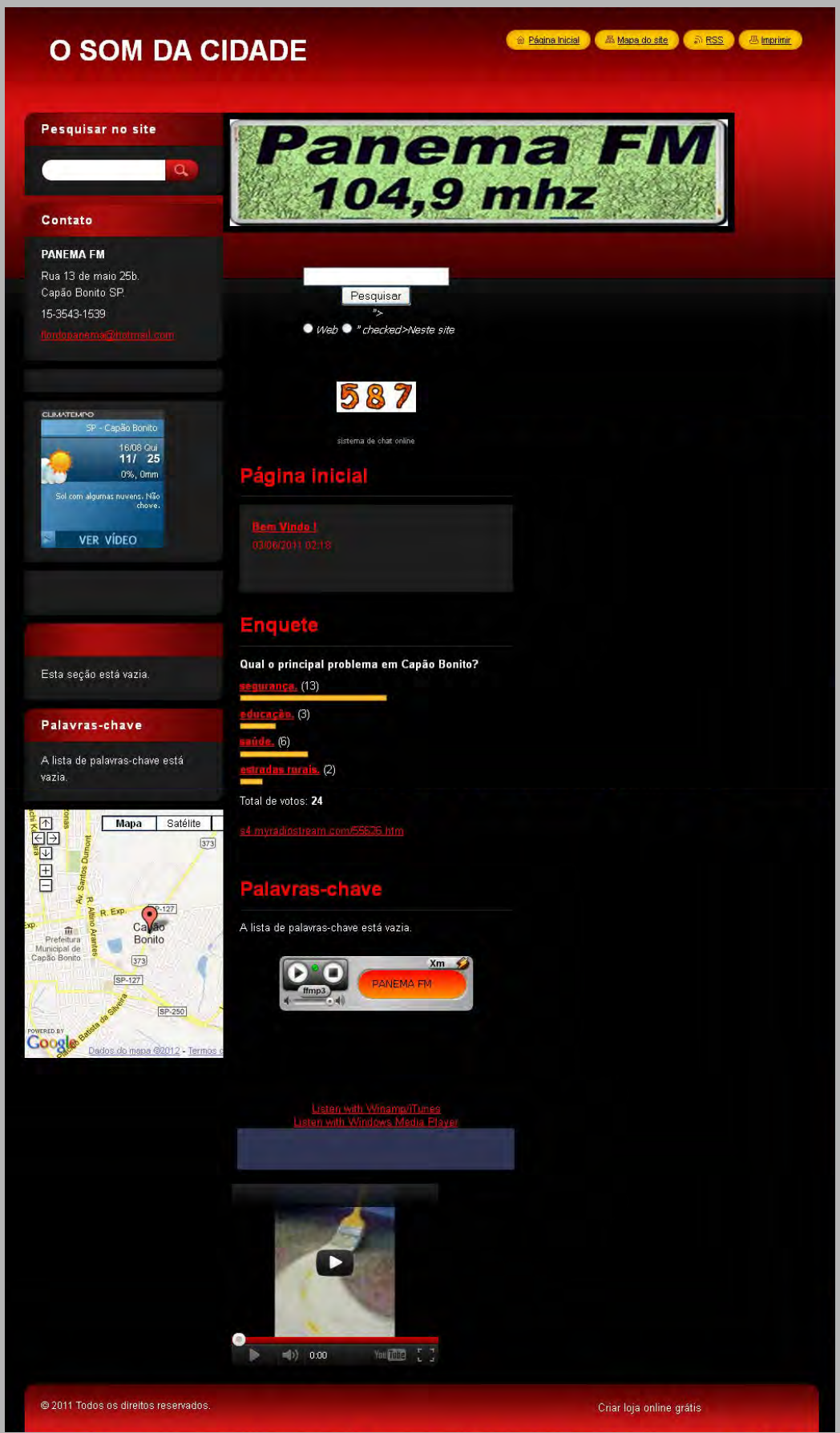
CAMPOS FM (104,9 MHz, <camposfm1049.blogspot.com.br>, Campos do Jordão-SP, 47.789 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

TRANSMAR FM (87,9 MHz, <www.transmarfm.com.br>, Cananéia-SP, 12.226 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

MENSAGEM FM (104,9 MHz, <radiomensagem.sites.uol.com.br>, Candido Mota-SP, 29.884 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



PANEMA (104,9 MHz, <panemafm.webnode.com.br>, Capão Bonito-SP, 46.178 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



CAPELA FM (104,9 MHz, < www.radiocapelafm.com.br>, Capela do Alto-SP, 17.532 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

ALTERNATIVA FM (106,3 MHz, < www.radioalternativa.fm.br>, Capivari-SP, 48.576 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

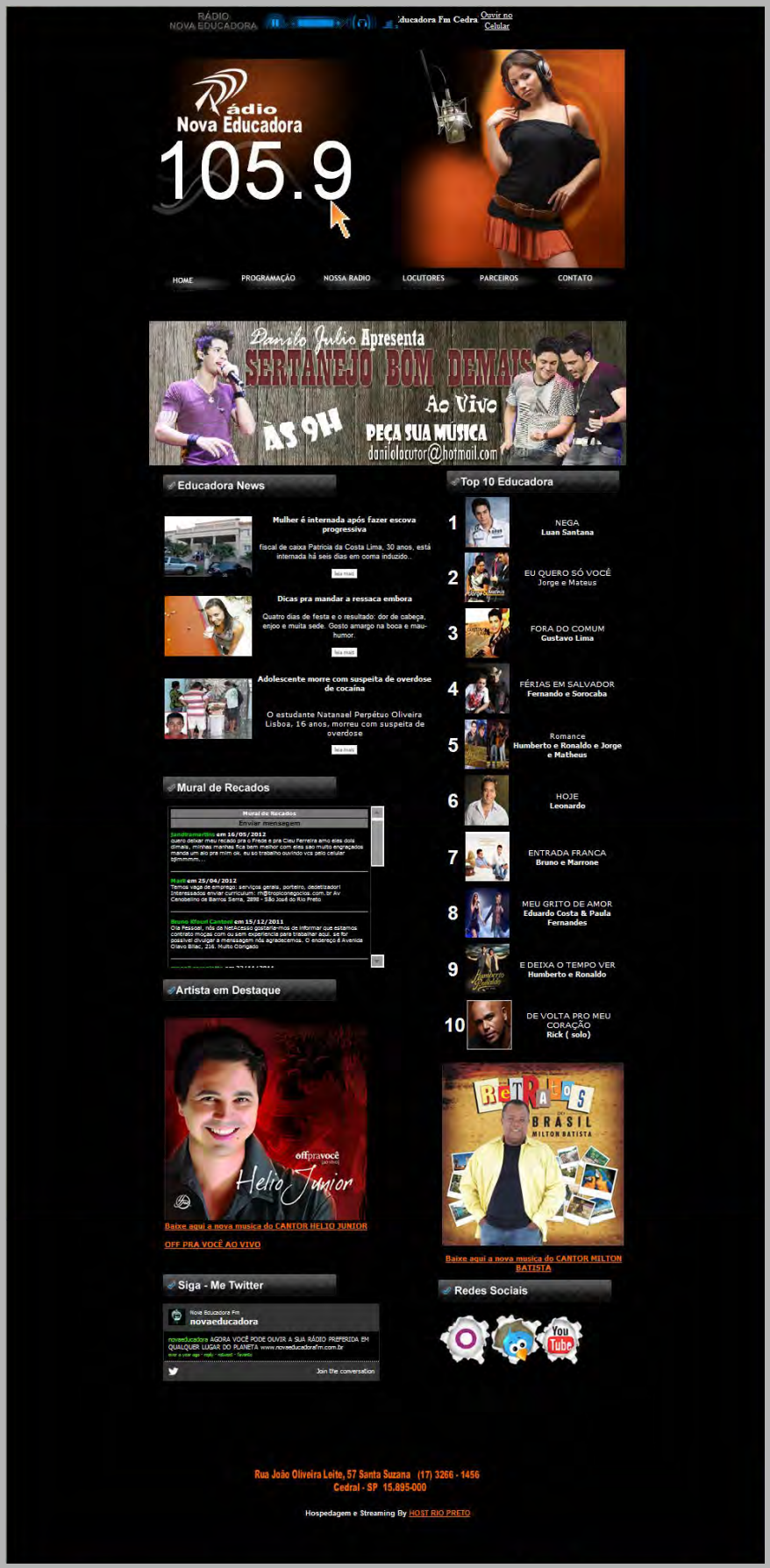
INTEGRAÇÃO FM (104,9 MHz, < integracaofm1049.blogspot.com - www.portalintegracaofm.com.br>, Caraguatatuba-SP, 100.840 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

NEW LIFE FM (87,5 MHz, <www.newlifefm.com.br>, Carapicuíba-SP, 369.584 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

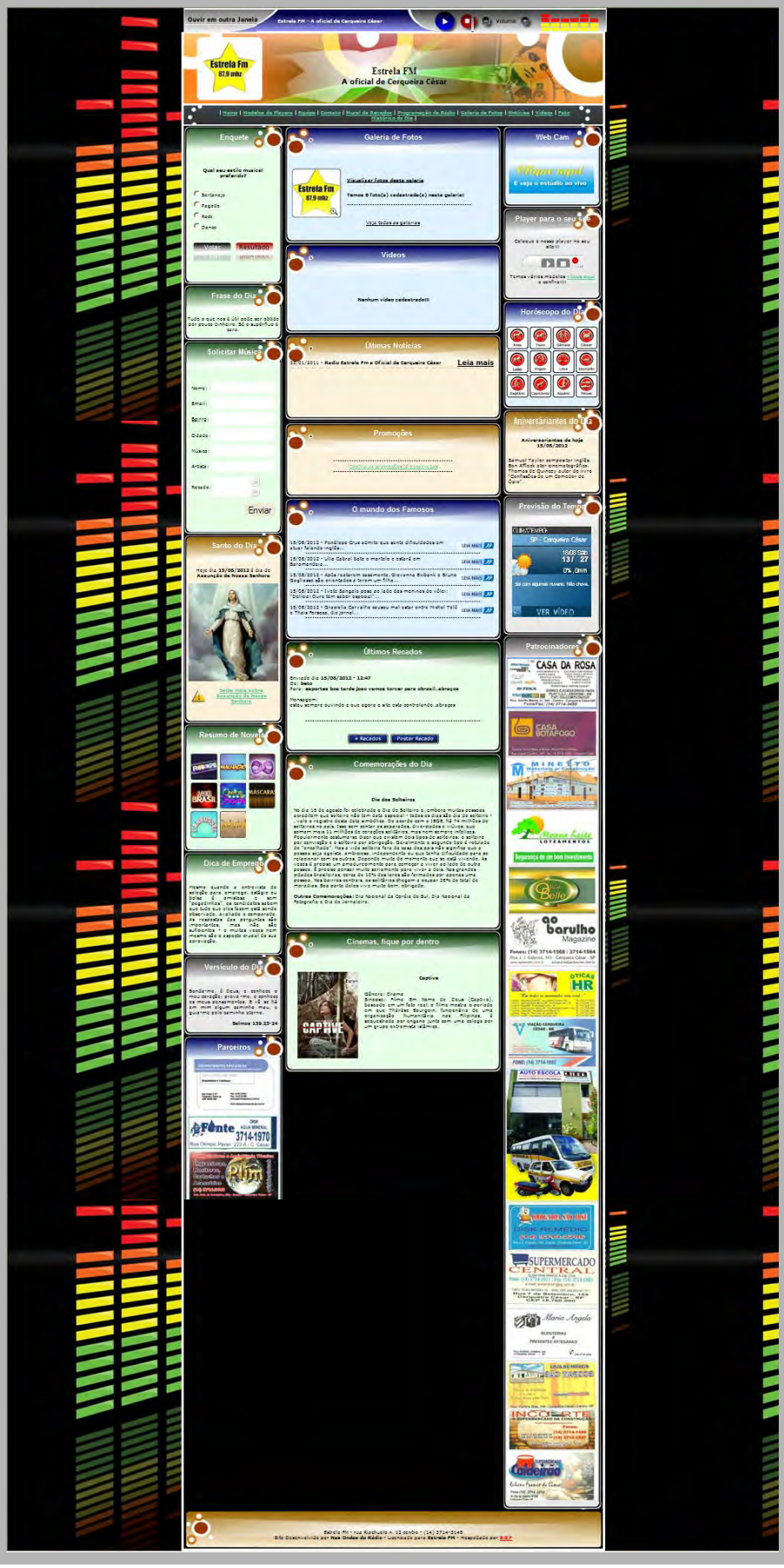
NOVA FM CASTILHO (87,9 MHz, <portalcastilho.com.br>, Castilho-SP, 18.003 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

ATIVIDADE FM (104,9 MHz, www.radioatividade104.com.br>, Catanduva-SP, 112.820 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

NOVA EDUCADORA (105,9 MHz, <novaeducadorafm.com.br>, Cedral-SP, 7.972 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

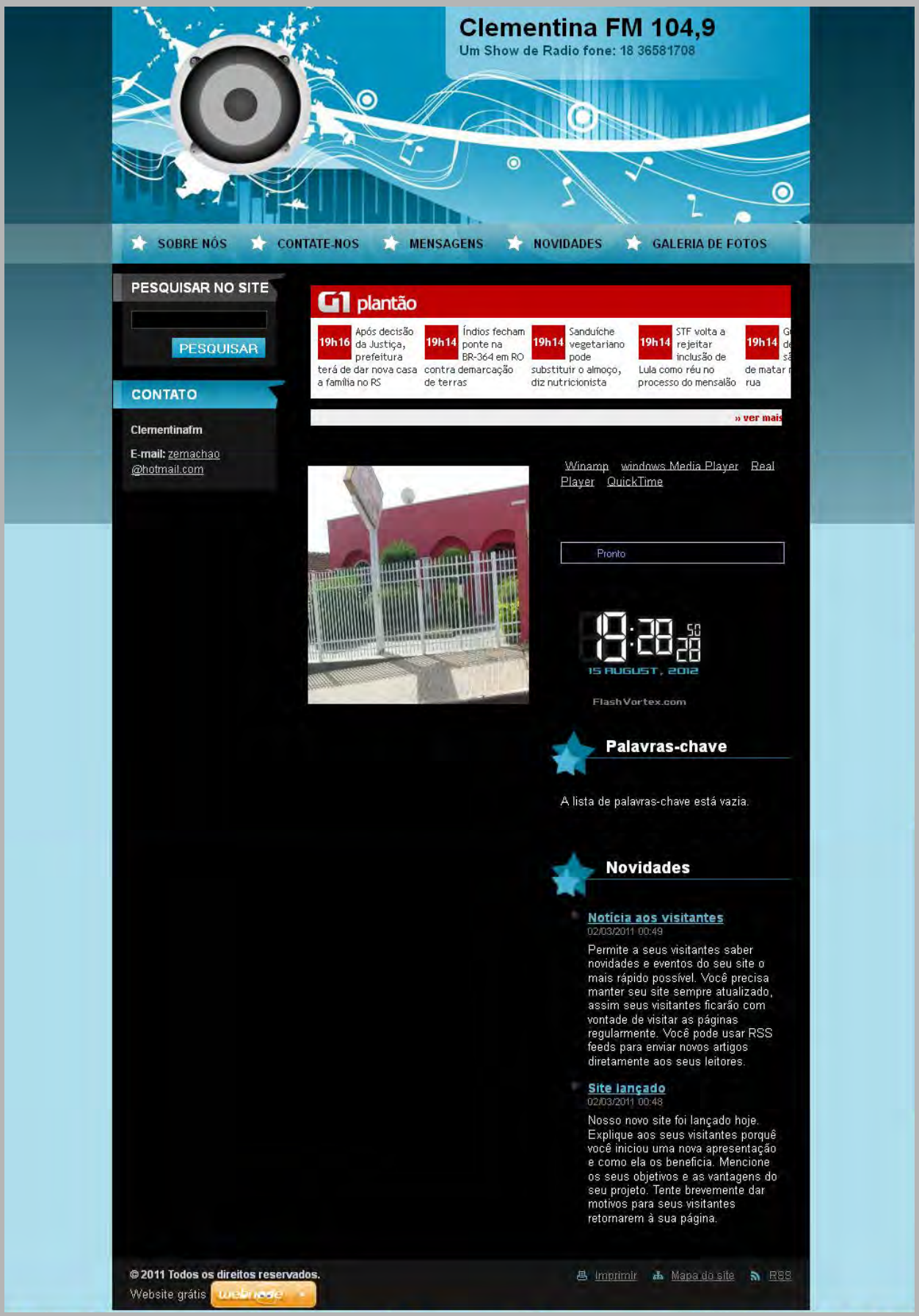


ESTRELA FM (87,9 MHz, <www.radioestrelafm.com.br>, Cerqueira César-SP, 17.532 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



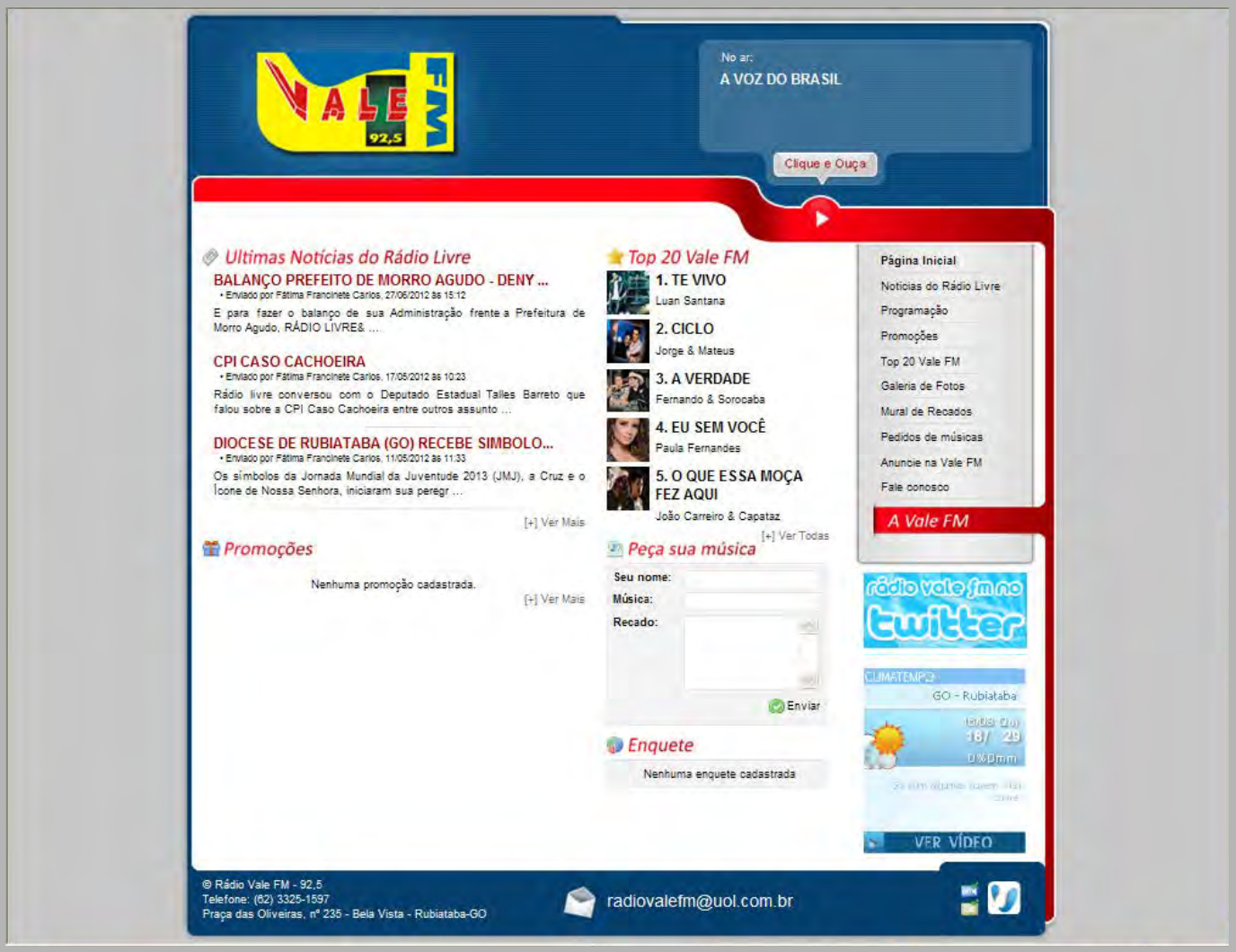
STÚDIO FM (104,9 MHz, <www.studiofmcl.com.br>, Cesário Lange-SP, 15.540 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

CLEMENTINA FM (104,9 MHz, <clementinafm.webnode.com.br>, Clementina-SP, 7.065 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



RÁDIO COLINENSE (105,9 MHz, < www.105fmcolina.com.br>, Colina-SP, 17.371 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

VALE FM (98,7 MHz, < www.valefm.com.br>, Colômbia-SP, 5.994 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

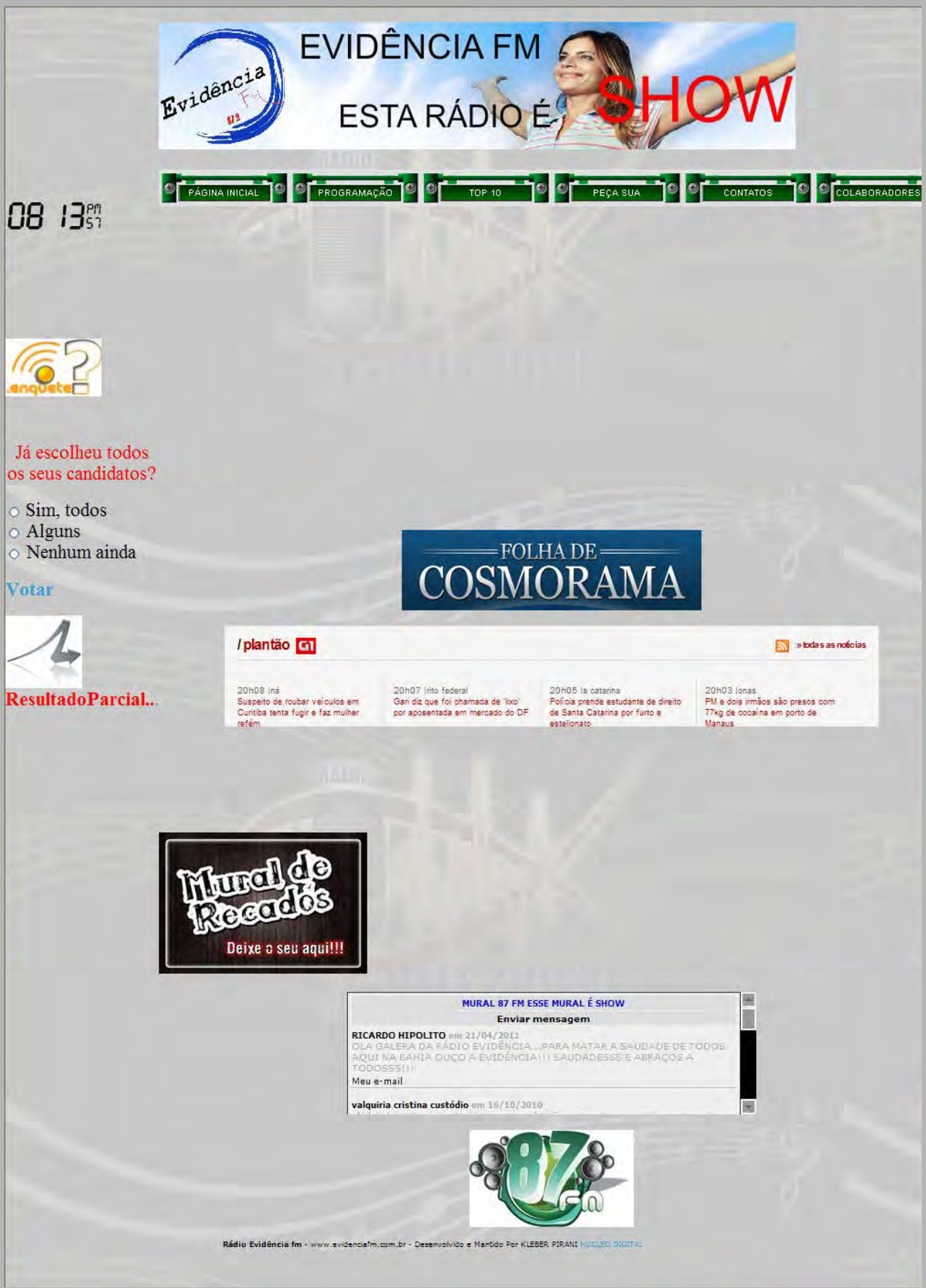


MORADA DOS RIOS FM (87,9 MHz, < www.jacidade.com.br>, Conchal-SP, 25.229 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

VERA CRUZ FM (106,3 MHz, < www.veracruzfm.com.br>, Cordeirópolis-SP, 21.080 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

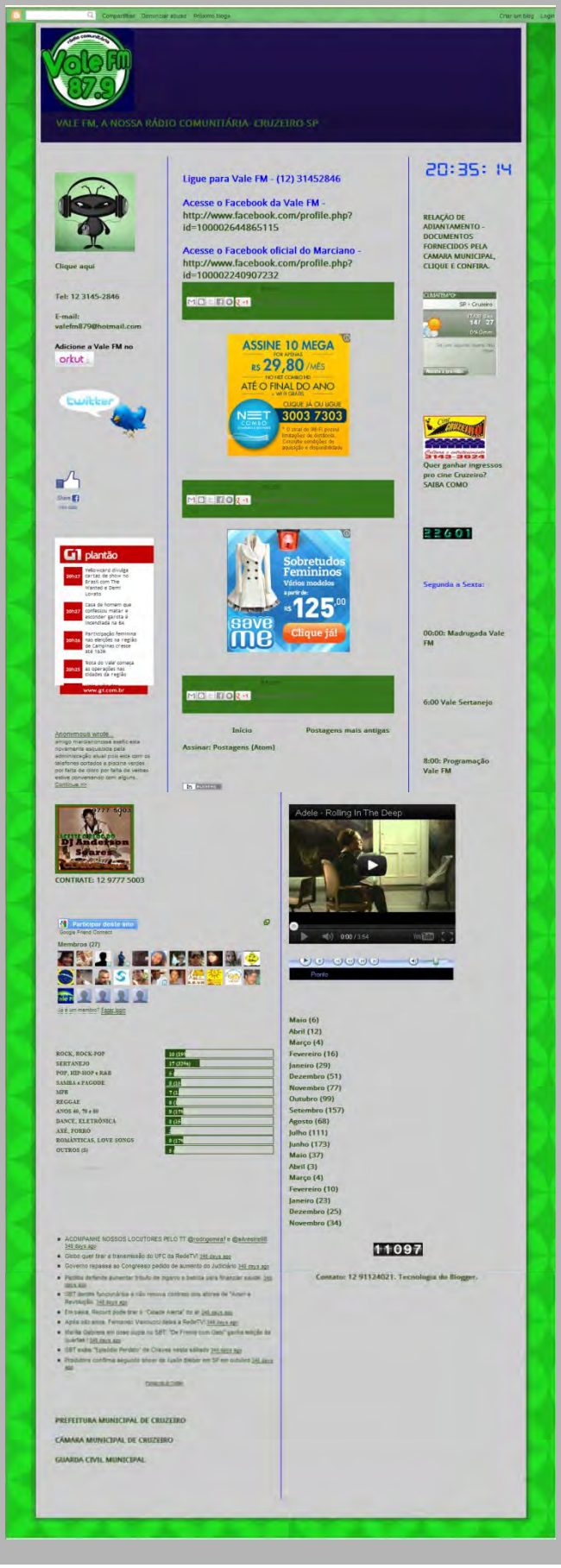
MUNICIPAL FM (104,9 MHz, <www.municipalfm.com.br>, Cosmópolis-SP, 58.827 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

EVIDENCIA FM (87,9 MHz, www.evidenciafm.com.br>, Cosmorama-SP, 7.214 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



RÁDIO CIDADE DAS ROSAS (87,5 MHz, <www.cidadedasrosasfm.com.br>, Cotia-SP, 201.150 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

VALE FM (87,9 MHz, <valefm879.blogspot.com.br>, Cruzeiro-SP, 77.039 habitantes)
Acesso em : 15 Ago. 2012



VISÃO FM (92,5 MHz, <www.radiovisaofm.webs.com - radiovisaofm.listen2myradio.com>, Cubatão-SP, 118.720 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

STILO FM (105,9 MHz, <www.stilofm.com.br>, Descalvado-SP, 31.056 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

NAVEGANTES (87,5 MHz, <radionavegantesfm.com.br>, Diadema-SP, 386.089 habitantes)
Acesso em 15 Ago. 2012

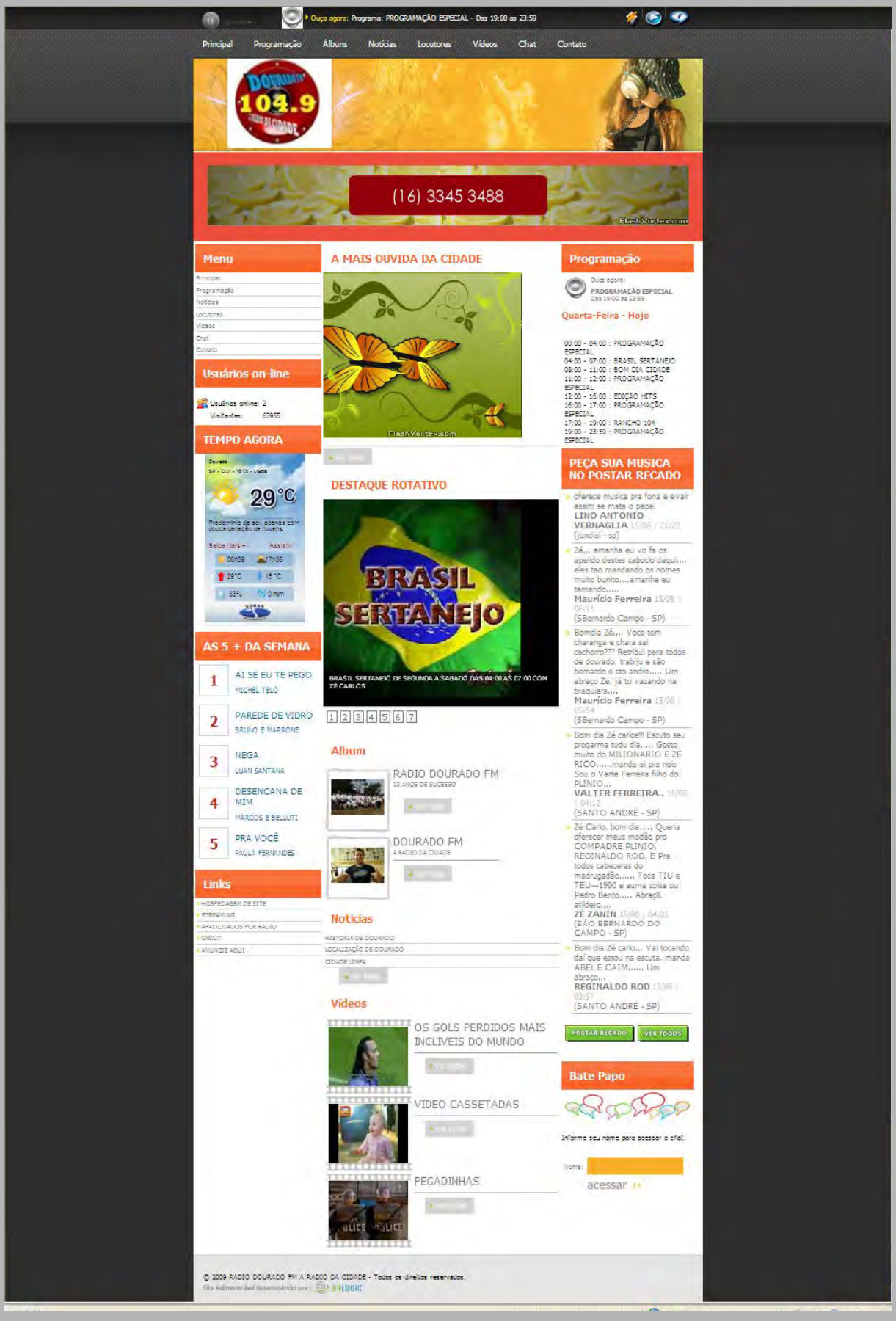
NOVA DIADEMA (87,5 MHz, <www.novadiademafm.com.br>, Diadema-SP, 386.089 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

Ganhe um Cupom de R$ 100
Anuncie Hoje no Google AdWords e Leve Mais Visitantes Para Seu Site
Services.Google.com/AdwordsCupom
Anúncios Google

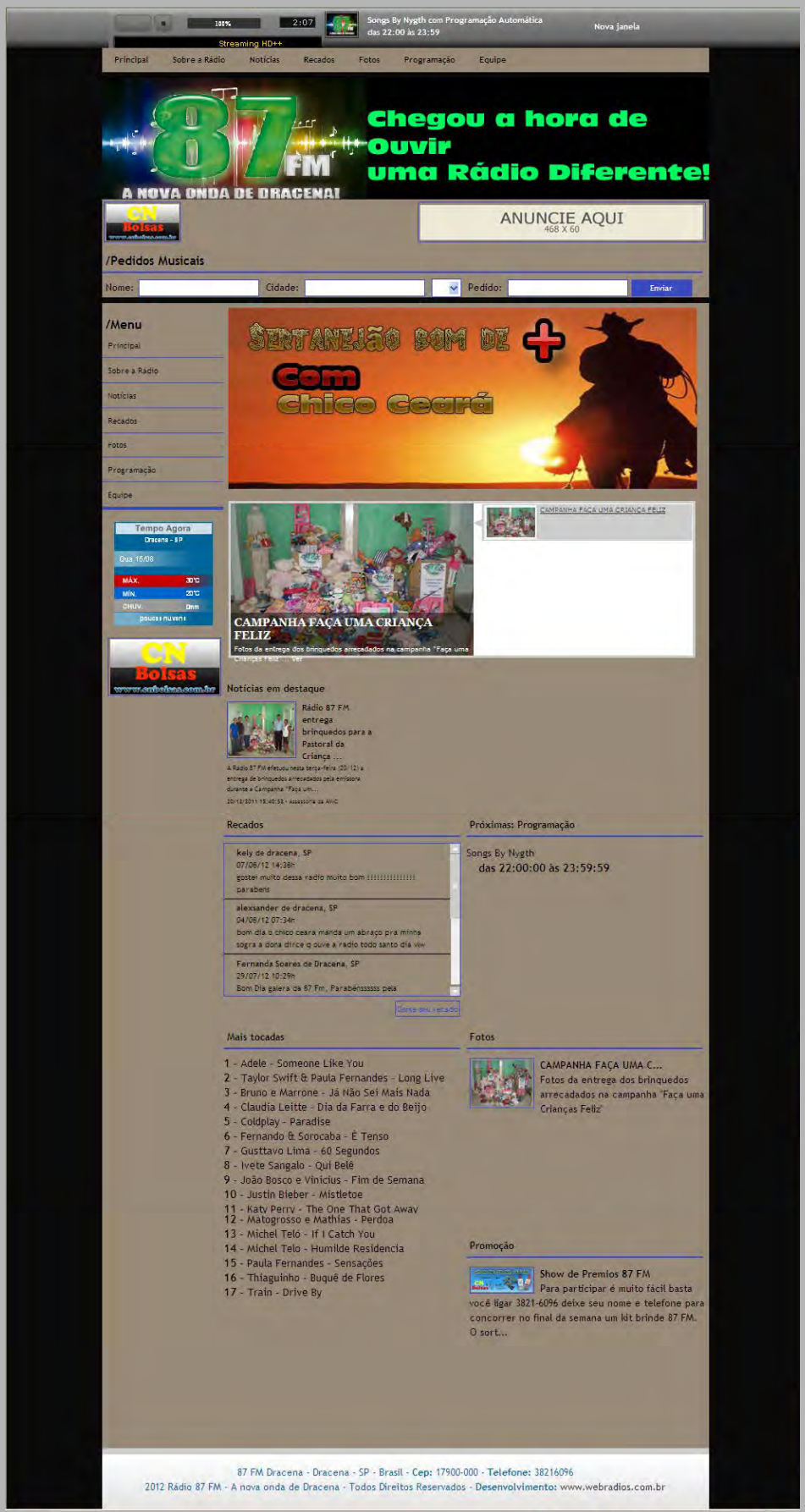
DEUS É FIEL

INDEPENDENTE FM (104,9 MHz, <radioindependentefm.blogspot.com.br>, Dolcinópolis-SP, 2.096 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

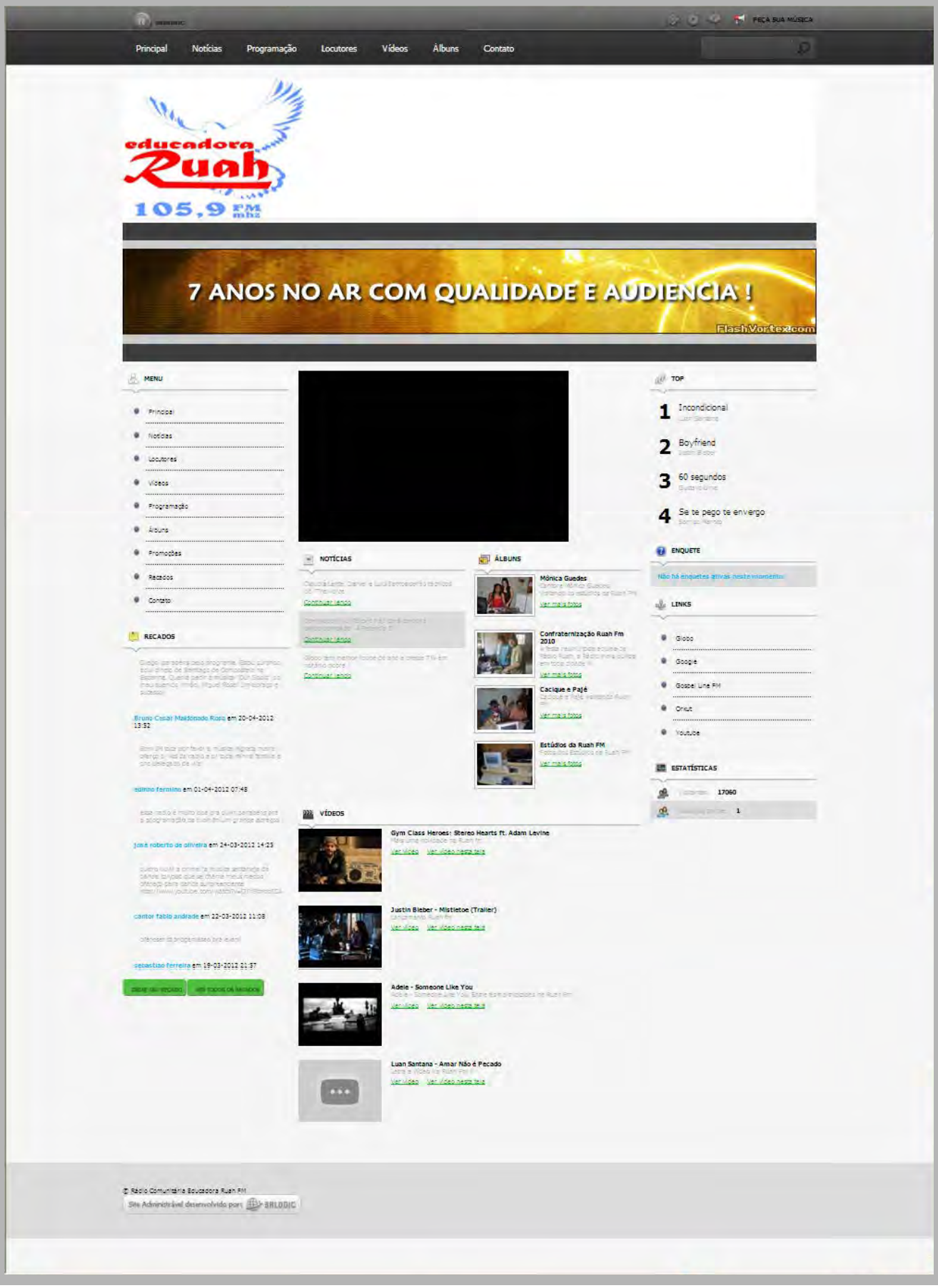
DOURADO FM (104,9 MHz, www.radiodouradofm.com.br, Dourado-SP, 8.609 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 20112



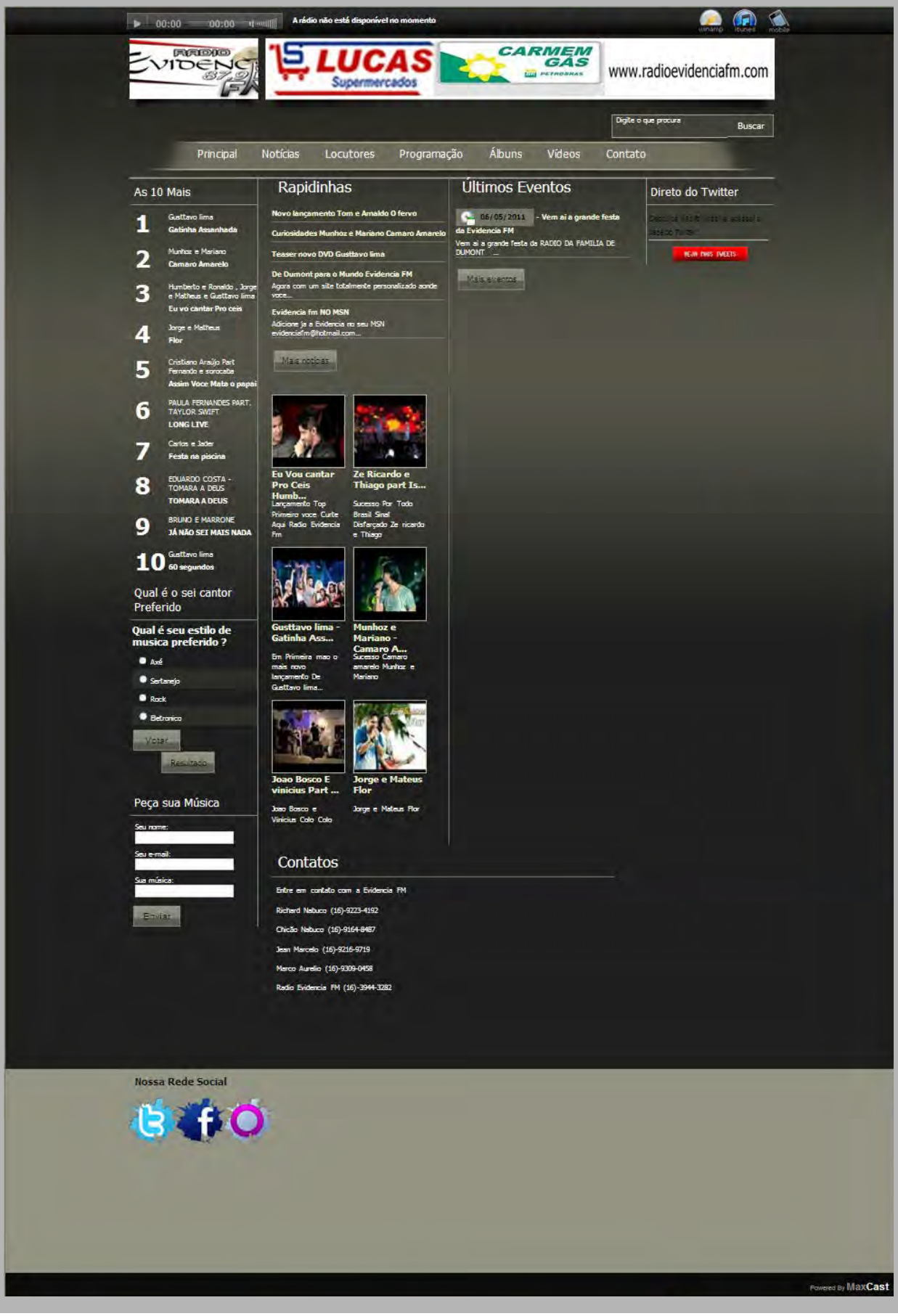
RÁDIO 87 FM (87,9 MHz, <www.87fmdracena.com.br>, Dracena-SP, 43.258 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



RUAH FM (105,9 MHz, <www.ruahfm.com.br>, Duartina-SP, 12.251 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



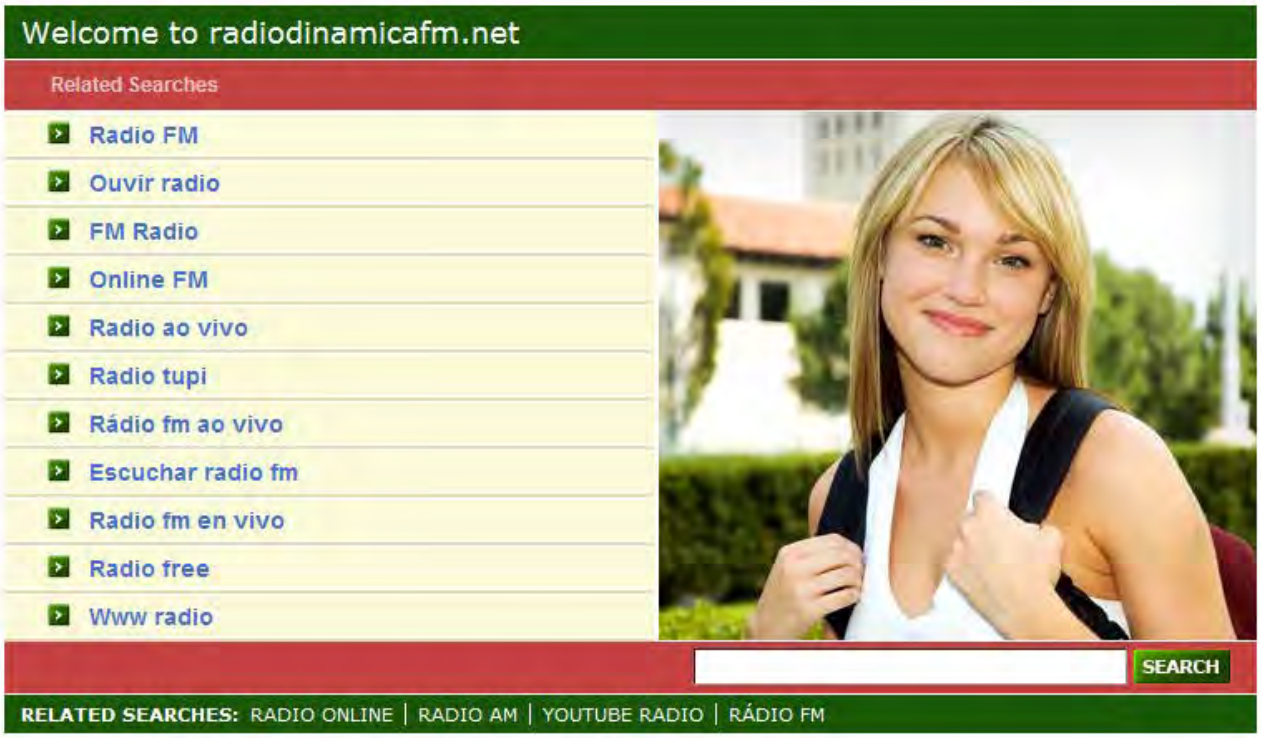
EVIDENCIA FM (87,9 MHz, <radioevidenciafm.com>, Dumont-SP, 8.143 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012



CRIATIVA FM (105,9 MHz, <aovivocriativafm.com - aovivocriativafm.blogspot.com>, Elias Fausto-SP, 15.775 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

FONTE E VIDA FM (87,5 MHZ, <www.fonteevida.com.br>, Embu-SP, 240.230 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

DINÂMICA FM (87,9 MHz, <radiodinamicafm.hd1.com.br - radiodinamicafm.net>, Engenheiro Coelho-SP, 15.721 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

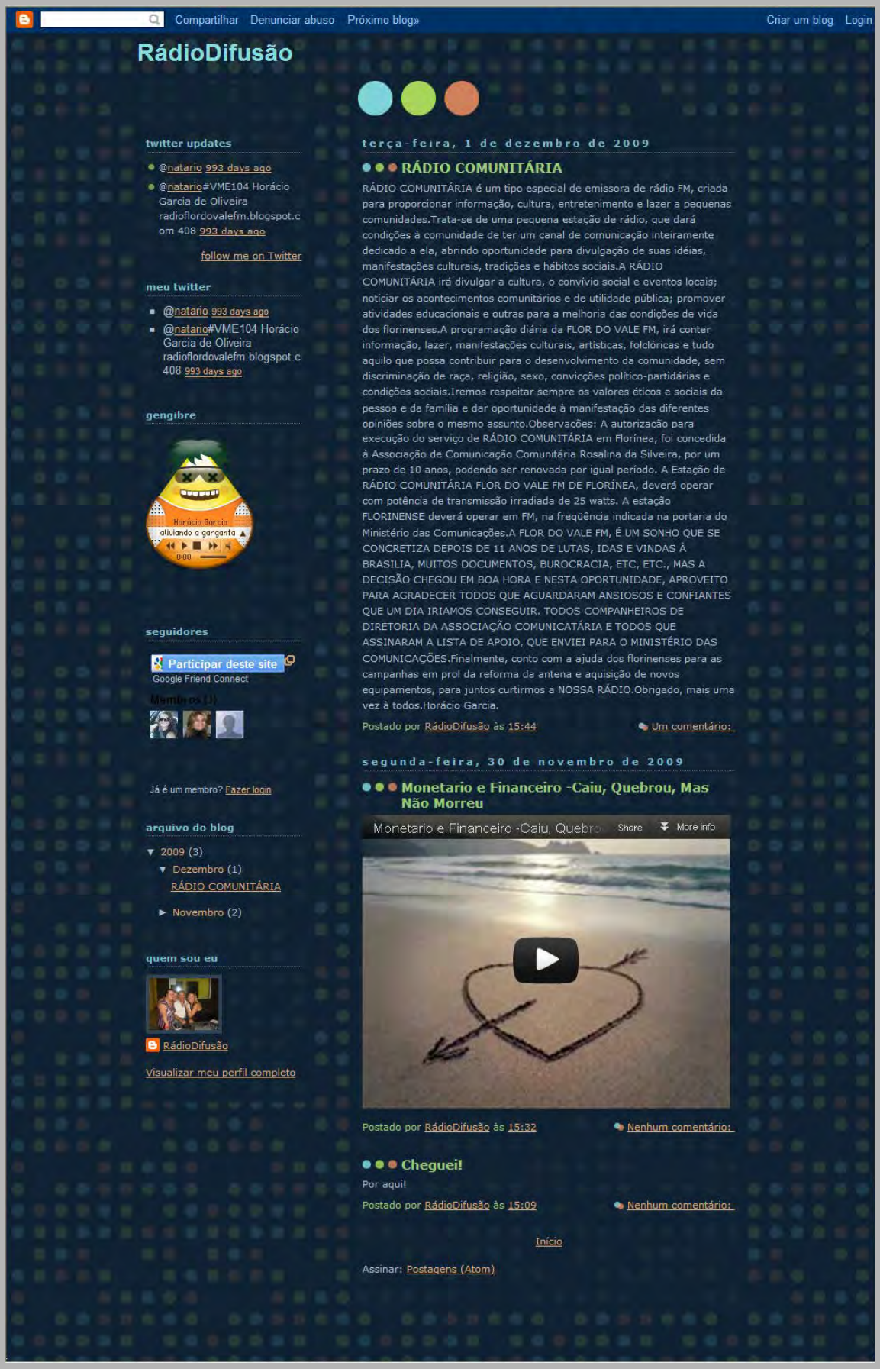


ROSA MÍSTICA FM (87,9 MHz, <www.santuariorosamistica.org>, Estiva Gerbi-SP, 10.044 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

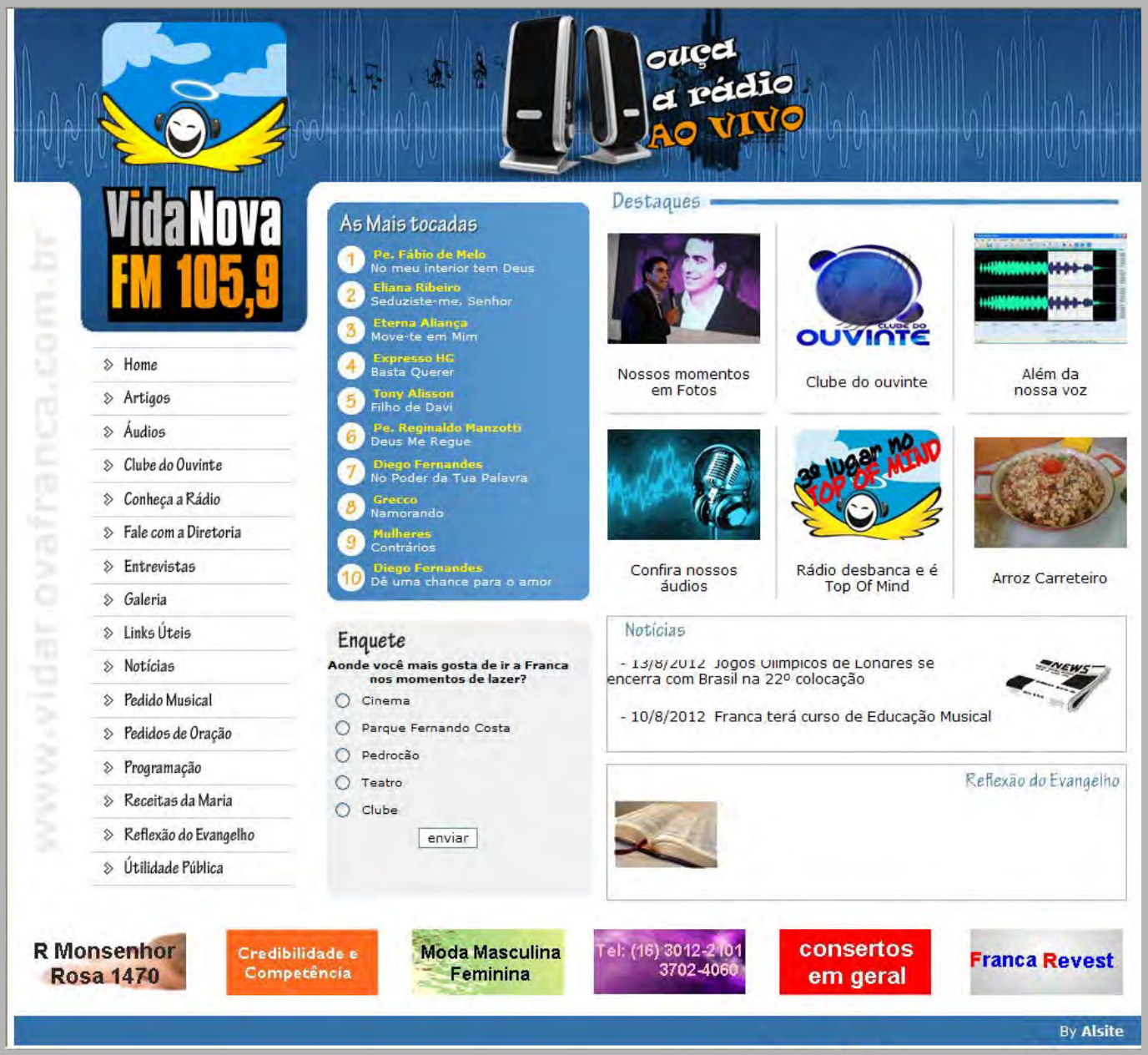
ARENA FM (87,9 MHz, <www.arenafm.com.br>, Fernandópolis-SP, 64.696 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

LOOKAL FM (87,5 MHz, <www.lookalfm.com - www.lookalfm.com.br>, Ferraz de Vasconcelos-SP, 168.306 habitantes)
Acesso em: 15 Ago. 2012

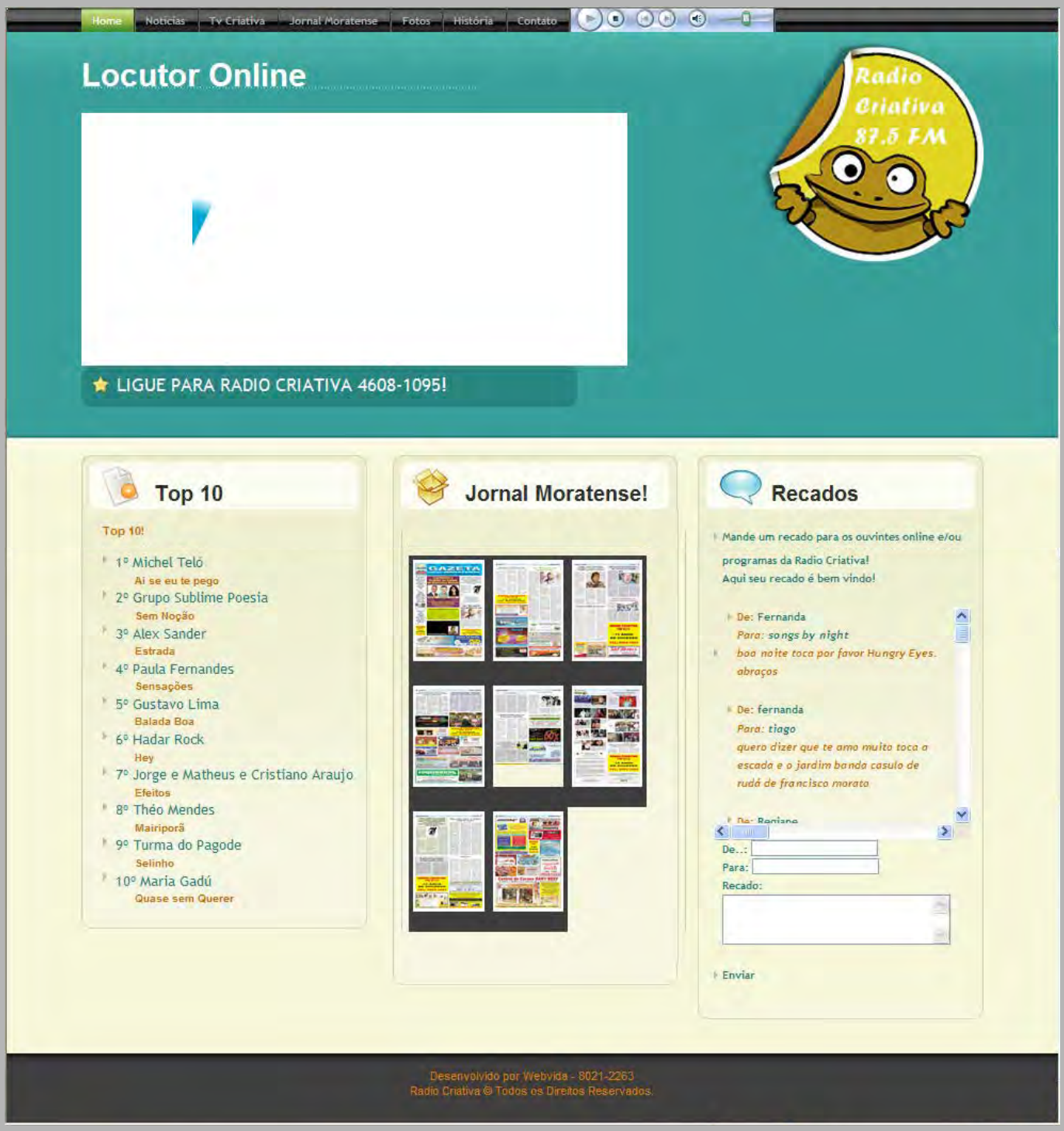
FLOR DO VALE FM (87,9 MHz, <www.camaraflorinea.sp.gov.br - www.florinea.sp.gov.br - radioflordovalefm.blogsppot.com.br>, Flonínia-SP, 2.829 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012



VIDA NOVA FM (105,9 MHz, <www.vidanovafranca.com.br>, Franca, 318.640 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



CRIATIVA FM (87,5 MHz, <www.radiocriativa.com.br>, Francisco Morato-SP, 154,472 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



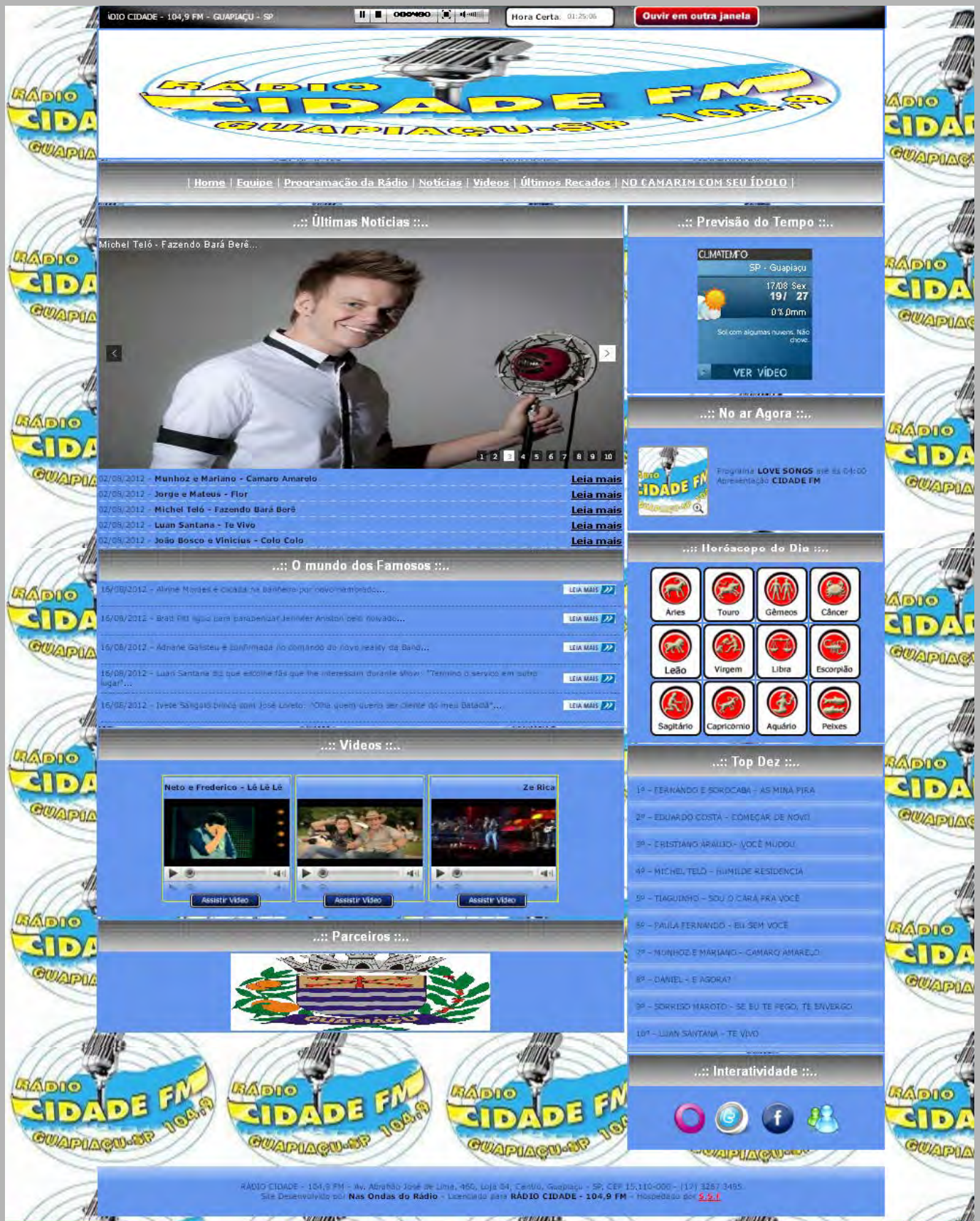
ESTAÇÃO FM (87,5 MHz, <www.radioestacaofm.com.br>, Franco da Rocha- SP, 131.604 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

PRINCESINHA FM (105,9 MHz, <www.princesinhafm.com.br>, Gália-SP, 7.011 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

RENASCER FM (98,7 MHz, <www.renascerfm.net>, Guaimbê-SP, 5.425 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

SEFE FM (98,7 MHz, <www.sefefm.com.br>, Guaíra- SP, 37.404 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

CIDADE FM (104,9 MHz, <www.cidadefmguapiacu.com.br>, Guapiaçu-SP, 17.869 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



LINE GOSPEL FM (91,7 MHz, <www.linegospelfm.com.br/portal2010>, Guaratinguetá-SP, 112.072 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

Menu Principal
Home
Agenda
Album de Fotos
Programação
Promoção
Parceiros
MP3
Videos
Mural Recados
Noticias

Navegue
Quem Somos
Comercial
A Rádio

Locutores
nenhum dados localizado

Parceiros
GRSIS
Engel Hosting
Assembléia de Deus B

Publicidade

Atenção
nenhuma noticia localizada no nosso Sistema Informe o administrador

Noticias
02/01/2012- Senai de Taubaté abre inscrições para vagas em cursos técnicos...Leia mais

Newsletter
cadastre-se agora »
nenhum dados localizado

Total de visitas:35919
Visitas hoje:18

Aconteceu
nenhum dados localizado

Mural de Recados **Deixar Recado**

06/11/2010 09:25:04 | pr carlos augusto | graça e paz.deixo minha saudaç- ...
29/10/2010 07:54:44 | camila da silva nascimento | boa noite pastores td bm? olha- ...
25/10/2010 07:38:51 | Cristiano Guidolim da Silva | Olá eu saldo todos os que está- ...
21/10/2010 11:51:04 | Reginaldo e Cristina (POLAKA) | QUERIDO LEANDRO ,E TODOS OS OU- ...

Videos

PC Baruk e Luci
21/12/2009

Ampliar Video

Davi Sacer de V
01/05/2010

Ampliar Video

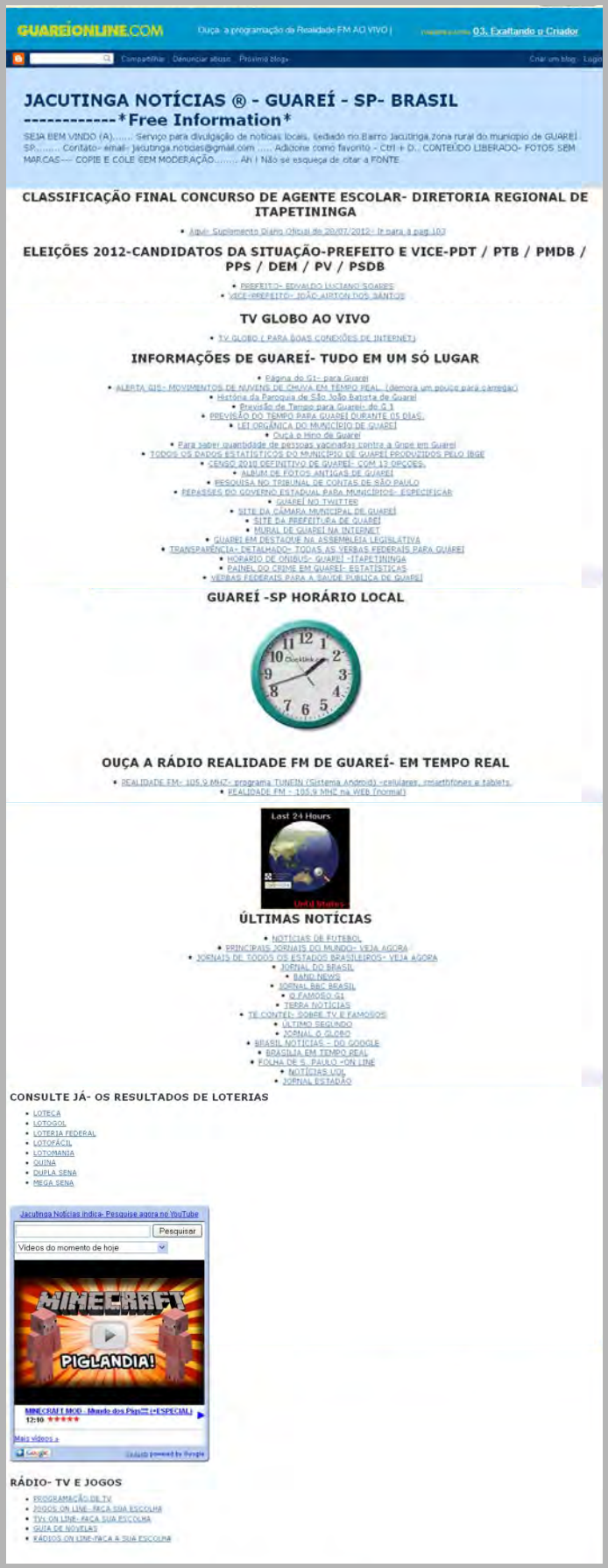
Rose Nascimento
21/12/2009

Ampliar Video

Endereço:Rua Guaicurus , 176
E-mail:contato@linegospelfm.com.br

Sistema Criando By GRSIS
(12)3132-7572
www.grsis.com.br

REALIDADE FM (105,9 MHz, <www.guareionline.com>, Guareí-SP, 14.565 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



GUAREIONLINE.COM — Ouça a programação da Realidade FM AO VIVO | 03. Exaltando o Criador

Compartilhar · Denunciar abuso · Próximo Blog» · Criar um blog · Login

JACUTINGA NOTÍCIAS ® - GUAREÍ - SP- BRASIL
----------*Free Information*

SEJA BEM VINDO (A)..... Serviço para divulgação de notícias locais, localizado no Bairro Jacutinga,zona rural do município de GUAREÍ SP..... Contato:- email:- jacutinga.noticias@gmail.com ..... Adicione como favorito - Ctrl + D.. CONTEÚDO LIBERADO- FOTOS SEM MARCAS---- COPIE E COLE SEM MODERAÇÃO..... Ah ! Não se esqueça de citar a FONTE

CLASSIFICAÇÃO FINAL CONCURSO DE AGENTE ESCOLAR- DIRETORIA REGIONAL DE ITAPETININGA

- Aqui: Suplemento Diário Oficial de 20/07/2012 - Ir para a pag.103

ELEIÇÕES 2012-CANDIDATOS DA SITUAÇÃO-PREFEITO E VICE-PDT / PTB / PMDB / PPS / DEM / PV / PSDB

- PREFEITO:- EDVALDO LUCIANO SOARES
- VICE-PREFEITO:- JOÃO AIRTON DOS SANTOS

TV GLOBO AO VIVO

- TV GLOBO (PARA BOAS CONEXÕES DE INTERNET)

INFORMAÇÕES DE GUAREÍ- TUDO EM UM SÓ LUGAR

- Página do G1:- para Guareí
- ALERTA GIS:- MOVIMENTOS DE NUVENS DE CHUVA EM TEMPO REAL. (demora um pouco para carregar)
- História da Paroquia de São João Batista de Guareí
- Previsão de Tempo para Guareí:- do G1
- PREVISÃO DO TEMPO PARA GUAREÍ DURANTE OS DIAS.
- LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE GUAREÍ
- Ouça o Hino de Guareí
- Para saber quantidade de pessoas vacinadas contra a Gripe em Guareí
- TODOS OS DADOS ESTATÍSTICOS DO MUNICÍPIO DE GUAREÍ PRODUZIDOS PELO IBGE
- CENSO 2010 DEFINITIVO DE GUAREÍ- COM 13 QPCOES.
- ALBUM DE FOTOS ANTIGAS DE GUAREÍ
- PESQUISA NO TRIBUNAL DE CONTAS DE SÃO PAULO
- REPASSES DO GOVERNO ESTADUAL PARA MUNICÍPIOS:- ESPECIFICAR
- GUAREÍ NO TWITTER
- SITE DA CÂMARA MUNICIPAL DE GUAREÍ
- SITE DA PREFEITURA DE GUAREÍ
- MURAL DE GUAREÍ NA INTERNET
- GUAREÍ EM DESTAQUE NA ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA
- TRANSPARÊNCIA- DETALHADO- TODAS AS VERBAS FEDERAIS PARA GUAREÍ
- HORÁRIO DE ONIBUS:- GUAREÍ -ITAPETININGA
- PAINEL DO CRIME EM GUAREÍ:- ESTATÍSTICAS
- VERBAS FEDERAIS PARA A SAUDE PUBLICA DE GUAREÍ

GUAREÍ -SP HORÁRIO LOCAL

OUÇA A RÁDIO REALIDADE FM DE GUAREÍ- EM TEMPO REAL

- REALIDADE FM:- 105,9 MHZ:- programa TUNEIN (Sistema Android) -celulares, msiethfones e tablets.
- REALIDADE FM - 105,9 MHZ na WEB (normal)

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

- NOTÍCIAS DE FUTEBOL
- PRINCIPAIS JORNAIS DO MUNDO:- VEJA AGORA
- JORNAIS DE TODOS OS ESTADOS BRASILEIROS:- VEJA AGORA
- JORNAL DO BRASIL
- BAND NEWS
- JORNAL BBC BRASIL
- O FAMOSO G1
- TERRA NOTÍCIAS
- TE CONTEI:- SOBRE TV E FAMOSOS
- ULTIMO SEGUNDO
- JORNAL O GLOBO
- BRASIL NOTÍCIAS - DO GOOGLE
- BRASILIA EM TEMPO REAL
- FOLHA DE S. PAULO -ON LINE
- NOTÍCIAS UOL
- JORNAL ESTADÃO

CONSULTE JÁ- OS RESULTADOS DE LOTERIAS

- LOTECA
- LOTOGOL
- LOTERIA FEDERAL
- LOTOFÁCIL
- LOTOMANIA
- QUINA
- DUPLA SENA
- MEGA SENA

RÁDIO- TV E JOGOS

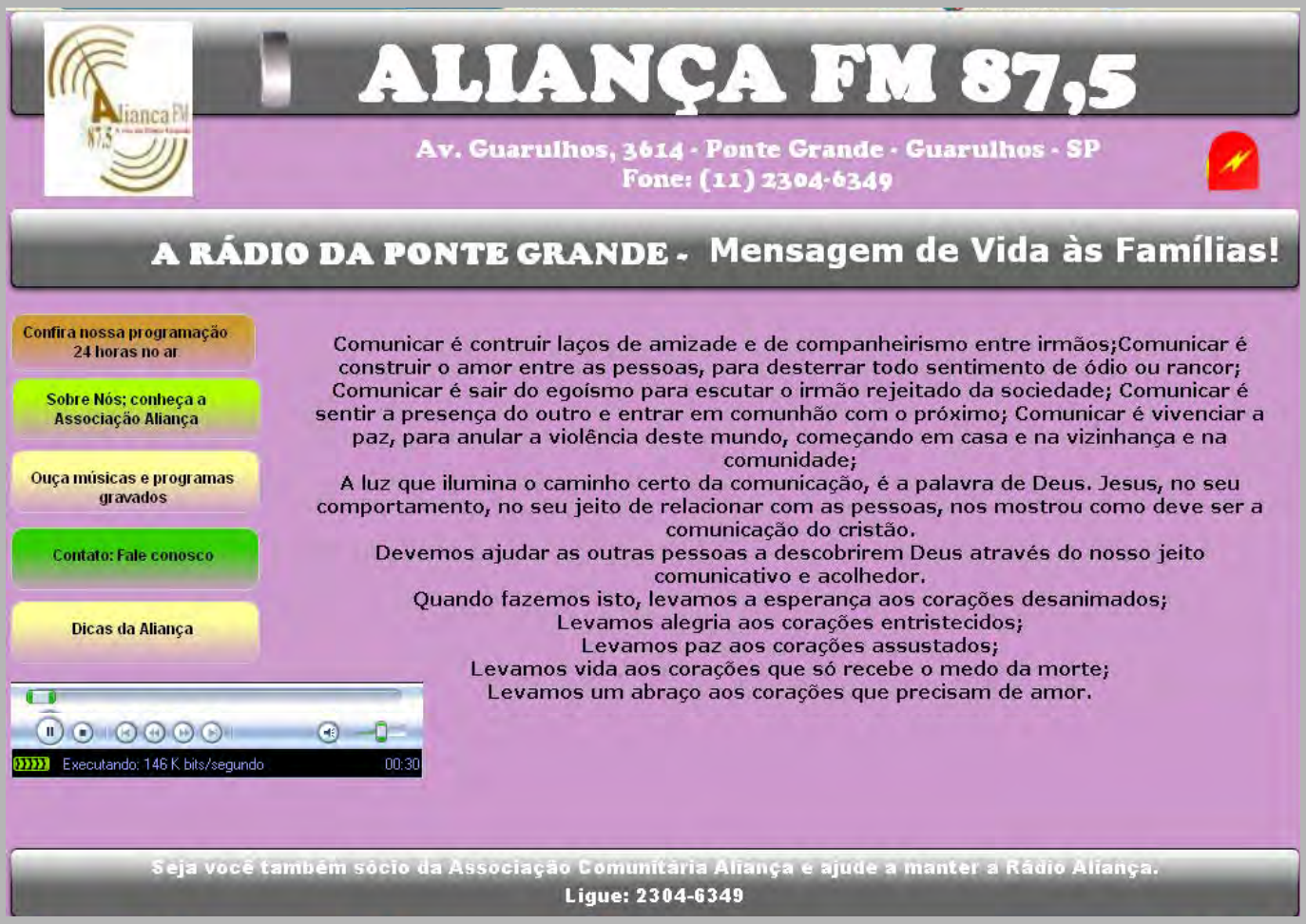
- PROGRAMAÇÃO DE TV
- JOGOS ON LINE:- FAÇA SUA ESCOLHA
- TVs ON LINE:- FAÇA SUA ESCOLHA
- GUIA DE NOVELAS
- RÁDIOS ON LINE:-FAÇA A SUA ESCOLHA

ESTÚDIO FM (87,9 MHz, <www.web87fm.com.br>, Guariba-SP, 35.486 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

MULTI FM (87,5 MHz, <www.multifm.com.br>, Guarulhos-SP, 1.221.979 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

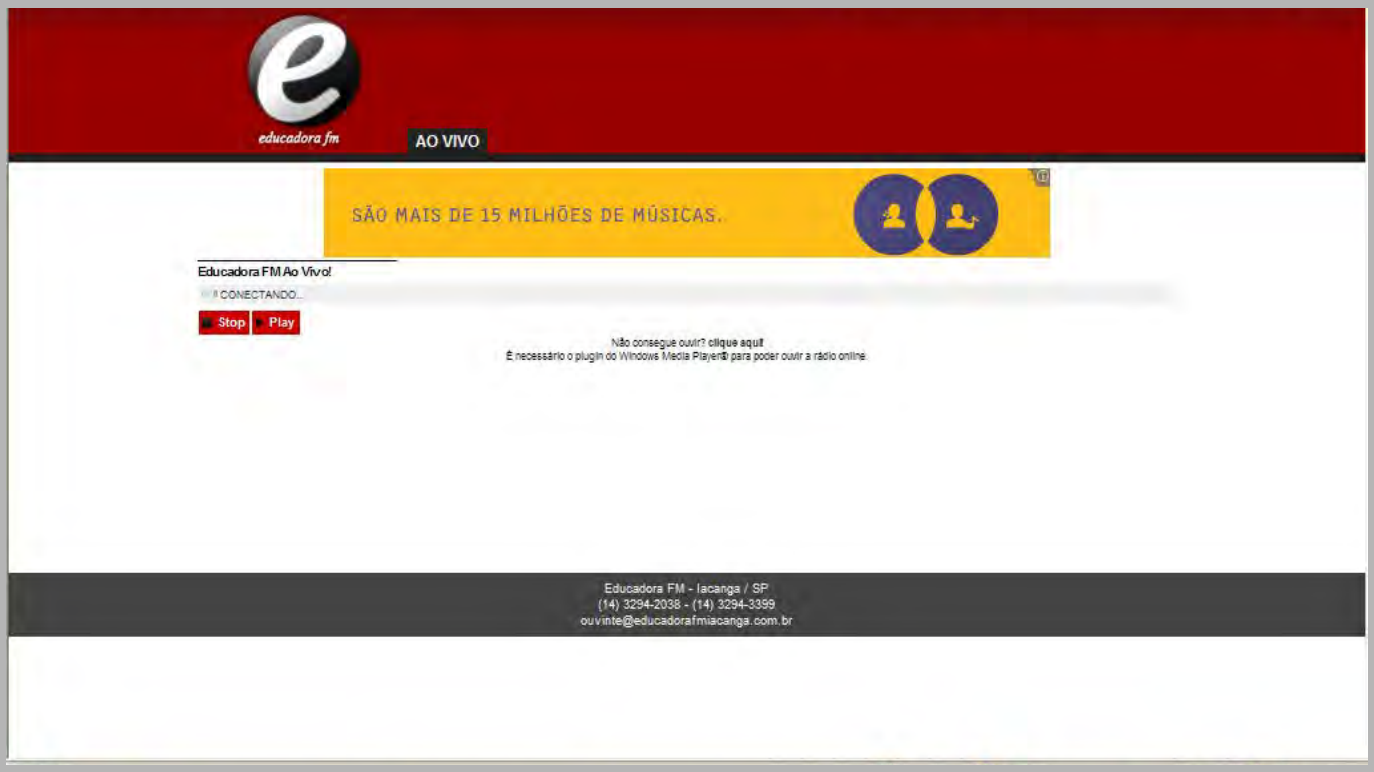
RÁDIO VIC FM 87,5 (87,5 MHz, <www.radiovicfm.com.br>, Guarulhos-SP, 1.221.979 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

ALIANÇA FM (87,5 MHz, <www.radiocomunitariaalianca.com.br>, Guarulhos-SP, 1.221.979 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



COMUNICATIVA FM (91,1 MHz, <www.radiocomunicativafm.com.br>, Hortolândia-SP, 192.692 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

EDUCADORA (104,9 MHz, <www.educadorafmiacanga.com.br/aovivo>, Iacanga-SP, 10.013 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



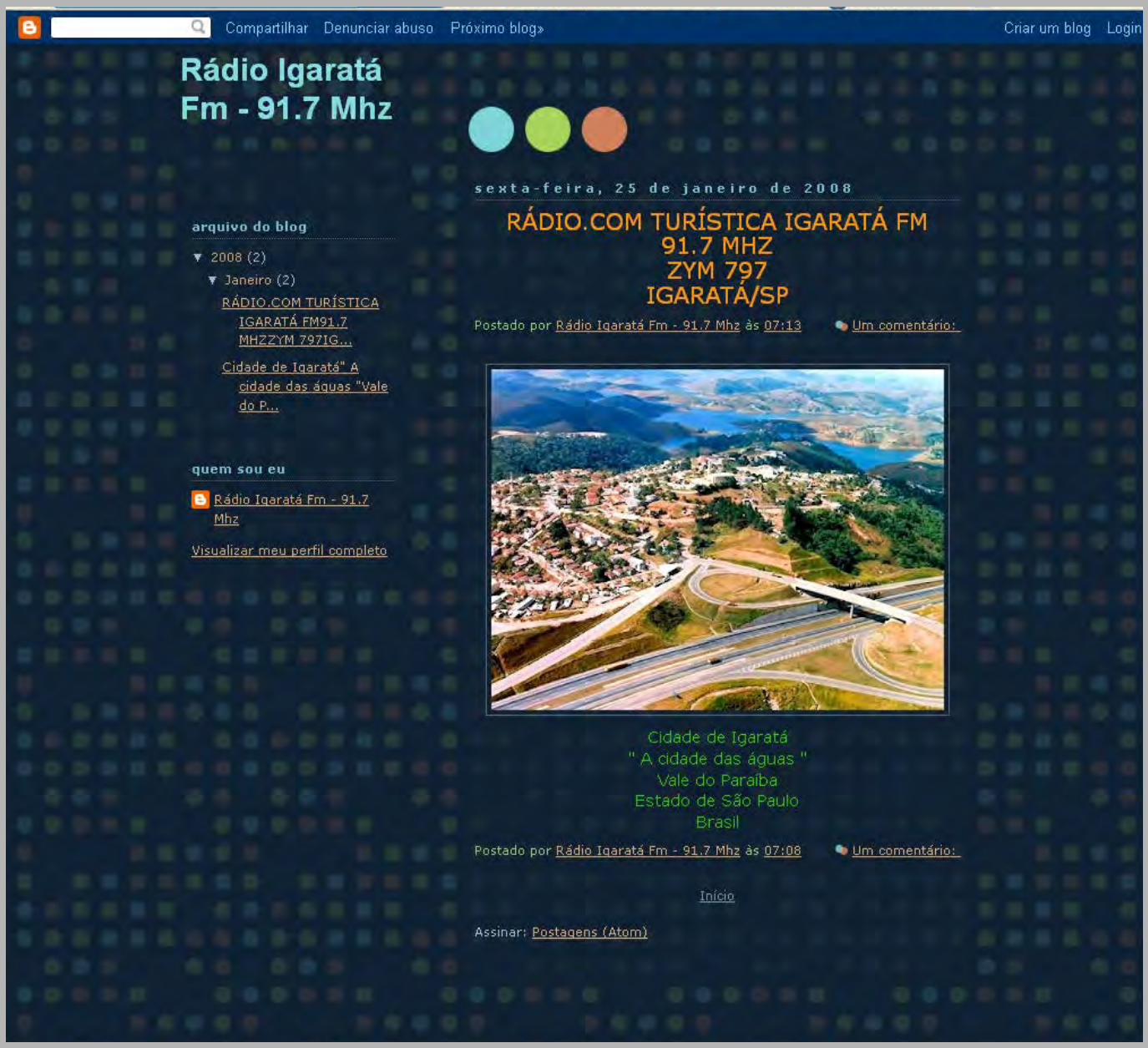
ENCANTO DO PLANALTO (107,9 MHz, <www.encantofm107.com.br>, Ibaté-SP, 30.734 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

SHALOM FM (104,9 MHz, <www.shalomiepe.com.br>, Iepê-SP, 7.628 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

ECLUSA FM (87,9 MHz, <radioeclusafm.webnode.com.br>, Igaraçu do Tietê-SP, 23.362 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

CIDADE FM (105,9 MHz, <cidadefmigarapava.com>, Igarapava-SP, 27.952 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

TURÍSTICA IGARATÁ FM (91,7 MHz, <igaratafm.blogspot.com.br>, Igaratá-SP, 8.831 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

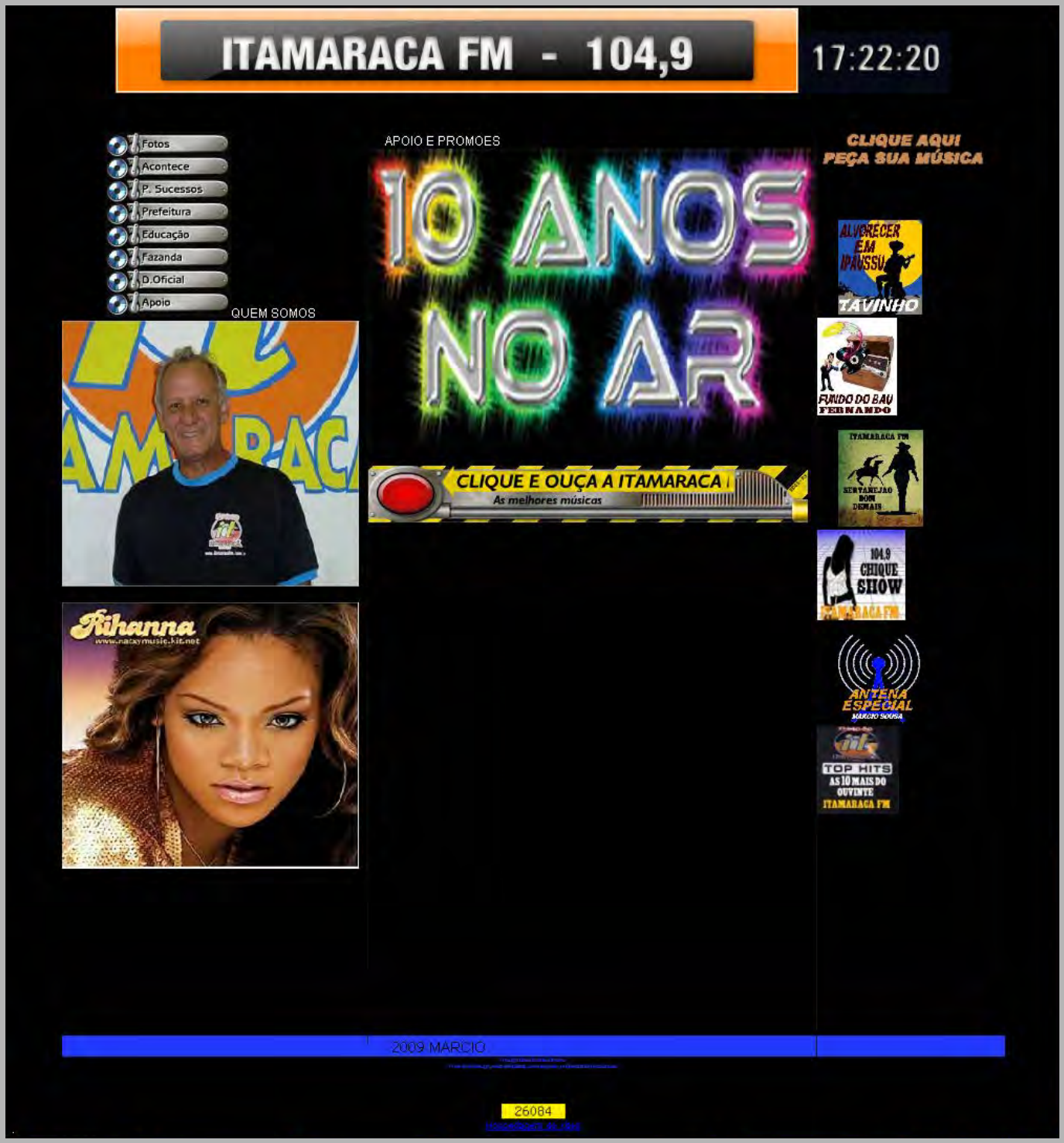


ASTRAL FM (87,9 MHz, <musikcity.mus.br/ra/astralfmilhacomprida.html>, Ilha Comprida-SP, 9.025 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

CIDADE FM (104,9 MHz, <www.cidadefmilhabela.xpg.com.br>, IlhaBela-SP, 28.196 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

BEIRA RIO FM (87,9 MHz, <beirario87fm.com>, Indiaporã-SP, 3.903 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

ITAMARACÁ FM (104,9 MHz, <www.itamaracafm.com>, Ipaussu-SP, 13.663 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



SUCESSO FM (106,3 MHz, <www.sucessofmiracemapolis.com.br>, Iracemápolis-SP, 20.029 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

RADIO ROTARY (87,9 MHz, <www.radiorotaryfm.com.br>, Itaí-SP, 24.008 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

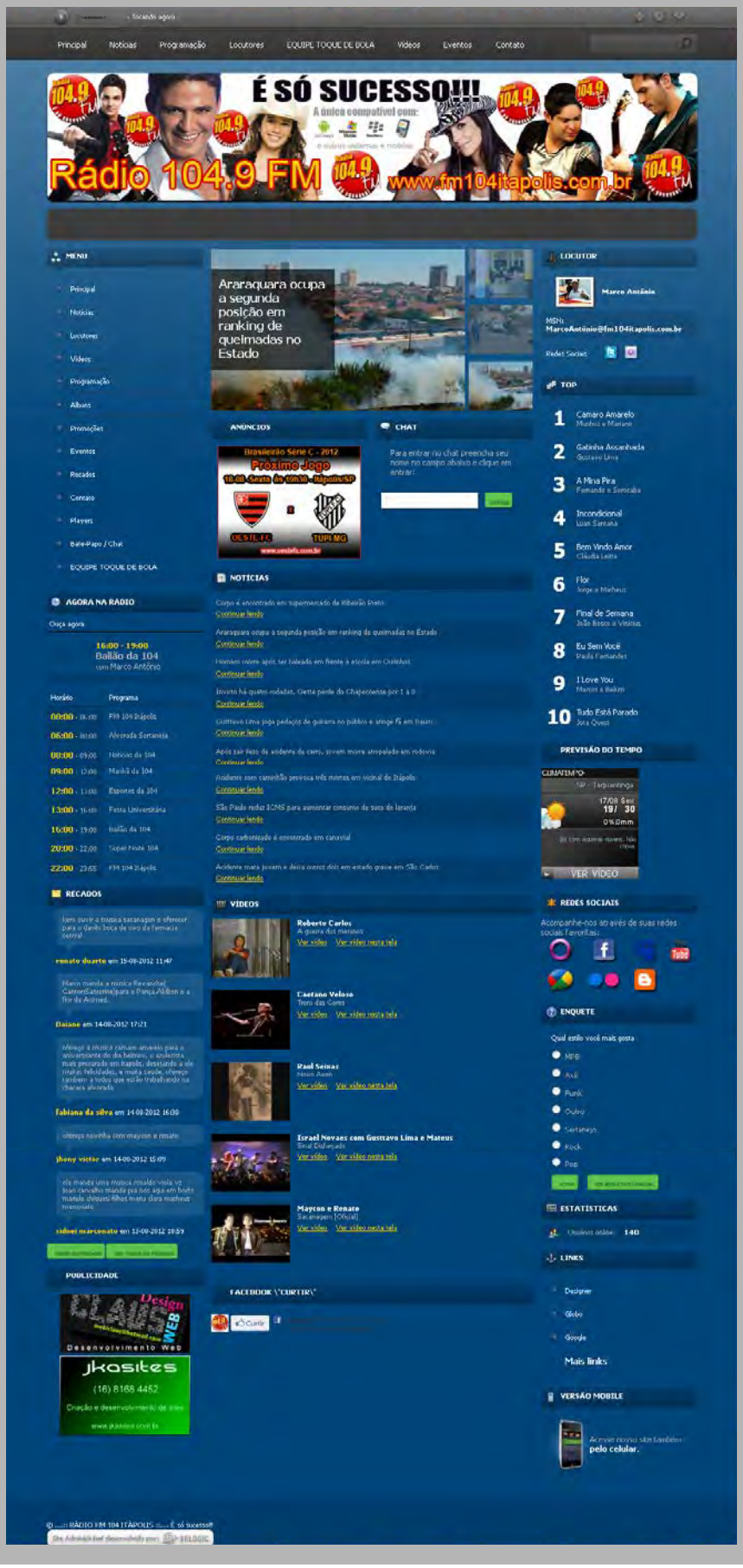
NOVA 1 FM (104,9 MHz, <nova1fm.blogspot.com.br>, Itajobi-SP, 14.556 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

RADIO CIDADE 104,9 (104,9 MHz, <www.radiocidadeita1049.com.br>, Itanhaém-SP, 87.057 habitantes)
Acesso em: 16 Agoo. 2012

RADIO 87 FM (87,9 MHz, <www.portal87fm.com.br>, Itapeva-SP, 87.753 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

NOVO CANTICO FM (87,9 MHz, <www.novocanticofm.com.br>, Itapira-SP, 68.537 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

104,9 FM (104,9 MHz, <www.fm104itapolis.com.br>, Itápolis-SP, 40.051 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



VERDE É VIDA FM (87,9 MHz, <verdevidafm.blogspot.com.br>, Itapuí-SP, 12.173 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

PAZ FM (105,9 MHz, <www.radiodapazfm.com.br>, Itatiba-SP, 101.471 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

FELIZ CIDADE FM (87,9 MHz, <www.felizcidadefm.com.br>, Itatinga-SP, 18.052 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

SINAI FM (105,9 MHz, <sinaifm.blogspot.com>, Itirapina-SP, 15.524 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

Página Inicial | Programação | Fotos | Chat [Bate Papo]

Página Inicial - Boas Vindas.

Seja bem vindo ao site da Rádio Sinai Fm - Itirapina SP, ouvinte. Funcionando há anos, a Rádio Sinai é transmitida somente na cidade de Itirapina por ser uma Rádio Comunitária. Tendo como Diretor Presidente Eduardo Meneghin, a Rádio conta com uma variedade de locutores voluntários, que, com boa vontade, que fazem de seu dia, um dia melhor.

Novamente, ouvintes, sejam bem vindos ao Site! Aproveitem !

Início

OUVINTES

Participar deste site
Google Friend Connect

Membros (4)

Já é um membro? Fazer login

NOVIDADES

Nenhuma Novidade no momento.

QUADRO DE AVISOS

Este é o Quadro de Avisos do Site da Radio Sinai FM.

Aqui ficará avisos importantes, para ouvintes, ou até mesmo para locutores.
Sem avisos importantes no momento

CONTATO

Para entrar em contato com a Rádio, para fazer um pedido de música, ligue para (19) 3575-1021.
Para dar sugestões ao site, ou tirar alguma duvida, ou outra coisa do tipo, mande um email para sinaifmitirapina@yahoo.com.br

Esperamos sua ligação, e/ou seu email !

Site Rádio Sinai FM - Copyright © 2010 -

quinta-feira, 16 de agosto de 20

NOVA ITUPEVA (105,9 MHz, <www.itupevaonline.com.br>, Itupeva-SP, 44.859 habitantes
Acesso em: 16 Ago. 2012

Itupeva Online

principal

Primeira Página
Últimas Noticias
Mais Lidas
Fale Conosco

assuntos

Brasil
Ciência e Saúde
Educação
Esportes
Itupeva
Jundiaí
Mundo
Polícia
Política
Região
Tecnologia

RADIO AO VIVO NET1

Clique na imagem

Pr Décio terá posse como titular da 1ª Igreja Batista de Itupeva

Líder evangélico atuante no município, Décio da Silva será recebido pela igreja em um culto comemorativo no próximo ...

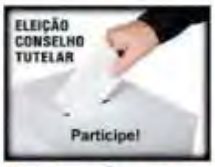
Jovens lançam trator no lago do Parque da cidade

Eleição do Conselho Tutelar será sábado em Itupeva

Adote o Amarelo, ele

CONPASI convida os pastores para reunião no mês de agosto

Itatiba: Estudante é molestada por colegas em ônibus escolar



Eleição do Conselho Tutelar será sábado em Itupeva

Adote o Amarelo, ele pode ser o seu grande amigo

Menor é flagrado pilotando moto

Marcha para Jesus reúne 8 mil pessoas em Itupeva

Menor bate moto e garupa de 13 anos morre em Jundiaí

Motociclista tem mal súbito e morre na estrada de Itupeva

Aumento do IPI causa queda na venda de carros importados

Veículo dirigido por idoso poderá ter adesivo identificador

As salsichas mais saborosas são as mais prejudiciais à saúde

Americano é condenado á morte

Prefeitura de Itupeva vai entregar as 144 casas da CDHU no dia 28 de abril

Prefeitura de Vinhedo abre 136 vagas

Itupeva realiza oitava corrida dos Inconfidentes

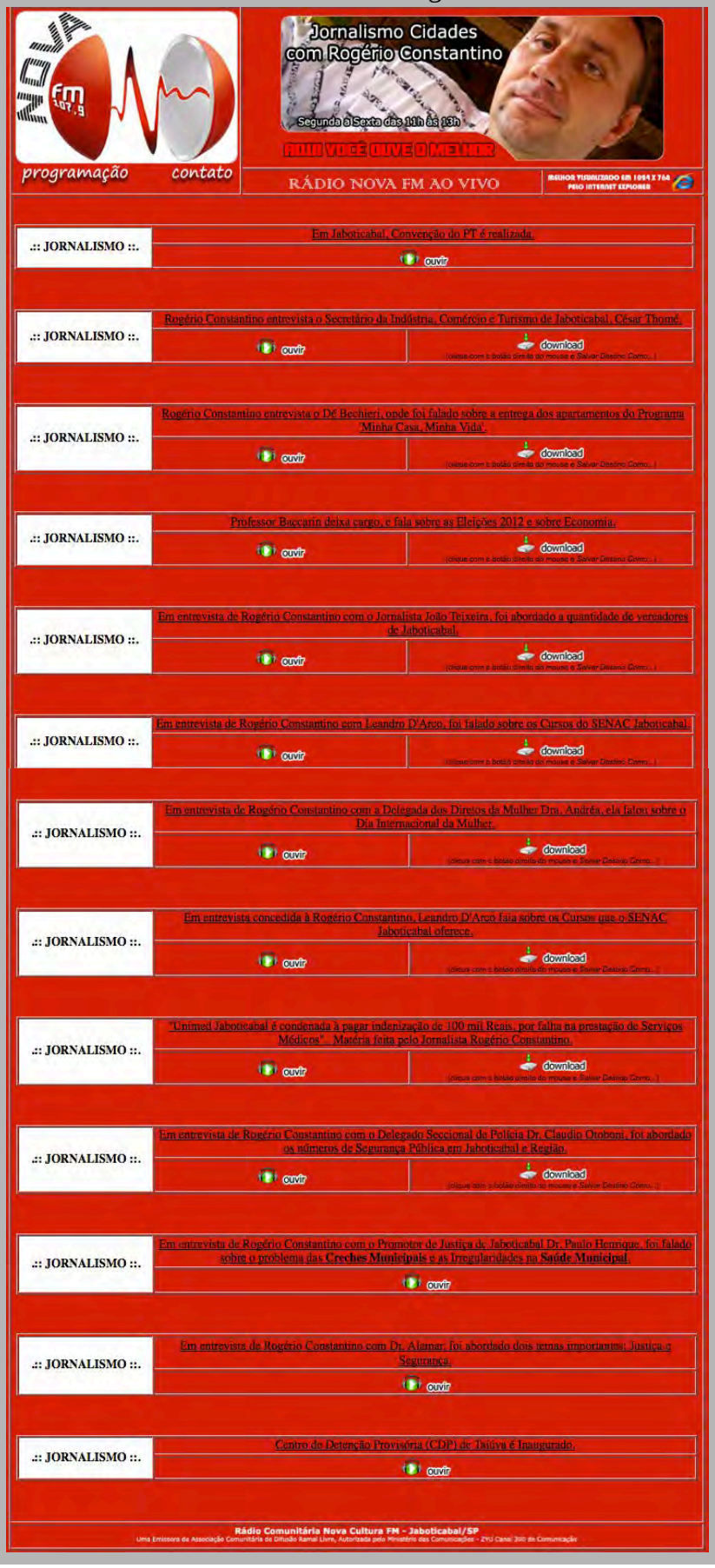
Mais lidas:

© Copyright 2010 Itupeva Online - Todos os direitos reservados - Contato: falecom@itupevaonline.com.br - Itupeva - SP

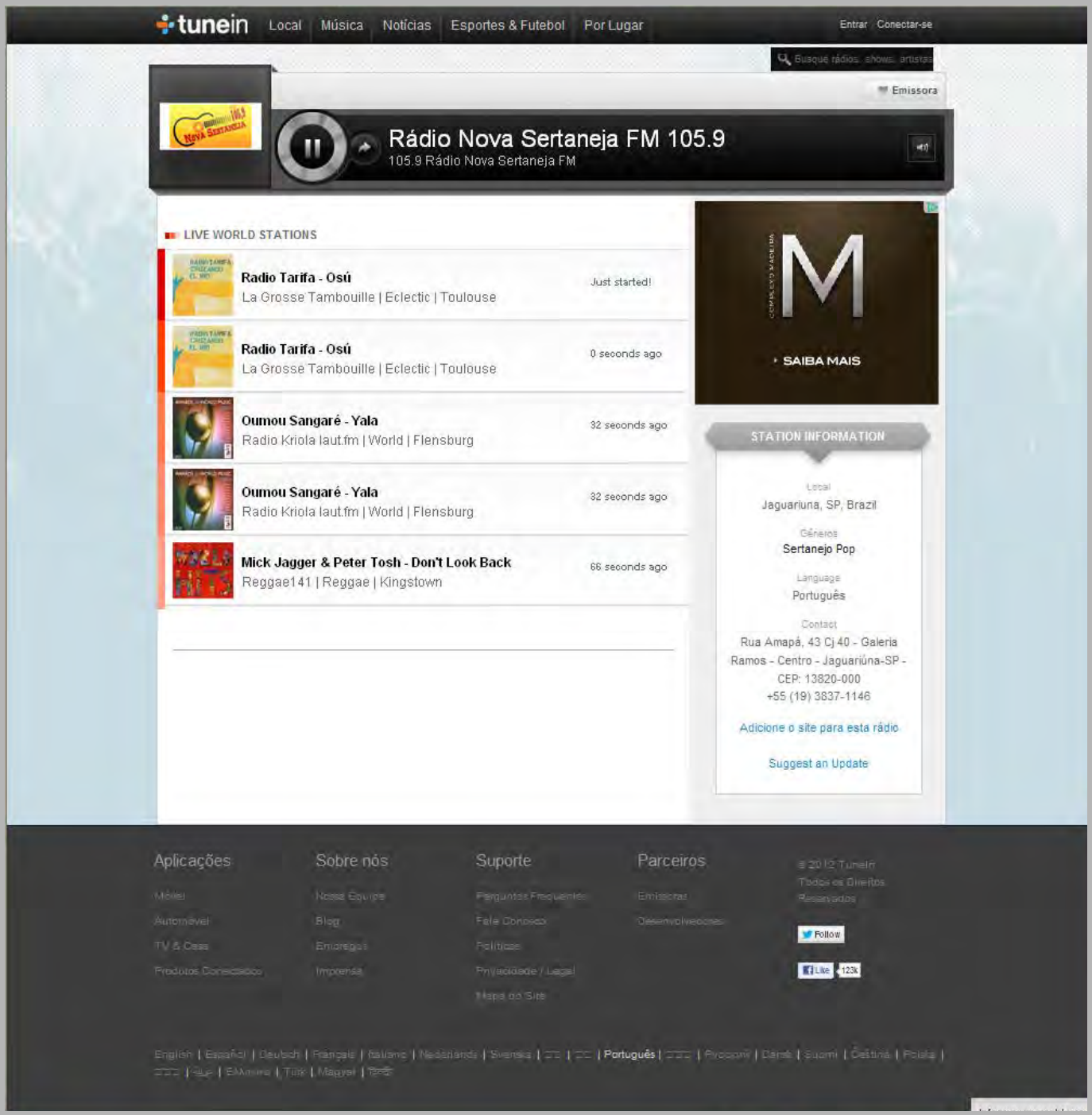
SUPER ATIVA (105,9 MHz, <www.superativafm.com.br>, Ituverava-SP, 38.695 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

GAZETA FM (107,9 MHz, <www.radiogazetafm.com.br>, Jaboticabal-SP, 71.662 habitantes)
Acesso em 16 Ago. 2012

RÁDIO NOVA FM (107,9 MHz, <www.radiocomunicativanovafm.com.br>, Jaboticabal-SP, 71.662 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



NOVA SERTANEJA (105,9 MHz, <tunein.com/radio/Radio-Nova-Sertaneja-FM-1059-s118552>, Jaguariúna-SP, 44.311 habitantes)
Acesso em: 23 Ago. 2012



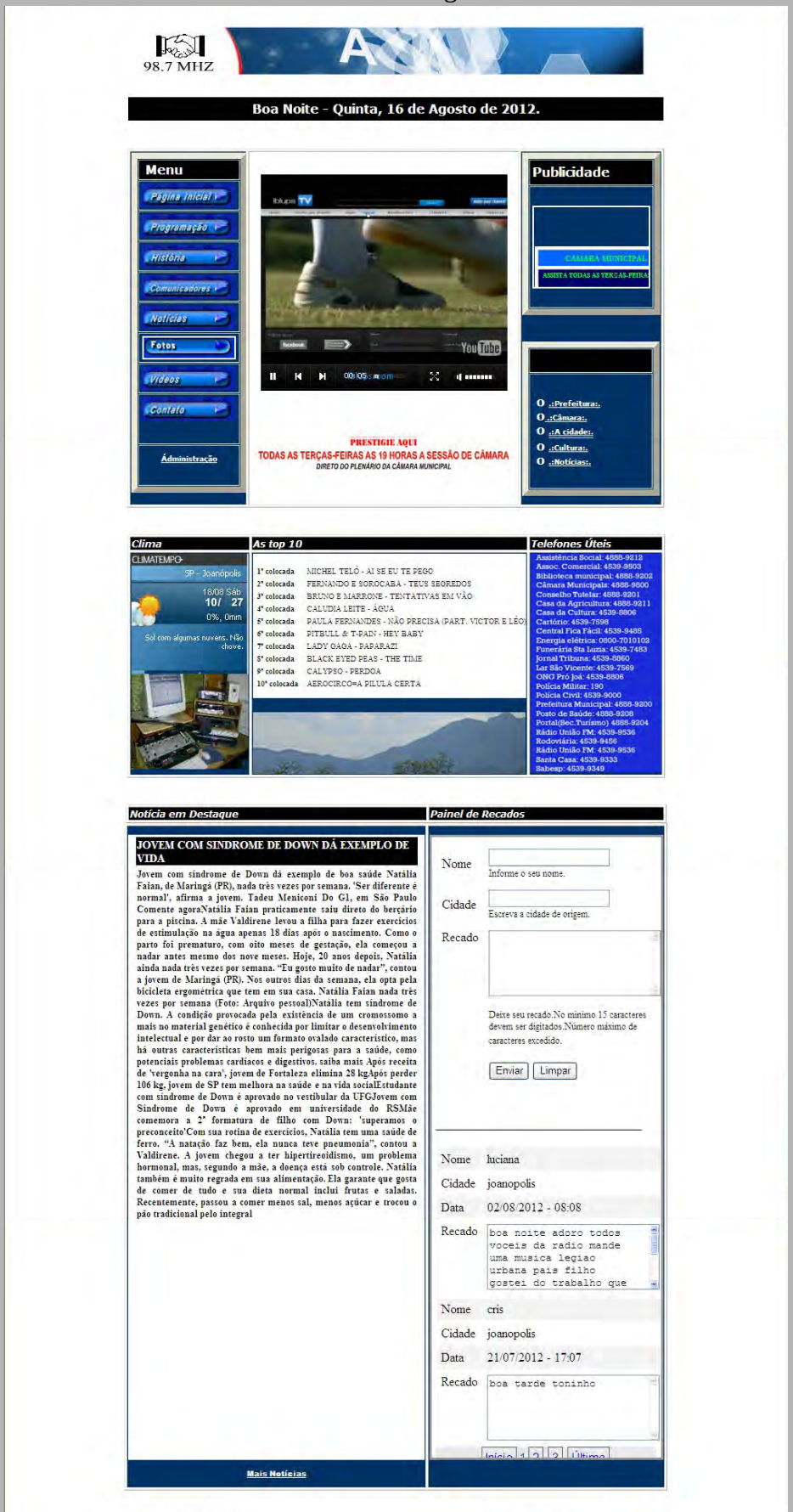
MORIAH FM (105,9 MHz, <www.moriahfm.com.br>, Jales-SP, 47.012 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

JAMBEIRO FM (104,9 MHz, <www.jambeirofm.com.br>, Jambeiro-SP, 5.349 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

ASTRAL FM (87,5 MHz, <www.radioastralfm.com.br>, Jandira-SP, 108.344 habitantes
Acesso em: 16 Ago. 2012

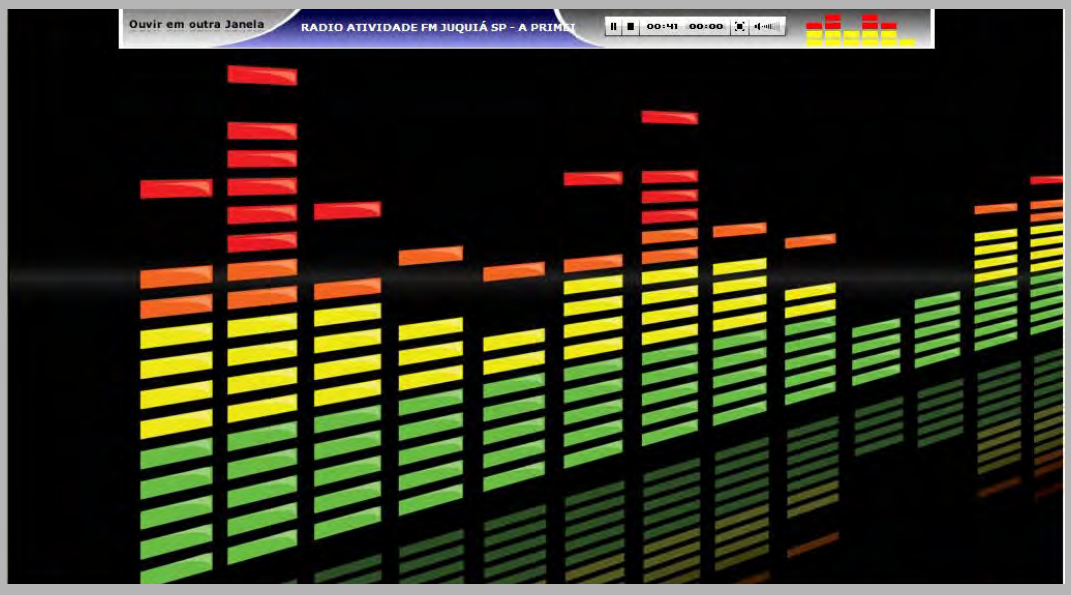
RÁDIO CIDADE JAÚ FM (87,9 MHz, <www.cidadejaufm.com>, Jaú-SP, 131.040 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

UNIÃO FM (98,7 MHz, <www.uniaofmjoa.com>, Joanópolis-SP, 11.768 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

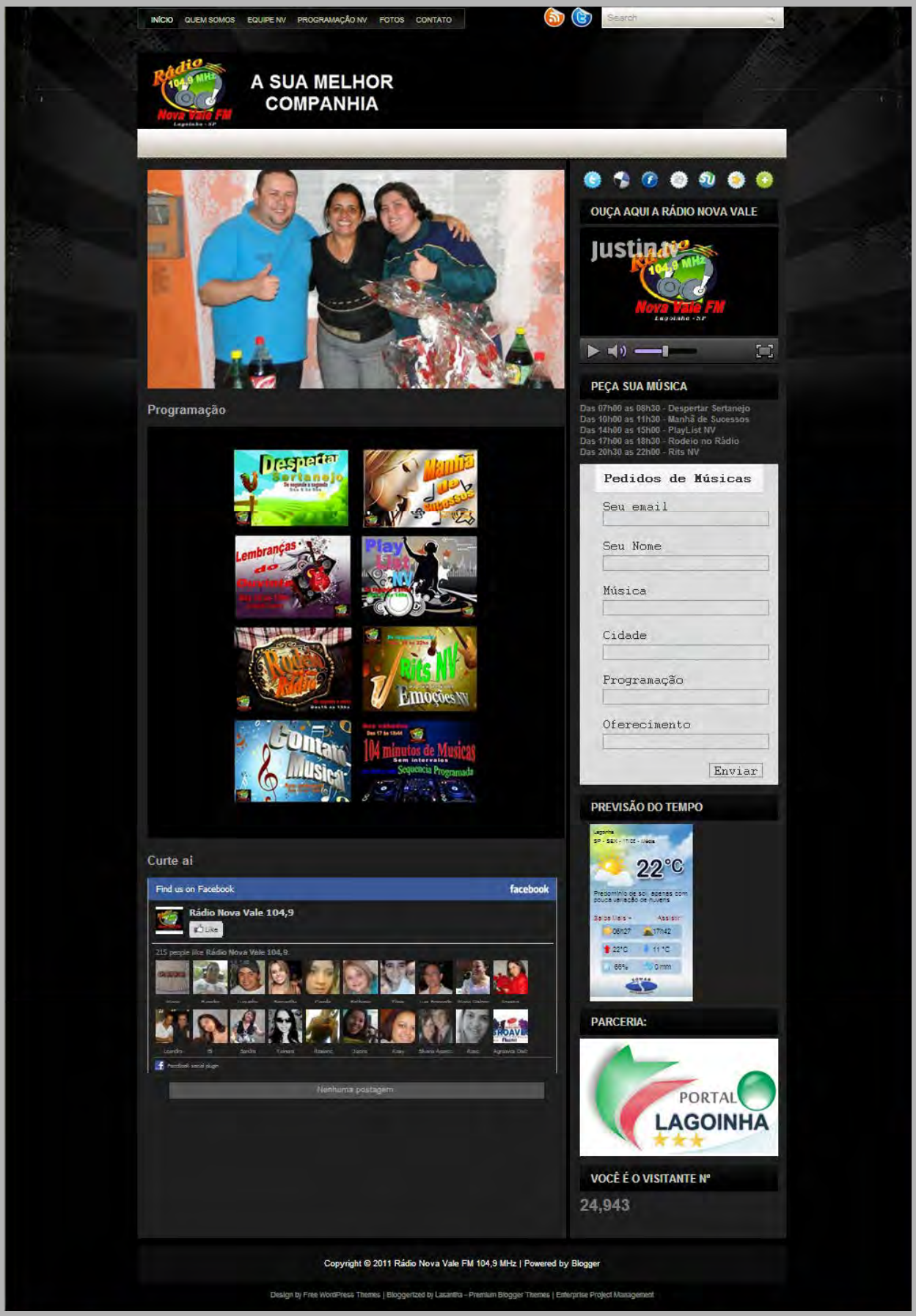


DIGITAL FM (98,7 MHz, <digital98.com.br>, João Ramalho-SP, 4.150 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

ATIVIDADE FM (87,9 MHz, < www.sitesuperfacil.com.br/ssf/index_site.php?uid=6449 - www.radioatividadejuquia.com.br>, Juquiá-SP, 370.126 habitantes)



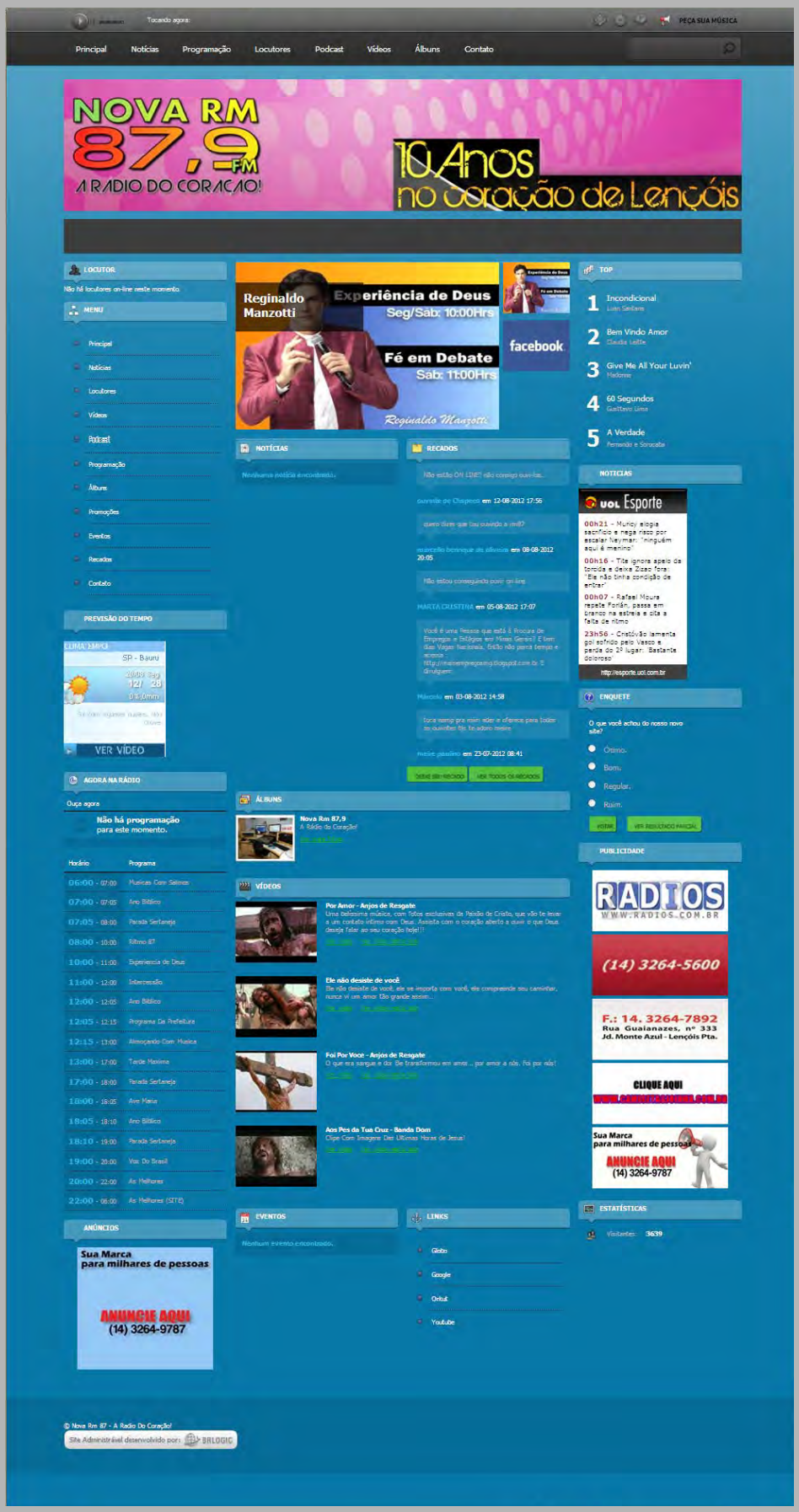
NOVA VALE FM (104,9MHz, <www.radionovavale.com.br>, Lagoinha-SP, 4.841 habitantes
Acesso em: 16 Ago. 2012



RÁDIO DYNÂMICA(104,9 MHz, <www.radiodynamica.com.br>, Laranjal Paulista-SP, 25.251 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

LAVÍNIA FM (104,9 MHz, <www.radiolaviniafm.com>, Lavínia-SP, 8.779 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

NOVA RM 87,9 (87,9 MHz, <www.novarm87.com.br>, Lençóis Paulista-SP, 61.428 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

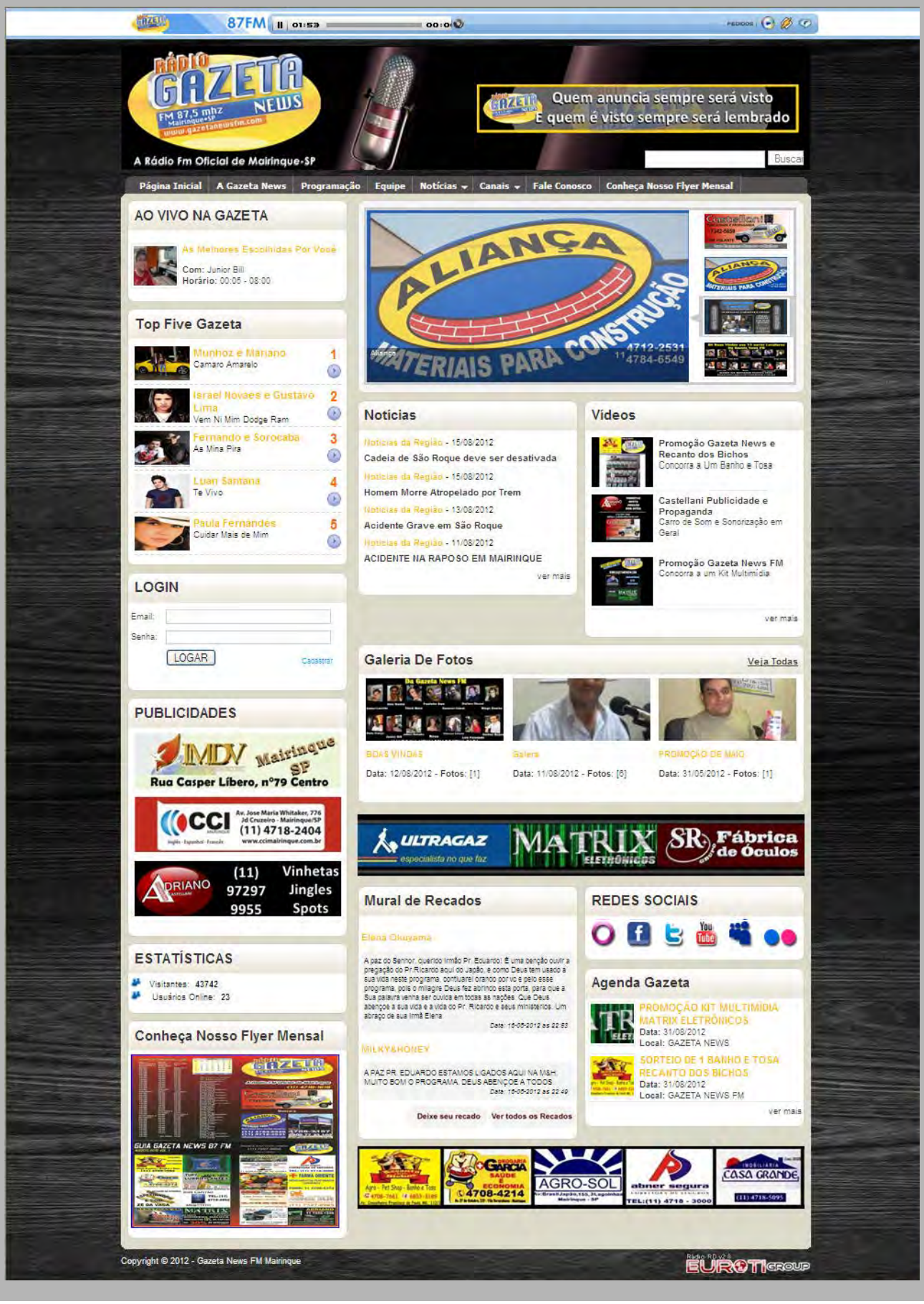


PARAISO FM (106,3 MHz, <radioparaisofm.blogspot.com - www.ieadl.com.br>, Limeira-SP, 276.022 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

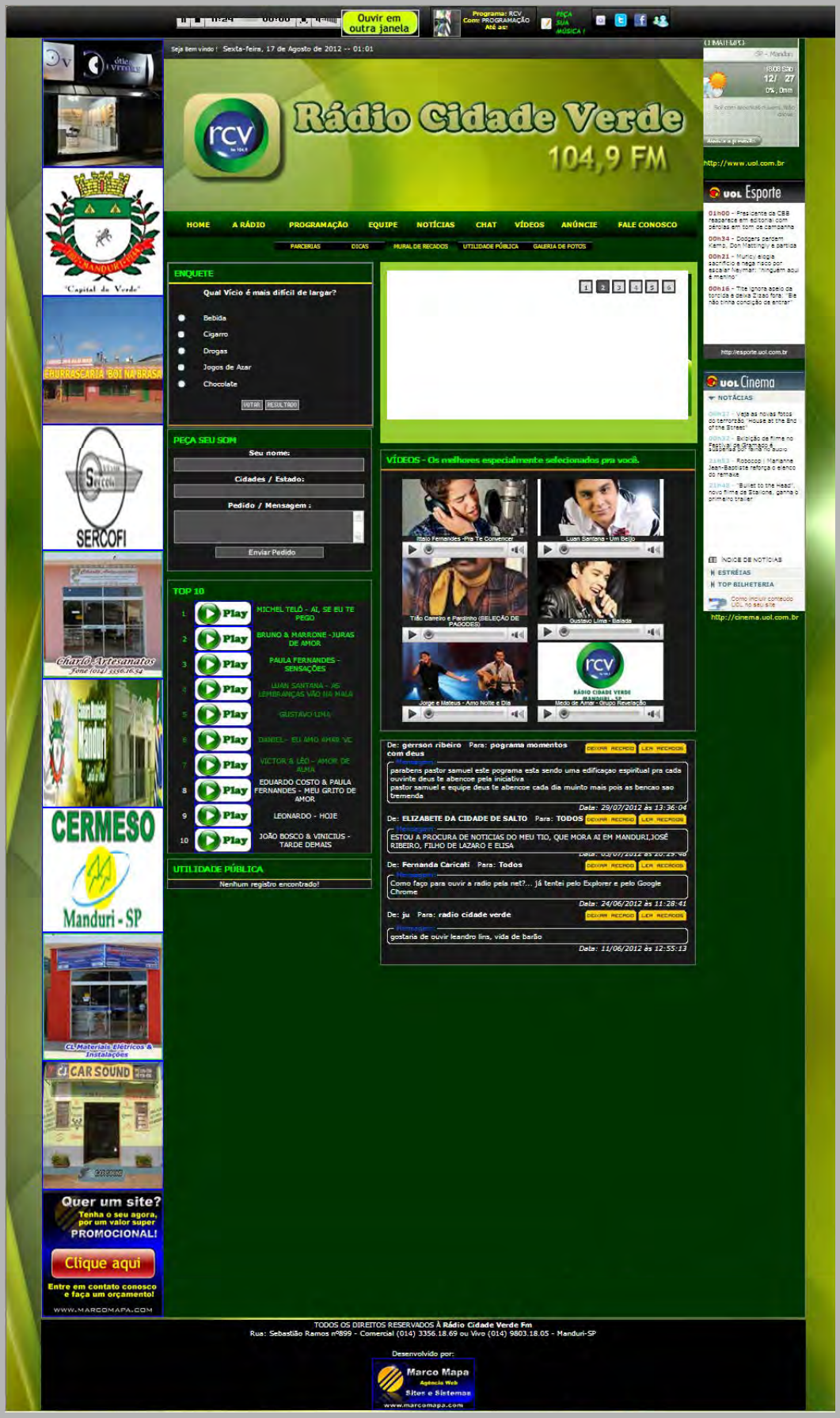
NOVO TEMPO FM (105,9 MHz, <www.rntfm.com.br>, Louveira-SP, 37.125 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012

STÚDIO 1 FM (87,9 MHz, <studio1fm.blogspot.com>, Macaubal-SP, 7.663 habitantes)

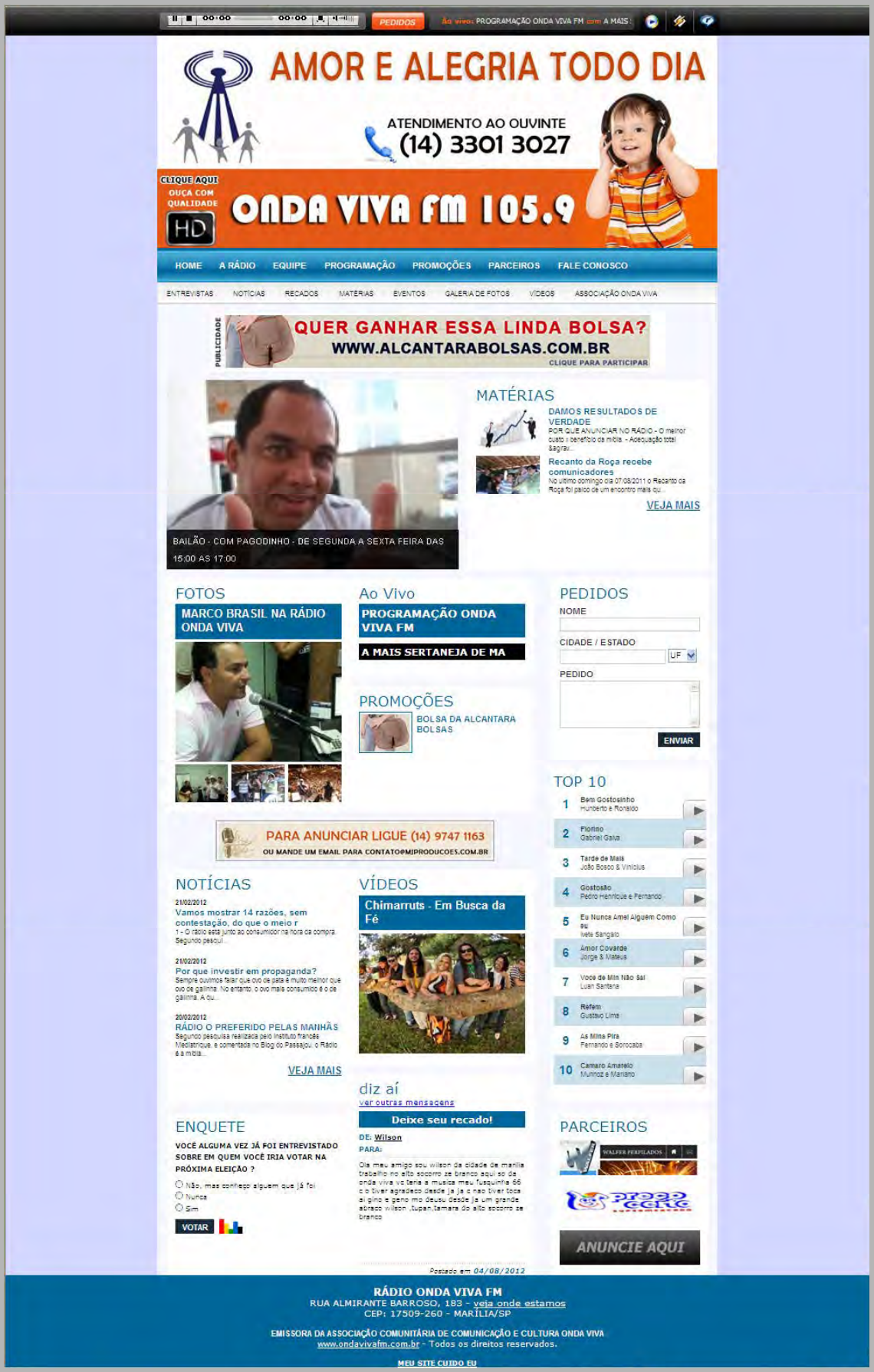
GAZETA NEWS FM (85,7 MHz, <www.gazetanewsfm.com>, Mairinque-SP, 43.223 habitantes)
Acesso em: 16 Ago. 2012



CIDADE VERDE FM (104,9 MHz, <www.radiocidadeverdefm.com.br>, Manduri-SP, 8.992 habitantes)
Acesso em 17 Ago. 2012



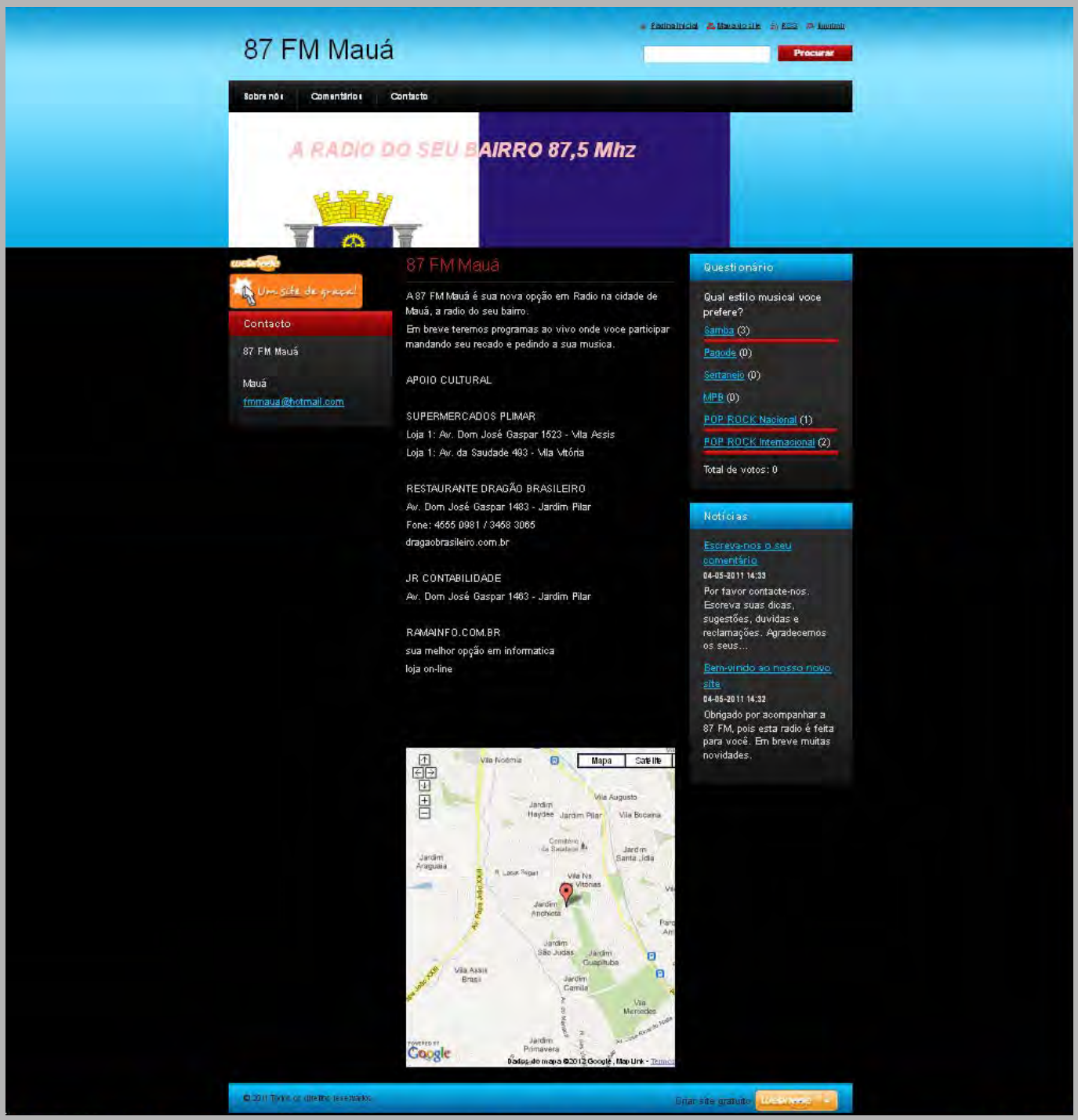
ONDA VIVA FM (105,9 MHz, <www.ondavivafm.com.br>, Marília-SP, 216.714 habitantes)
Acesso em 17 Ago. 2012



NOVA ONDA FM (104,9 MHz, <www.novaondafm104.com.br>, Martinópolis-SP, 2.113 habitantes)
Acesso em: 17 Ago. 2012

EDUCADORA FM (104,9 MHz, <www.radioeducadorafm.com.br>, Matão-SP, 76.786 habitantes)
Acesso em: 17 Ago. 2012

87 FM MAUÁ (87,5 MHz, <fmmaua.webnode.pt>, Mauá-SP, 417,064 habitantes
Acesso em 17 Ago. 2012



RÁDIO Z FM (87,5 MHz, <www.radiozfm.org - www.radiozfm.org/index.php>, Mauá-SP, 417.064 habitantes)
Acesso em: 17 Ago. 2012

VOICE FM (87,9 MHz, <voicefm.in>, Mendonça-SP, 4.640 habitantes)
Acesso em: 17 Ago. 2012

MESOPOLITANA FM (105,9 MHz, <www.mesopolitanafm.com.br>, Mesópolis-SP, 1.886 habitantes)
Acesso em: 17 Ago. 2012

CENTENÁRIO FM (104,9 MHz, <www.centenariofm.vipradios.com>, Mineiros do Tietê-SP, 12.038 habitantes)
Acesso em: 20 Ago 2012

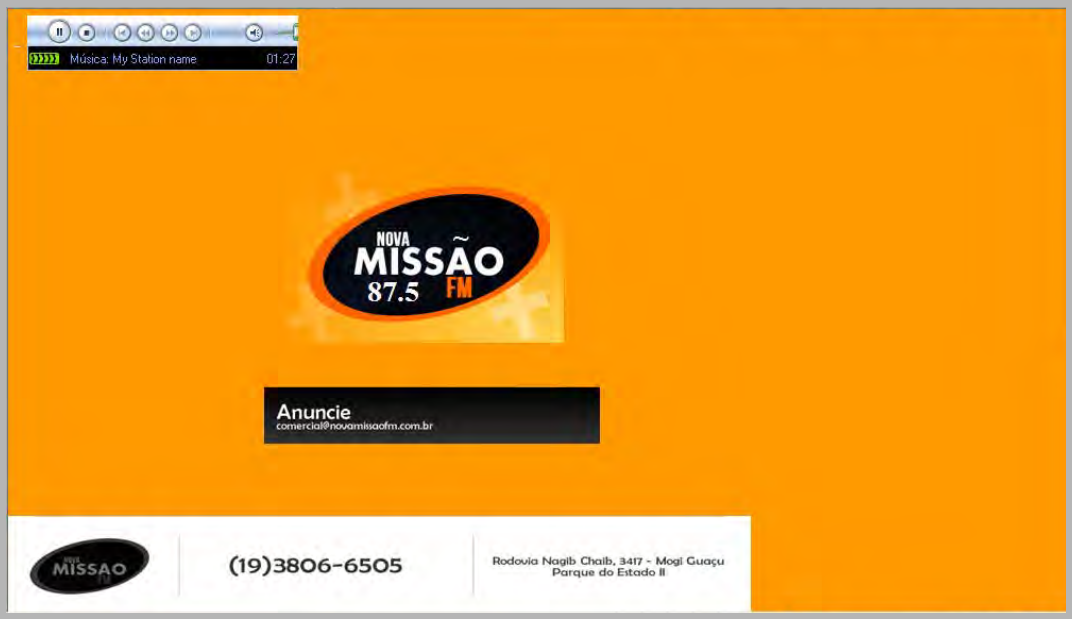
ALTERNATIVA FM (104,9 MHz, <www.alternativa104fm.com.br>, Mirante do Paranapanema-SP, 17.059 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

RÁDIO CARAMELO TAIÁ FM (87,5 MHz, <www.caramelotaia.fm.br>, Mogi da Cruzes-SP, 387.779 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

GAROTA FM (87,5 MHz, <www.radiogarotafm.com.br>, Mogi da Cruzes-SP, 387.779 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

MUNDO MELHOR FM (87,9 MHz, <www.matrizimaculada.com.br>, Mogi Guaçu-SP, 137.245 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

NOVA MISSÃO FM (87,9 MHz, <www.novamissaofm.com.br - novamissaofm.webcindario.com >, Mogi Mirim-SP, 86.505 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



MONGAGUÁ FM (92,5 MHz, <www.radiomongaguafm.com.br>, Mongaguá-SP, 46.293 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

ALTERNATIVA FM (87,9 MHz, <www.radioalternativafm.net>, Monte Alto-SP, 46.642 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

CIDADE FM (87,9 MHz, <www.cidade87fm.com.br>, Monte Aprazível-SP, 21.746 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

DIGITAL FM (87,9 MHz, <www.fmdigitalfm.com.br>, Monte Castelo-SP, 4.063 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

PRIMA FM(105,9 MHz, <www.primafm.com.br>, Monte Mor-SP, 48.949 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

ATIVIDADE FM (87,9 MHz, <www.fmatividade.net>, Muritinga do Sul-SP, 4.186 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

REAL FM (87,9 MHz, <realfmnovacampina.blogspot.com.br>, Nova Campina-SP, 8.515 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

ITAQUERÊ FM (87,9 MHz, <radiosnaweb.net/itafm - padreeverson.blogspot.com.br>, Nova Europa-SP, 9.300 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

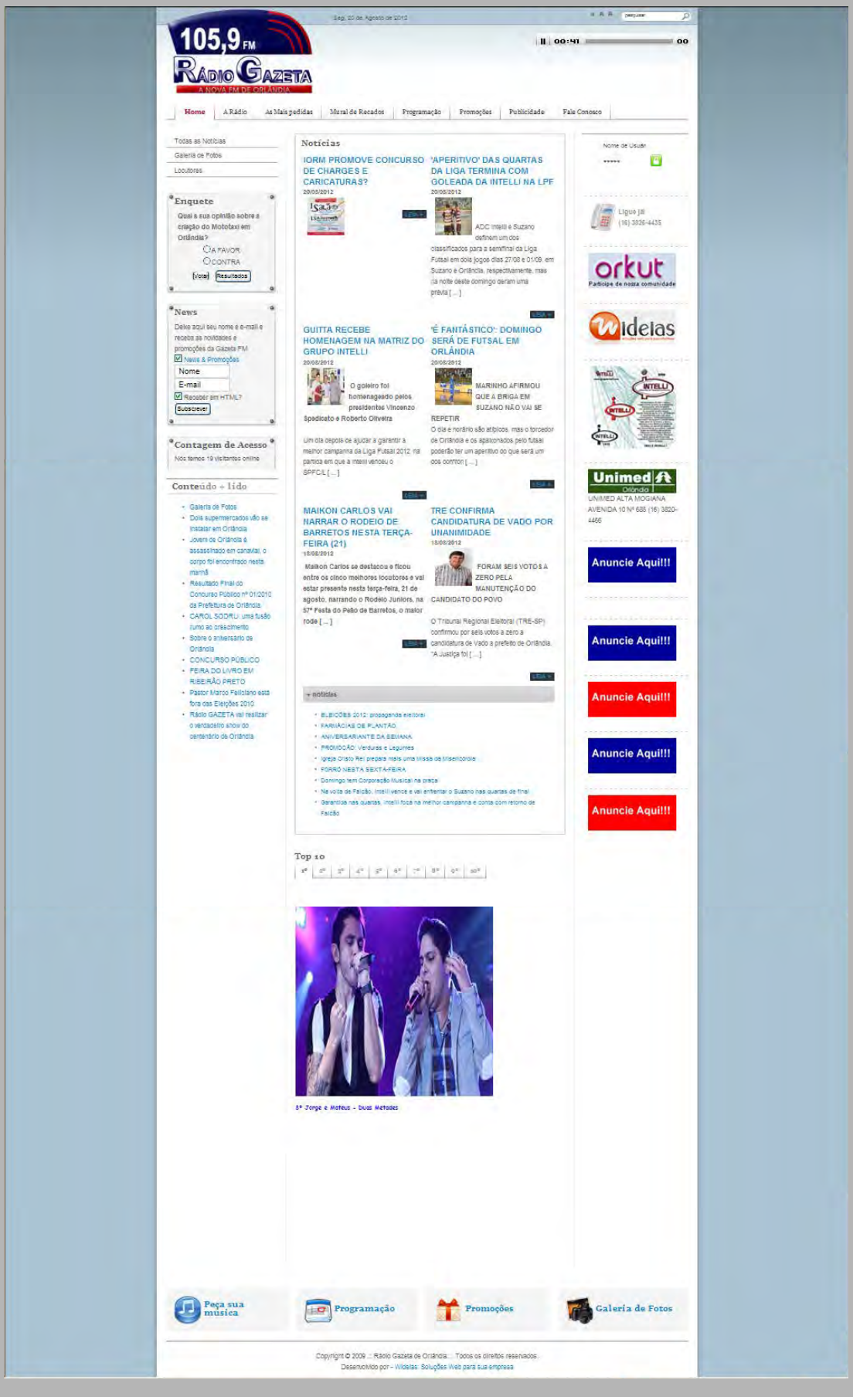
NOVA GRANADA FM (87,9 MHz, <www.novagranadafm.com.br>, Nova Granada-SP, 19.180 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

INDEPENDÊNCIA (87,9 MHz, <blogindependenciafm.blogspot.com.br>, Nova Independência-SP, 3.068 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

PARAISO FM (90,9 MHz, <www.fmparaiso.com>, Nova Odessa-SP, 51.242 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

AMIZADE FM (104,9 MHz, www.radioamizadefm.com>, Novo Horizonte-SP, 36.593 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

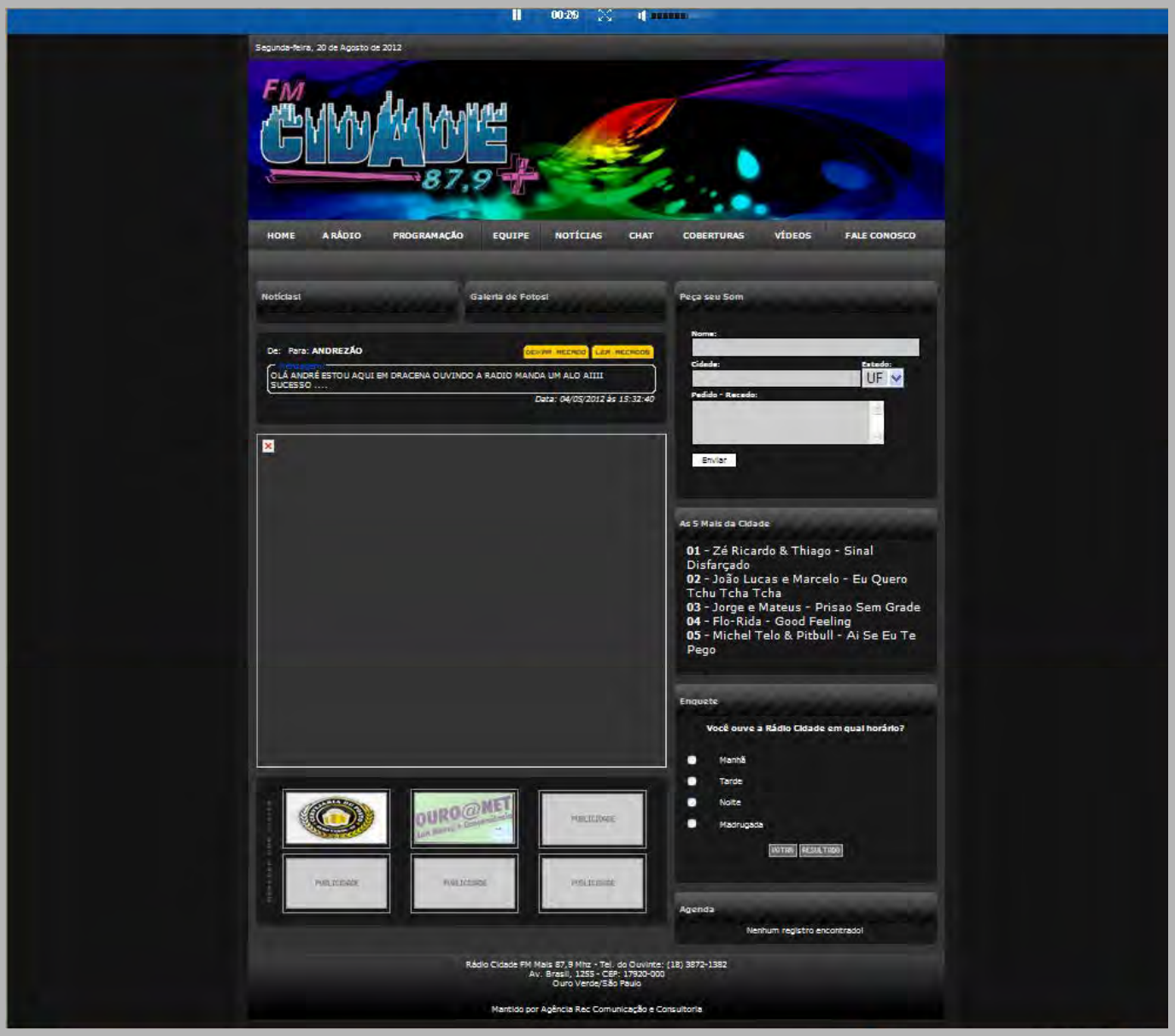
GAZETA FM (105,9 MHz, <www.radiogazetaorlandia.com.br>, Orlândia-SP, 39.781 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



MAX FM (105,9 MHz, <www.maxfm1059.com.br>, Osvaldo Cruz-SP, 30.917 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

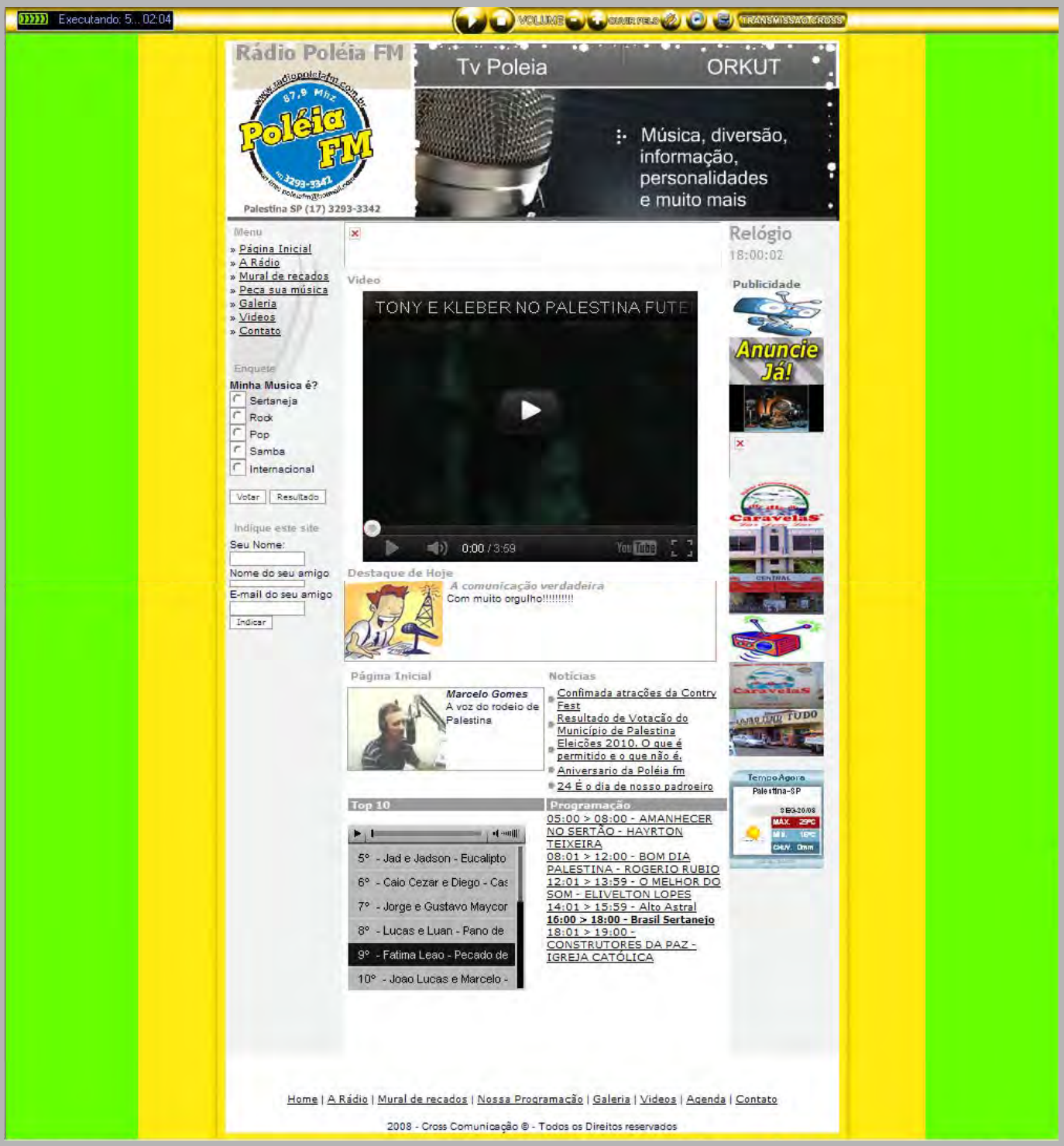
AGAPE FM (107,9 MHz, <www.agapefm.com.br - radioagapefm.webnode.com.br>, Ourinhos-SP, 103.035 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

CIDADE FM (87,9 MHz, <www.fmcidadefm.com.br>, Ouro Verde-SP, 7.800 habitantes)
Acesso em 20 Ago. 2012



STÚDIO FM (87,9 MHz, <www.studiofm87.com>, Ouroeste-SP, 8.405 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

POLEIA FM (87,9 MHz, <www.radiopoleiafm.com.br>, Palestina-SP, 11.051 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



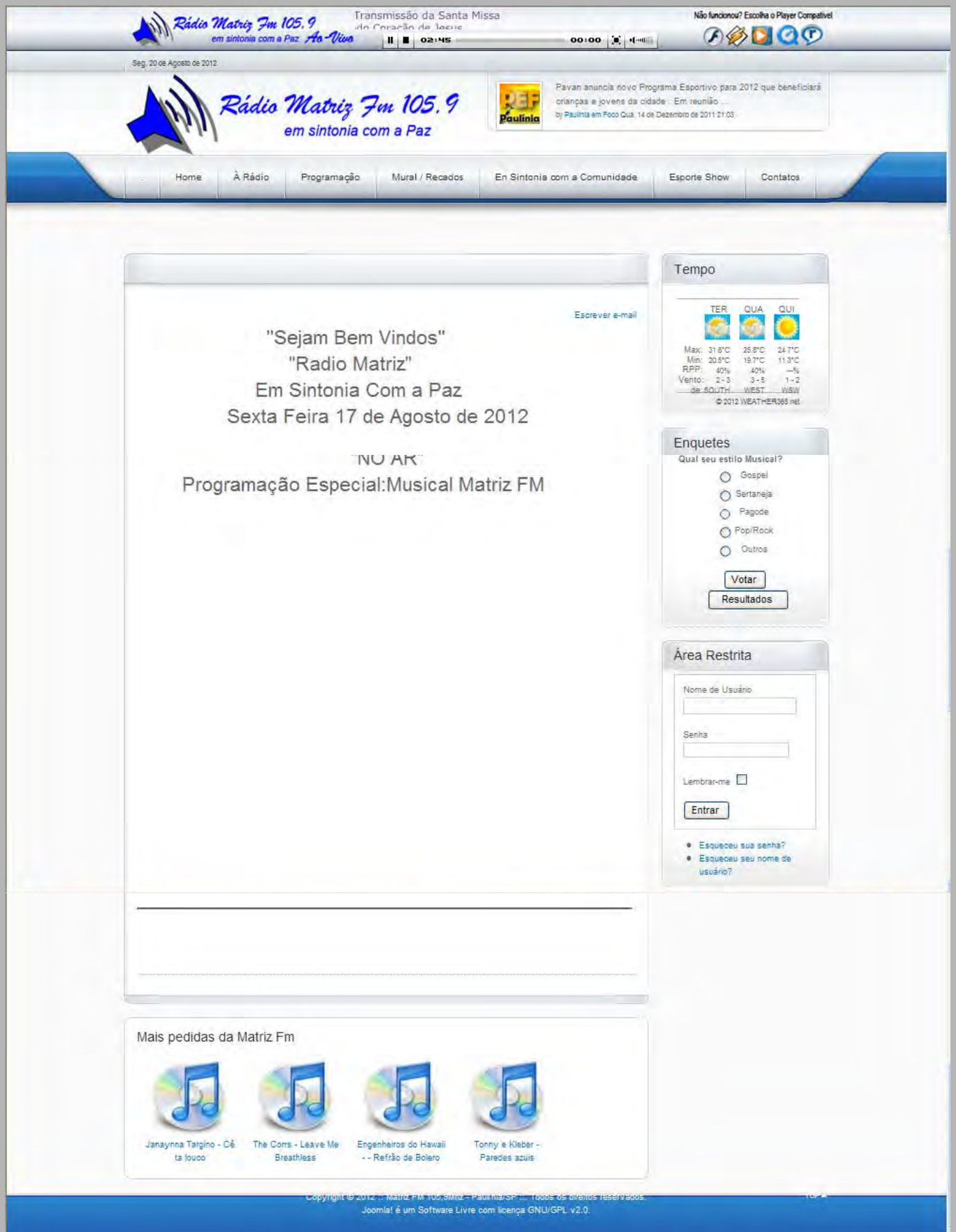
SKALA FM (105,9 MHz, <www.skalafm.org.br>, Palmeira d'Oeste-SP, 9.584 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

PANORAMA FM (87,9 MHz, <www.fmpanoramafm.com.br>, Panorama-SP, 14.583 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

PAIXÃO FM (87,9 MHz, <www.paixaofm.com.br>, Pardinho-SP, 5.582 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

ILHA FM (87,9 MHz, <www.radioilhafm.com.br>, Pariquera-Açu-SP, 18.446 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

MATRIZ FM (105,9 MHz, <www.matrizfm.com.br>, Paulínea-SP, 82.146 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

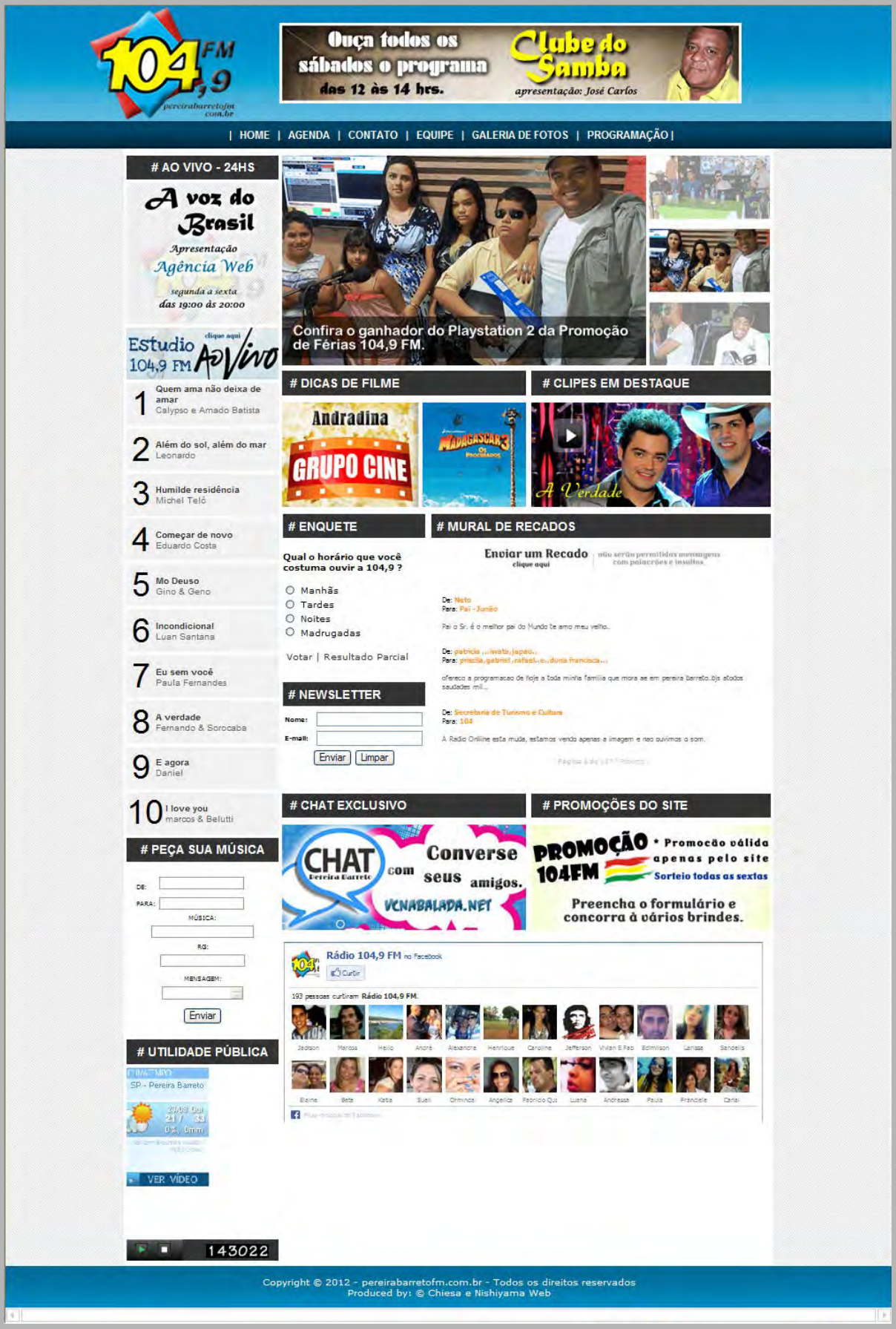


CIDADE ALEGRIA FM (87,9 MHz, < www.radiocidadealegriafm.com.br>, Paulo de Faria- SP, 8.589 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

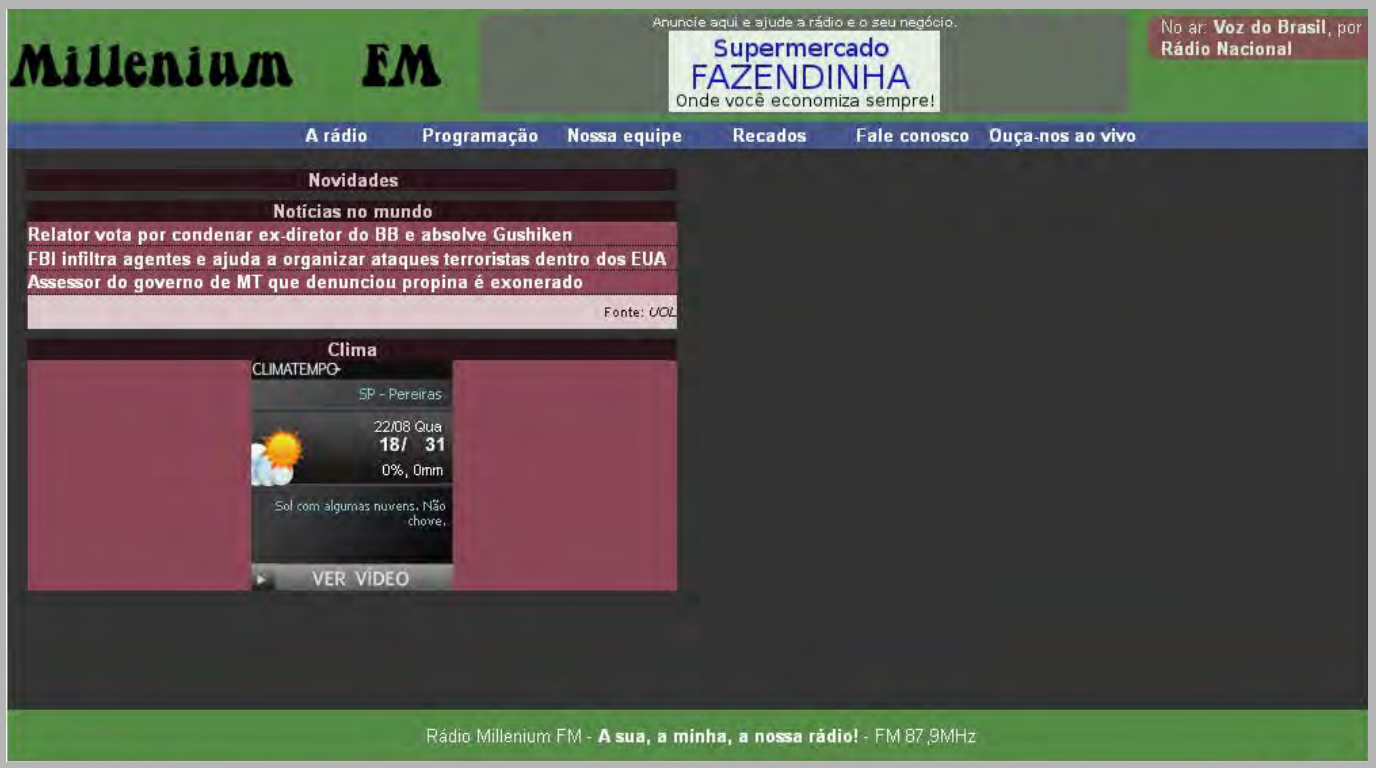
RÁDIO AMÉRICA (87,9 MHz, <www.radioamerica87.com.br>, Pedrinhas Paulista-SP, 2.940 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

ZOAR FM (107,9 MHz, <www.zoarfm.com.br>, Penápolis-SP, 58.510 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

RÁDIO 104,9 FM (104,9 MHz, <www.pereirabarretofm.com.br>, Pereira Barreto-SP, 24.962 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



MILLENIUM FM (87,9 MHz, <www.milleniumfm.com.br>, Pereiras-SP, 7.454 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

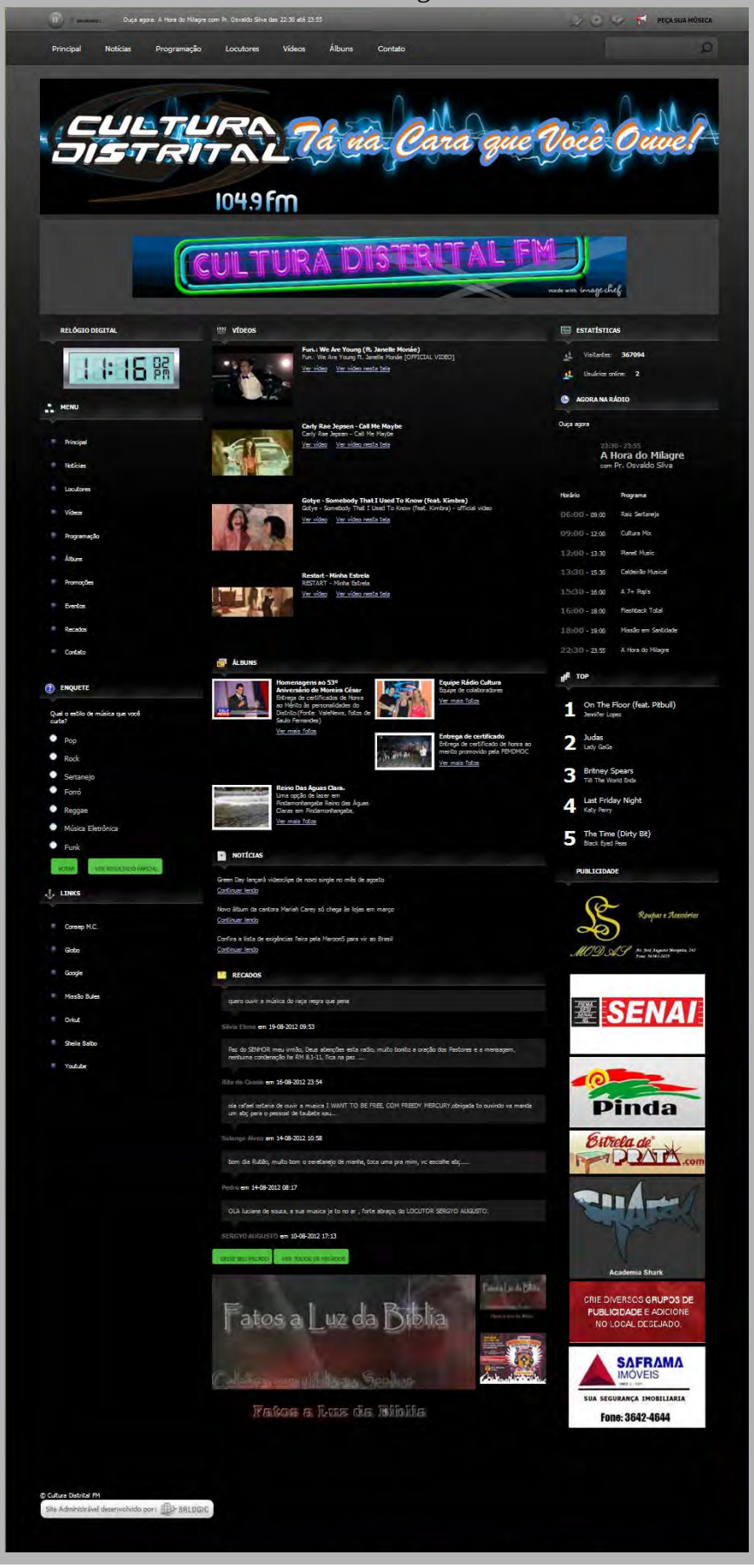


ONDA BRASIL FM (87,9 MHz, <www.ondabrasilfm.blogspot.com.br>, Peruíbe-SP, 59.772 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

NOVA GERAÇÃO (87,5 MHz, <www.radionovageracao.com.br>, Piedade-SP, 52.143 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

RURAL FM (87,5 MHz, <www.ruralfm.org.br>, Piedade-SP, 52.143 haqbitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

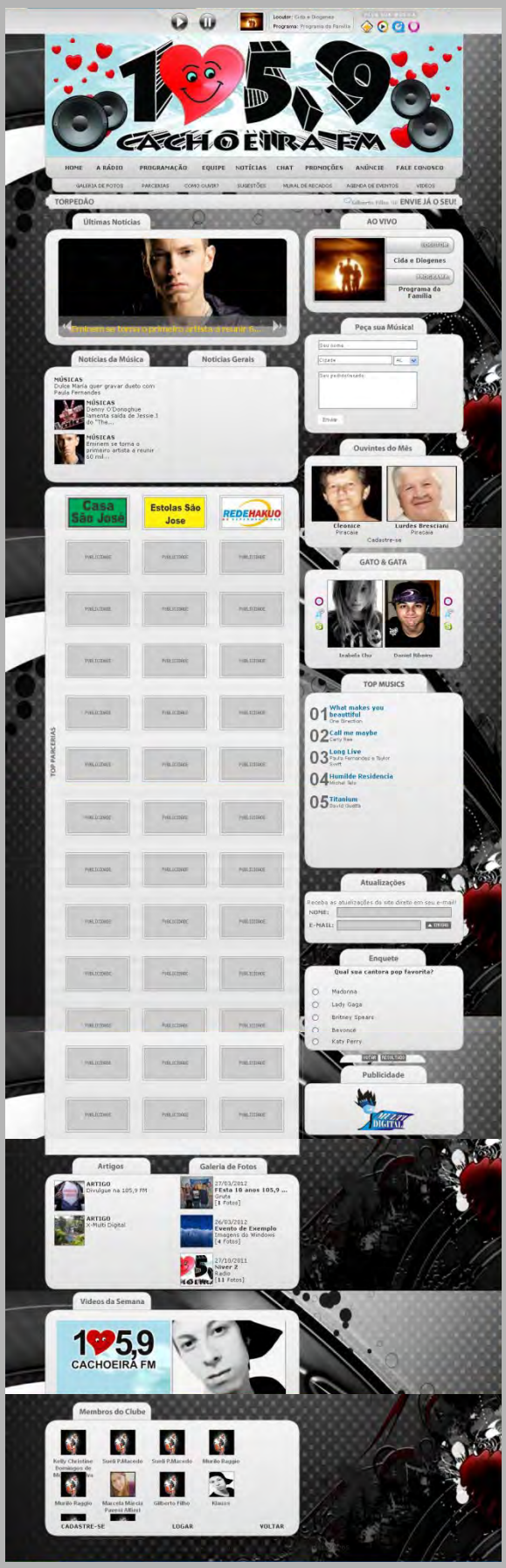
CULTURA DISTRITAL (104,9 MHz, <www.culturadistritalfm.com.br>, Pindamonhangaba-SP, 146.995 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



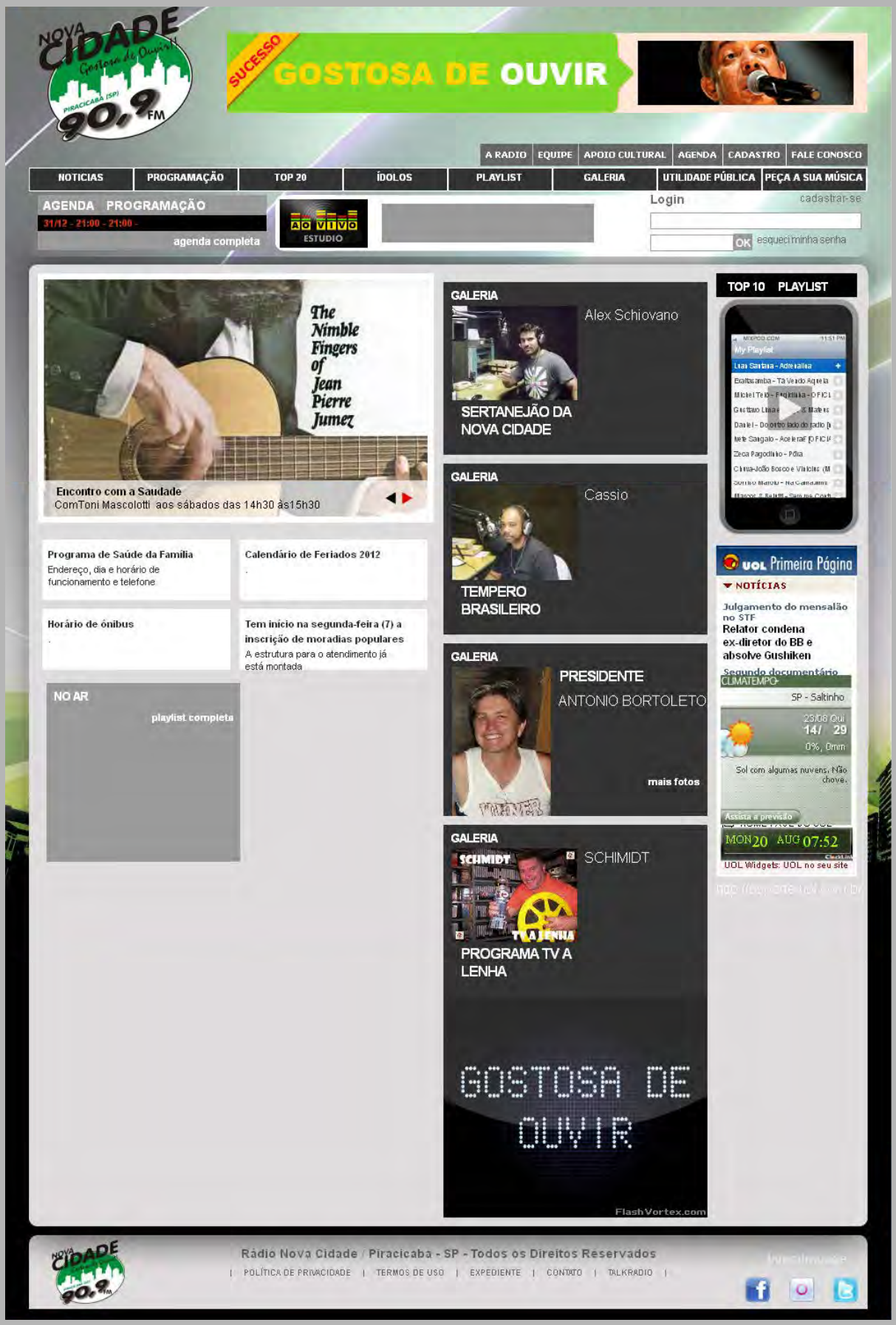
SPAÇO FM (104,9 MHz, < www.radiospacofmpinda.com.br - www.pindavale.com.br/spaco/site>, Pindamonhangaba-SP, 146.995 habitantes)
Acesso em 20 Ago. 2012

NATUREZA FM (107,9 MHz, <www.naturezafm.hd1.com.br>, Piquete-SP, 14.107 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

CACHOEIRA FM (105,9 MHz, <www.radiocachoeirafm.com.br>, Piracaia-SP- 25.116 habitantes)
Acesso em 20 Ago. 2012



NOVA CIDADE (90,9 MHz, < www.novacidadefm.com.br>, Piracicaba-SP, 364.571 habitantes)
Acesso em 20 Ago. 2012



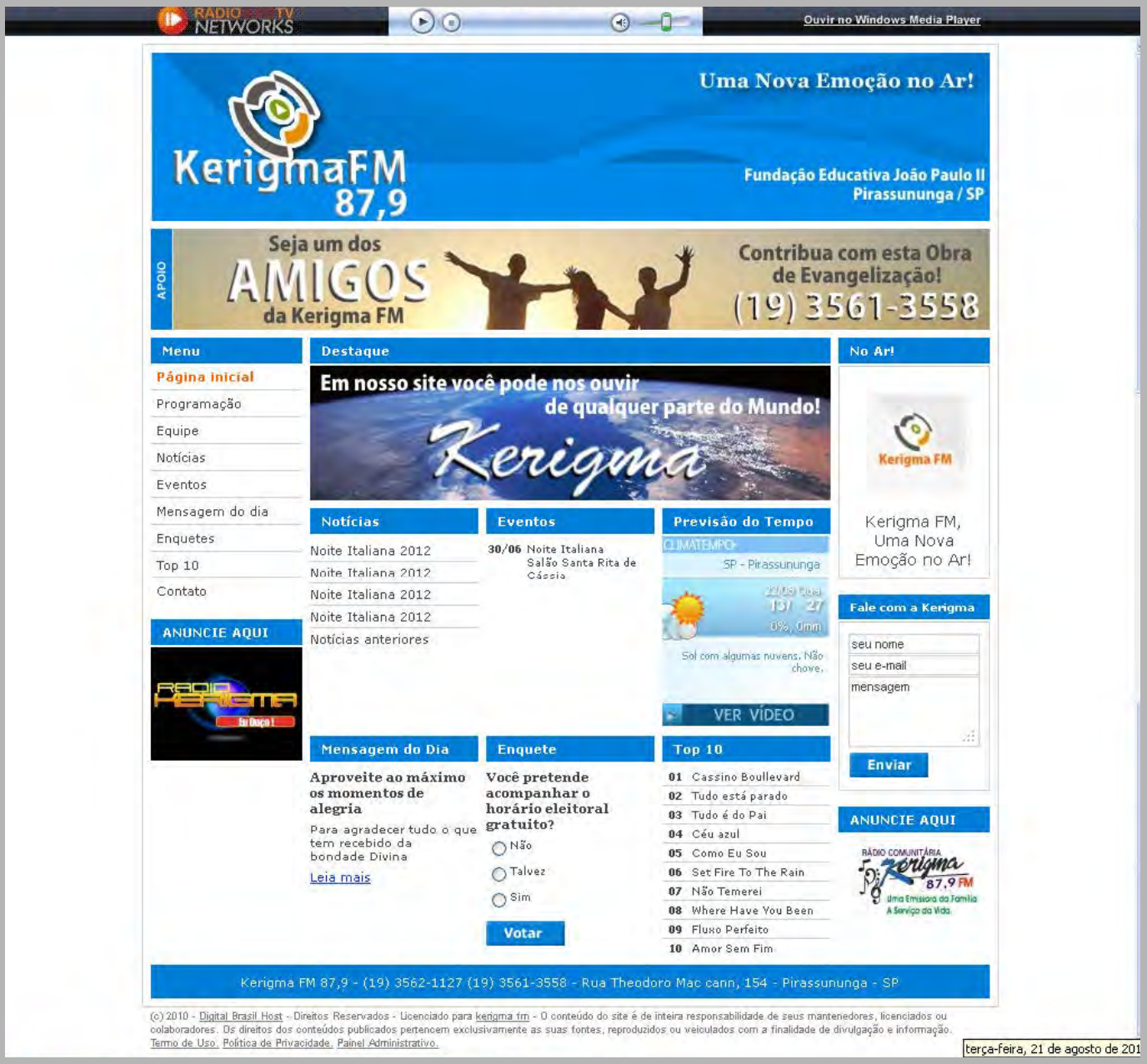
MATER DEI FM (105,9 MHz, <www.materdeifm.com.br>, Piraju-SP, 28.475 habitantes)
Acesso em 20 Ago. 2012

RÁDIO JORNAL FM (105,9 MHz, <www.radiojornalfmpirajui.com.br>, Pirajuí-SP, 22.704 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

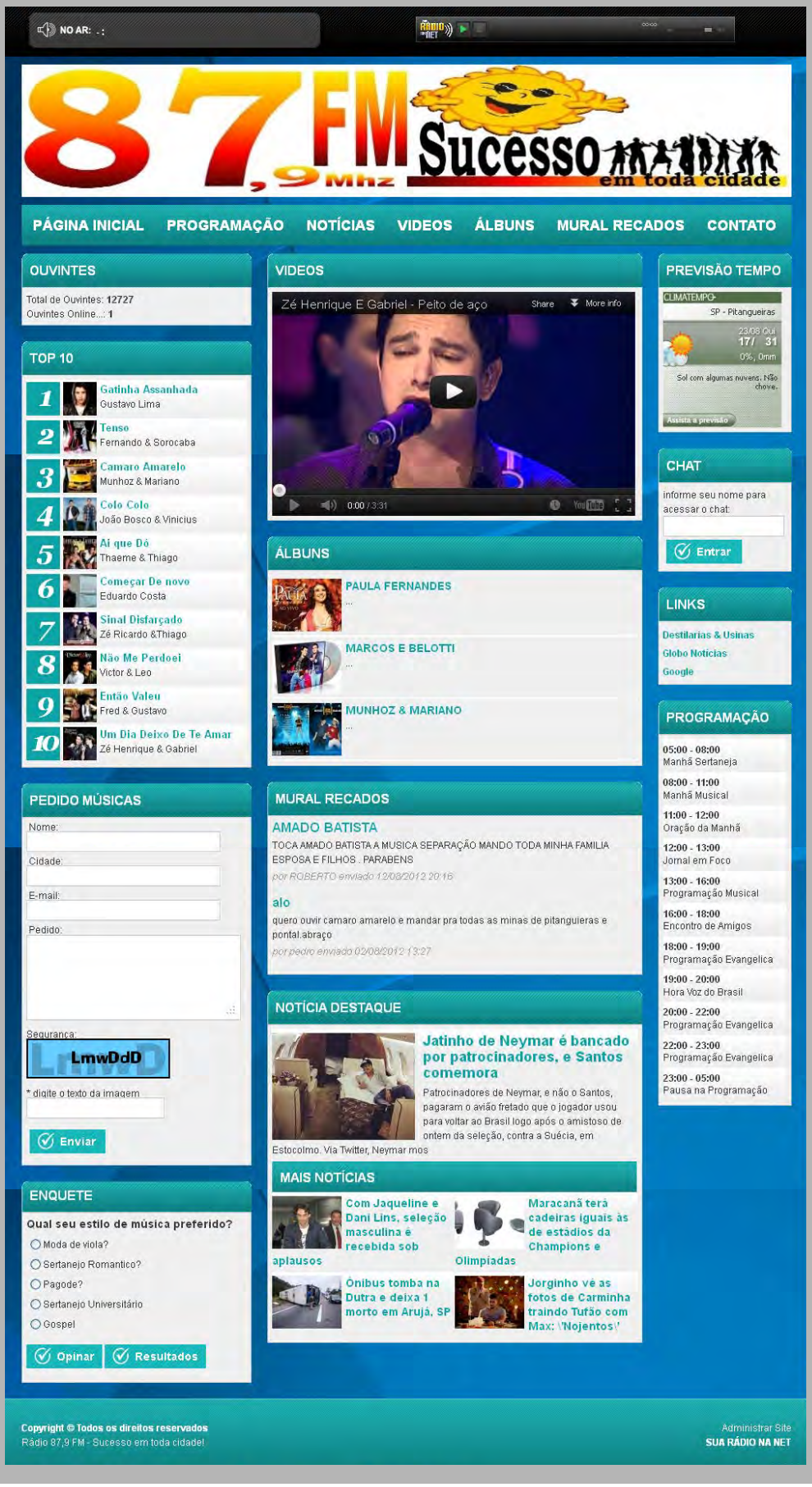
NOVA PIRAPORA FM (87,5 MHz, <www.novapiraporafm.com.br>, Pirapora do Bom Jesus-SP, 15.733 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

NOVO MILENIO FM (104,9 MHz, <www.radionovomilenio.com.br>, Pirapozinho-SP, 24.694 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

KERIGMA FM (87,9 MHz, <www.kerigmafm.com.br>, Pirassununga-SP, 70.081 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

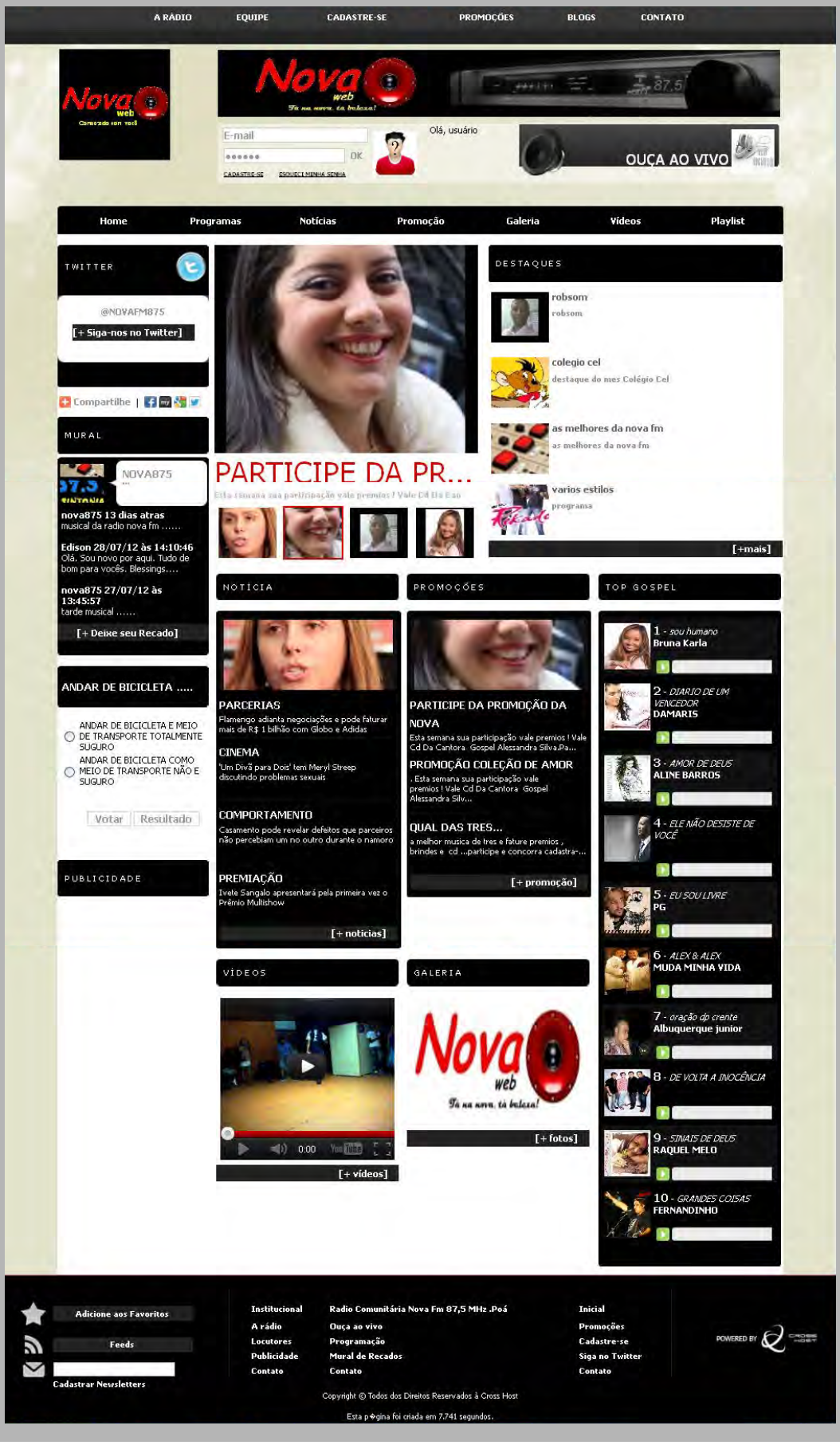


TROPICAL FM (87,9 MHz, <radio879fm.com>, Pitangueiras-SP, 35.307 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



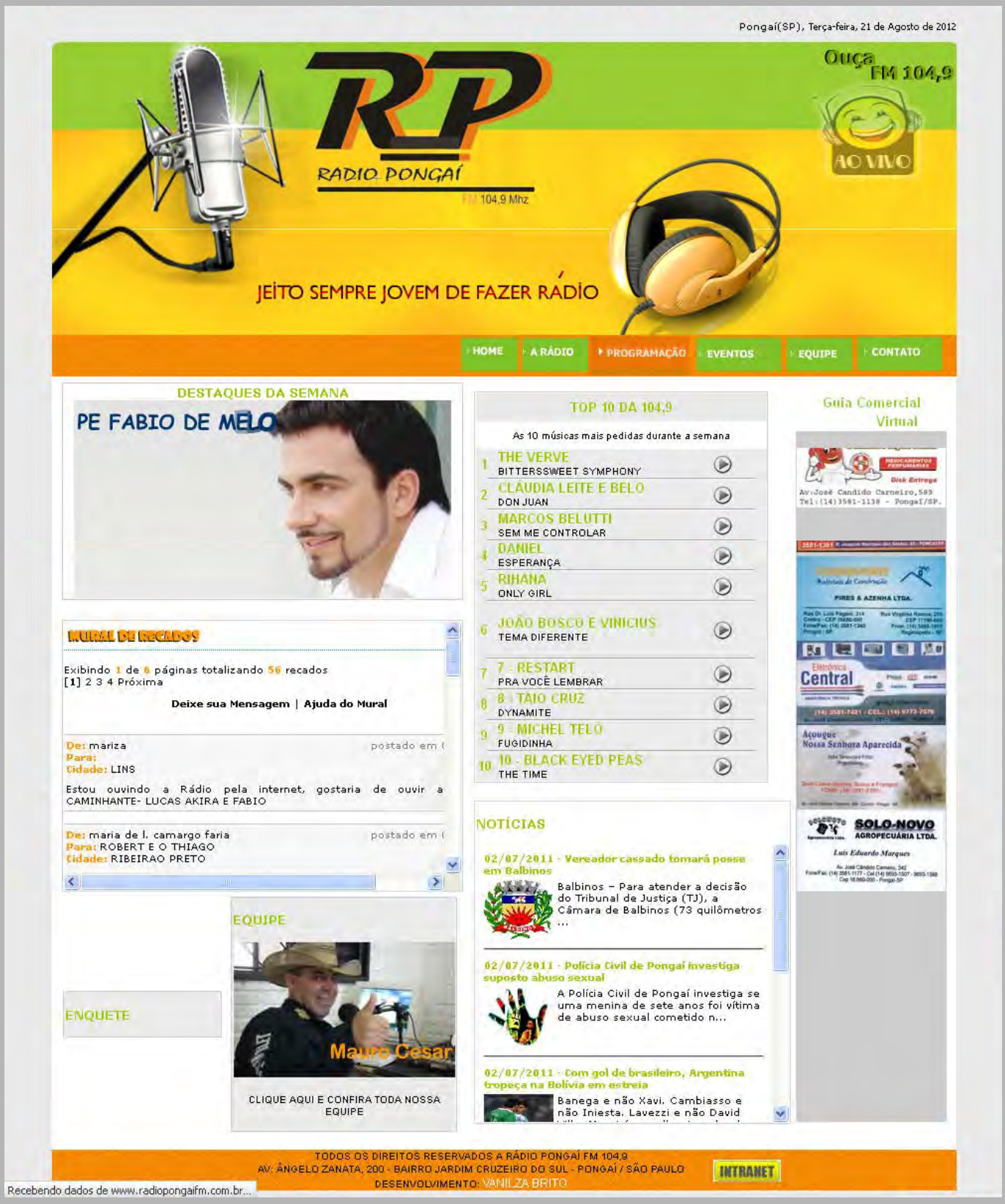
ESTÂNCIA DE POÁ (87,5 MHz, <www.radioestanciadepoa.com.br>, Poá-SP, 106.013 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012

NOVA FM (87,5 MHz, <www.novafm875.com>, Poá-SP, 106.013 habitantes)
Acesso em: 20 Ago. 2012



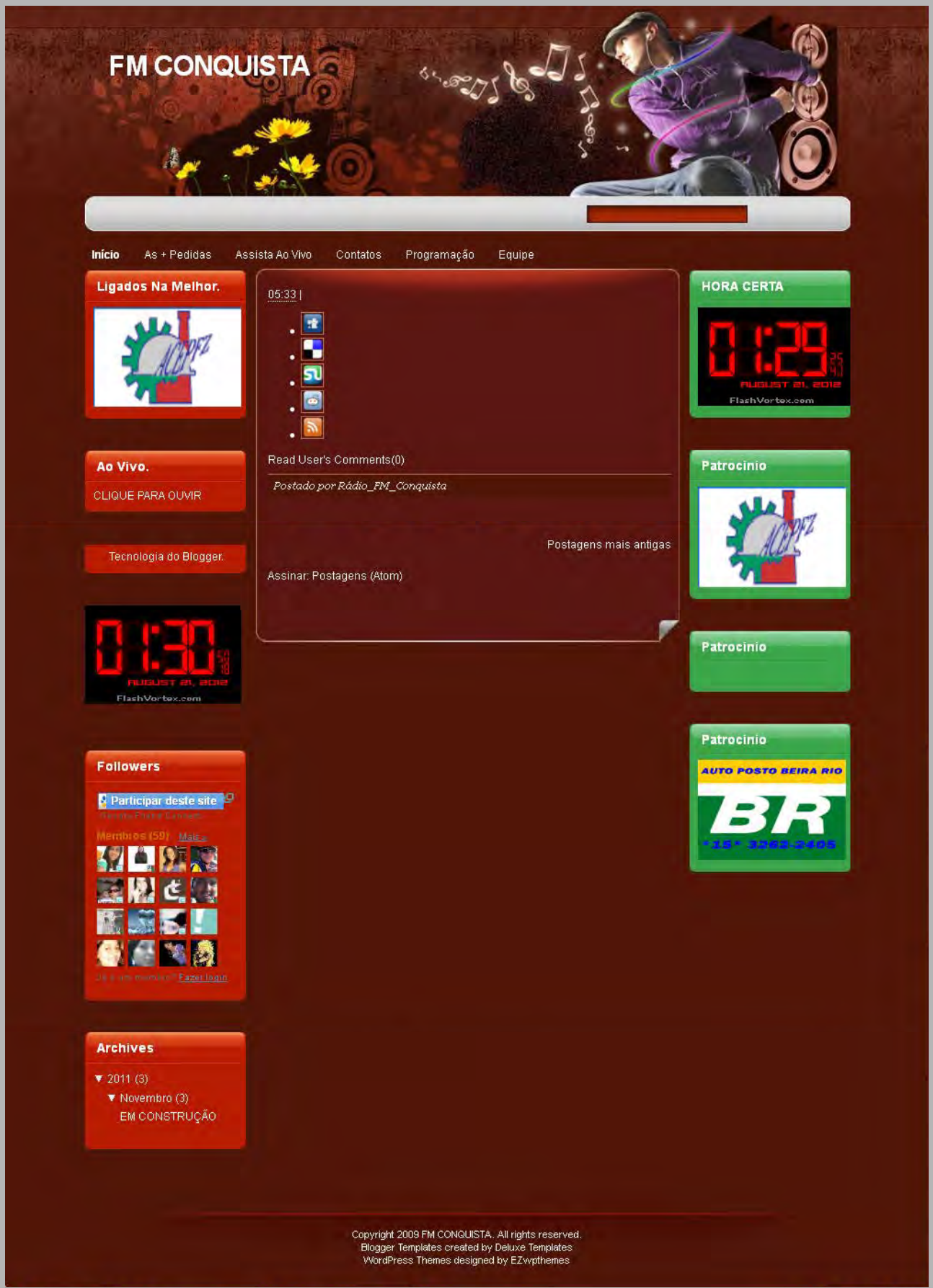
MILLENIUM FM (104,9 MHz, <www.104fmpompeia.com.br>, Pompéia-SP, 19.964 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

RÁDIO PONGAI (104,9 MHz, <www.radiopongaifm.com.br>, Pongaí-SP, 3.481 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



PORANGABA FM (104,9 MHz, <www.porangabafm.com.br>, Porangaba-SP- 8.326 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

CONQUISTA FM (105,9 MHz, <fmconquista.blogspot.com.br>, Porto Feliz-SP, 48.893 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



COMUNIDADE FM (105,9 MHz, <www.radiocomunidadefm.fm.br>, Porto Ferreira-SP, 51.400 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

CURUMIM FM (104,9 MHz, <www.curumimfm.com.br>, Potirendaba-SP, 15.449 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

NOVO MILENIO (104,9 MHz, <www.fm104fm.com.br>, Presidente Epitácio-SP, 41.318 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

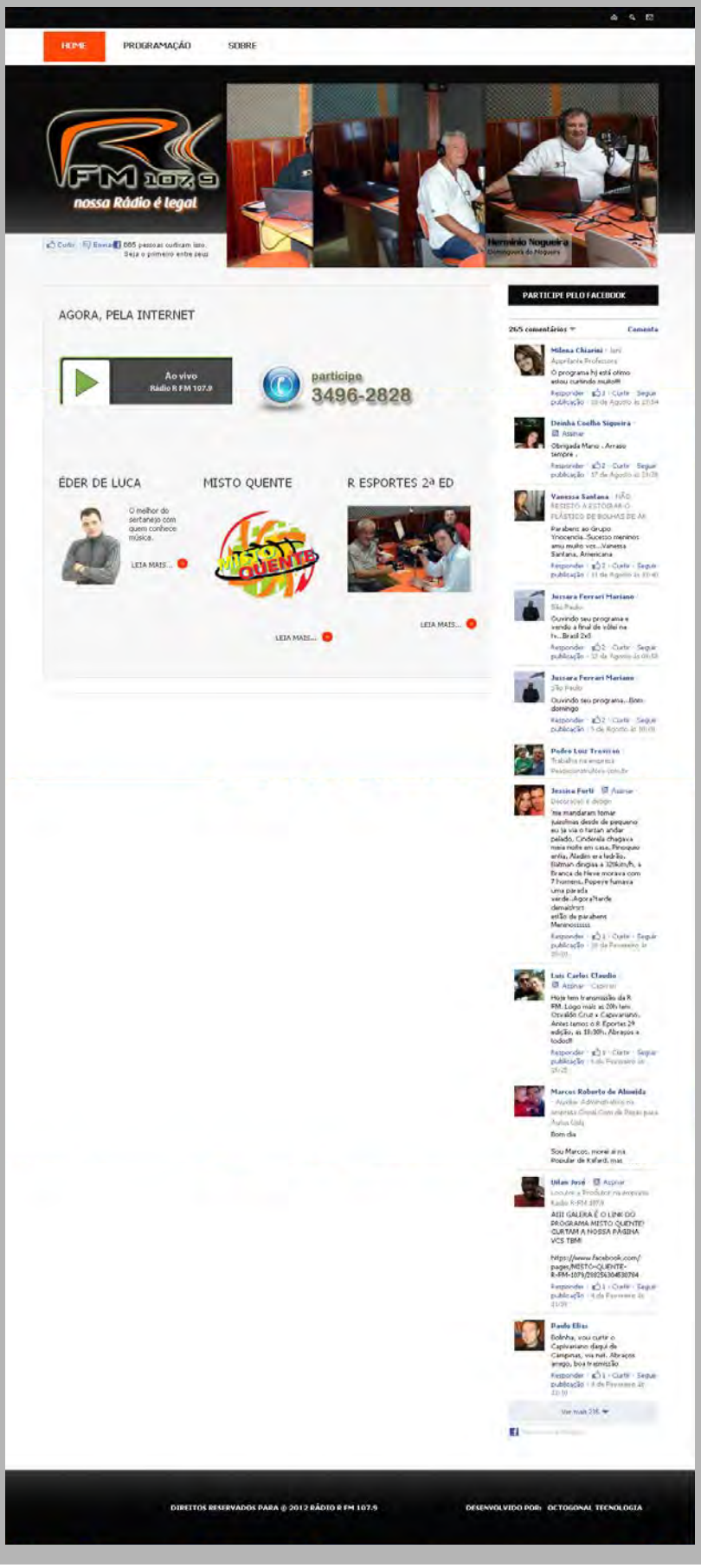
MANANCIAL FM (104,9 MHz, <www.igrejapenielpp.com.br>, Presidente Prudente-SP, 207.610 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

MANANCIAL FM (104,9 MHz, <radiomanancialpv.blogspot.com.br>, Presidente Venceslau-SP, 37.910 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

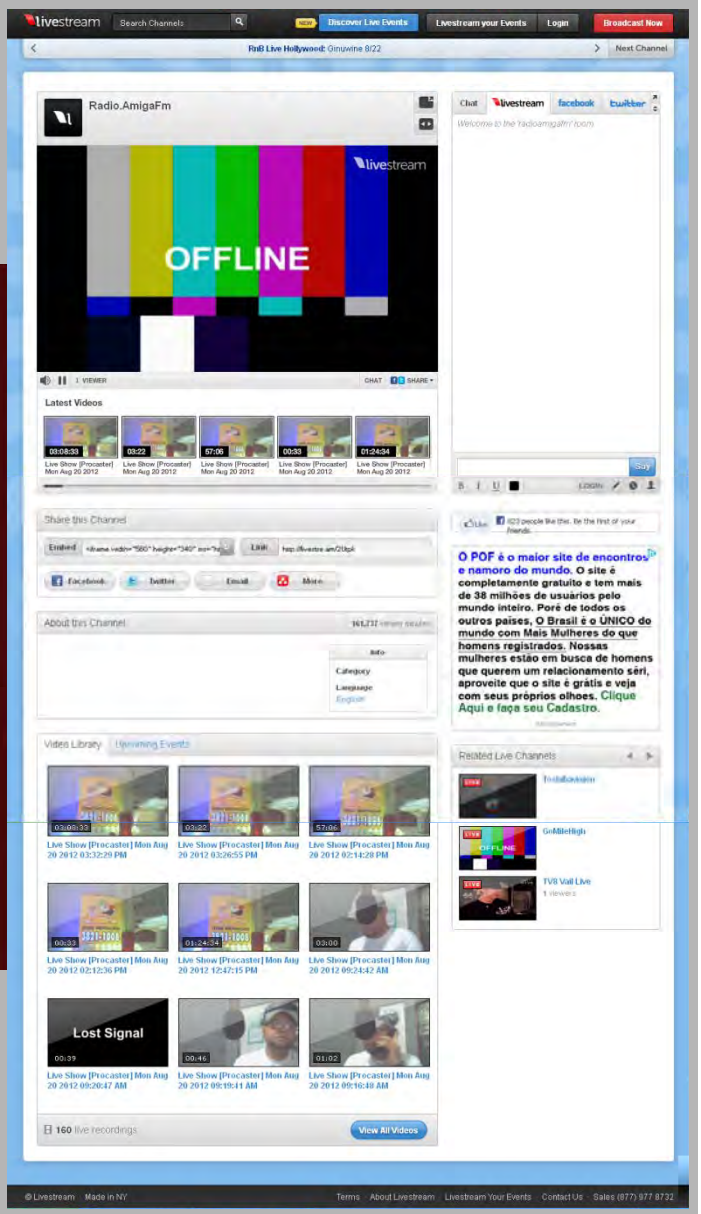
QUATÁ FM (104,9 MHz, <www.sitepraia.com.br/quatafm>, Quatá-SP, 12.799 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

QUINTANA FM (104,9 MHz, <www.quintanafm.com.br>, Quintana-SP, 6.004 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

RADIO R FM (107,9 MHz, <www.radiorfm.com.br>, Rafard-SP, 8.612 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



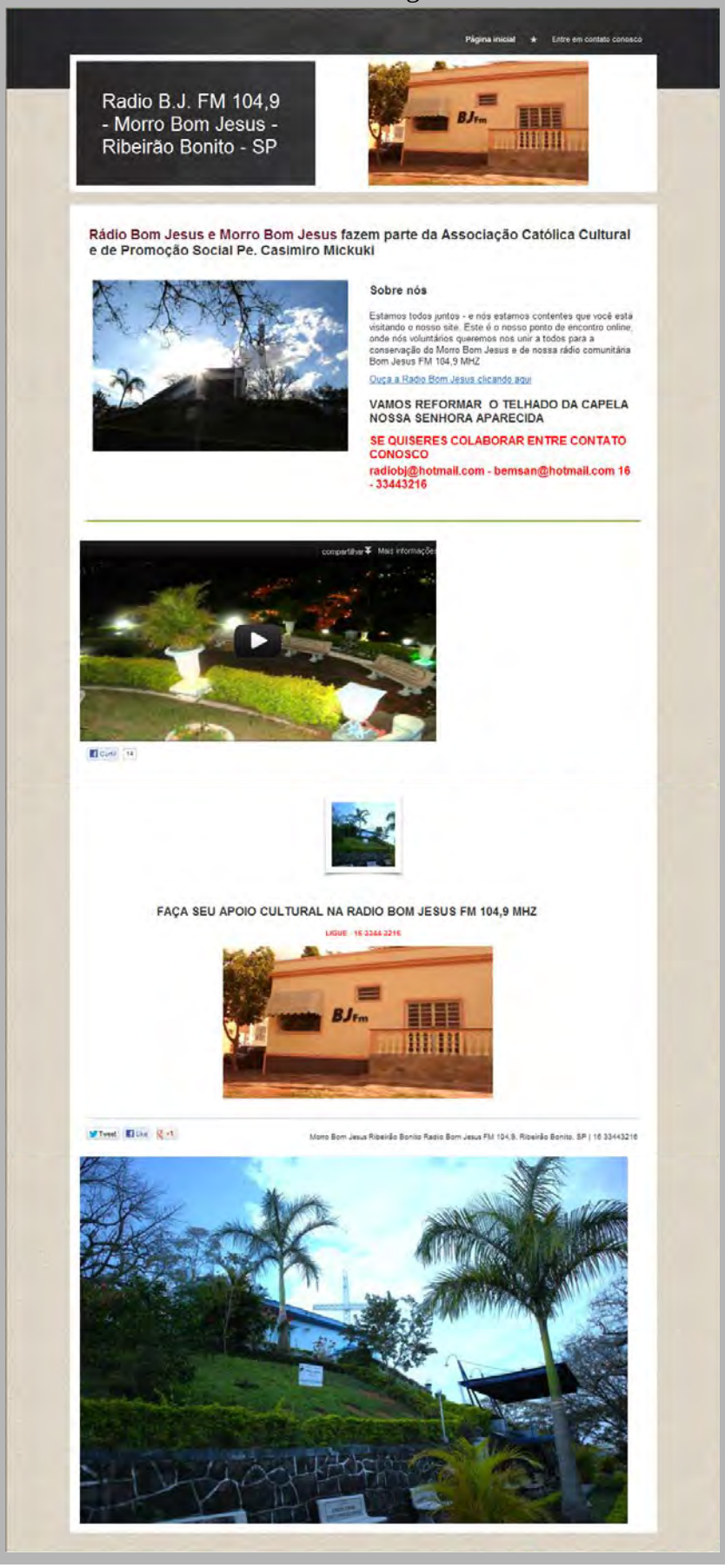
AMIGA FM (87,9 MHz, <www.amigafm.com.br - livestream.com/radioamigafm>, Registro-SP, 54.261 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



CRIATIVA FM (106,3 MHz, <www.criativa.fm.br>, Restinga-SP, 6.587 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

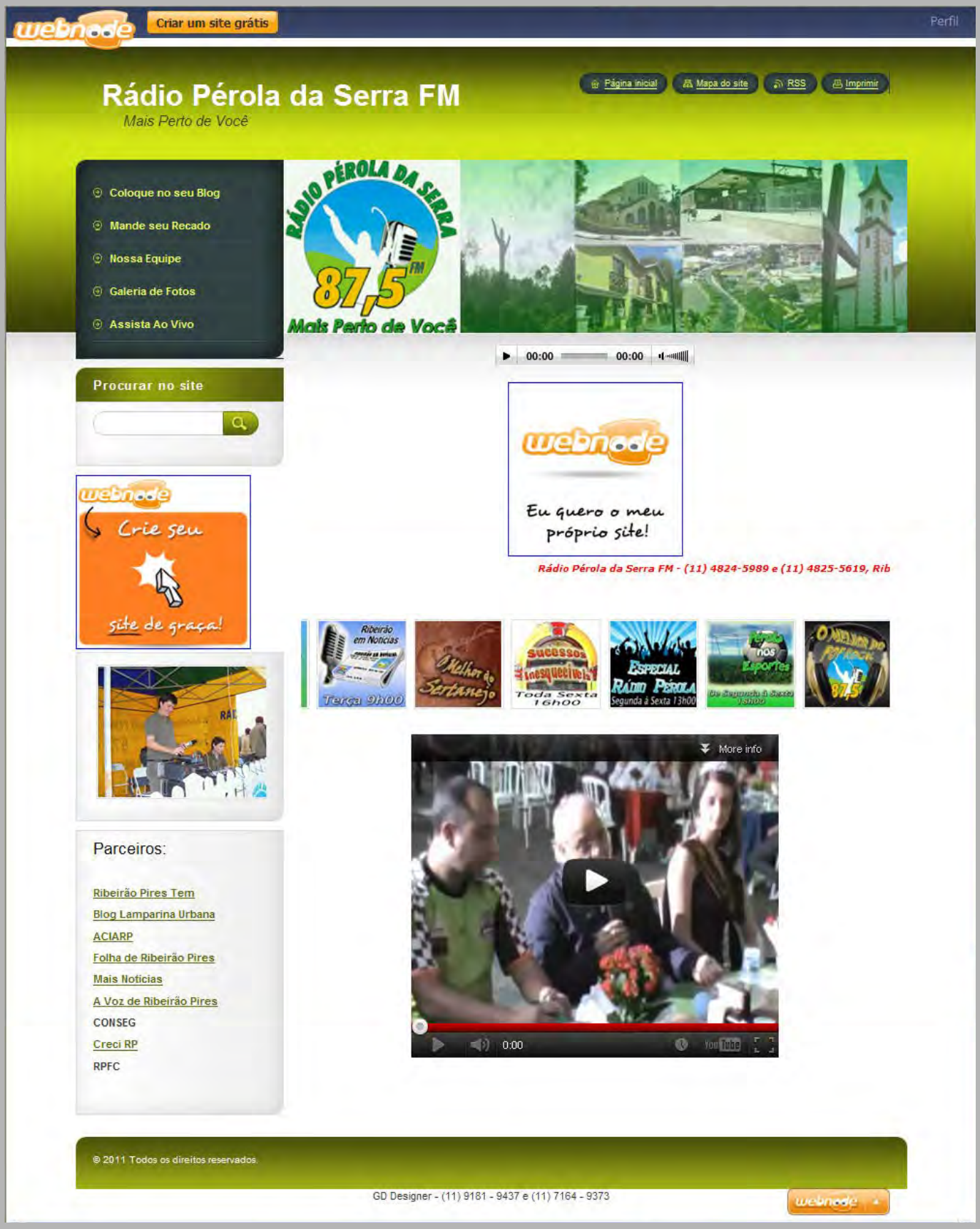
AMBIENTAL FM (104,9 MHz, <www.ambientalfmderibeira.com.br>, Ribeira-SP, 3.358 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

BOM JESUS FM (104,9 MHz, <www.radioemorrobomjesus.com.br>, Ribeirão Bonito-SP, 12.135 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012ti



OURO VERDE (105,9 MHz, <ouroverde.fm.br>, Ribeirão Coreente-SP, 4.273 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

PÉROLA DA SERRA FM (87,5 MHz, <www.peroladaserrafm.com>, Ribeirão Pires-SP, 113.068 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

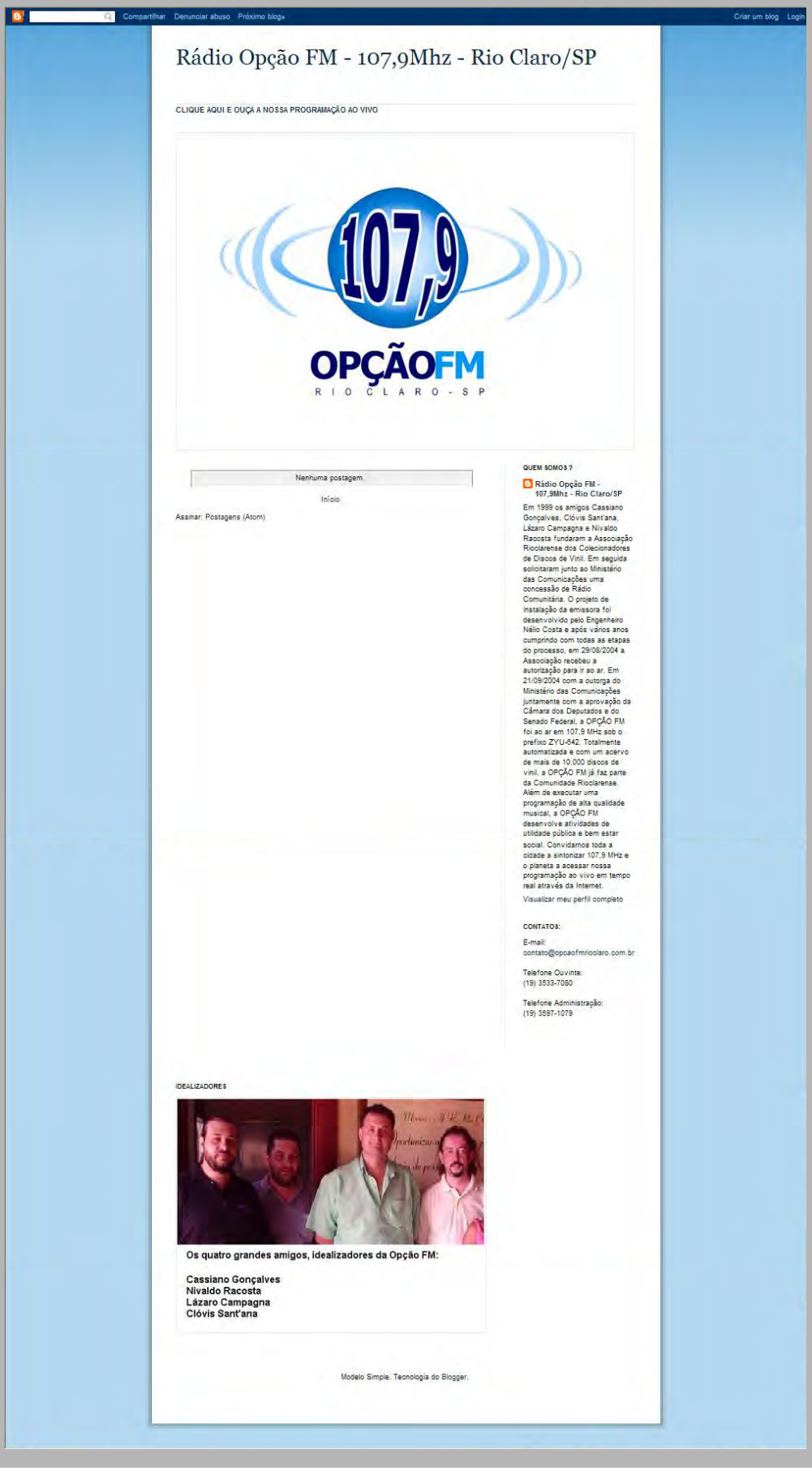


EDUCATIVA FM (87,9 MHz, <www.radioeducativafm.com.br>, Ribeirão Preto-SP, 604.682 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

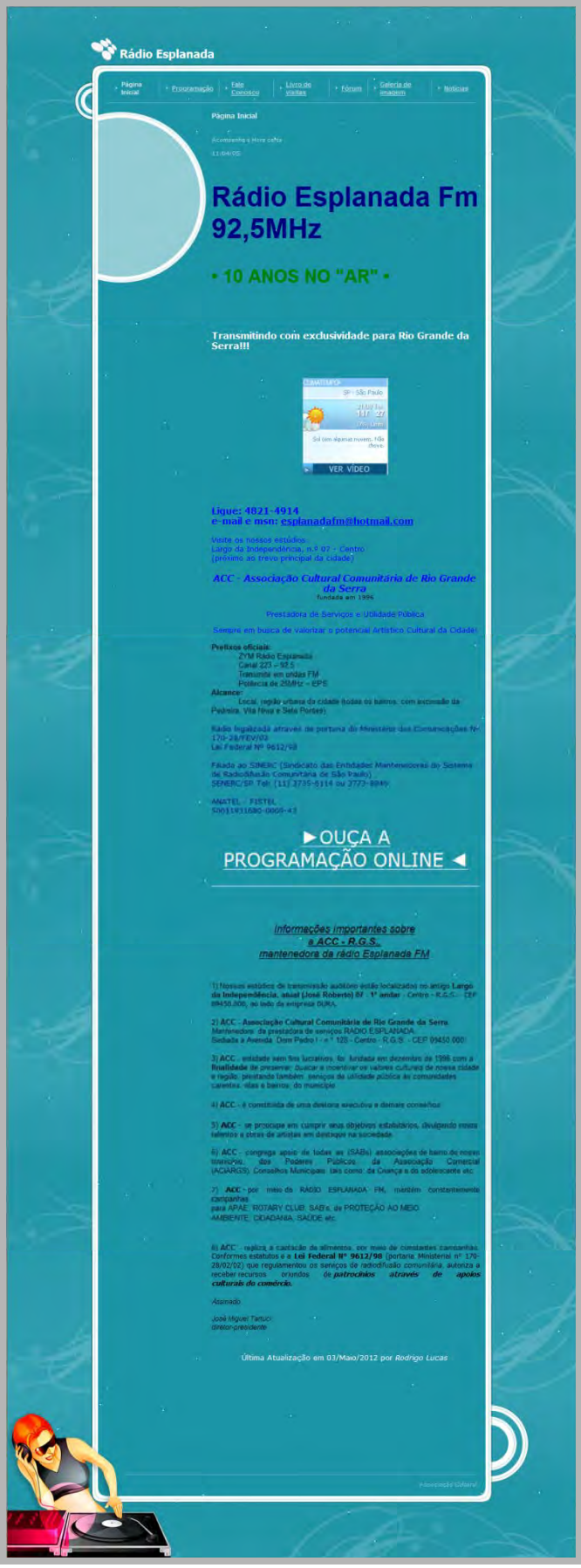
RINCÃO FM (104,9 MHz, <rincaofm.com>, Rincão-SP, 10.414 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

ADVENTO FM (107,9 MHz, <radioadventofm.com.br>, Rio Claro-SP, 186.253 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

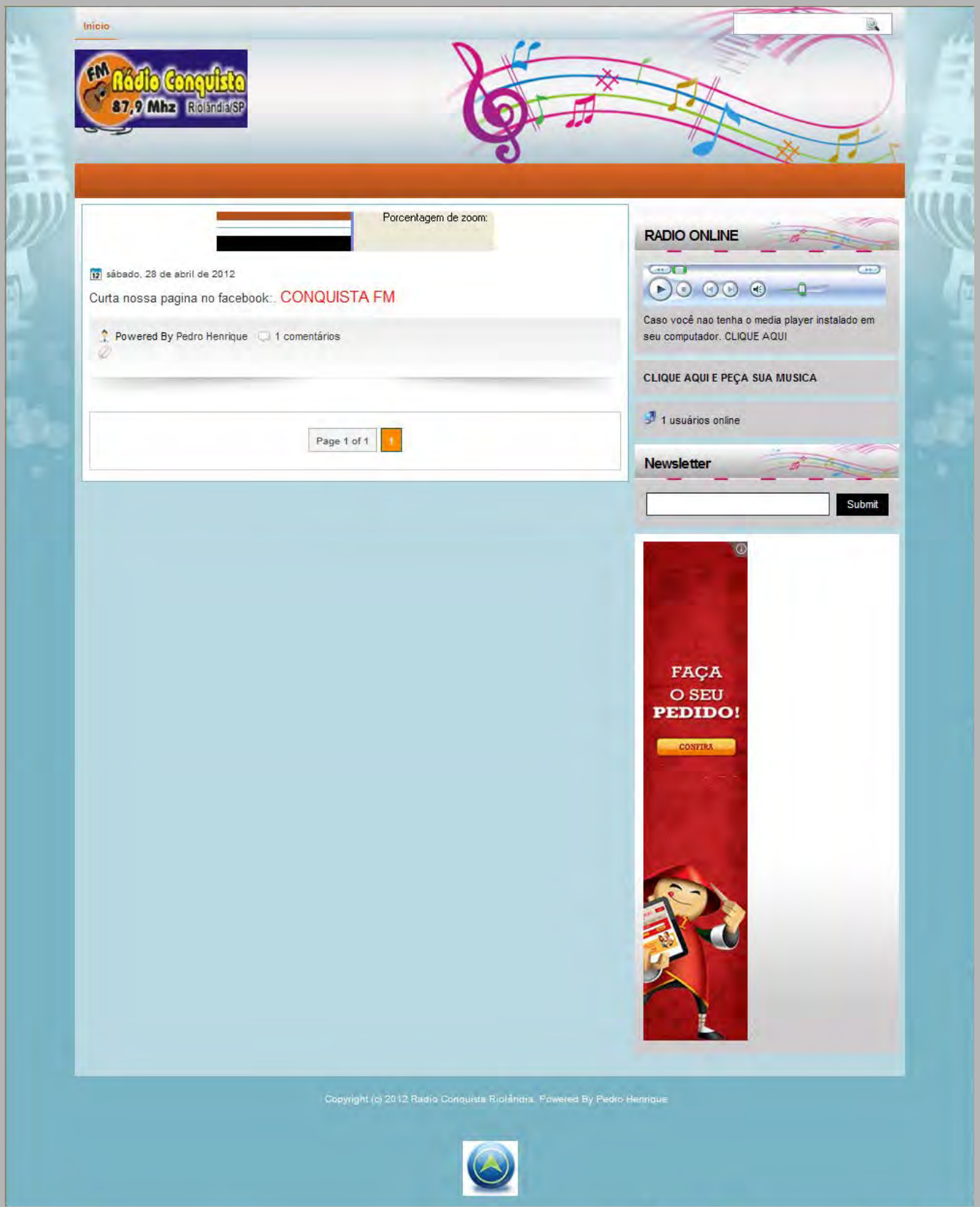
OPÇÃO FM (107,9 MHz, <www.opcaofmrioclaro.com.br>, Rio Claro-SP, 186.253 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



ESPLANADA FM (87,5 MHz, <www.radioesplanadafm.com.br>, Rio Grande da Serra-SP, 43.974 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



CONQUISTA FM (87,9 MHz, <conquista87fm.blogspot.com.br>, Riolândia-SP, 10.575 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



SALES FM (87,9 MHz, <www.radiosalesfm.amaisouvida.com.br>, Sales-SP, 5.451 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

SALENSE FM (104,9 MHz, <www.salensefm.com.br>, Sales Oliveira-SP, 10.568 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

TRANSVERSAL (105,9 MHz, <radiotransversalfm.com>, Salto de Pirapora-SP, 40.132 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

TRANSVERSAL FM 105,9 SALTO DE PIRAPORA - SP

Home | Sobre | Programação | Ao Vivo | WebCam | Contatos

MENU

- Home

ENQUETES

Que horário você mais ouve a Transversal Fm 105,9

- Das 5 a 12 hs
- das 12 hs as 18 hs
- da 18 hs as 00:00
- Toda hora

Votar | Resultados

QUEM ESTÁ ONLINE???

Nós temos 4 visitantes online

LOGAR-SE

Nome de Usuario

Senha

Lembrar-me

Entrar

Esqueceu sua senha?

Esqueceu seu nome de usuário?

Home

Fique Ligado!!!

Seg-Sex - 22:00 - A Marca do Sul - Aleci Júnior

♪ Agentes da PF condicionam fim da greve a negociação avaliada pelo governo como "pouco provável"
Agentes, escrivães e papiloscopistas da Polícia Federal condicionaram o fim da greve que completa nesta terça-feira (21) duas semanas à apresentação de um plano de reestruturação nas carreiras por parte do governo federal. A reunião entre as duas partes será hoje às 20h, no Ministério do Planejamento –cuja assessoria já adiantou, porém, ser "pouco provável' que o pleito seja atendido.

♪ Africano cruza metade da África em cadeira de rodas em campanha por recursos

O veterinário queniano Zackary Kimotho está atravessando mais de 3 mil quilômetros na áfrica em uma campanha para arrecadar recursos para um centro especializado em lesões na coluna.

♪ Inea confirma vazamento de mais de 5.000 litros de óleo em afluente do rio Paraíba do Sul
O Instituto Estadual do Ambiente (Inea) confirmou na manhã desta terça-feira (21) um vazamento de mais 5.000 litros de óleo no rio São Francisco, um dos afluentes do rio Paraíba do Sul, na região de Sapucaia, no sul fluminense.

♪ Homem diz ter encontrado barata em pão de sanduíche da rede Subway em Taguatinga (DF)

O funcionário público Isaac Newton Santos, de Taguatinga (DF), disse ter encontrado uma barata dentro de um sanduíche da rede Subway na noite da última sexta-feira (17), no Taguatinga Shopping. Segundo ele, seu cunhado, Y., 12 anos, percebeu o inseto quando havia comido metade do lanche e resolveu revirar o pão.

♪ Quatro veículos se envolvem em acidente na PR-182

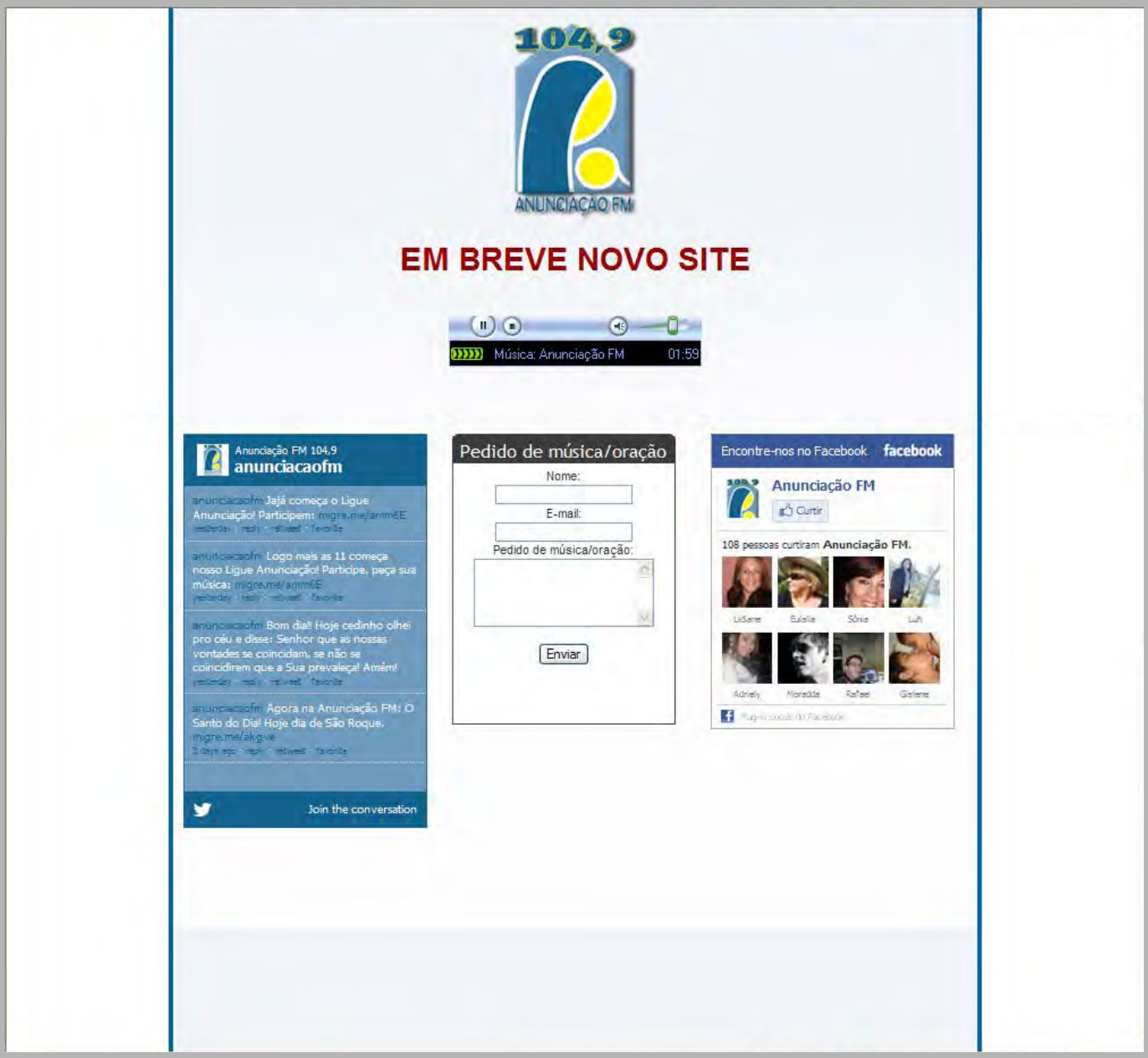
♪ Bovespa retoma os 60 mil pontos, embalada pelo exterior

pesquisar...

Feed Entries

MC PUBLICIDADE E PROPAGANDA - (15)9794-5640 - Copyright © 2012. All Rights Reserved.

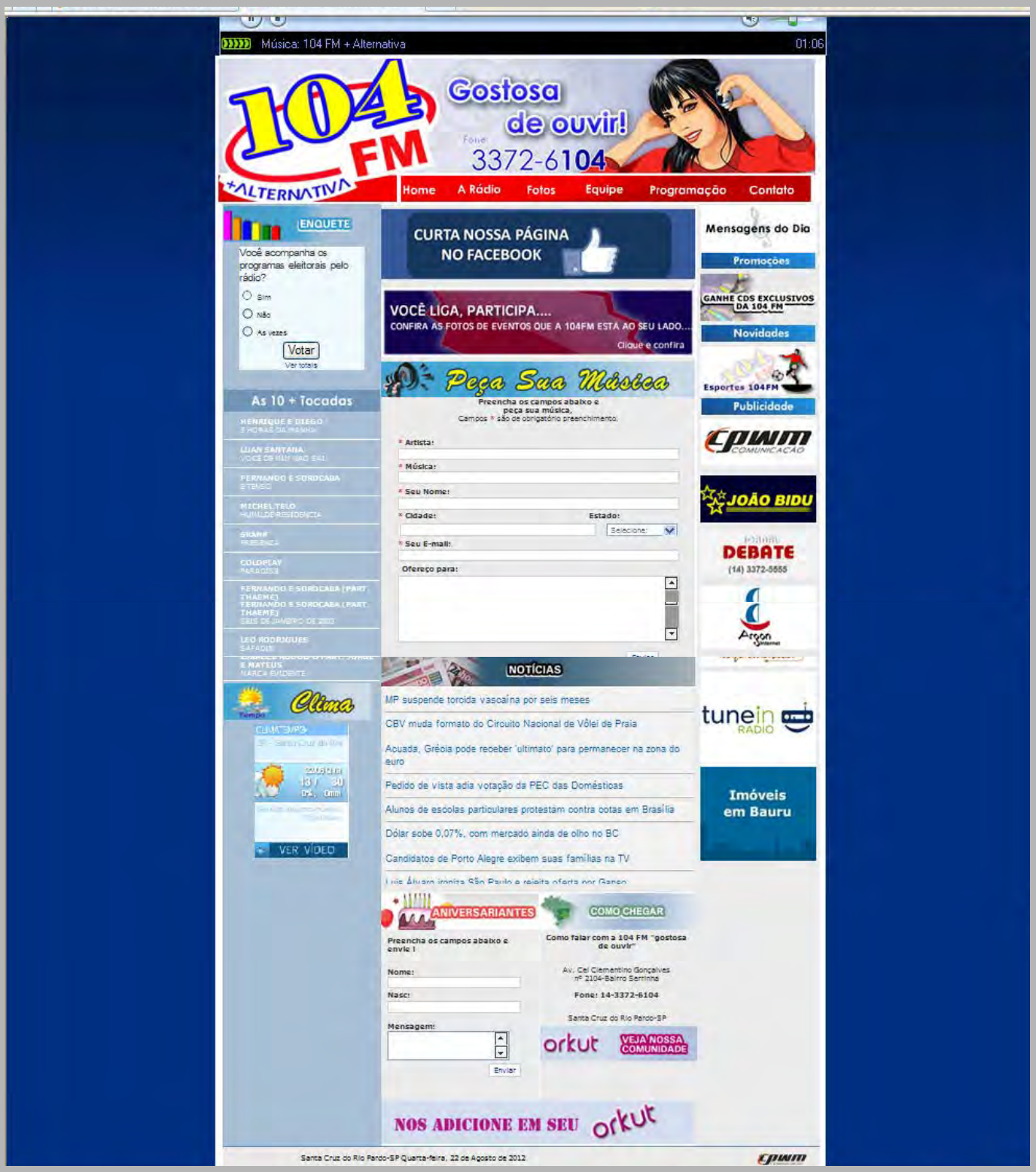
ANUNCIAÇÃO FM (104,9 MHz, <www.anunciacaofm.com.br>, Santa Bárbara d'Oeste-SP, 180.009 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



INTERIOR FM (98,7 MHz, <www.interiorfm.com.br>, Santa Clara d'Oeste-SP, 2.084 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

DESTAK FM (87,9 MHz, <www.destakfm.com.br>, Santa Cruz das Palmeiras-SP, 29.932 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

ALTERNATIVA FM (104,9 MHz, <www.104alternativa.com.br>, Santa Cruz do Rio Pardo-SP, 43.921 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

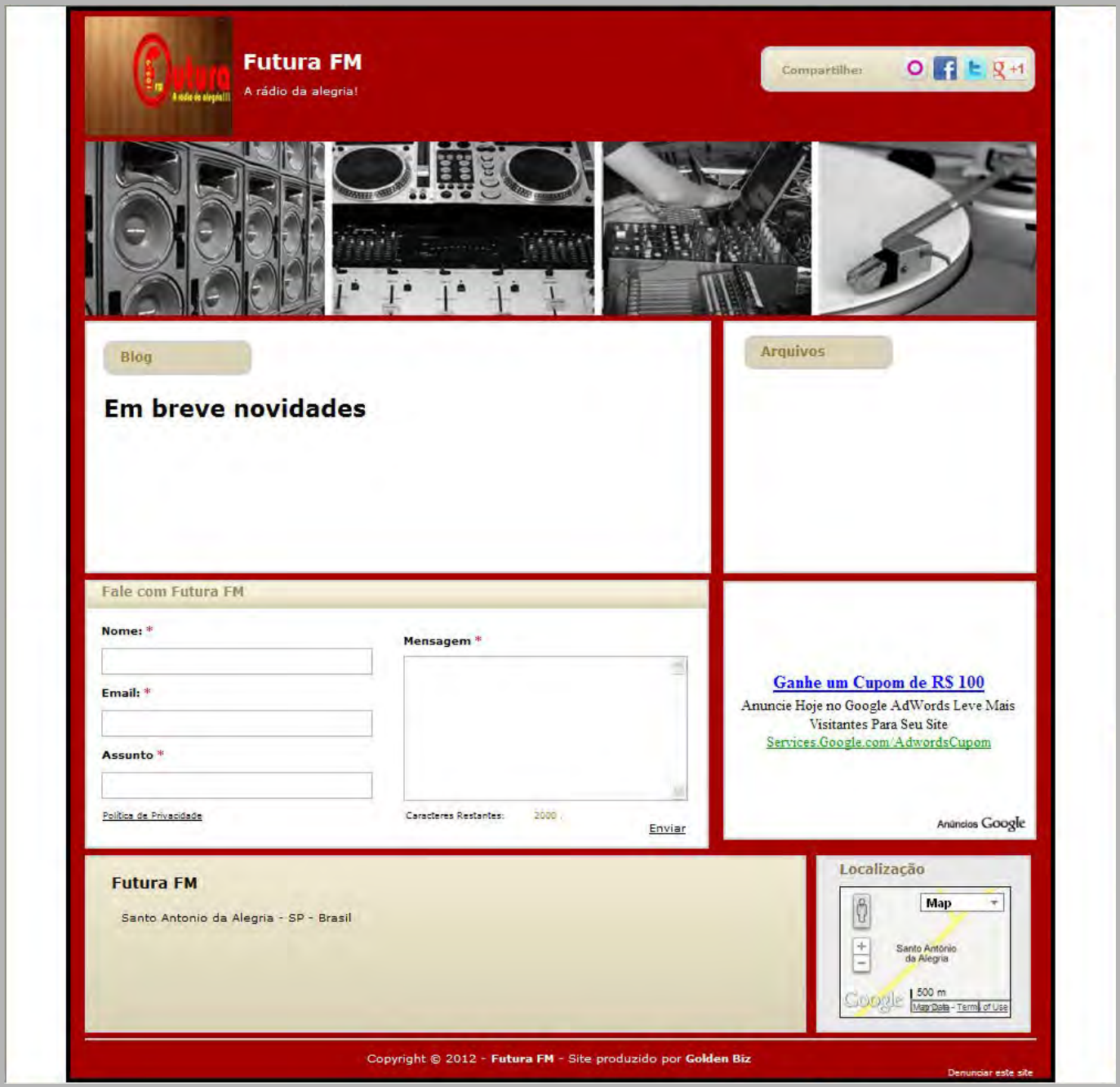


CIDADE FM (106,3 MHz, <www.cidadefm.org.br>, Santa Fé do Sul-SP, 29.239 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

SINGÃO FM (87,5 MHz, <www.radioetvsingao.com.br>, Santa Izabel-SP, 50.453 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

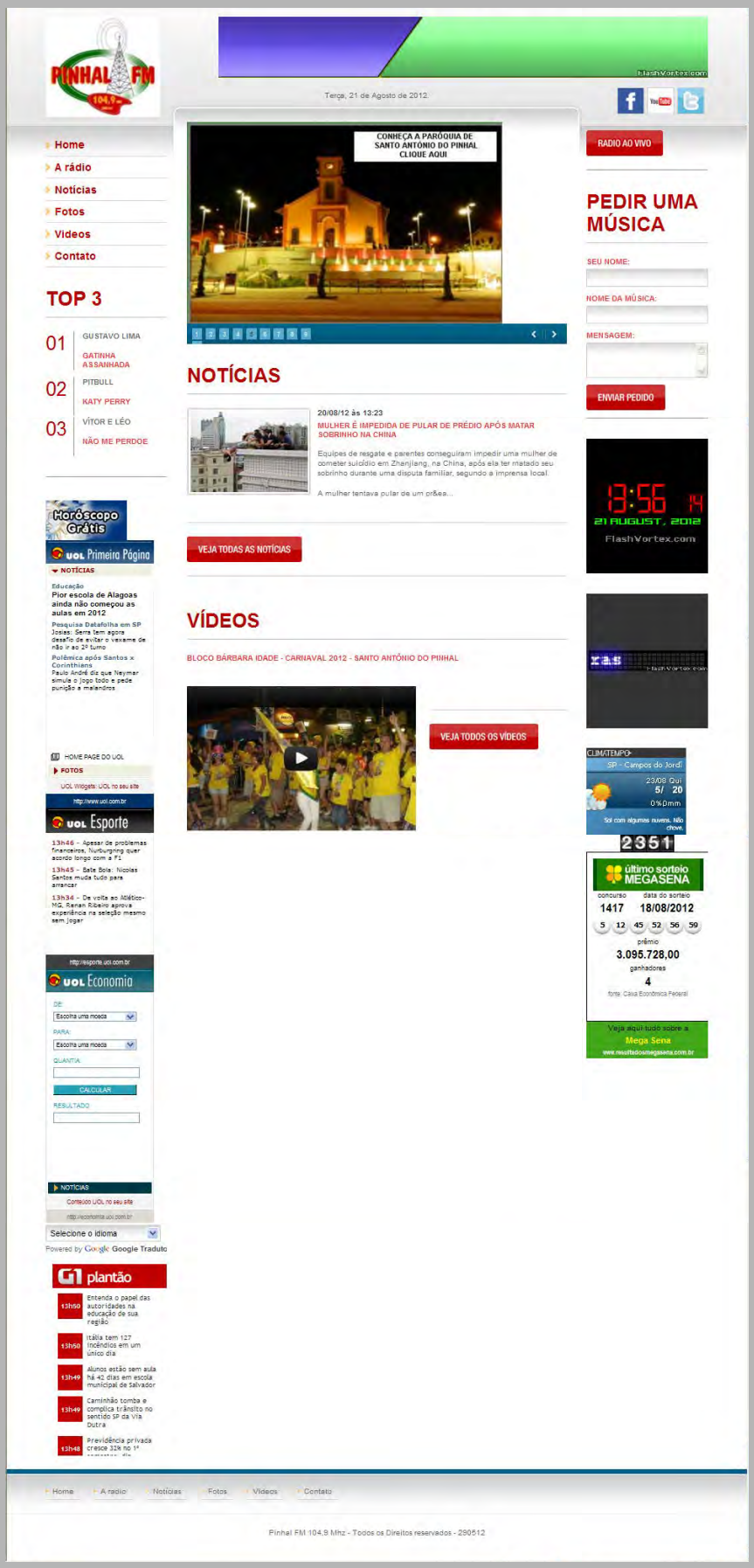
SANTA RITA FM (87,9 MHz, <www.radiosantaritafm.com.br>, Santa Rita do Passa Quatro-SP, 26.478 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

FUTURA FM (105,9 MHz, <futurasertaneja.goldenbiz.com.br>, Santo Antonio da Alegria-SP, 6.304 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



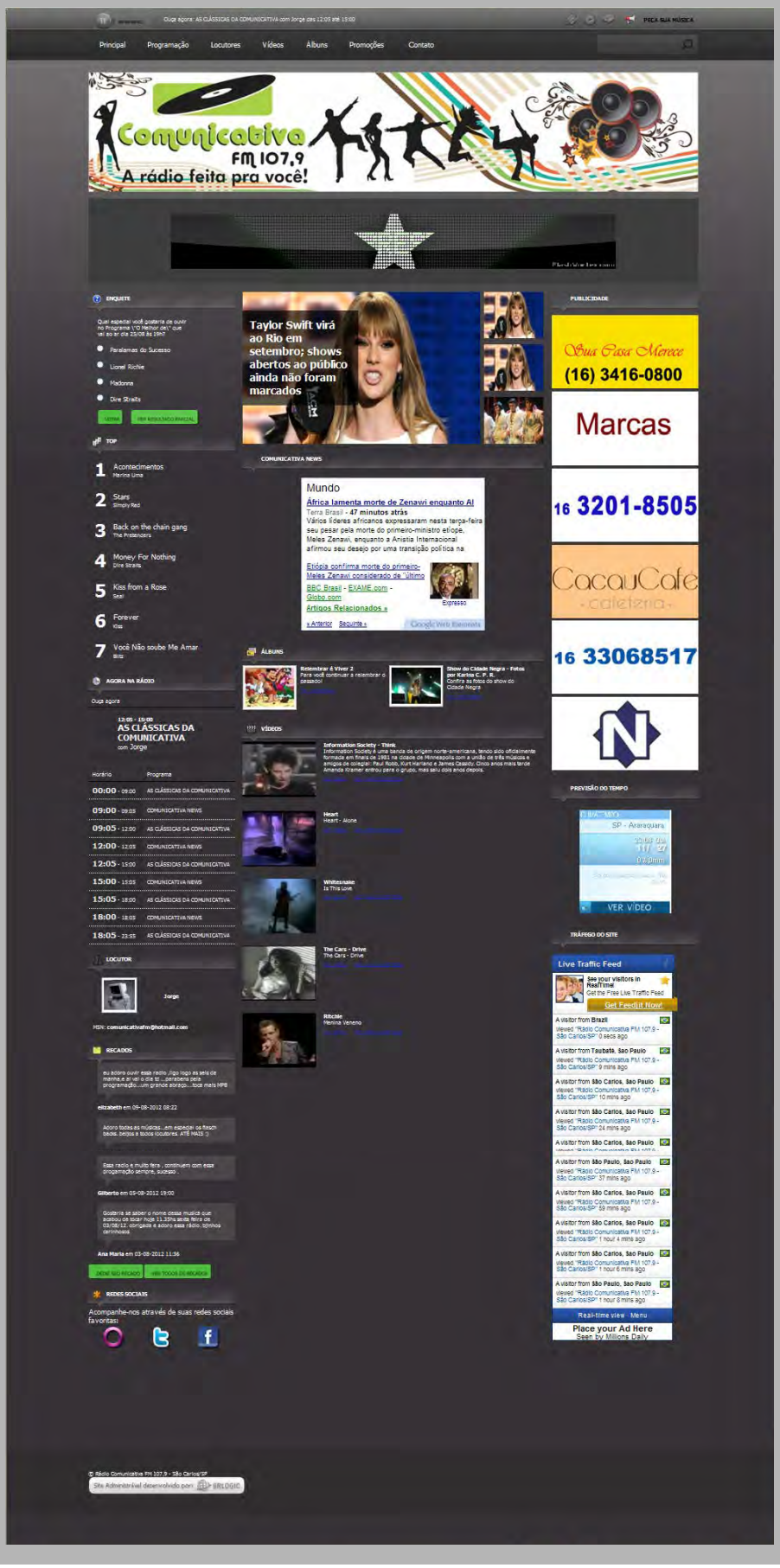
EVIDÊNCIA FM (104,9 MHz, <www.evidenciafm104.com.br>, Santo Antonio do Arancanguá-SP, 7.626 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

PINHAL FM (104,9 MHz, <www.pinhalfm.com.br>, Santo Antonio do Pinhal-SP, 6.486 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



PARATY FM (87,5 MHz, <www.radioparaty.com.br>, São Bernardo do Campo-SP, 765.463 habitantes)
Acesso em 21 Ago. 2012

COMUNICATIVA FM (107,9 MHz, <www.radiocomunicativa.com.br>, São Carlos-SP, 221.950 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



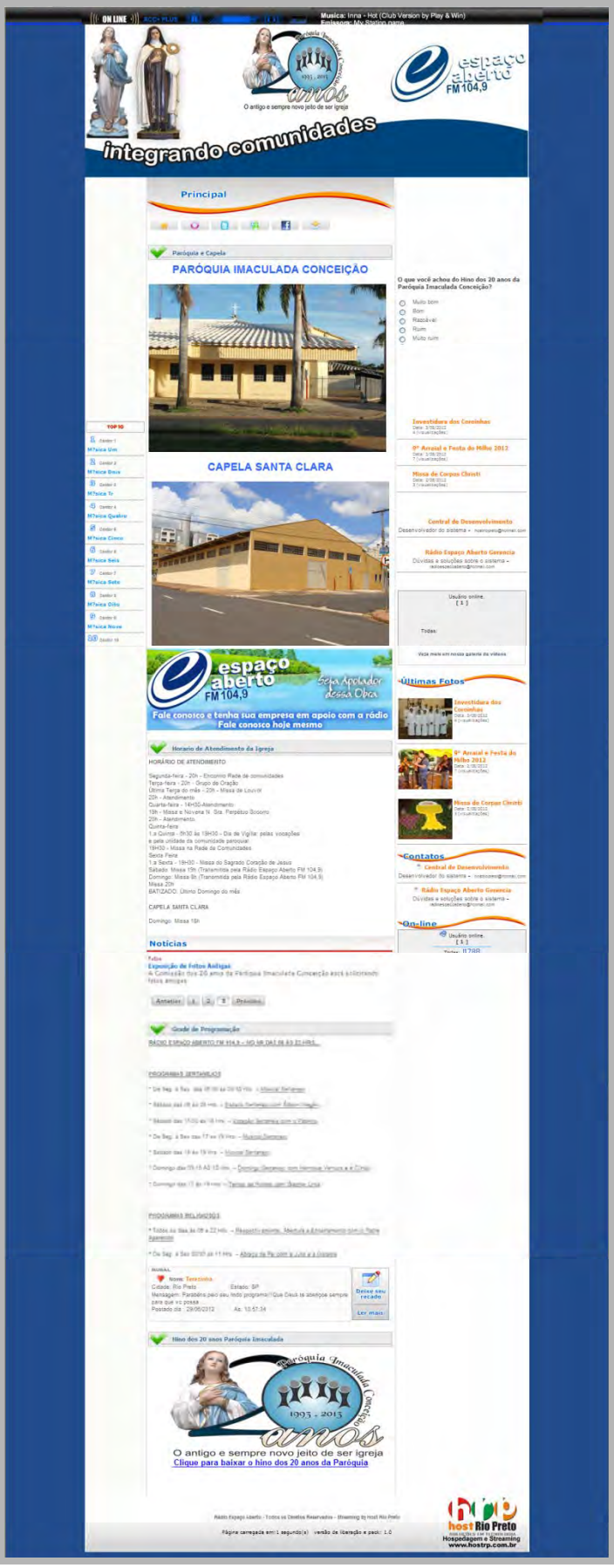
ANÚNCIO FM (87,5 MHz, <anunciofm.blogspot.com>, São João da Boa Vista, 83.639 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

SHEKNAH FM (87,5 MHz, <www.sheknahfm.com.br>, São João da Boa Vista-SP, 83.639 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

METRÔ FM (105,9 MHz, <www.radiometrofm.com>, São Joaquim da Barra-SP, 46.512 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

MIX FM (87,9 MHz, <www.mix879.com.br>, São José da Barreiro-SP, 4.077 habitantes)
Acesso em: 2012

ESPAÇO ABERTO FM (104,9 MHz, <imaculadaconceicaoriopreto.com>, São José do Rio Preto-SP, 408.258 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



ESTAÇÃO 104 FM (104,9 MHz, <radioestacao104.com>, São José do Rio Preto-SP, 408.258 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

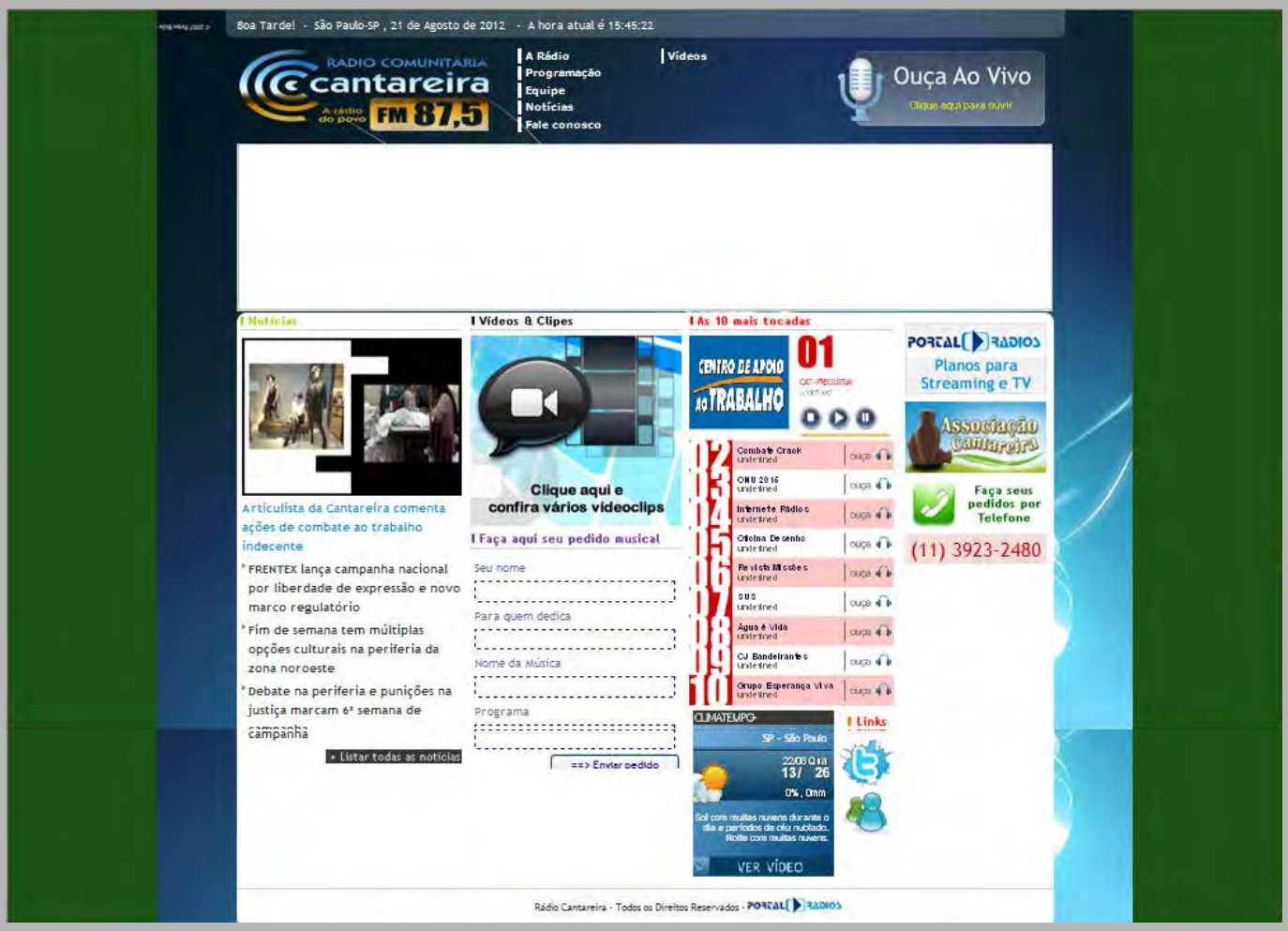
RÁDIO CULTURAL (107,9 MHz, <www.radioculturalfm.com>, São José dos Campos-SP, 629.921 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2102

INTEGRAÇÃO FM (87,9 MHz, <www.fmintegracao.com.br>, São Manuel-SP, 38.342 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

ALIANÇA FM (104,9 MHz, <www.radioaliancafm104.com>, São Miguel Arcanjo-SP, 31.450 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

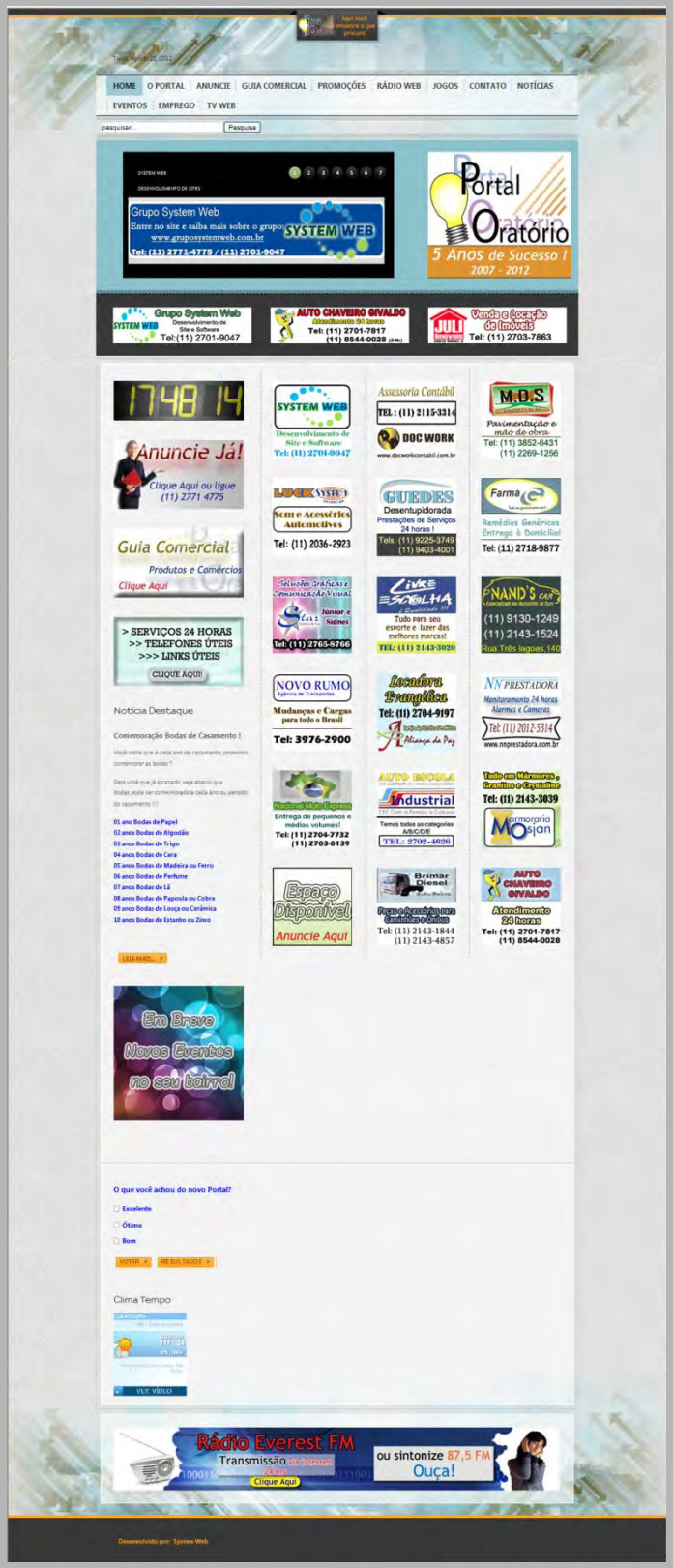
RÁDIO AGAPE (87,5 MHz, <www.radioagapefm.org.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

CANTAREIRA FM (87,5 MHz, <www.radiocantareira.org>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



DALILA FM (87,5 MHz, <www.radiodalilafm.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

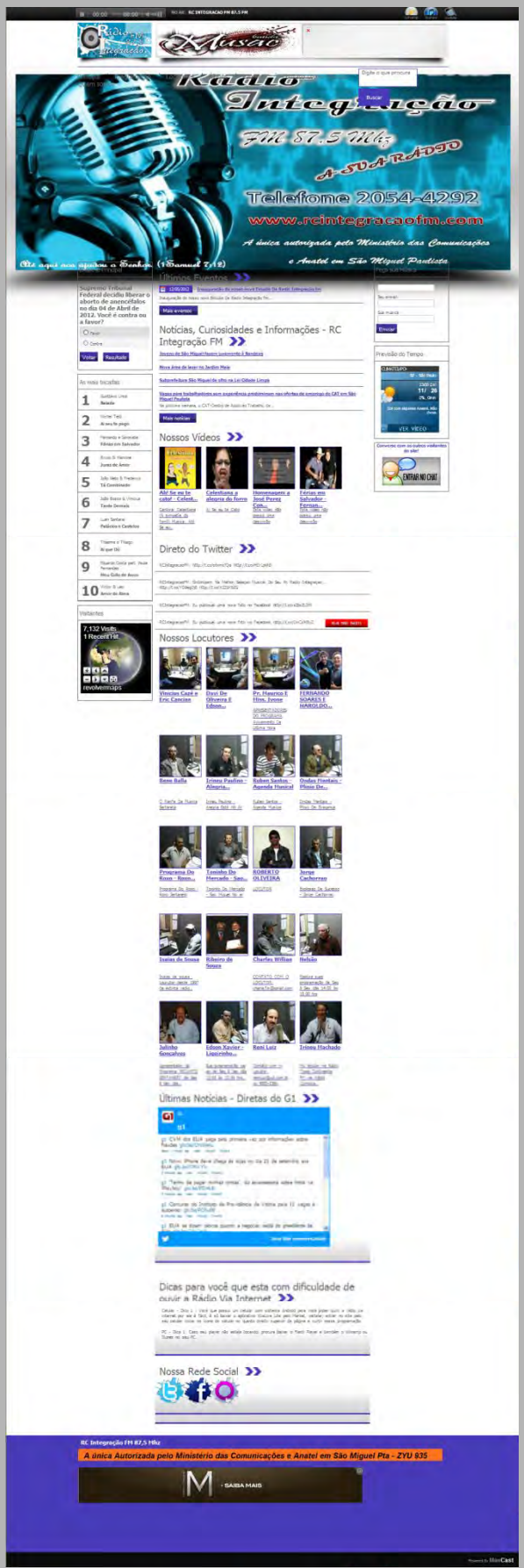
EVEREST FM (87,5 MHz, <www.everestfm.com.br - www.portaloratorio.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



HELIÓPOLIS FM (87,5 MHz, <www.heliopolisfm.com.br - www.radioheliopolisfm.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

IDÉIA FM (87,5 MHz, <www.ideiafm.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

INTEGRAÇÃO FM (87,5 MHz, <www.rcintegracaofm.com>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

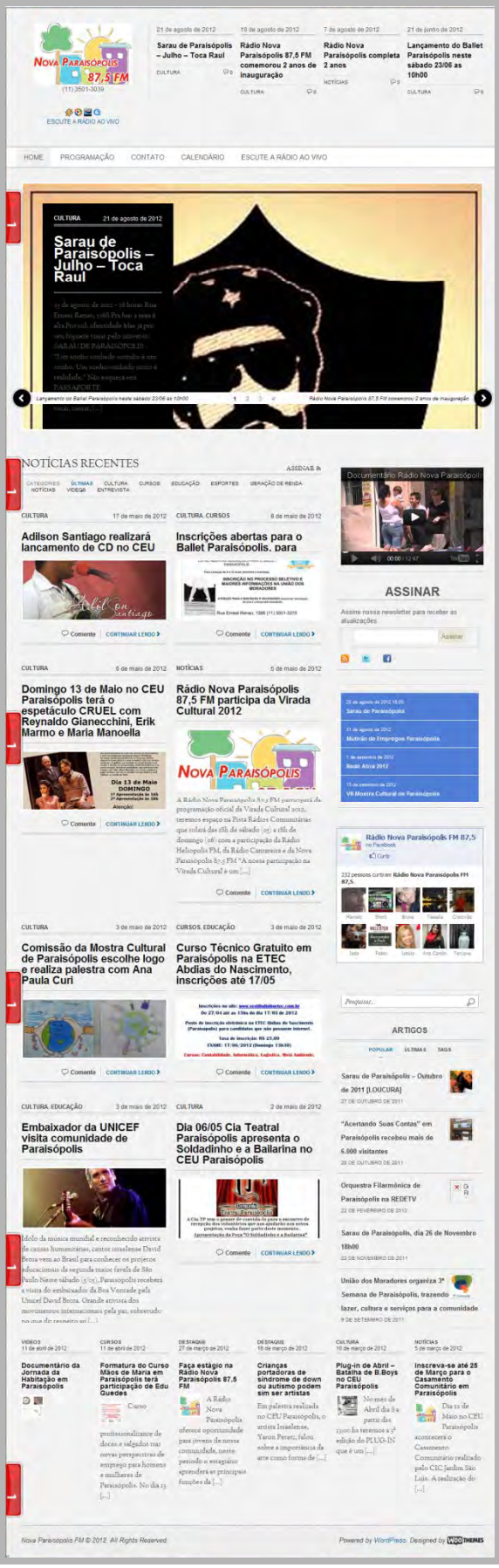


ITAQUERA FM (87,5 MHz, <www.rcitaquera.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

JARAGUÁ FM (87,5 MHz, <www.jaraguafm.radio.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

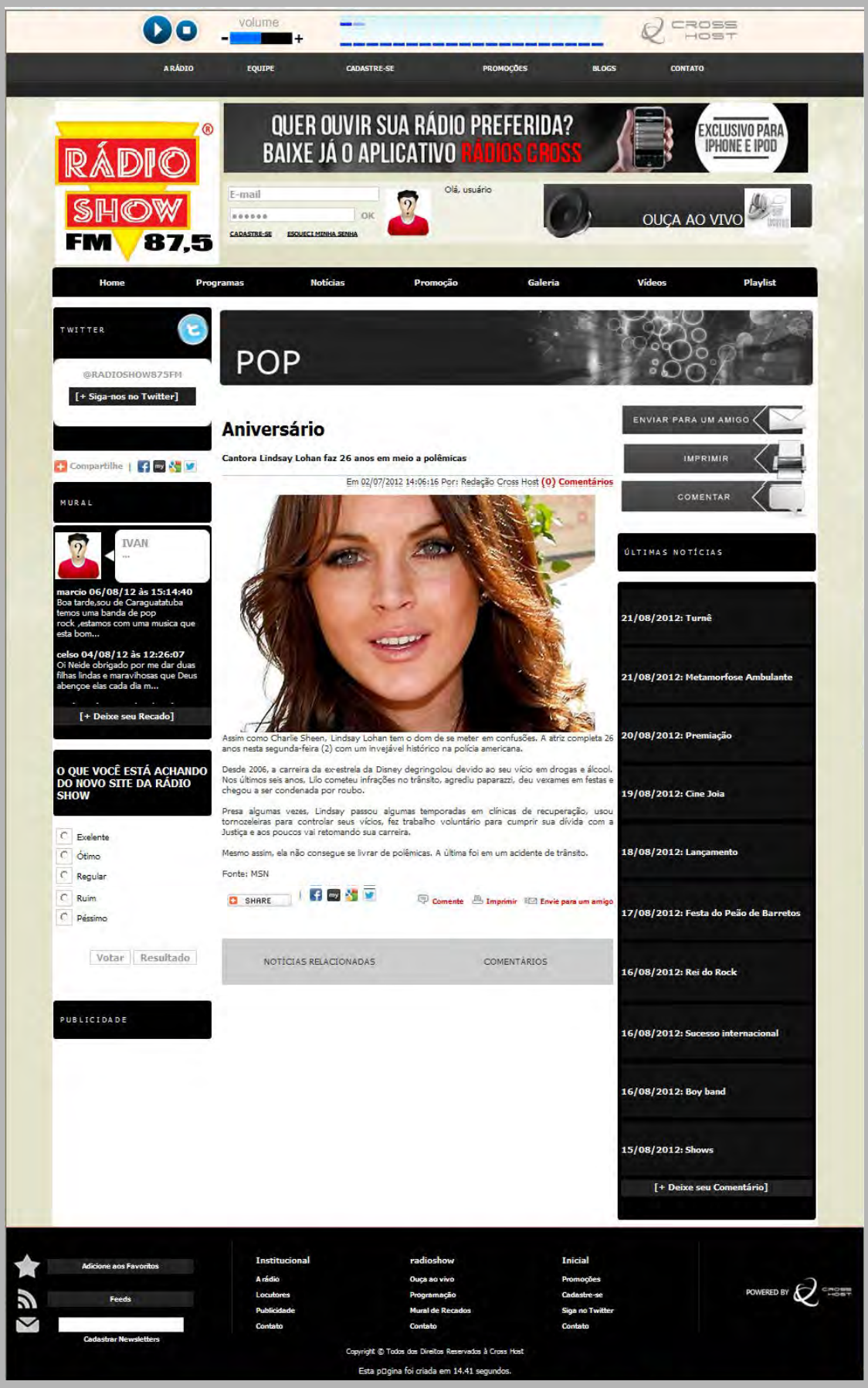
RÁDIO ONDA FM (87,5 MHz, <www.radioondafm.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

NOVA PARAISÓPOLIS FM (87,5 MHZ, <paraisopolis.org - www.novaparaisopolisfm.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



RÁDIO AME (87,5 MHz, <www.adbomretiro.com.br / www.wix.com/adbomretiro/radioamefm>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

RÁDIO SHOW FM (87,5 MHz, <www.radioshow.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



RÁDIO SÃO FRANCISCO (87,5 MHz, <spicilegiumdei.org>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

RÁDIO SOUL VIDA (87,5 MHz, <www.radiosoulvida.com>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

STAR SUL FM (87,5 MHz, <www.starsulfm.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

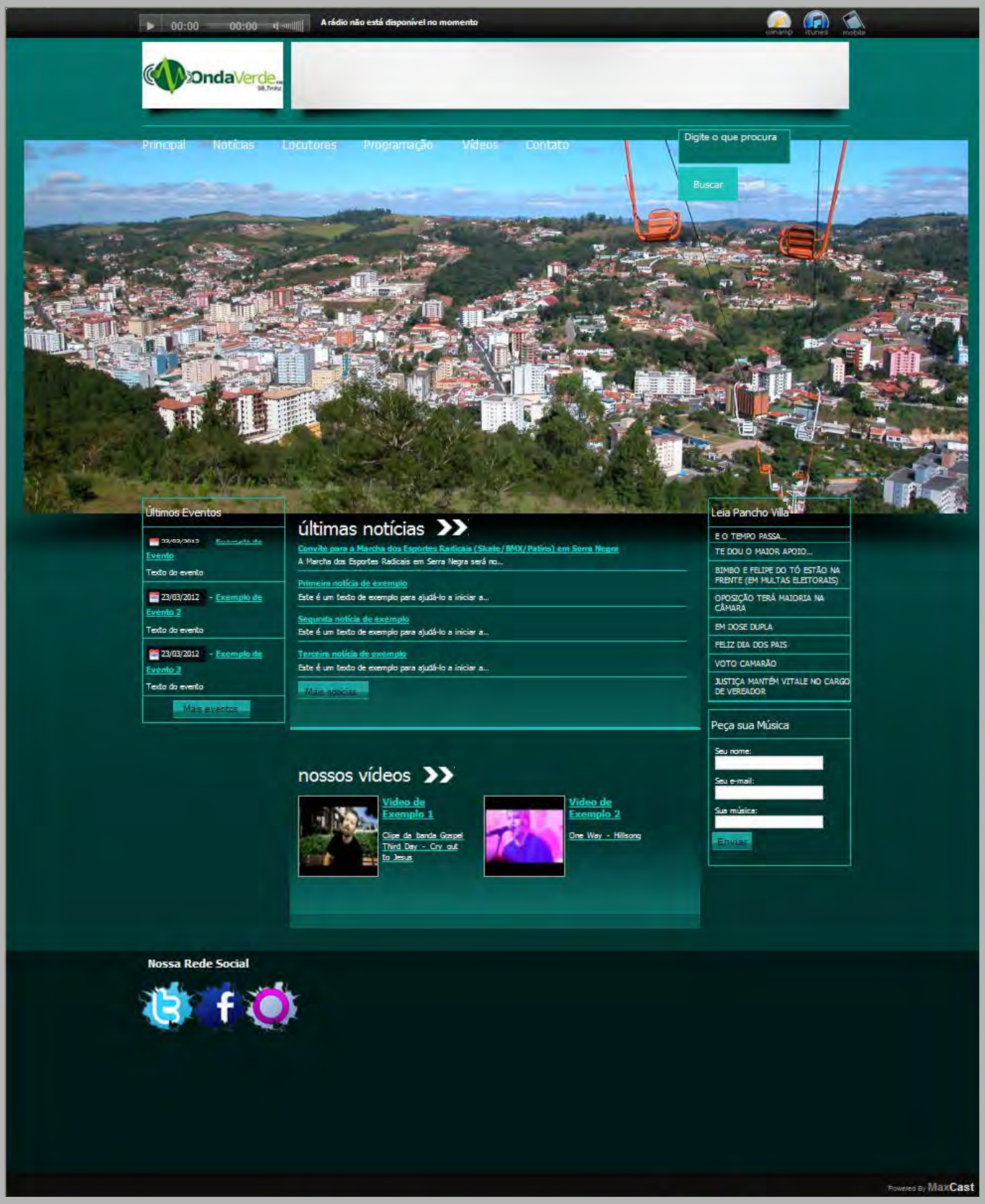
STUDIO 100 FM (87,5 MHz, <www.studio100.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

TERNURA FM (87,5 MHz, <radioternurafm.com.br>, São Paulo-SP, 11.253.503 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

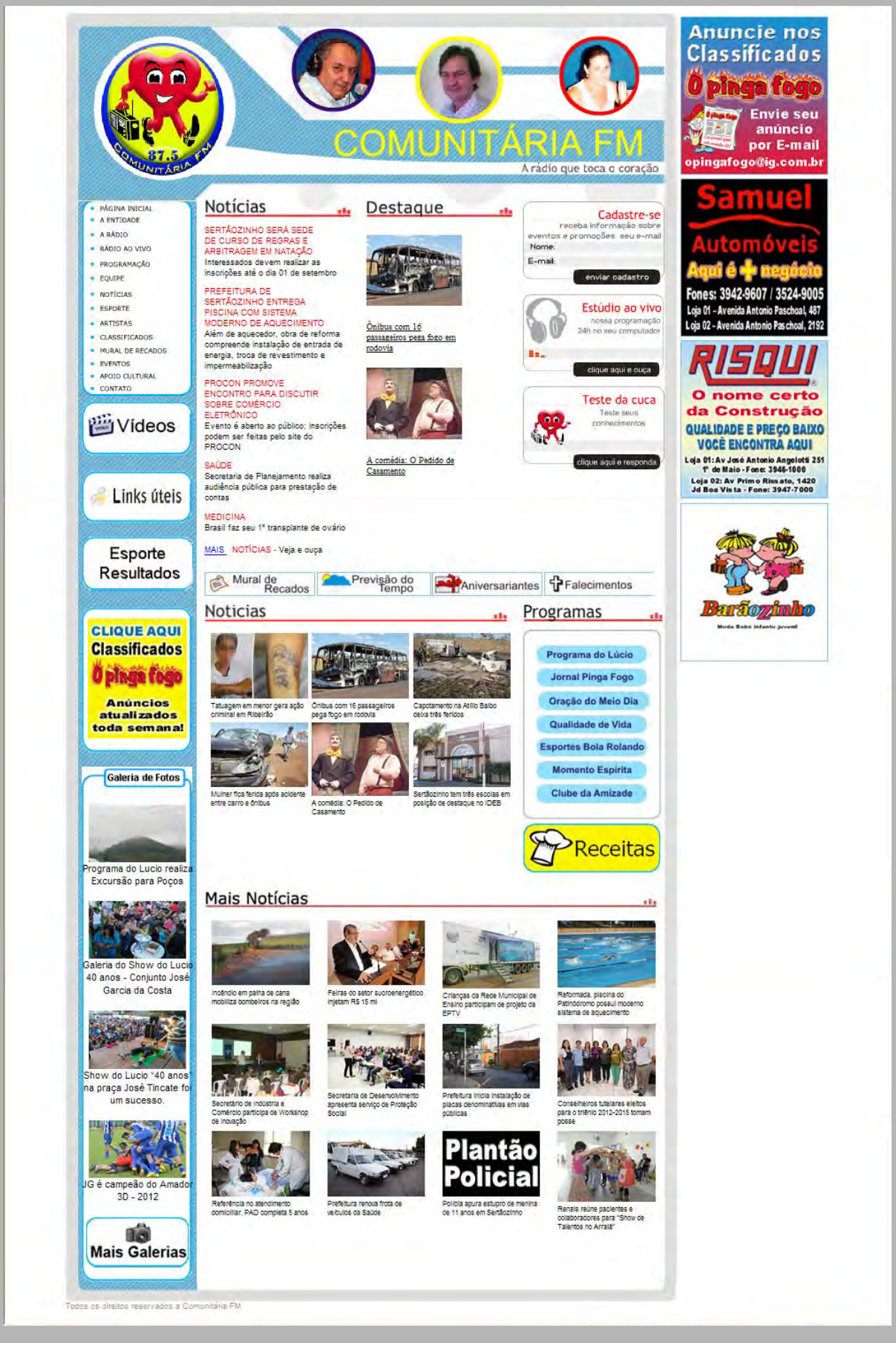
COLUNA FM (87,5 MHz, <www.radiocolunafm.com.br>, São Roque-SP, 78.821 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

COSTA SUL FM (104,9 MHz, <www.radiocostasulfm.com.br>, São Sebastião-SP, 73.942 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

ONDA VERDE FM (98,7 MHz, <www.ondaverdefm.com.br>, Serra Negra-SP, 26.387 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

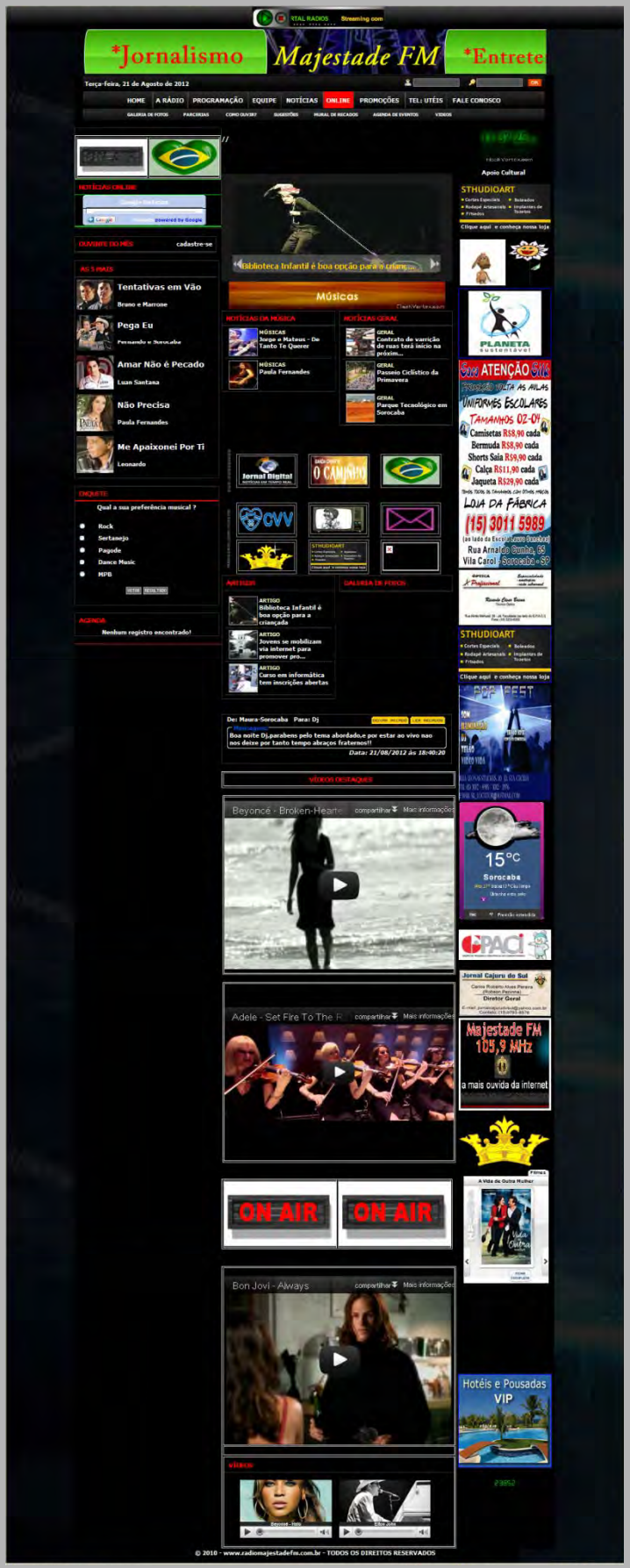


COMUNITÁRIA FM (87,5 MHz, <www.radiocomunitariafm.com.br>, Sertãozinho-SP, 110.074 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



LEGAL FM (105,9 MHz, <www.legalfmsorocaba.com.br>, Sorocaba-SP, 586.625 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

MAJESTADE FM (105,9 MHz, <www.radiomajestadefm.com.br>, Sorocaba-SP, 586.625 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012



SUPER FM (105,9 MHz, <www.radiosuperfm.net>, Sorocaba-SP, 586.625 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

26 DE JULHO (91,1 MHz, <www.ofssantaclara.com.br/radio>, Sumaré-SP, 241.311 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

NOVA ALIANÇA FM (91,1 MHz, <www.radionovaaliancafm.com.br>, Sumaré-SP, 241.311 habitantes)
Acesso em: 21 Ago. 2012

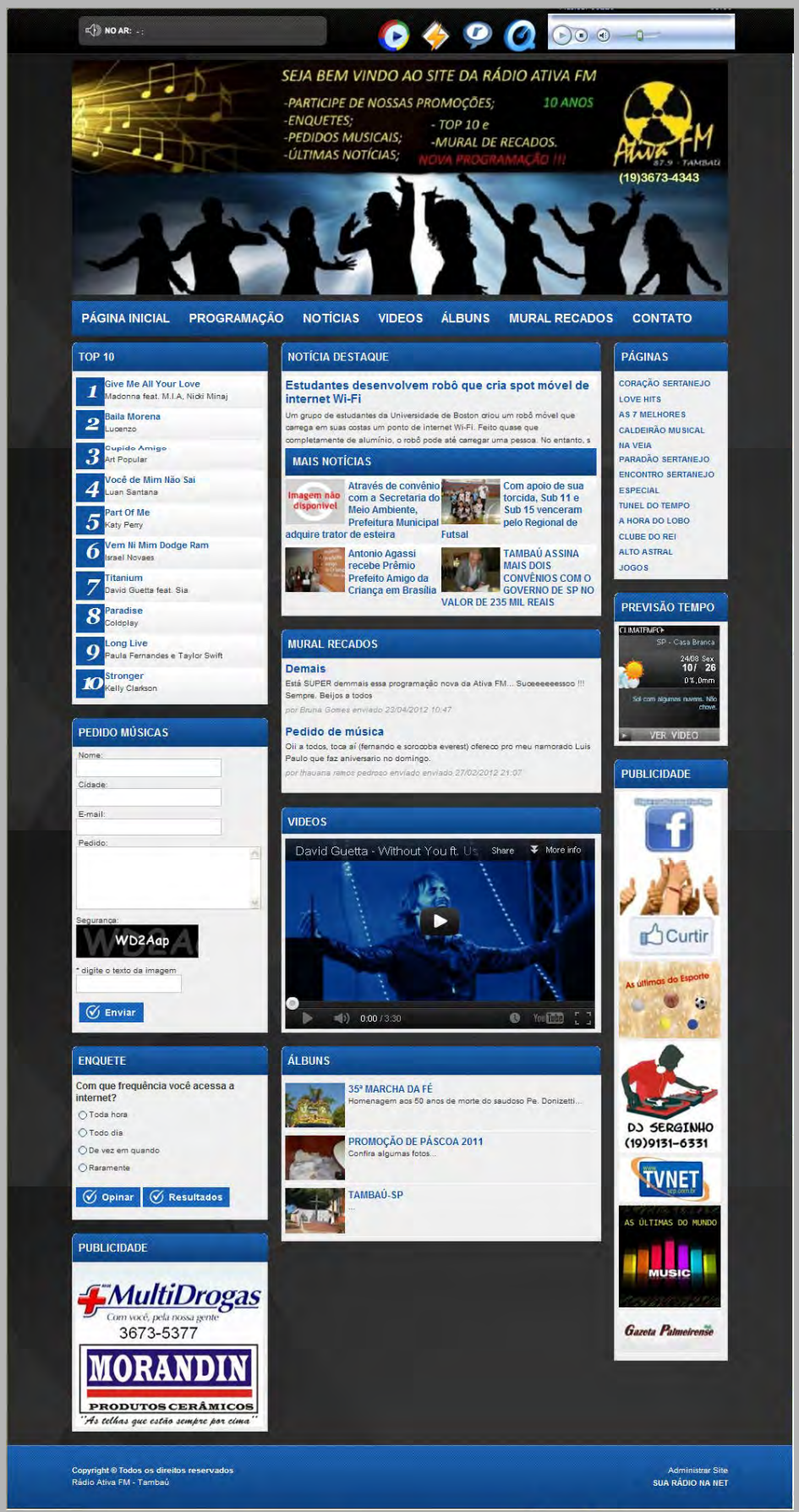
RÁDIO SAT FM (87,5 MHz, <www.radiosatfm.com.br>, Suzano-SP, 262.480 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

UNIÃO FM (104,9 MHz, <www.uniaofmtabapua.com.br>, Tabapuã-SP, 11.363 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

CENTENÁRIO FM (104,9 MHz, <centenariofm.com.br>, Tabatinga-SP, 14.686 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

NOVA FM (104,9 MHz, <www.radionovataciba.com.br>, Taciba-SP, 5.714 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

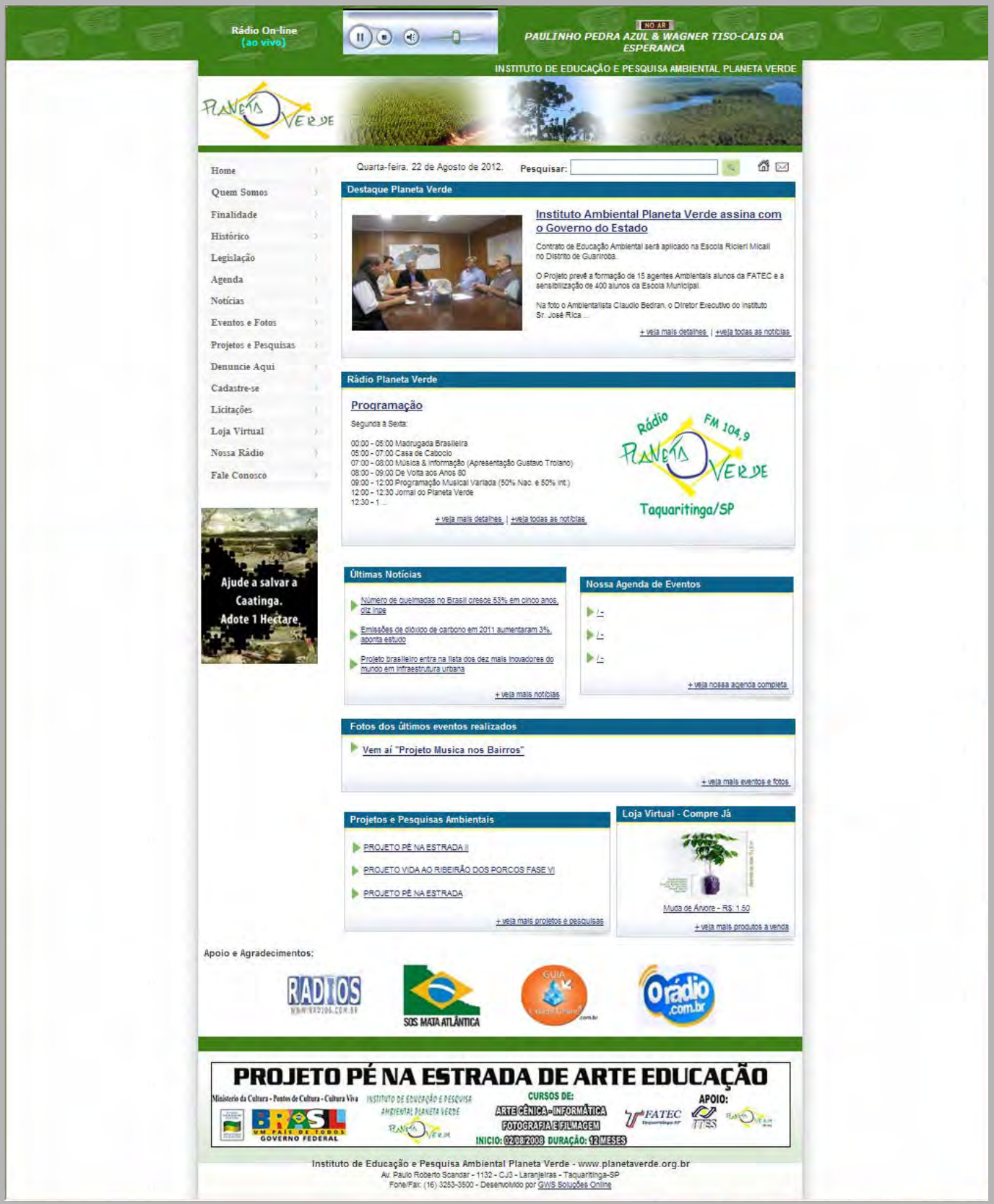
ATIVA FM (87,9 MHz, <www.radioativafm.vipradios.com>, Tambaú-SP, 22.406 habitantes)
Acesso em 22 Ago. 2012



EDUCADORA FM (104,9 MHz, <www.educadorafmtanabi.com.br>, Tanabi-SP, 24.055 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

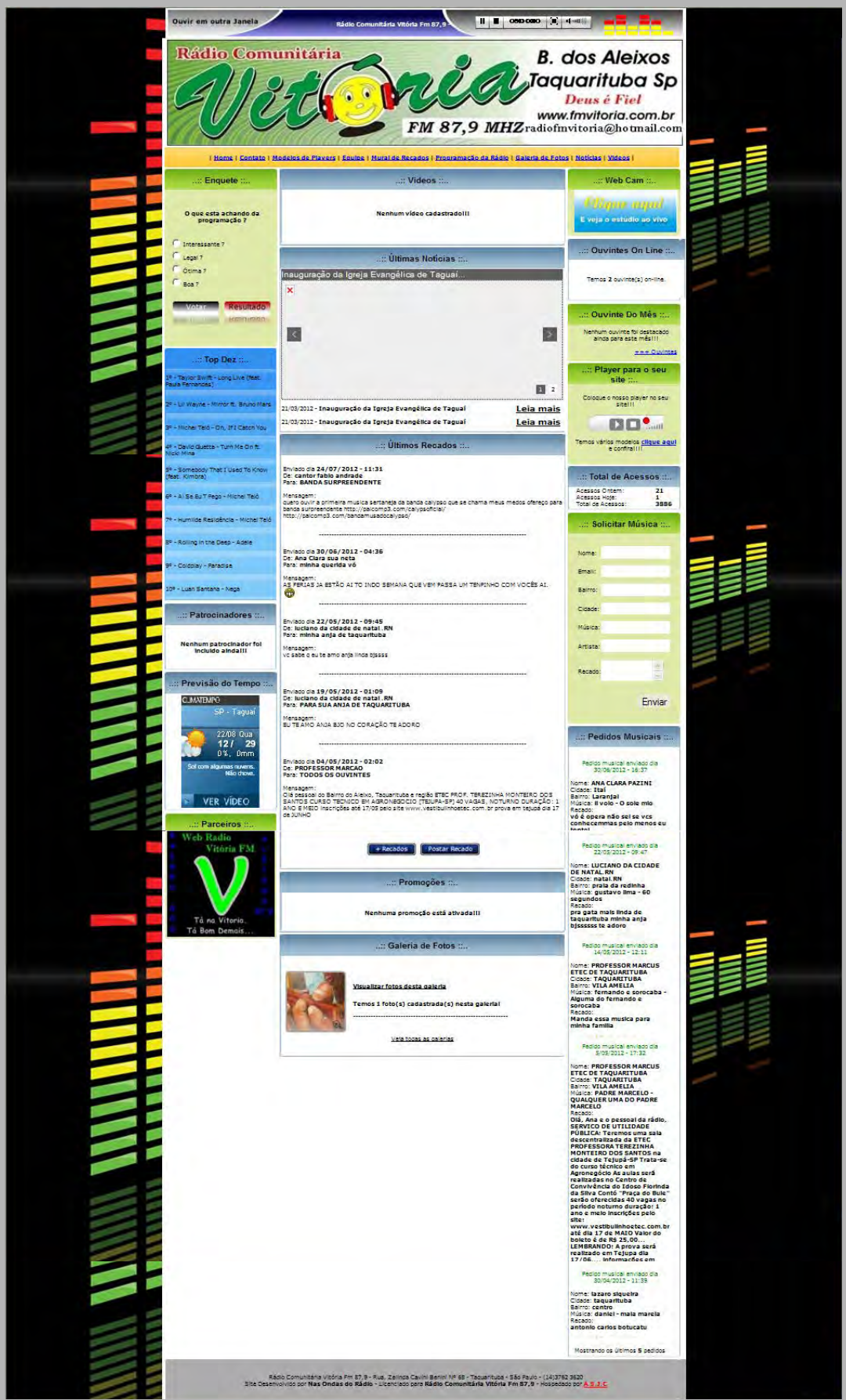
SOLEDADE FM (87,9 MHz, <www.radiosoledadefm.com - soledadefm.webnode.com.br>, Tapiratiba-SP, 12.737 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

PLANETA VERDE (104,9 MHz, <www.planetaverde.org.br>, Taquaritinga-SP, 53.988 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

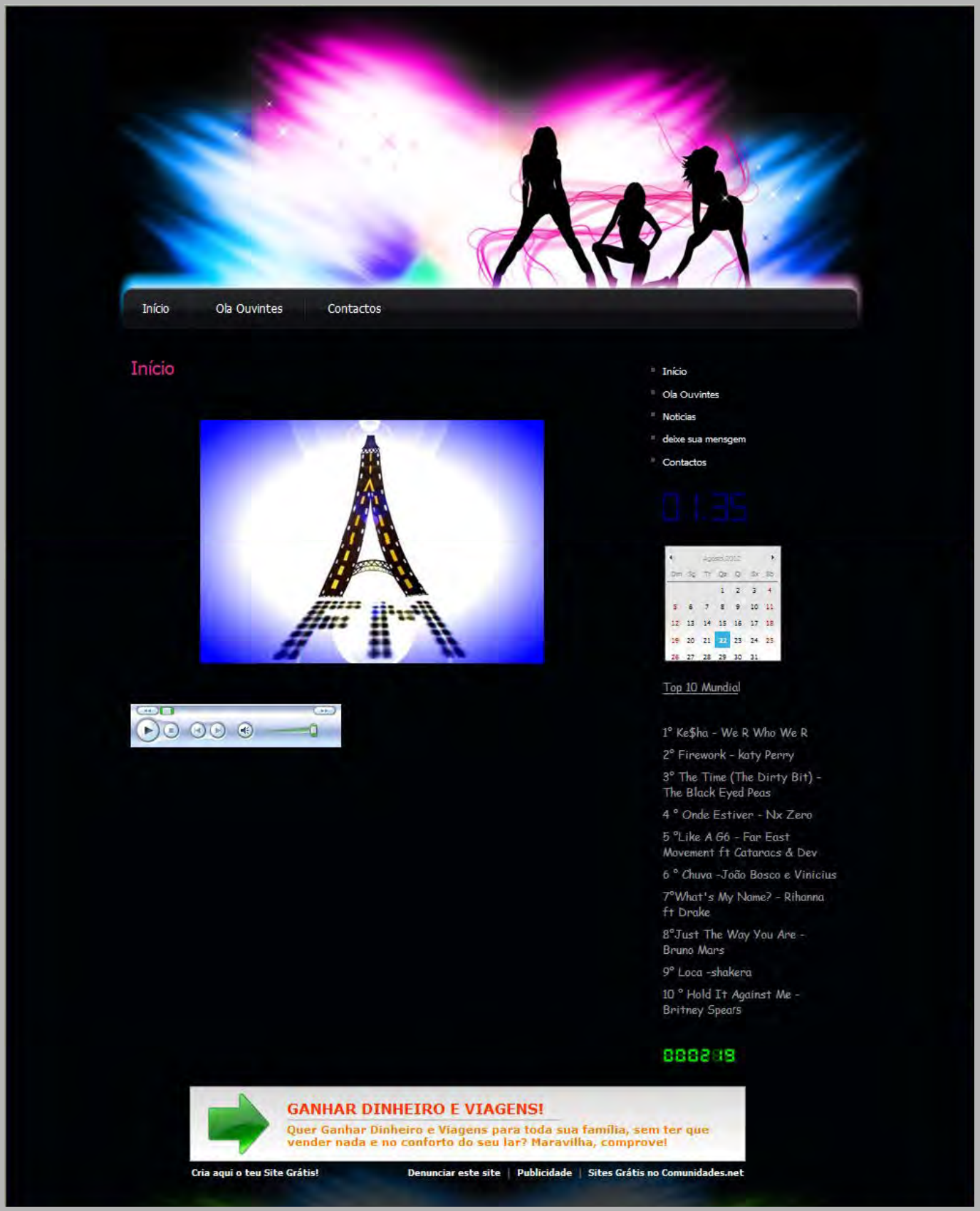


PONTUAL FM (87,9 MHz, <www.radiopontualfm.com>, Taquarituba-SP, 22.291 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

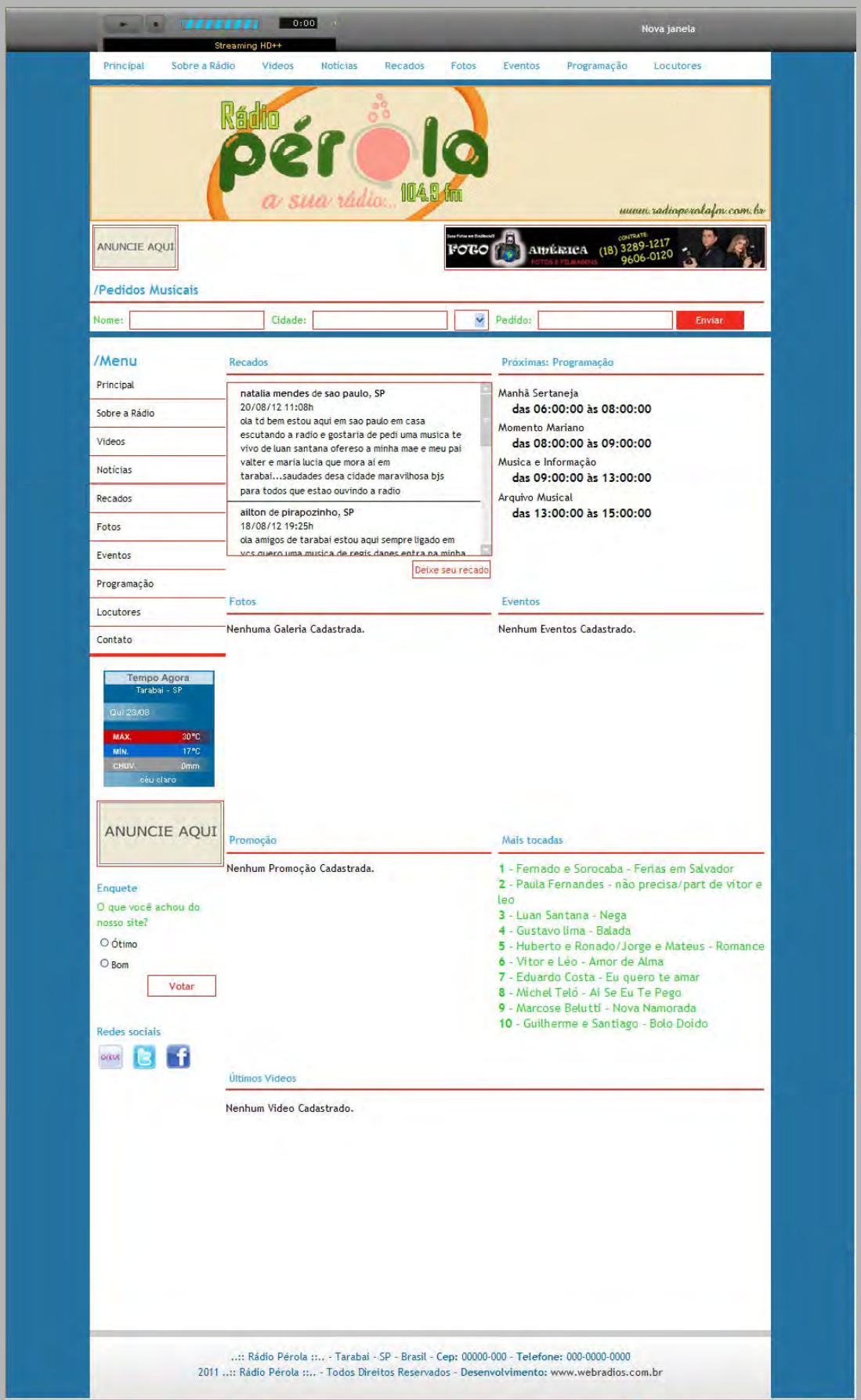
VITÓRIA FM (87,9 MHz, <www.fmvitoria.com.br>, Taquarituba-SP, 22.291 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012



RÁDIO RODOVIA (87,9 MHz, <rodoviafm.no.comunidades.net>, Taquarivaí-SP, 5.151 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

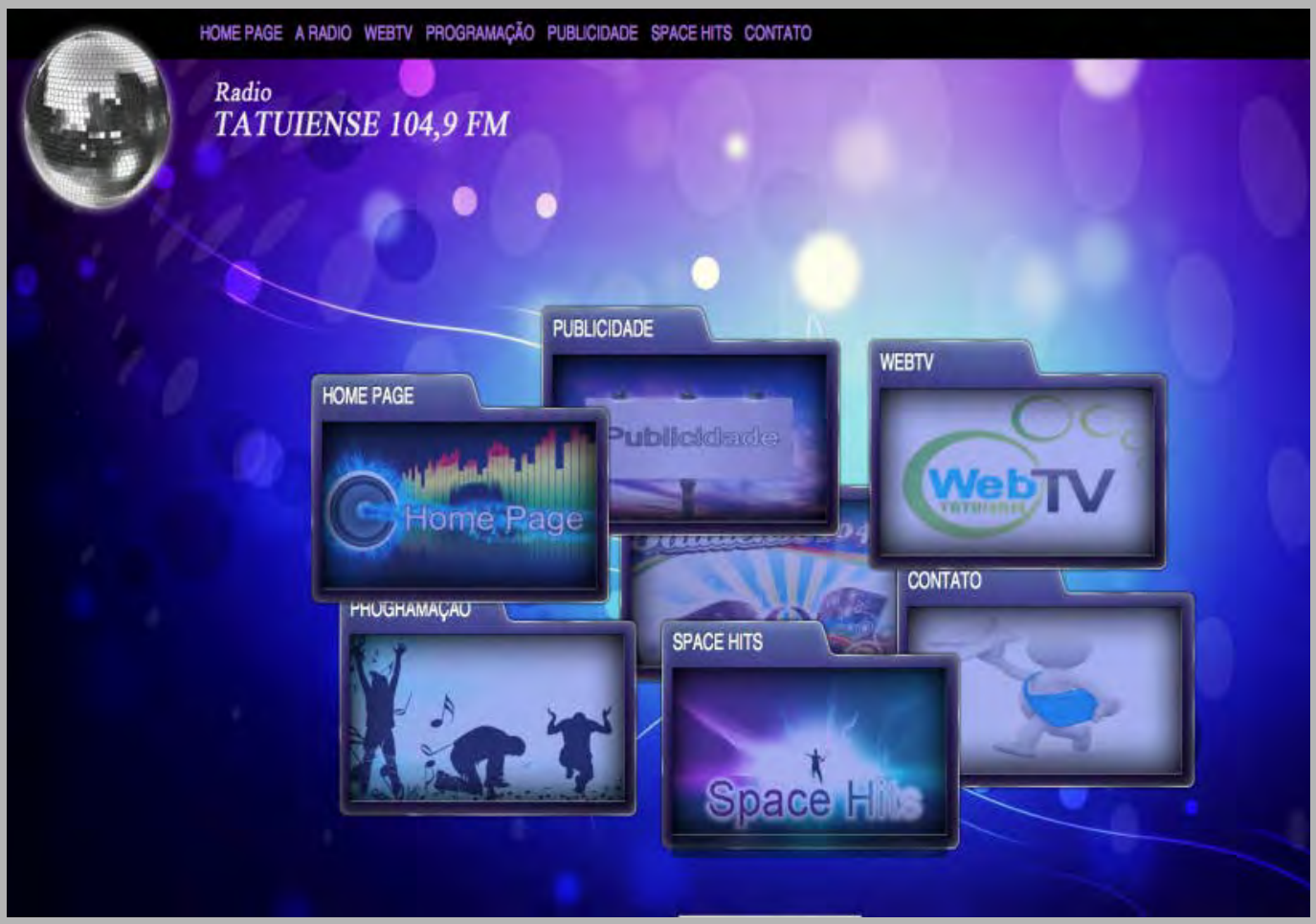


PÉROLA FM (104,9 MHz, <www.radioperolafm.com.br>, Tarabai-SP, 6.607 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

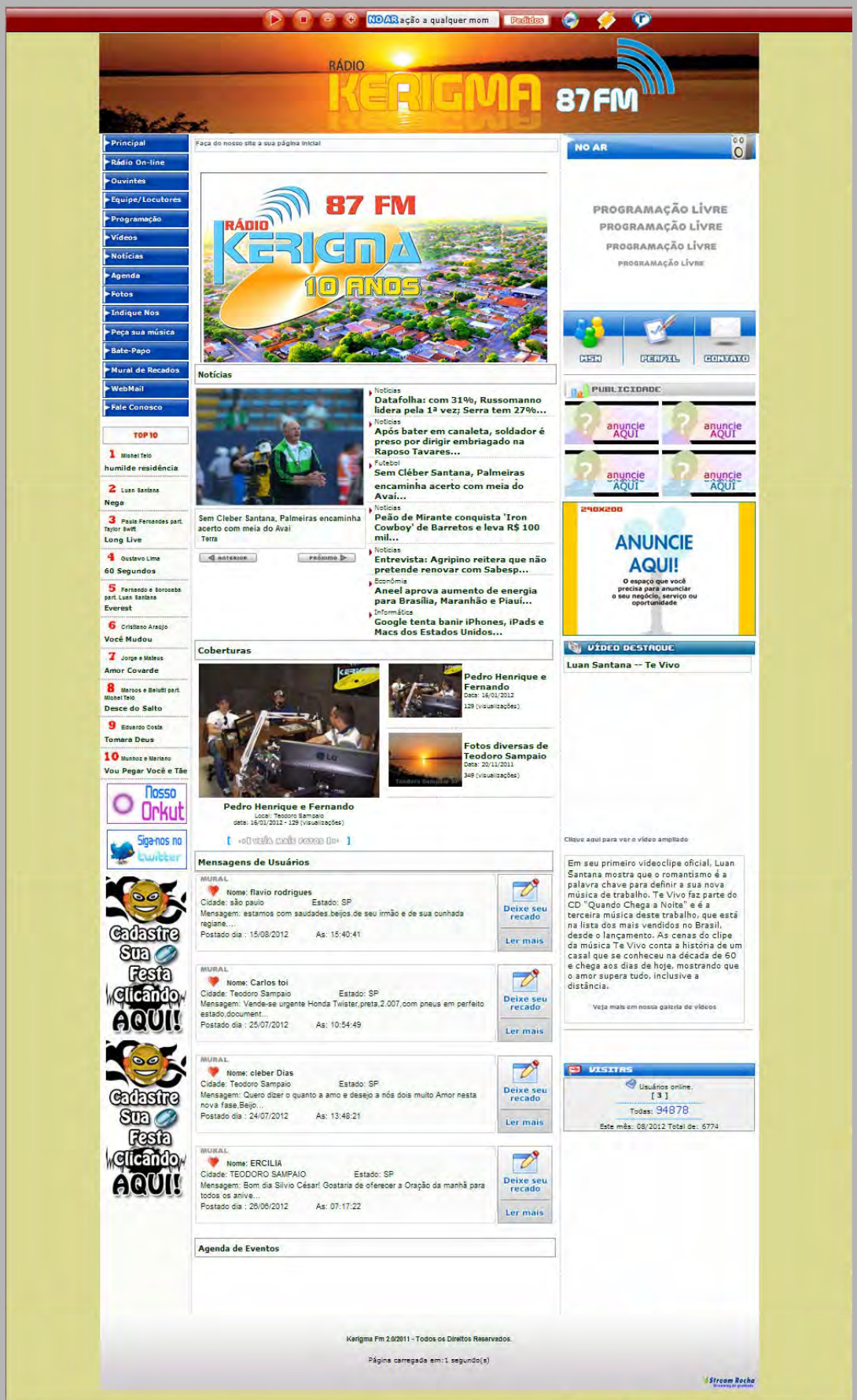


RÁDIO NOVA ESPERANÇA FM (104,9 MHz, <www.radioesperanca.net>, Tatuí-SP, 107,326 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

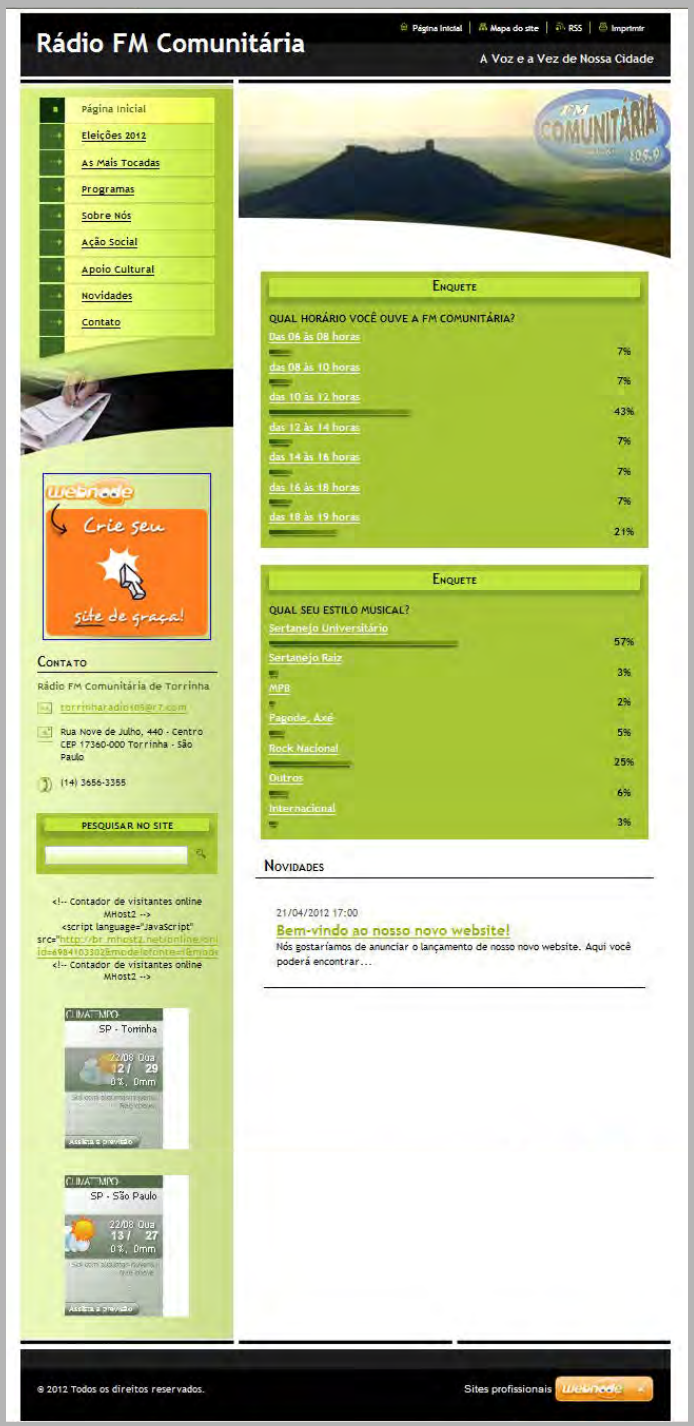
TATUIENSE FM (104,9 MHz, <www.radiotatuiense.com>, Tatuí-SP, 107,326 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012



KERIGMA FM (87,9 MHz, <www.kerigma87fm.com>, Teodoro Sampaio-SP, 21.386 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012



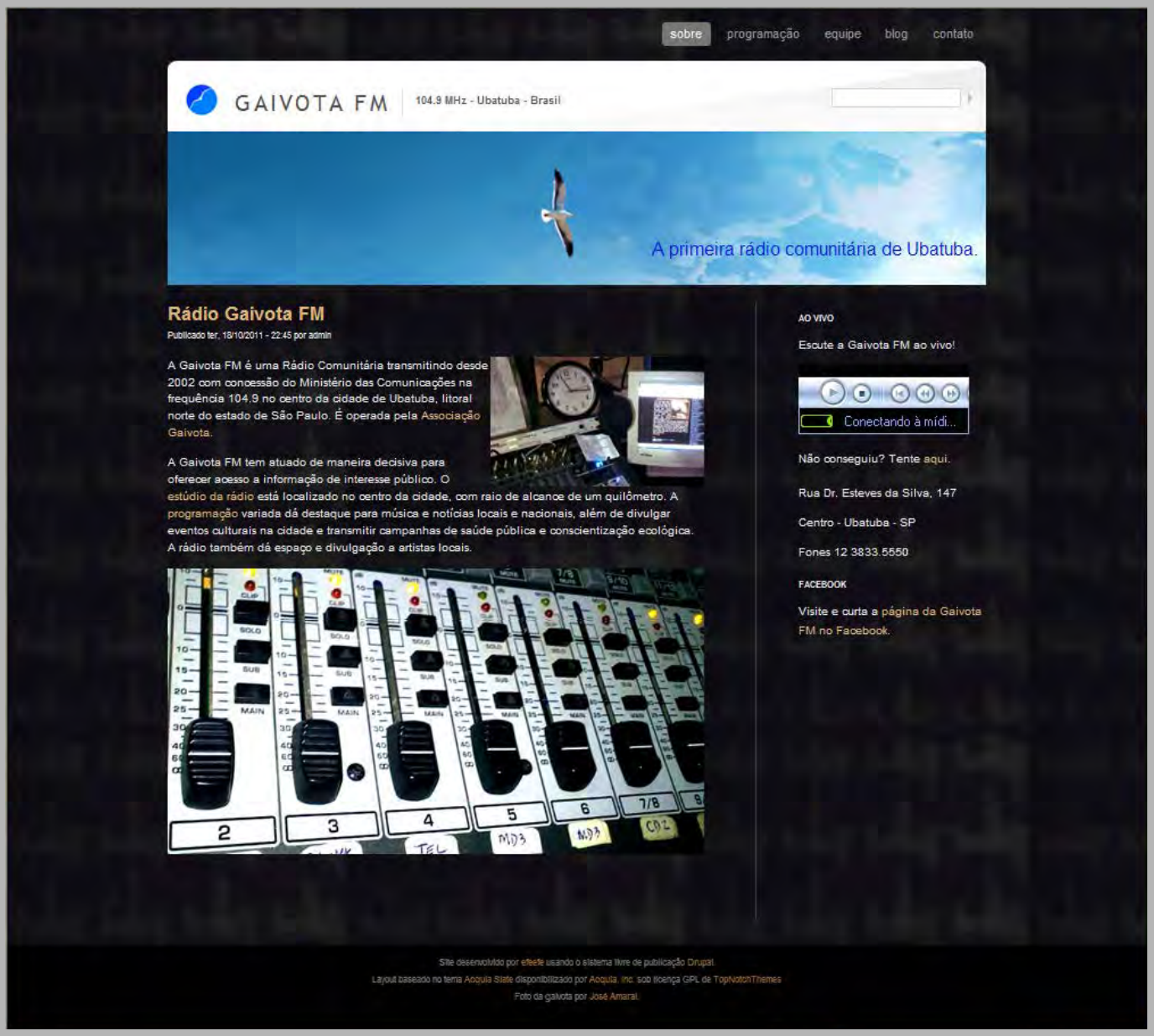
FM COMUNITÁRIA (105,9 MHz, <www.radiofm105torrinha.webnode.com>, Torrinha-SP, 9.330 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012



VOZ DO VALE (105,9 MHz, <www.vozdovalefm.com.br>, Três Fronteiras-SP, 5.427 habitantes)
Acesso em: 7 maio 2012

TROPICAL FM (87,9 MHz, <www.fmtropicalfm.com>, Tupi Paulista-SP, 14.269 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

GAIVOTA FM (104,9 MHz, <gaivota.fm.br>, Ubatuba-SP, 78.801 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012



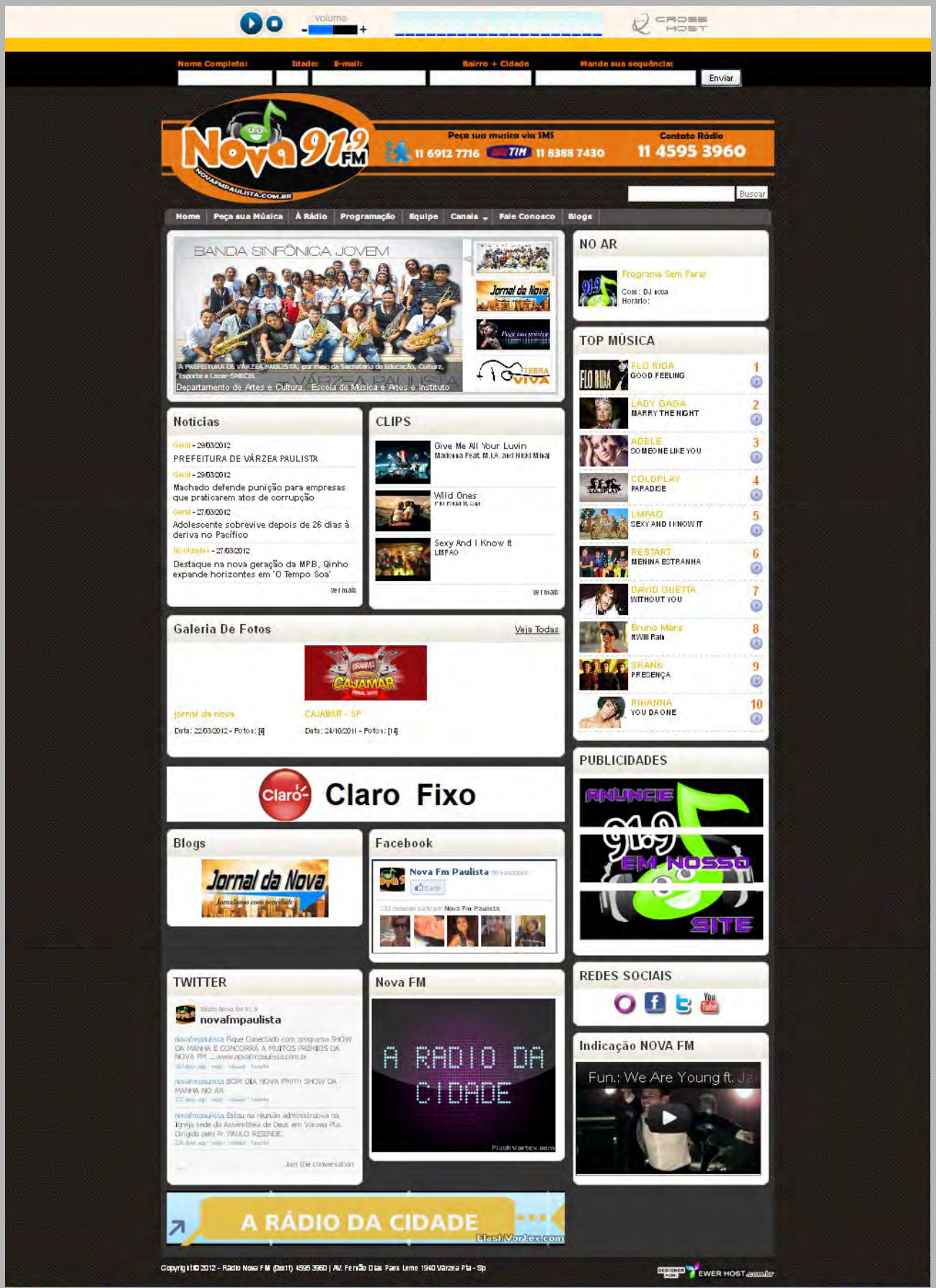
COMUNICATIVA FM (105,9 MHz, <www.comunicativafm.com>, Urânia-SP, 8.836 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

FM A VOZ DE URUPÊS (104,9 MHz, <www.fmavozdeurupes.com.br>, Urupês-SP, 12.714 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

NOVA FM (87,9 MHz, <www.novafm87.com.br>, Valentim Gentil-SP, 11.036 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

VALINHOS FM (105,9 MHz, <www.valinhosfm.com.br>, Valinhos-SP, 106.793 habitantes
Acesso em: 22 Ago. 2012

NOVA PAULISTA FM (91,9 MHz, <www.novafmpaulista.com.br>, Várzea Paulista-SP, 107.089 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

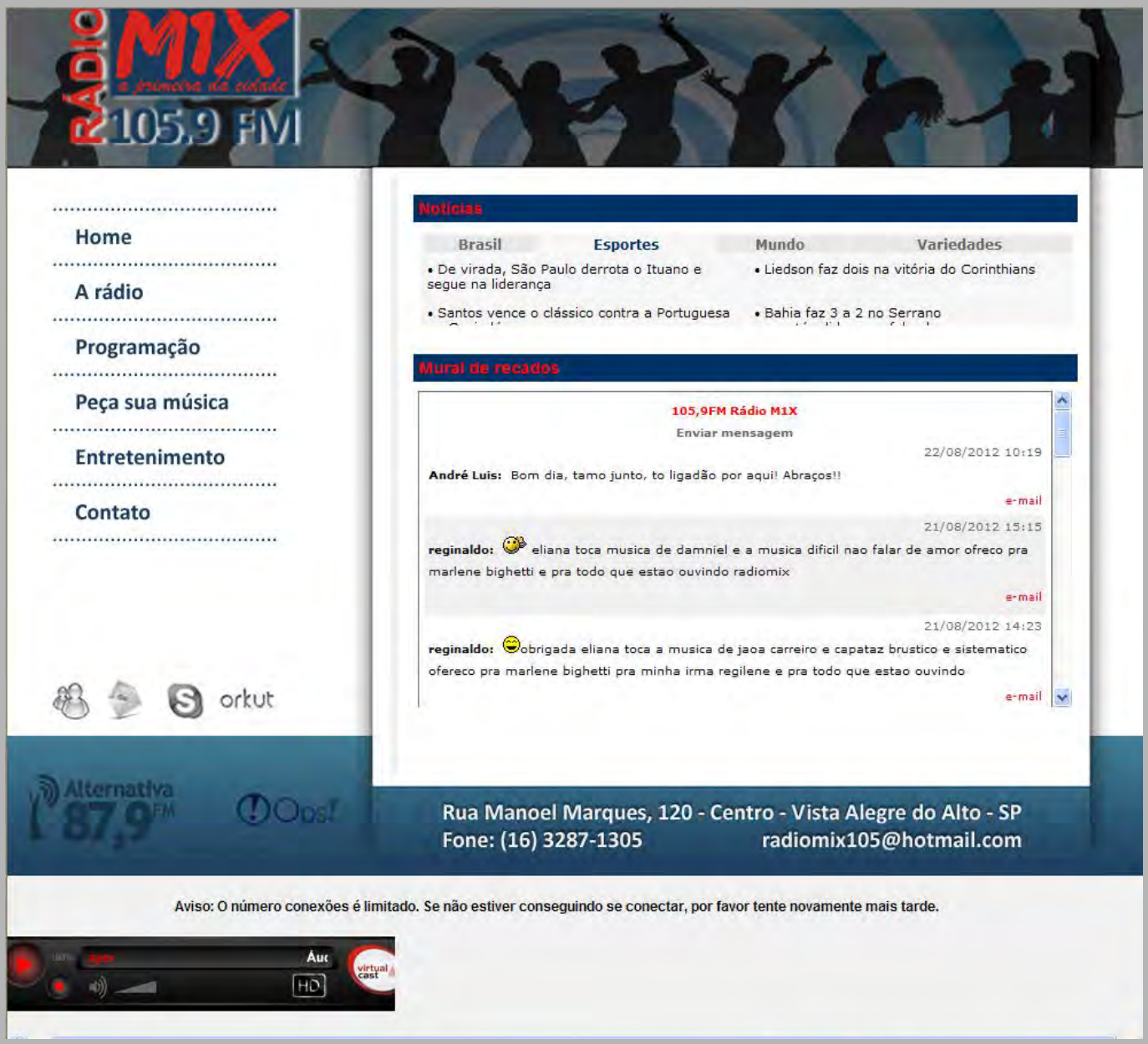


ONDA MIX FM (105,9 MHz, <www.ondamix.com.br>, Vera Cruz-SP, 10.769 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

CAPELA FM (105,9 MHz, <www.capelafm.com.br>, Vinhedo-SP, 63.611 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

FAMILIA FM (105,9 MHz, <radiofamiliafm.webnode.com.br>, Viradouro-SP, 17.297 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012

RÁDIO MIX (105,9 MHz, <www.radiomix105.com.br>, Vista Alegre do Alto-SP, 6.886 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012



NOVATROPICAL FM (105,9 MHz, <www.novatropicalfm.com.br>, Votorantim-SP, 108.809 habitantes)
Acesso em: 22 Ago. 2012