

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ – UESC  
DEPARTAMENTO DE LETRAS E ARTES – DLA**

**RAFAEL ABADE RIBEIRO**

**COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E A RÁDIO-POSTE A VOZ DO SALOBRINHO**

**Ilhéus-BA  
3ª edição-2021**

**RAFAEL ABADE RIBEIRO**

**COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E A RÁDIO-POSTE A VOZ DO SALOBRINHO**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz, para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social. 3ª ed. corrigida.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Marcus Lima Figueiredo

**Ilhéus-BA  
3ª edição-2021**

Ficha catalográfica da biblioteca da Uesc indisponível (1ª ed.).  
Modelo sugerido para citações desta 3ª ed.:

RIBEIRO, Rafael Abade. **Comunicação Comunitária e a Rádio-poste A Voz do Salobrinho**. 2019. 130 p. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Dep. de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus (BA), 2021. 3ª ed. il. col. corrigida. Licença livre (CC BY-NC). Disponível em: <<http://deposita.ibict.br/>>. Acesso em: 01 jun. 2021.

Informações complementares:

1. Comunicação comunitária. 2. Rádio-poste. 3. Salobrinho. 4. Comunicação popular. 5. Mídia alternativa. I. Figueiredo, Antônio Marcus Lima (orient.). II. Uesc. / Área de conhecimento (CNPq): Ciências sociais aplicadas; Comunicação; Rádio e TV - 6.09.00.00-8

**Contatos do autor:**

cadeiradorafael@gmail.com / FB.com/CoringaProducoes  
Currículo: <http://lattes.cnpq.br/0641259076863045>

**Licença livre** (Creative Commons BY–NC): Permite cópia, distribuição e derivação para fins não comerciais, desde que atribuído o crédito do autor.



**RAFAEL ABADE RIBEIRO**

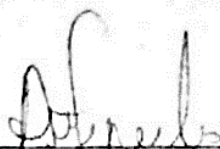
**COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E A RÁDIO-POSTE A VOZ DO SALOBRINHO**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz, para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Prof.D.r Antônio Marcus Lima Figueiredo

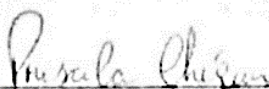
Trabalho defendido em 27 / 8 / 2019

Pontuação: 8.8 (banca) / 8.5 (disciplina TCC)



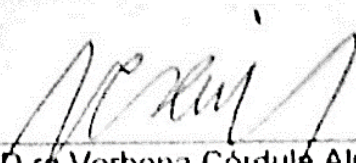
---

Prof. D.r Antônio Marcus Lima Figueiredo (Uesc)  
Orientador



---

Prof.ª M.ª Priscila Ribeiro Chéquer Luz (Uesc)  
Parecerista



---

Prof.ª D.ra Verbena Córdula Almeida (Uesc)  
Parecerista

## AGRADECIMENTOS

À comunidade do Salobrinho; Pela compreensão, hospitalidade, ensinamentos e parcerias na realização deste trabalho: parceiros da rádio (Rancho, Titã, Junio Sangom, Lulinha, Geovane Som, Sherney, Jeff RSP<sup>‡</sup>, Dinho, Nani e Odezon); Moradores (Alexandra Morena, carregadores, Danilo Criart, Débora Bonfim, Dinha, Dona Paula, Geska, Jorginho, Josa, Juliana surf, Matheus Luna, Móis Ração, Negonas PT, Nilton bike, Nonato adm., Raimundo praça<sup>‡</sup>, Rubens, Telma, Valderez, Vanderlei, Topó, banda Vinil Voador, Zelito, Zenilda); Colegas da Uesc (Aquis, Angelove, Ariel<sup>‡</sup>, Bode, Del, Eglom, Eli Loc., Emiron, mulheres do DCE, Eglom, Jota, Jheyds InsalObre, Leandro, Marilene, Willian), entre tantos outros.

À todos os professores, profissão que considero a mais nobre. Independente de afinidade, cito os que mais influenciaram a realização deste trabalho: Antônio Figueiredo, atencioso orientador; Marcelo Pires, orientador anterior (até entrar de licença para o Ph.D.); Nane Albuquerque, com quem cursei a maioria das disciplinas de rádio; Verbena, pelo parecer e incentivo durante as disciplinas de Comunicação Regional e Política; Priscila, parecerista; Karen, pelo radiodoc; Fernando, Valéria e Xavier, pelo ensino da metodologia científica; Técnicos de som do curso; Alfredo Dib, pela orientação do Plano de Negócios da Rádio; Valério Ixocactus, pelo projeto Wikipédia na Uesc; Delliana Ricelli; GP de cidadania do 43º Intercom (Profs. Pablo Bastos, Suellen Silva, Patrícia Saldanha, etc). Demais profs. de Comunicação Social, pelo exemplo e “puxões de orelha”; Professores de Yoga, artes marciais e *Gnosis*, pelo equilíbrio; e todos professores do IFBA e EFHC (em geral). Quanto aos demais radialistas e autores (Cogo, Peruzzo, Vigil, Gil, Misael, etc.), seus ombros me mostraram horizontes mais esperançosos! Peço perdão pelas inevitáveis deturpações, e lembrem-se de mim para projetos acadêmicos ou negócios!

Aos meus “*paitrocinadores*” e parentes, culpados pela minha existência.

À serpente Nadja Biondine Marriel, namorada, revisora, prof. dra. e musa.

À menina<sup>‡</sup> do caso “césio-137/GO”, pela lamentável inspiração ao *Radi(ação)*;

Aos não citados (por me faltar memória, espaço ou perderem meu carinho ao se assumirem como meus supostos adversários); aos que não conhecemos e aos que não existem. Namastê! Agora virei fantasma também... Meu nome é *tchau!*

*"Deixa, deixa, deixa  
Eu dizer o que penso desta vida  
Preciso demais desabafar..."*

Eu já falei que tenho algo a dizer, e disse  
Que *falador* passa mal e você me disse  
Que cada um vai colher o que plantou [...]

O cidadão por outro lado se diz impotente, mas  
A impotência não é uma escolha também  
De assumir a própria responsabilidade, hein?

Que cê tem em mente, se é que tem algo em mente  
Porque a bala vai acabar ricocheteando na gente [...]

Celebridade é artista, artista que não faz arte  
Lava a mão como Pilatos achando que já fez sua parte  
Deixa pra lá, (eu devo tá viajando)

**Enquanto eu falo besteira, nego vai se matando!"**  
Marcelo D2 (Rap Desabafo)

"Você fica lindo em silêncio"  
Minha ex

## RESUMO

Esta monografia é um estudo de caso da adequação da Rádio-poste A voz do Salobrinho aos princípios da comunicação comunitária. No período observado (2017-2019), contou com programação musical, pregações e duas radiorrevistas ao vivo. Este tipo de rádio atua com caixas de som nos postes dos bairros, além de outras ações transmidiáticas. Analisou-se como problema do meio a transmissão impositiva nas ruas, incomodando alguns vizinhos e nem sempre contemplando as preferências dos moradores. Buscando melhorar este precário funcionamento, propôs-se a metodologia do Estudo de Caso com intervenção (pesquisa-ação) para entender as problemáticas das rádios-postes em geral (estado da arte); incentivar o espaço público como local de cidadania; capacitar a equipe; etc. Foram realizadas parcerias com instituições sociais (como a Associação de Moradores e o DCE Uesc). Elaborou-se um plano de negócios, visto que o autofinanciamento do único patrocinador é precário. Conclui que a pesquisa conseguiu atingir seus objetivos, e sugere novos estudos: rentabilidade, poluição sonora e uso democratizante.

**Palavras-chave:** Comunicação comunitária, Rádio-poste, Salobrinho, Comunicação popular, mídia alternativa.

## ABSTRACT

This monograph is a case study of the adequacy of the Lamp post radio A voz do Salobrinho to the principles of community communication. In the observed period (2017-2019), it had musical programming, sermons and two live radio magazines. This type of radio works with speakers on neighborhood posts, in addition to other transmedia actions. The imposing transmission in the streets was analyzed as a problem of the environment, bothering some neighbors and not always contemplating the preferences of the residents. Seeking to improve this precarious functioning, the methodology of the Case Study with intervention (action research) was proposed to understand the problems of the Lamp post radios in general (state of the art); encourage the public space as a place of citizenship; empower the team; etc. Partnerships were made with social institutions (such as the local residents' association and DCE Uesc). A business plan was drawn up, since the self-financing of the sole sponsor is precarious. It concludes that the research managed to achieve its objectives, and suggests new studies: profitability, noise pollution and democratizing use.

**Keywords:** Community communication, Lamp post radio, Salobrinho, Popular communication, alternative media.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 -	Denúncias do ensaio “Manhãs do Salobrinho” .....	51
Figura 02 -	Estúdio de Geovane: 2014-2017.....	55
Figura 03 -	Programa Hora de Notícias e Cultura.....	56
Figura 04 -	Programa #NossoRecado.....	57
Figura 05 -	Programa Salobrinho em Revista.....	59
Figura 06 -	Rancho e a sede da Rádio A Voz do Salobrinho.....	60
Figura 07 -	Dualidade comercial e “comunitária” nos anúncios da emissora....	61
Figura 08 -	Reunião das comissões da AMS.....	77
Figura 09 -	Reuniões com o DCE, Associação de Moradores e a rádio-poste.	79
Figura 10 -	Curso de Jornalismo Comunitário.....	79
Figura 11 -	Alguns eventos apoiados pela rádio-poste.....	80
Figura 12 -	Rádios-postes e “comunitárias” visitadas e observadas.....	82
	APÊNDICES.....	96
A	Mural: Visão geral.....	97
B	Mural: Colagem com ilustrações e título.....	98
C	Mural: Ensaio fotográfico “Manhãs do Salobrinho”.....	99
D	Mural: Músicos regionais homenageados pelo Radi(ação).....	102
E	Mural: Poesia “Água Salobra” .....	103
F	Mural: Mapeamento do bairro e das caixas de som.....	104
G	Mural: Estatuto da Rádio A voz do Salobrinho.....	106
H	Mural: Lei das Rádios Comunitárias (resumida).....	109
I	Jornal Salobrinho em Foco .....	111
J	Plano de negócios de 2018.....	123
K	Cartaz “Tá vendo essa caixinha?” .....	129
L	Imagens diversas dos slides de defesa da monografia.....	130



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
1.1	Informações gerais.....	12
1.2	Por que “comunicação comunitária”?.....	14
1.3	Informações metodológicas complementares do estudo de caso.....	15
1.4	Apresentação dos capítulos.....	17
<b>2</b>	<b>HISTÓRIA DA RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA NO BRASIL.....</b>	<b>18</b>
2.1	Breve história da radiodifusão no Brasil: estabelecimento e decadência....	18
2.2	Surgimento das rádios comunitárias na América Latina.....	21
2.2.1	Capacitação das rádios-postes brasileiras: caso da Rádio do Povo.....	23
2.2.2	Popularização das rádios livres (e a legalização como comunitárias).....	25
2.3	Outros modelos “comunitários” consagrados.....	27
2.3.1	Centros de produção radiofônica.....	28
2.3.2	Rádios revolucionárias.....	29
2.3.3	Programas “comunitários” em emissoras de massa.....	29
<b>3</b>	<b>RÁDIOS-POSTES LIVRES: CARACTERÍSTICAS E DESAFIOS.....</b>	<b>30</b>
3.1	Definição, nomes populares e tipologia.....	30
3.2	Características das rádios-postes livres.....	34
3.2.1	Transmissão impositiva e poluição sonora.....	34
3.2.2	Legalidade x Legitimação.....	35
3.2.3	Utilidade Pública e participação x Solidariedade.....	37
3.2.4	Comunicação comunitária e desenvolvimento local.....	38
3.2.5	Finanças carentes x Alternativas.....	39
3.2.6	Infraestrutura precária.....	40
3.2.7	Voluntariado x Profissionalismo.....	41
3.2.8	Práticas de comunicação massiva.....	42
3.3	Mediações de recepção complementares.....	43
3.3.1	Recepção em deslocamento x Fidelização.....	44
3.3.2	Recepção contínua x Indireta e a “fofoca”.....	45
3.3.3	Mediação religiosa.....	46
3.3.4	Mediação lúdica.....	47
<b>4</b>	<b>ESTUDO DE CASO: RÁDIO-POSTE A VOZ DO SALOBRINHO.....</b>	<b>49</b>
4.1	Dados gerais do bairro.....	49
4.2	Rádios-postes anteriores: anos 70 e 2000.....	52
4.3	Gestão de Geovane: 2014-2017.....	53
4.3.1	Descrição da 1ª programação.....	55
4.4	Gestão de Rancho: desde 2017.....	60
4.4.1	Descrição da 2ª programação.....	66
4.4.2	Precariedades no funcionamento.....	67
4.4.3	Atuação comunitária da equipe.....	69
4.4.4	Jornal Salobrinho em Foco.....	71
<b>5</b>	<b>RADI(AÇÃO): INTERVENÇÃO TRANSMIDIÁTICA DE CIDADANIA.....</b>	<b>72</b>
5.1	Radorrevista - “O programa que dá voz ao cidadão!”.....	72

5.2	Parcerias com associações civis locais.....	76
5.3	Eventos locais – apoios e cobertura.....	80
5.4	Outras ações transmidiáticas.....	81
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>83</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>87</b>
	<b>APÊNDICES.....</b>	<b>96</b>
<b>A</b>	Mural: Visão geral.....	97
<b>B</b>	Mural: Colagem com ilustrações e título.....	98
<b>C</b>	Mural: Ensaio fotográfico “Manhãs do Salobrinho”.....	99
<b>D</b>	Mural: Músicos regionais homenageados pelo Radi(ação).....	102
<b>E</b>	Mural: Poesia “Água Salobra”.....	103
<b>F</b>	Mural: Mapeamento do bairro e das caixas de som.....	104
<b>G</b>	Mural: Estatuto da Rádio A voz do Salobrinho.....	106
<b>H</b>	Mural: Lei das Rádios Comunitárias (resumida).....	109
<b>I</b>	Jornal Salobrinho em Foco .....	111
<b>J</b>	Plano de negócios de 2018.....	123
<b>K</b>	Cartaz “Tá vendo essa caixinha?”.....	129
<b>L</b>	Imagens diversas dos slides de defesa da monografia.....	130

[Página 10 e 11 em branco para manter a paginação do sumário]

[Página 10 e 11 em branco para manter a paginação do sumário]

## 1 INTRODUÇÃO

*“Seja bem-vindo à rádio, Salobrinho!  
O estúdio é apertadinho, mas é grande o coração  
Aqui que a gente faz uns barulhinhos  
Às vezes incomoda, mas é boa a intenção! [...]   
Então pode vir, e cola com a gente!  
RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO  
É A VOZ DO CIDADÃO!”*

*Rap da rádio (APÊNDICE K)*

### 1.1 Informações gerais

Imagine a seguinte situação: você dormiu mal e acordou com dor de cabeça. Caminhões fazem barulho numa rodovia próxima. Dois vizinhos tocam duas músicas em ritmos diferentes. Outro vizinho começou a bater um martelo, e agora seu bebê começa a chorar. Para completar, você vê um conhecido pregando uma caixinha de som do lado de sua casa. Esta é a realidade de muitos brasileiros, que geralmente não são perguntados se querem ser vizinhos de um “serviço de alto-falantes”, também conhecidos por outros nomes como rádios-postes (sob regulação dos municípios). Suas transmissões acontecem por caixas de som, distribuídas nas principais vias e praças de bairros, feiras e centros comerciais. Assim, programações musicais e informativas “colorem” as ruas, com recadinhos e pedidos musicais. O problema é que, caso o pedestre não queira ouvir a programação, não lhe resta alternativa que não seja ignorá-la. Em alguns casos, os moradores simplesmente arrancam as caixas de som. Estas rádios recebem diversas críticas dos moradores, principalmente dos que moram do lado das caixinhas. Neste sentido, além dos diversos problemas de infraestruturas e organizações das equipes, questiona-se principalmente: “Como uma rádio-poste poderia interagir mais democraticamente com os moradores?”

Partindo do estudo do caso da Rádio A Voz do Salobrinho (vizinha do curso de Comunicação Social da Uesc - BA), esta monografia propõe investigar uma hipótese inicial: a adequação das rádios-postes aos princípios da “comunicação comunitária” pode permitir uma programação mais ética, regionalista e legitimada

pela interação social (COGO, 1998), além da normalização para posterior transmissão FM “comunitária de baixa potência”? (BRASIL, 2019a). O modelo “comunitário” foi proposto aos envolvidos (orientador, radialistas, Associação de Moradores, etc.) desde o primeiro contato. Assim, a pesquisa realizou um “estudo de caso” (GIL, 2009) sobre a emissora, sob o recorte de uma “intervenção transmidiática de cidadania”.

Além das reclamações dos moradores, demandando uma nova relação de comunicação, o tema pesquisado surgiu de um interesse pessoal: conhecer a “comunicação comunitária” fora dos livros. Ser comunicador comunitário se tornou não só uma possível profissão após o bacharelado, mas um estilo de vida. O presente pesquisador foi voluntário do Radi(ação) (radorrevista quinzenal de cidadania de 2018); que é acompanhado por diversas outras ações de comunicação comunitária; e pretende continuar esse trabalho. Há também a justificativa científica, uma vez que poucas obras estudaram a fundo os casos das rádios-postes. O meio apresenta semelhanças com outros modelos de rádio em geral; porém, ele complica as discussões de queda e adaptação da audiência radiofônica: as rádios-postes simplesmente não perguntam se o ouvinte quer escutar, e também não garantem a fidelização da audiência (uma vez que os ouvintes são pedestres em trânsito).

Os objetivos da pesquisa foram divididos em objetivos de pesquisa e de ação (THIOLLENT, 1998). Como pesquisa, pretendeu-se discutir teoricamente as rádios-postes enquanto ferramenta de comunicação comunitária, partindo de uma retrospectiva histórica, relacionando as problemáticas e alternativas com o caso estudado. Seu papel social foi questionado desde a origem da emissora, registrando suas programações, analisando suas gestões e como ela se relaciona com a comunidade. Como objetivos de ação (intervenção participante de “pesquisa-ação”), pretendeu-se não apenas incentivar a cidadania por uma radorrevista, como também realizar diversas outras ações transmidiáticas. Finalmente, houve o já comentado aprendizado prático dos procedimentos de mídia “comunitária”; vivências técnicas que podem gerar conhecimentos científicos (cf. GRANGER, 1994).

Procurou-se evitar a linguagem “acadêmica” complexa, de modo que a comunidade do Salobrinho também possa consultar a monografia. É preciso ressaltar que esta não é uma obra introdutória (cf. FERRARETTO, 2001), discutindo

certas análises em profundidade que podem intimidar o leitor não-acadêmico, já que sua intenção principal é de ser o Trabalho de Conclusão do Curso (TCC).

## 1.2 Por que “comunicação comunitária”?

“Comunicação comunitária” é um termo que possui uma definição aparentemente simples: é a comunicação que acontece em uma comunidade. No Brasil, ela recebeu diferentes abordagens acadêmicas, sendo também chamada de comunicação popular, local, de bairro, participativa, alternativa, etc. Academicamente, a “comunicação comunitária” é um campo de estudos de mídia “alternativa” ou anti-hegemônica, uma vez trata de meios de comunicação criados com autonomia pelo povo e para o povo (DELLIANA, 2018 *apud* RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019a). Pertinente citar o trabalho de Otre (2016 *apud* BONA, 2017) que analisou 87 dissertações e 15 teses de “comunicação comunitária”. Outra autora de destaque foi Cicilia Peruzzo, cuja tese (2004) é uma das obras mais marcantes dos estudos brasileiros. A autora escreveu ainda diversos artigos complementando a tese (PERUZZO, 2007; 2002; 2005; 2006a; 2006b).

Autores de outras áreas do conhecimento ajudam a trazer suas perspectivas sobre os estudos: na biologia, a “biocenose” estuda as relações entre espécies numa “comunidade biológica” (ou ecossistema). Já Canetti (1995) trabalhou uma abordagem antropológica, argumentando que os humanos têm um chamado “temor de contato” corporal; temor que necessita intimidade ou afetividade para ser quebrado. O autor aponta diversas situações em que o indivíduo opta se tornar uma “massa” de pessoas, como é o caso das torcidas de futebol, do chamado “efeito manada”, dos grupos de guerra, etc. Assim, vários corpos se tornam como um grande corpo, “mais resistente” (conceito aplicável a uma comunidade cuja comunicação flui com uma intenção de união e apoio). Voltando para a comunicação, Felipe Pena (2005, p. 184) apresenta uma retrospectiva teórica para entendimento do “jornalismo comunitário”, partindo de alguns autores que pesquisaram conceitos como vínculo, participação e cooperação:

O professor Muniz Sodré [...] utiliza o conceito de vínculo [...]. Para Spencer, a comunidade está atrelada ao conceito de cooperação. Já para Durkheim, ela representa ideias e tendências comuns a todos. E para Marx Weber, sua expressão está na conduta coletiva. [A sociedade] nasce de um pacto, um

contrato entre indivíduos, enquanto [a comunidade] se desenvolve a partir da participação e da identidade comum.

É importante diferenciar com precisão as rádios-postes das chamadas rádios comunitárias, questão que também apareceu numa obra estudada na bibliografia (SANTANA, 2013): algumas rádios-postes podem ter uma comunicação democraticamente “comunitária” (o que não é o caso da maior parte das rádios-postes comerciais, que veiculam apenas músicas e propagandas). Legalmente, as rádios comunitárias são definidas como aquelas de transmissão por ondas eletromagnéticas FM de baixa potência (BRASIL, 2019a). Portanto, esta pesquisa não busca forçar a relação das definições entre a “comunicação comunitária” e todas as rádios-postes, e sim identificar algumas características que as rádios-postes “comunitárias” compartilham com as rádios comunitárias (e outros meios “comunitários”), ou com princípios da comunicação comunitária (PERUZZO, 2004).

Tudo isso são apenas algumas das perspectivas possíveis para o entendimento dos conceitos relacionados ao termo “comunicação comunitária”. Esta monografia entende que as equipes das rádios-postes podem atuar em transmídia, complementando suas radiodifusões. A população pode atuar por diversos meios de comunicação: jornais impressos; online; murais; panfletos; *stencil*; teatro; faixas; cartilhas; fanzines; recitais; celebrações; camisetas; cordel; anúncios em sacolas de pão, etc. O presente estudo analisou até as possíveis qualidades da comunicação oral conhecida como “fofoca” para a recepção indireta da rádio (SEÇÃO 3.3.2).

### 1.3 Informações metodológicas complementares do estudo de caso

Para estudar o problema proposto, foi escolhida a metodologia do “estudo de caso” (GIL, 2009). Otre (2016 *apud* BONA, 2017) explica que a maior parte dos estudos de “comunicação comunitária” são feitas com esta metodologia. Gil acrescenta que é preciso diversos cuidados para que a pesquisa seja bem realizada: partiu de “pesquisas exploratórias” dos primeiros contatos do pesquisador com a emissora. Uma vez atuando como voluntário, utilizou-se o método hipotético-dedutivo para tentativa de falseamento da hipótese (por exemplo, foi abordada a questão da rentabilidade como uma das dificuldades para a gestão “comunitária”,



em que foi levantado até um “plano de negócios”). O pesquisador agiu com o envolvimento participante de “pesquisa-ação” (THIOLLENT, 1998), buscando também intervir positivamente na comunidade. Foi atingido o nível de pesquisa “descritivo”, e embora a seção 3 parta da “revisão bibliográfica”, ela também atua como uma seção de “resultados” (com o alerta ao se usar a transferibilidade dos conceitos para além do caso estudado, uma vez que a metodologia é mais exploratória que conclusiva).

Outro critério observado foi a “amostragem”. Como o nome da metodologia sugere, é utilizável nos casos de imersão em que apenas um caso é estudado (já que a metodologia é mais “analítica” que “estatística”). Mesmo assim, outros casos foram analisados para complementar os resultados do caso do Salobrinho: na seção 2, a Rádio do Povo aparece como uma das primeiras equipes de rádios-postes a capacitar outras nacionalmente. Na seção 3, a grande concentração de rádios-postes em Salvador demandou a criação de uma lei municipal para sua regulação. Na seção 5, foi descrito como o projeto Radi(ação) realizou outras visitas técnicas para intercâmbio de experiências com outras rádios-postes e comunitárias, como na visita à consagrada Rádio Autêntica FM de Belo Horizonte (UMA ONDA, 2002; FIGURA 12). Ou seja, partindo de apenas um caso estudado, outros casos foram acrescentados, o que Gil (2009) chamou de “amostragem bola de neve”.

Quanto à coleta de dados, Gil (2009) sugere quatro tipos: pesquisa bibliográfica, pesquisa observacional, pesquisa oral (entrevistas) e pesquisa documental. Conforme uma das autocríticas apontadas na seção 6 (Considerações finais), a utilização de todas estas opções de pesquisa levantou uma quantidade de dados enorme para análise, demandando constante re-organização. Os resultados geraram dados qualitativos, dos quais o autor (GIL, 2009) recomendou um grande cuidado com a precisão conceitual (caso não se trabalhe com sua transformação quantitativa). Finalmente, a monografia foi apresentada em defesa pública (banca), seguida do compartilhamento digital aberto para os internautas e moradores.

A 2ª edição desta pesquisa incluiu as correções registradas na filmagem da banca (RIBEIRO *et al*, 2019). As pareceristas elogiaram a apuração dos conceitos de “comunicação comunitária” nas rádios-postes; a imparcialidade da pesquisa-ação para problematização da emissora; a atuação como “extensão universitária” do conjunto do projeto; etc. A maior crítica foi a ausência de uma medição dos impactos

do trabalho (cf. SEÇÃO 6), descartada no começo da pesquisa pela redução do escopo. Esta atual 3ª edição de 2021 foi reformatada para divulgação aberta na plataforma [deposita.ibict.br](https://deposita.ibict.br), e absorveu as sugestões da apresentação do terceiro capítulo como artigo no GP de cidadania do 43º CBCC - Intercom 2020.

#### 1.4 Apresentação dos capítulos

Os elementos pré-textuais incluem um sumário detalhado para consulta geral prática.

A seção 2 contextualiza historicamente o estudo da radiodifusão brasileira, com base nas diversas formas de atuações “comunitárias” na América Latina (COGO, 1998). Parte de uma breve retrospectiva da história geral do rádio, para descrever as duas principais vertentes “criadoras” das rádios comunitárias (sindicais e religiosas). Outros modelos pertinentes são analisados (como as rádios livres ou “piratas”).

A seção 3 define o que são as rádios-postes “livres”, suas características e desafios e algumas das mediações de recepção. Precede ao estudo de caso como uma “introdução teórica” (ou “contexto científico”, “revisão de literatura”, “estado da arte”, etc.). Ao mesmo tempo, atua também como uma seção de “resultados”, uma vez que é a única seção com conceitos generalizados e aplicáveis a outros casos semelhantes por “transferibilidade” (GIL, 2009).

A seção 4 apresenta o estudo de caso da Rádio-poste A Voz do Salobrinho. Partindo dos dados gerais do bairro, analisa brevemente as primeiras gestões da rádio (anos 70 e 2000), aprofundando com a gestão de Geovane (2014-2017) e, principalmente, a gestão de Valmir “Rancho” (desde 2017). O presente pesquisador atuou como voluntário em 2017-2019, descrevendo a programação geral, as precariedades de funcionamento da emissora e a atuação comunitária da equipe.

A seção 5 descreve o projeto Radi(ação), realizado pelo pesquisador na Rádio-poste A Voz do Salobrinho entre 2017 e 2019. Parte da criação inicial como programa de rádio, e segue com sua ampliação como ação transmidiática, as parcerias realizadas com os grupos de moradores em 2018, o incentivo ao grupo Salobrinho em Foco e aos eventos locais, as visitas técnicas a outras instituições e a criação do plano de negócios da rádio. A última ação do projeto foi a elaboração desta monografia.

Finalmente, a seção 6 discute os resultados da pesquisa monográfica, avaliados com base nos objetivos traçados inicialmente; as limitações da pesquisa e seus possíveis benefícios.

Há também a seção de apêndices, reunindo diversos materiais elaborados pelo pesquisador em parceria com a rádio. Seu sumário correspondente foi repetido ali.

## 2 HISTÓRIA DA RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA NO BRASIL

*“Um povo que não conhece a sua história está condenado a repeti-la”  
Edmund Burke*

Esta seção contextualiza historicamente o estudo da radiodifusão brasileira, com base nas diversas formas de atuações “comunitárias” na América Latina (COGO, 1998). Parte de uma breve retrospectiva da história geral do rádio, para descrever as duas principais vertentes “criadoras” das rádios comunitárias (sindicais e religiosas). Outros modelos pertinentes são analisados (como as rádios livres ou “piratas”).

### 2.1 Breve história da radiodifusão no Brasil: estabelecimento e decadência

A radiodifusão é considerada uma criação coletiva, devido à utilização de diversas descobertas eletromagnéticas antecedentes (GRAMACHO, 2018, p. 20-28): em 1896, Guglielmo Marconi demonstrou o funcionamento do telégrafo sem fio para o governo britânico. Um ano antes, Alexander Popov já havia telegrafado sem fio a 30 milhas no mar, acontecimento não divulgado pelo governo russo, que pretendia monopolizar essa tecnologia para uso na guerra. A radiofonia massiva de entretenimento só aconteceu após o término da Primeira Guerra Mundial (inclusive, a fácil captação por mais de um receptor era considerada pelos militares um grave defeito). O padre brasileiro Roberto Landell de Moura também já havia realizado demonstrações semelhantes em 1893, não conseguindo apoio do governo brasileiro, nem dos ingleses (interessados em apoiar Marconi). Landell chegou a registrar patentes nos Estados Unidos em 1904, mesmo assim não consagrou sua autoria ao invento internacionalmente.

No Brasil, a primeira transmissão radiofônica massiva aconteceu no Centenário da Independência, em 1922: a companhia Westinghouse instalou uma estação transmissora de 500 w no Corcovado, distribuindo oitenta receptores em praças e para pessoas da elite. Sete meses depois, entrou em funcionamento a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro de Roquette Pinto, considerado “pai da radiodifusão brasileira” e incentivador de seu potencial educativo. Gramacho (2018,

p. 30-34) conta que o Rádio Clube de Pernambuco já havia transmitido em 1919, porém essa história foi discriminada por acontecer no Nordeste.

Até a invenção de novas tecnologias como o transistor (1947), que ajudaram a baratear e popularizar os receptores, o rádio surgiu como um meio elitista. Comprar os receptores era complicado; e de 1923 a 1927, as rádios brasileiras funcionaram com doações e contribuições periódicas (assinaturas), formando as chamadas Rádios Clubes: “sustentavam o negócio com uma intenção exibicionista, e forneciam suas coleções de discos [...] óperas e coisas do gênero. Vem daí a denominação comumente usada de rádio clube ou rádio sociedade” (GRAMACHO, 2018, p. 40).

A partir da crise internacional de 1929, o rádio começa a abandonar a programação elitista, buscando uma linguagem mais popular, e assim atrair anunciantes (GRAMACHO, 2018, p. 39-53). Em 1932, o governo regulamenta a publicidade radiofônica:

A procura crescente dos investidores [...] [levou] as emissoras de rádio a fazer investimentos na área tecnológica com vistas ao aumento da potência de transmissão, na qualidade de seus transmissores, além de iniciar a estruturação de um mercado profissional que lançaria no cenário nacional nomes de vários artistas (GRAMACHO, 2018, p. 41).

Entre 1937 e 1945, a ditadura de Getúlio Vargas controlou os meios de opinião pública, associando seu governo à cultura e ao povo, realizando investimentos que expandiram o número de emissoras, incentivos que nomearam este período como os “anos dourados do rádio”. Exemplo disso é o crescimento da Rádio Nacional, estatizada em 1940 (com permissão para veiculação de publicidade privada). Começou com dois humildes estúdios, e vinte anos depois contava com uma megaestrutura: “seis estúdios, [...] 240 funcionários administrativos, dez maestros, 33 locutores, [220 músicos], [94 radioatores], 18 produtores [e 47 radiojornalistas]” (GRAMACHO, 2018, p. 53-54).

Um dos programas mais bem sucedidos transmitido na Rádio Nacional (e outras) foi o Repórter Esso. Moldando o radiojornalismo brasileiro, influenciou diversas práticas (como a síntese noticiosa, a aparente imparcialidade e objetividade, a distribuição temporal de notícias, divergentes dos longos radiojornais da época). Com os *slogans* “testemunha ocular da história” e “o primeiro a dar as

últimas”, trazia notícias rapidamente através da instalação dos longos cabos telegráficos ultramarinos:

O mundo estava sendo interligado pelas agências de notícias [...]. As rotas de comunicação sempre seguiram o poder político e econômico. Assim, ocorreu, também, com O Repórter Esso, patrocinado pela Standard Oil, um dos maiores conglomerados dos Estados Unidos, com braços de prospecção, distribuição e produção de derivados de petróleo espalhados por todo o globo (KLÖCKNER E OLEGÁRIO, 2016, p. 3).

O Jornal Esso foi implantado em 15 países latinos, países que receberam investimentos em troca de apoio às políticas estadunidenses (foi a chamada “política da boa vizinhança” durante a 2ª Guerra Mundial). Isso contrapôs o controle midiático de Vargas, que inicialmente determinara o uso exclusivo de agências de notícias brasileiras. Assim, O Repórter Esso e a Rádio Nacional marcaram a história do rádio, sendo grandes exemplos do estabelecimento financeiro conquistado com a regulamentação publicitária e incentivo político internacional.

Décadas depois dos lucrativos “anos dourados”, o rádio entrou em crise financeira. GRAMACHO (2018, p. 13-17) explica quatro principais fatores para sua decadência: primeiramente, o Brasil inteiro estava em crise devido à instabilidade dos planos econômicos pós-ditadura dos anos 80. Além disso, os militares distribuíram concessões FM para simpatizantes do regime (políticos, igrejas e empresários). Objetivando reduzir o poder das AMs, incentivaram o modelo filiativo das FMs, supostamente pela qualidade de transmissão e estruturação de programação (a formação de redes formou acordos com gravadoras e agências de notícias, sem muito espaço necessariamente regional de fato). O terceiro motivo seria o advento da televisão, que cresceu paralelamente com o rádio e o jornalismo impresso, e recebeu boa parte de sua audiência e profissionais (assim como atores de circo e teatro). Mesmo com todos esses motivos, a falta de investimentos dos próprios proprietários foi apontada pelo autor como o principal motivo dessa crise:

A notícia em tempo real, ao vivo, a informação séria e apurada, os serviços de utilidade pública foram abandonados pelo rádio [...], trocada pela simples copiagem dos noticiários dos jornais impressos [...]. Sem credibilidade, as emissoras perderam audiência, sem audiência, perderam os anunciantes. [...] Muitos proprietários procuraram se livrar [...] E terminaram vendendo as emissoras para grupos religiosos – além de políticos nem sempre escrupulosos, que visam apenas a propagação de seus credos e dos interesses dos grupos que defendem e/ou representam. (GRAMACHO, 2018, p. 16).

A popularização de um novo meio de comunicação pode diminuir uso dos anteriores, e até os englobar ou substituir, cada um se destacando por suas vantagens e desvantagens. O incremento das imagens pela TV conquistou as grandes audiências. Mesmo assim, o rádio ainda é uma ótima opção para o trabalhador com a visão ocupada (como nas roças, cozinhas e oficinas); Informa o cidadão preso em filas e engarrafamentos; apresenta músicas diferentes (para o ouvinte disposto a sair do conforto de seus artistas favoritos); acompanha com locução o torcedor esportivo; abre espaço para o debate e a participação dos ouvintes nas radiodifusões massivas, e alternativas como rádios-escolas; encanta deficientes visuais e analfabetos, com as radiodramatizações especialmente envolventes; encontra-se presente mesmo em alguns ambientes virtuais (como os criados para jogos). O rádio continua vivo nos receptores tradicionais e em diversos meios: celulares, internet, TVs por assinatura, e até nas rádios-postes (que impõe suas transmissões nas ruas, nem sempre fidelizando sua audiência).

## 2.2 Surgimento das rádios comunitárias na América Latina

Para além das radiodifusões privadas ou estatais, com suas potentes transmissões elitistas legalizadas (cf. INTERVOZES (ed.), 2019); Cogo (1998, p. 58-91) conta a história das rádios comunitárias, cuja trajetória foi paralela e semelhante às rádios-postes. Outros autores concordam com esta retrospectiva histórica traçada por Cogo (FRASER; ESTRADA, 2001; PERUZZO, 2004). As chamadas “rádios comunitárias” são emissoras com transmissões de baixa potência FM (cf. BRASIL, 2019a), oportunizadas para programações supostamente democratizantes (muitas atuam apenas com práticas comerciais, políticas ou religiosas). As rádios especificamente atuantes em comunidades surgiram, na América Latina, partindo de duas vertentes principais: a sindical e a cristã / rural, ambas contemporâneas e com discursos de características semelhantes:

O tom moralista e paternalista marca o discurso das rádios católicas ao mesmo tempo em que o caráter vanguardista e panfletário caracteriza a linguagem das emissoras sindicais. [...] com o tempo, o tom impositivo dos sermões moralistas e dos discursos incendiários, e a ausência quase total de humor, alegria e vida acabam convertendo em marginais as emissoras católicas e sindicais adquiridas e concebidas para atingirem as grandes

massas. A tal ponto que passam a ser escutadas apenas pelas pessoas familiarizadas com a linguagem e os ritos tradicionais da Igreja ou do sindicato (COGO, 1998, p. 66).

Em 1946 na Bolívia, surgiu a Rádio “A Voz do Mineiro”. Jornais vinculados a grupos poderosos a acusaram de subversão diversas vezes, até que foi bombardeada pelo exército em 1949. Emissoras semelhantes, como as Rádios Sucre e San José, foram criadas por outros trabalhadores mineradores, fabris e camponeses; para “informar sobre suas atividades associativas, propagandear suas lutas e promover a defesa de suas culturas” (COGO, 1998, p. 63-65). Essas também sofreram ameaças e intervenções, com inúmeras ações visando a “proibição das transmissões das rádios mineiras, mediante atentados contra os locais onde estavam instaladas e mesmo cancelamento de suas licenças”.

Em 1947, um ano depois dos mineiros bolivianos, surge a Rádio Sutatenza, apontada por Cogo (1998, p.58-62) e Vigil ([2003]) como a primeira experiência de radiodifusão comunitária de destaque. Iniciativa conjunta do padre Joaquim Salcedo com os camponeses e radioamadores, dão origem a fundação Ação Cultural Popular, que abrigou a emissora.

Incentivando o desenvolvimento rural por meio de ações de alfabetização e evangelização, optaram por usar diversos meios como cartilhas, um jornal semanal, discos e fita cassetes educativas; treinando aproximadamente 6.000 dirigentes rurais (uma estimativa de Stefan Musto chegou a apontar a educação de 700 mil pessoas em 12 anos). Apesar dos números exacerbados, Eschenbach (1978, p. 92, *apud* COGO, 1998, p. 59-60) comenta que a Rádio Sutatenza “contribuiu, entretanto, para o desenvolvimento da iniciativa própria e a melhoria das condições de vida da população rural”. A autora completa: “[a Rádio Sutatenza] acaba inspirando todo o conceito de rádio educativa e de escola radiofônica na América Latina [...] 24 programas de radiodifusão são implantados com base no modelo Sutatenza” (COGO, 1998, p. 60).

As experiências de educação formal pelo rádio continuaram até a expansão dos serviços de educação básica gratuita nas regiões isoladas, como as rurais. Na década de 70, o declínio da economia cafeeira colombiana levou o governo colombiano e a igreja católica cortarem as fontes do projeto. A emissora se manteve

em funcionamento até 1989, ano que um grupo de empresários adquiriu seus equipamentos.

### 2.2.1 Capacitação das rádios-postes brasileiras: caso da Rádio do Povo

Junto com as rádios comunitárias transmitidas em baixa potência, outro modelo de radiodifusão popular ganhou destaque: a instalação de caixas sonoras dos centros comerciais, das periferias e comunidades rurais; nem sempre com programação informativa; e que na maioria dos casos não são legalizadas pelas prefeituras, nem legitimadas pelas Associações de Moradores.

O surgimento e popularização das rádios-postes no Brasil são contados por Cogo (1998, p. 103-135): em 1983, uma grande articulação nacional começou junto a um pequeno grupo de alfabetização para adultos da Zona Leste de São Paulo. Na região de São Miguel Paulista, um grupo cristão da favela Nossa Senhora Aparecida sentiu a necessidade de criar um meio de comunicação oral a fim de convocar os moradores (principalmente os analfabetos) para as reuniões e atividades. Esse foi o começo da Rádio do Povo, chamada na época de Rádio Popular Nossa Senhora Aparecida. Iniciando as convocações dos moradores apenas com um megafone, instalaram cornetas na sede do centro comunitário, depois transferidas para o alto da igreja. O próximo passo do grupo foi a sistematização de uma programação comunitária, além da criação de um jornal-mural:

Estimulada pelo padre peruano Bernardo Paquette, que realizava estágio na favela nessa época, a equipe resolve criar uma programação mais sistemática, passando a usar os alto-falantes como rádio popular, a exemplo do que já ocorria nos chamados setores marginais em Lima, no Peru. A programação, levada ao ar aos sábados das 9h30 às 11h30 constitui-se basicamente de notícias, entrevistas e serviços informativos elaborados com a colaboração de várias comunidades da favela que se reuniam às quartas-feiras das 19h30min às 21h30min para preparar os programas. (COGO, 1998, p. 104).

Grupos religiosos cristãos chamados “comunidades eclesiais de base” (CEBs) foram o berço dessa primeira rádio-poste, assim como o de outras contemporâneas da Zona Leste: “as CEBs, por sua proposta que privilegia a fala, a relação interpessoal, a formação de seus participantes a partir da convivência fraterna e cotidiana, constituíram-se no espaço maior de comunicação e hominização, como



dizia Paulo Freire” (FESTA, 1986, p. 18-19, *apud* COGO, 1998, p. 102). Cogo continua:

Não era raro as emissoras sofrerem interferência, por exemplo, do Conselho da Comunidade, quando se tratava de decidir sobre a veiculação ou não de um determinado tipo de programa ou de um gênero musical. [...] Até porque as rádios comunitárias, constituídas, na sua maioria, por jovens, não eram reconhecidas como um movimento pastoral específico e, em função disso, não tinham representação nos conselhos das comunidades, [...] Outra interferência direta comumente enfrentada pela equipe vinha do padre, e estava ligada, é claro, à linha da Igreja que ele representava (COGO, 1998, p. 108).

A Rádio do Povo foi roubada em 1984, ano seguinte a sua criação, mobilizando grande parte da comunidade para aquisição de novos equipamentos. Mais tarde, a equipe chegou a se juntar a um técnico para fabricar seus próprios amplificadores, com preços mais acessíveis para as comunidades que queriam instalar rádios-postes.

Cursos de capacitação para outras equipes de rádios-postes foram as próximas ações da equipe. Aumentando rapidamente o número de rádios-postes da Zona Leste (de 8 em 1985, para 42 em 1987), apresentaram um direcionamento comunitário desde o primeiro encontro de capacitação (conforme uma reunião registrada por ata):

Desse encontro, são tiradas as seguintes conclusões: a rádio popular ou comunitária fala dos interesses do povo; deve comunicar a vida do povo; mobilizar as comunidades para ações comunitárias; entreter o povo e promover os valores artísticos e culturais do povo. (RETOMADA, [s.d.], p. 4, *apud* COGO, 1998, p. 105).

Continuando com o trabalho de capacitações, em 1986 realizaram o 1º Curso para Comunicadores Populares, com assessoria de Pedro Sanchez da Associação Latino-Americana de Educação Radiofônica (ALER), inspirada na Rádio Sutatenza:

A partir desse momento, a equipe da Rádio do Povo torna-se referência quase que obrigatória no que se refere à capacitação de equipes e à formação de novos agentes capacitadores em rádio comunitária em todo o País. A equipe, já ampliada, nessa época, percorre o Brasil por solicitação dos grupos ligados às emissoras de alto-falantes (COGO, 1998, p. 111).

Diversas mudanças de filiação a instituições católicas e suas consequentes mudanças de sedes e estúdios levaram a desistência de vários membros da equipe,

que passou a buscar sua autonomia. Em alguns períodos, atuaram também como gráfica e produtora de vídeo, até finalmente se institucionalizarem como entidade sem fins lucrativos. Em 1988 se filiam a ALER:

[Embora a ALER trabalhasse] com emissoras convencionais, a equipe da Rádio do Povo avalia como fundamental o papel da entidade na trajetória das rádios de alto-falantes da Zona Leste [...], [orientando a] capacitação de equipes (COGO, 1998, p. 116).

Cientes das limitações das rádios-postes, lideranças de rádios comunitárias receberam certo descrédito dos apoios ALER com as rádios-postes, consideradas apenas como etapa inicial para implantação de uma emissora comunitária (COGO, 1998, p. 119).

Em 1992, o grupo realiza o 1º Encontro Nacional de Rádios Populares, com a formação de uma articulação nacional. Anos mais tarde, a legalização das rádios comunitárias em 1998 não contemplou as rádios-postes. Assim, esse meio continua atuando com coligações ou marginalmente aos locais de grande interesse político, regulados regionalmente por leis estaduais ou alvarás municipais.

### 2.2.2 Popularização das rádios livres (e a legalização como comunitárias)

As rádios livres são emissoras alternativas e autônomas, desvinculadas de padrões institucionais (GIRARDI E JACOBUS (org.), 2009, p. 17-20; MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, 1986; UMA ONDA, 2002). Segundo uma definição enciclopédica (RADIODIFUSÃO LIVRE, 2018), podem evitar diversos outros tipos de vínculo, como os comerciais e comunitários. De financiamento colaborativo, geralmente são vinculados a movimentos sociais (vizinhos, estudantes, ecologistas, pacifistas, anarquistas, sindicalistas, ocupadores de imóveis ou *hackers*). Devido aos vários endereços online consultados encontrarem-se indisponíveis nos portais com listas de endereços de rádios livres, constatou-se um caráter “efêmero” dessas emissoras em geral. É pertinente uma breve linha do tempo internacional e brasileira:

Em 1925, surge uma emissora sindical na Áustria, apontada como a primeira emissora de caráter livre (GIRARDI E JACOBUS (org.), 2009, p. 17).

Em 1933 (apenas 11 anos após a primeira radiodifusão do Rio de Janeiro), a rádio DKI – A voz do Juqueri permaneceu no ar ilegalmente por três anos, sendo uma das primeiras Rádios Livres brasileiras.

Em 1950, surgem no mar da Inglaterra as primeiras rádios “piratas”, “montadas dentro de barcos fora das águas territoriais [...], como forma de burlar o poder estatal” (PÓLVORA, 2003, p. 9). Essas rádios comerciais se aproveitavam de uma interpretação legislativa: desde que as transmissões viessem do mar, afastadas de uma certa distância do território inglês, escapavam do controle e tributação estatal. O termo “pirata” passou a ser utilizado para generalizar pejorativamente as rádios não-legalizadas até que discussões acadêmicas recentes sobre a democratização dos meios optaram por nomeá-las livres. Sua atuação ganhou destaque mundialmente, com diversas ações de repressão política e militar:

O quadro se intensifica durante a ditadura militar. Transmissões clandestinas eram realizadas em unidades móveis, utilizando baterias de automóvel. O objetivo era dificultar a localização, driblando o forte controle e a censura. Uma das primeiras experiências da qual se tem registro na época foi a da Rádio Paranóica, em Vitória do Espírito Santo, em outubro de 1970. Criada por dois meninos, um de dezesseis e um de quinze anos [...]. Por este período, as rádios eram inspiradas mais por um espírito de rebeldia sem muito compromisso, sem grandes pretensões (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 18).

Nos anos 80, um grande número de rádios livres surgiu rapidamente em Sorocaba - SP (período coincidente com a atuação da Rádio do Povo). Em 1981, haviam apenas 6. Apenas um ano depois, já somavam 42 emissoras livres. Após repressões, restaram cerca de 15 restantes em 1984. Diversos fatores explicam o crescimento repentino nesse local:

A grande quantidade de técnicos [...] nesta cidade, a ociosidade do período das férias escolares, os esquemas [elétricos] em revistas importadas e a facilidade em conseguir peças [...] criavam um contexto propício para este fenômeno localizado. Mas estas emissoras tocavam muita música e o *playlist* não era muito diferente das rádios oficiais (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 18).

Paralelamente a essas experiências, surgiram emissoras de baixa potência com caráter “comunitário”. Uma emissora destacada pelos autores foi a Rádio Livre Paulicéia (Piracicaba - SP), permanecendo ativa entre 1990 e 1992: “com 10 Watts de potência, era de propriedade dos moradores [...]. Não tinha fins lucrativos e

contava com a participação intensa da comunidade tanto nas decisões como na produção de programas” (DETONI, 2005; *apud* GIRARDI E JACOBUS (org.), 2009, p. 18).

Em 1996, um artigo da Folha de São Paulo acusou as rádios livres de interferência nos voos aéreos (cf. UMA ONDA, 2002), o que foi discutido por especialistas em segurança de aviação: “não foi comprovado pelas autoridades nenhum acidente provocado por interferência na [...] navegação aérea, e sim alguns incidentes que causaram mudanças nas operações” (CUNHA *et al*, 2012, p. 162).

A criação da lei das rádios comunitárias em 1998, após cobrança de vários radialistas articulados nacionalmente pela Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (ABRAÇO), finalmente trouxe uma oportunidade para a regulamentação legal das rádios livres. Embora a legislação não permita, grupos de políticos e religiosos começaram a ganhar essas concessões de baixa potência usando o nome de terceiros, e descaracterizando ainda mais o real potencial democratizante das rádios comunitárias. Para alguns autores (PÓLVORA, 2003, p. 2; GIRARDI E JACOBUS (org.), 2009), essa lei surgiu mais como uma forma de inibir o surgimento de rádios clandestinas do que para a lenta democratização da radiodifusão no Brasil: “dois anos após o advento da Lei 9.612, nenhuma rádio comunitária tinha sido autorizada a funcionar, não obstante oito mil requerimentos com pedidos de autorização estão tramitando [...]” (COELHO, 2002, p. 79, *apud* PÓLVORA, 2003, p. 10).

### 2.3 Outros modelos “comunitários” consagrados [fonte reduzida para manter a paginação do sumário]

Além das vertentes de radiodifusão comunitária mais comuns, como as emissoras FM de baixa potência associativas (religiosas, sindicais, rurais, periféricas, quilombolas, indígenas, rádios-escolas, etc.) e as rádios-postes; Cogo (1998, p. 76-91) classifica diversos modelos alternativos, que se intensificaram na América Latina a partir do barateamento dos equipamentos nos anos 70: “as motivações, o conteúdo, a gestão e a estratégia variam, tendo que se levar em conta, principalmente, os contextos históricos diferenciados em que ocorrem.” (PERUZZO, [s.d.], p. 123, *apud* COGO, 1998, p. 74).

Muitos deles se adaptaram ou foram ultrapassados com o advento da internet, que impulsionou diversos modelos como as rádios online, os *podcasts* (séries episódicas de áudios diversos), as *playlists* e *mixtapes* (coleções de músicas), além de acessibilizar as radiodifusões de várias épocas e locais (acessibilidade de registros radiofônicos). Convém destacar três outros

modelos de radiodifusão comunitários alternativos, historicamente consagrados, porém menos citados nos estudos radiofônicos: os centros de produção radiofônica, as rádios revolucionárias e os programas populares transmitidos em emissoras de massa. Esta monografia identificou também alguns modelos experimentais semelhantes às rádios-postes, praticamente desconsiderados pela falta de relevância popular ou casos existentes no Brasil. Alguns exemplos: “*Public Address*”, “som ambiente de rua”, “*telemegaphone*”, “*cable radio*”, “*soundville*”, “*silent disco*”, etc. (APÊNDICE L).

### 2.3.1 Centros de produção radiofônica

Os centros de produção radiofônica são emissoras cuja principal característica é a produção de conteúdos para uma rede de parceiros. Segundo Cogo (1998, p. 78), são “equipes pequenas ou médias que contam com estúdios de gravação [...]. Produzem programas informativos, radorrevistas, radioteatros, séries, documentários, radionovelas”. Atualmente, a legislação proíbe a formação de redes de rádios comunitárias no Brasil (isso mantém o foco de sua importância regionalista; No entanto, paralelas às redes de emissoras comerciais com diversas filiais, acabam perdendo na competição técnica).

Cogo (1998, p. 122) exemplifica um grupo desse tipo: em 1987, foi criado o Centro de Produção em Comunicação Alternativa, com apoio da Universidade Federal do Ceará e da prefeitura de Fortaleza. O grupo desenvolveu ações como a radiodifusão em alto-falantes de carros e capacitação para os radialistas comunitários da região.

Um dos formatos utilizados foi o dos cassete-foros. Experiências popularizadas por Mário Kaplún, eram sistemas de discussão (semelhantes aos “fóruns”, hoje populares na internet); com intercâmbio de gravações tematizadas entre comunidades, gravadas por elas mesmas com mediação de um grupo organizador. Apelidados de *Forucos* e CFs, foram chamados de disco-foros quando utilizaram discos.

Atualmente, a circulação de áudios independentes é atualmente facilitada por plataformas online como *RadioTube*, *SoundCloud*, e *WhatsApp*; com a diferença da presença opcional do grupo mediador, que pode editar o conjunto de discussões em um áudio único ou seriado para uma recepção mais estruturada e confortável (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 20). É possível utilizar acompanhamentos sonoros, vinhetas e sonoplastias disponibilizados para uso em sites de direito livre (como o *Free Music Archive* e o *Freesound*), e até usar áudios de notícias prontas (como as dos sites Brasil de Fato, Agência de notícias das favelas e WikiNotícias).

### 2.3.2 Rádios revolucionárias

São as emissoras de oposição que operam dentro de processos revolucionários, que envolvem luta armada e funcionam sob o poder de grupos políticos guerrilheiros. Durante situações de guerra, “serviram para informar, para debater, para orientar politicamente e até como arma estratégica” (VIGIL, 1992, p. 114-17, *apud* COGO, 1998, p. 83). Logicamente, se quiserem um maior número de ouvintes transmitem em altas potências; e sofrem problemas como interferências,

métodos de controle e rastreamento e até proibições de acesso a peças para manutenções de equipamentos. Encerrada a guerra, voltam a ter um funcionamento comunitário pacífico, ou podem se tornarem emissoras estatais ou comerciais.

Na América Latina destacaram-se os conflitos durante a Revolução Cubana (Rádio Rebelde) e a oposição à intervenção política norte-americana em El Salvador (Rádios Farabundo Martí e Venceremos). Outro caso de destaque aconteceu na Rádio Pio XII, durante a troca de ditaduras na Bolívia em 1978. O locutor transmitiu ao vivo a intervenção militar que a emissora sofria. Em instantes, a população correu para defender a emissora. Apareceram mulheres com frigideiras, crianças com pedras e até mineiros com dinamites:

A confusão estava formada, o exército dentro da rádio e a massa do povo gritando de fora. Os soldados não tinham balas para tanta gente. Nem tinham coragem de sair, nem as pessoas de entrar. — Meçam suas palavras, senhoras! — respondiam os soldados. — Nós só estamos cumprindo ordens! — Nós também, mas do sindicato! E ninguém se animava a quebrar o cerco. Foi uma senhora muito humilde, de pollera [vestido folclórico], que avançou. E diante da metralhadora, levantou a blusa, e, seios à mostra: — Você mamou aqui, dispare aqui, *caralho!* O soldado não sabia o que fazer. A mulher segue em frente, entra na emissora com a multidão atrás dela [...] já haviam capotado o *jeep* em que vieram e partiram a pedradas para cima deles. Os soldadinhos fugiram a pé (RÁDIO, 1984, p. 246, *apud* VIGIL, [2003], p. 402-403).

### 2.3.3 Programas “comunitários” em emissoras de massa

São os programas “populares ou comunitários transmitidos em espaços cedidos ou adquiridos de emissoras comerciais ou ainda de propriedade do estado e de igrejas” (COGO, 1998, p. 89). Obedecem, assim, as lógicas de funcionamento interno dessas emissoras de alta potência. Segundo um levantamento (IBASE, 1992, *apud* COGO, 1998, p. 90), participam grupos como sindicalistas, trabalhadores rurais e feministas:

Ainda tem sido comum, por parte dos movimentos populares brasileiros, certo desprezo ou, por outro lado, a subutilização dos espaços em emissoras de massa. Seja pelo alto custo de aquisição de espaços, seja pelo preconceito ainda vigente em torno do que é de massa, ou ainda pelo próprio desconhecimento e despreparo para o trabalho neste campo à medida que os espaços são conquistados (COGO, 1998, p. 90).

Outro problema relativo a estes programas é que estarão sujeitos aos comandos internos das outras emissoras, o que pode significar perder parte de sua liberdade de expressão:

Não queremos a metade da comunicação, não nos resignamos a ser opinados por outros nem nos basta o eventual convite de uma emissora alheia de dizer uma palavra interrompida pelos compromissos comerciais ou políticos do dono. Queremos frequência própria. Queremos o meio inteiro (Vigil ([2003], p. 397)

Assim, apesar de a legislação impedir a formação de redes de radiodifusão comunitárias, uma alternativa é realizar programas de equipes comunitárias nas emissoras de massa (COGO, 1998). Dessa forma, o programa comunitário pode receber uma audiência maior que a limitada pelas transmissões de baixa potência. Devem tomar cuidados legais as equipes que já têm as concessões FM comunitárias, uma vez que a lei brasileira impede a “formação de redes” (BRASIL, 2019a).

### 3 RÁDIOS-POSTES LIVRES: CARACTERÍSTICAS E DESAFIOS<sup>1</sup>

*“Escute essa cidade:  
[aponta para uma rádio-poste]  
Contaminada por música ruim...  
É hora do contra-ataque!”  
Filme O Som do Ruído*

Esta seção define o que são as rádios-postes “livres”, suas características e desafios e algumas das mediações de recepção. Precede ao estudo de caso como uma “introdução teórica” (ou “contexto científico”, “revisão de literatura”, “estado da arte”, etc.). Ao mesmo tempo, atua também como uma seção de “resultados”, uma vez que é a única seção com conceitos generalizados e aplicáveis a outros casos semelhantes por “transferibilidade” (GIL, 2009).

#### 3.1 Definição, nomes populares e tipologia

O rádio-poste é um meio de radiodifusão por alto-falantes fixados em postes. Parte-se da definição geral:

O uso de cornetas ou alto-falantes fixados em postes, popularmente conhecidos em alguns lugares como “rádio-poste”, é uma experiência [...] bastante difundida em função do seu baixo custo e da fácil implementação. Normalmente são instaladas em paróquias, mercados, praças ou feiras, enfim, em locais públicos onde haja grande concentração ou circulação de pessoas (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 19).

No Brasil, predomina-se o modelo comercial, problematizado pela imposição das transmissões por alto-falantes nas ruas. Outras emissoras adotam modelos alternativos, com propostas educativas ou “comunitárias”, diferentes das comunitárias de baixa potência FM reguladas na lei nº 9.612/98 (BRASIL, 2019a). Cogo exemplifica:

[As rádios-postes livres ou “comunitárias”] estão a serviço de grupos populares, de suas lutas e manifestações culturais. Por meio deles, se promovem concursos, festivais, debates sobre temas polêmicos, se acompanham festas populares e se divulgam até mesmo falecimentos,

<sup>1</sup> Este capítulo foi resumido como artigo e disponibilizado nos anais do GP de Cidadania do XX EGPC - 43º CBCC - Intercom 2020 (<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/>).

Diversos termos para nomear as rádios-postes são utilizados no Brasil, diversidade que dificulta a procura online de informações sobre o meio. Muitos chamam de “serviço de alto-falantes” ou “cornetas” (dependendo do dispositivo usado), termos que Vigil ([2003]) também usou em espanhol. Aparentemente não há um termo unificado em inglês (o que desunifica as discussões internacionais online). Alguns nomes encontrados foram: *“Lamp post radio”*, *“public broadcast speaker”*; *“broadcast tower”*; *“street speakers”*; *“public adress”* (sistema de som); *“street sounds”* (usado por uma empresa de som especializada); *“loudspeakers systems”* e até vocativos explicativos, como *“‘communitary radio’ system that uses louspeakers”* (FRASER; ESTRADA, 2001, p. 50). *“School speakers”* são os sons das escolas. Algumas notícias indianas traduzidas criticam a poluição sonora (*“woofers”*, *“home theatre”* ou *“DJ’s”*), e outras saudaram as rádios-postes que alertavam bombardeios no Vietnã (MCCOOL; [LAM], 2007). Pelo menos, foi identificado que o meio é presente fora da América Latina (mas, aparentemente, não tão disseminado).

Cogo (1998, p. 16, 121) cita outros termos usados regionalmente, complementadas com pesquisas online: em Fortaleza, também foram chamadas de “radiadoras”. Na Paraíba, “rádios alternativas por cabo”. Em São Paulo, a rádio-escola Cala Boca Já Morreu foi apelidada de “bocas de ferro”. Na Bahia, observaram-se os termos “caixinhas de som”, a *“rádia”* ou ainda como “rádio de [fulano]” (diretor ou financiador). A intervenção do pesquisador na Rádio A Voz do Salobrinho buscou conscientizar os moradores de seu potencial social. Assim, a equipe passou a usar o termo “rádio da comunidade” nas locuções a partir de 2018, incentivando a participação popular. Segundo Vigil ([2003], p. 397), “Em nossa América Latina, a variedade de nomes dá conta da riqueza das experiências”. Para ele, são semelhantes os termos e propósitos das rádios livres, comunitárias, associativas, participativas, interativas e populares:

Mudam os trajes, mas a tribo é a mesma. Porque o desafio de todas as emissoras [“comunitárias”] é parecido: melhorar o mundo em que vivemos. Democratizar a palavra para tornar mais democrática essa sociedade excludente à qual nos querem acostumar os senhores neoliberais [...] Em qualquer onda podem viajar mensagens democráticas. Se algum dia captássemos um sinal radioastronômico, uma comunicação extraterrestre,



não teríamos motivo para desconfiar de suas intenções comunitárias (VIGIL, [2003], p. 398-399).

Legalmente, o nome “Rádios Alternativas de Linha Modulada” foi utilizado no projeto de lei (arquivado) das rádios-postes baianas (SANTANA, 2013, p. 23); possivelmente querendo popularizar a sigla LM (parecida com as FM e AM). Quanto ao termo rádio-poste “livre”, ele surgiu no meio acadêmico para as rádios democratizantes irregulares; em substituição ao pejorativo “pirata” (PÓLVORA, 2003, p. 9), conforme descrito no capítulo anterior.

Tecnicamente, as rádios-postes usam sistemas de som comuns (e, em alguns casos, transmissão online complementar). Os engenheiros de áudio chamam a ligação de vários alto-falantes como “sistema de som” (ou PA, “Potência Amplificada”, adaptação do inglês *“Public Address”*, sendo “Discursante Público” a tradução literal). O uso desses “sistemas de som” é muito diverso, ocorrendo em escolas, igrejas, quartéis, estações de transporte, parques de diversões, balneários, lojas, mercados, feiras, centros comerciais e até em cidades mineradoras com risco de evacuação, bombardeios ou pandemias. Um técnico especialista sugeriu nomear como “som ambiente de rua” os que optam pela sensata redução do “volume” e aumento da quantidade de caixas (KONDA, 2011 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 120). De qualquer forma, podem ser classificadas como rádios-postes apenas aquelas que adotam uma linguagem radiofônica estruturada, em que o rádio é mais que apenas um “meio de transmissão”, mas também de “expressão” (ARNHEIM, [1936] *apud* MEDITSCH, 2001, p. 3; FERRARETTO, 2001. p. 21-78).

Quanto à tipologia das rádios-postes, esta monografia estudou especificamente o caso da Rádio-poste do Salobrinho no período de 2017-2019, no qual o presente pesquisador participou como voluntário para desenvolver o potencial “comunitário” do meio; Entretanto, cabe definir resumidamente dois outros tipos populares: as comerciais são o modelo mais encontrado no Brasil, geralmente transmitindo gêneros musicais “pop” e poucos anúncios de utilidade pública, ou algumas vezes apenas publicidade. O outro tipo são as escolares, que podem estar contidas nas fronteiras das escolas, ou as ultrapassar e assumir uma atuação educativa (PÓLVORA, 2003). A monografia também identificou a “comunicação organizacional” como relacionada à “comunicação comunitária”, porém não foram encontradas online rádios-postes ou comunitárias de organizações ou empresas.

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

Quando uma emissora promove a participação dos cidadãos e defende seus interesses; quando responde aos gostos da maioria e faz do bom humor e da esperança a sua primeira proposta; quando informa com verdade; quando ajuda a resolver os mil e um problemas da vida cotidiana; quando 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 mulher protagoniza a comunicação e não é uma simples voz decorativa ou uma propaganda publicitária; quando não se tolera nenhuma ditadura imposta pelas gravadoras, nem mesmo a musical; quando a palavra de todos voa sem discriminações ou censuras; essa é uma rádio [ou rádio-poste] comunitária (VIGIL, [2003], p. 406).

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

Picaretárias: é uma expressão empregada para a emissora “comunitária” de intenção comercial e/ou de propriedade de políticos profissionais [ou religiosos]. Estas emissoras usam brechas da lei para brigar pela outorga de comunitária [FM ou alvará municipal para rádio-poste], mas adotam práticas mais comuns às comerciais [...];

Entre as práticas [...], podemos citar:

- Venda de espaço na emissora;
- [...] Parceria com os poderes políticos locais;
- Apoio cultural na forma de *jabá*, veiculando uma grande quantidade de “abraços” e “parabenizações” para comerciantes [ou músicos e gravadoras] [...], indo direto para o bolso de quem captou o apoio;
- É comum vermos comunicadores [...] lançando-se para vereador [...] (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 24-25).

Conseqüentemente, é mais sensato afirmar que as rádios-postes “livres” podem ter, ocasionalmente, gestões e momentos na programação realmente comunitários (variando entre práticas comerciais e sem fins lucrativos). Foram esses momentos que buscamos pesquisar na realidade local do Salobrinho e desenvolver na intervenção da Rádio-poste A voz do Salobrinho.

### 3.2 Características das rádios-postes livres

Esta subseção define as características e desafios das rádios-postes “livres”. É baseada principalmente na estrutura do livro de Cogo (1998, p. 92-102, 135-148), realizando sua síntese, complementação com informações observadas, falas de outros autores e algumas atualizações.

#### 3.2.1 Transmissão impositiva e poluição sonora

A principal problemática das rádios-postes é a sua transmissão impositiva. Girardi e Jacobus ((org.), 2009, p. 20) explicam que “A maior desvantagem deste sistema está no fato de que o ouvinte não pode “trocar” de estação, pois os alto-falantes “falam” para todo mundo, inclusive para quem não quer ouvir”. Cogo (1998, p. 147) concorda: “As rádios de alto-falantes não fogem ao caráter autoritário na relação com os receptores à medida que não possibilitam à sua audiência desligar o botão ou migrar para outra emissora quando desejar”.

O problema começa desde a instalação dos alto-falantes (PERUZZO, 2004, p. 149), que na maioria dos casos estudados aconteceu sem consulta prévia à comunidade. Isto incomoda principalmente os residentes próximos às caixas de som, que convivem com o barulho e reclamam com razão diariamente. Cogo (1998) exemplifica, contando o processo de implantação da Rádio Popular Lagoa, que conscientizou os moradores sobre o potencial social da rádio-poste; perguntou-os sobre suas preferências musicais; realizaram cursos de capacitação; e mantiveram reuniões com a comunidade. Mesmo assim, a questão da poluição sonora era recorrente:

O que mais chama a atenção de quem chega para conhecer a Rádio Popular Lagoa são os conflitos que vêm envolvendo frequentemente produtores e receptores, apesar da estrutura, qualidade e profissionalismo conquistados [...]. Abaixo-assinados reivindicando o fechamento ou a manutenção da rádio, bilhetes anônimos à equipe, agressões contra o estúdio da rádio e até mesmo reuniões de conciliação entre equipes e moradores são alguns dos episódios [...] (COGO, 1998, p. 158).

O testemunho de uma dona de casa complementa as diferentes reações da comunidade, apoiando ou não as transmissões:

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

Legalmente, a poluição sonora é um tema complexo (cf. ZAJARKIEWICCH, 2010; SANTANA, 2013, p. 23; BRASIL, 2019b; ILHÉUS, 2019), ultrapassando os limites dessa monografia. Do ponto de vista técnico, o técnico Konda (2011 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 120) sugeriu que as rádios-postes deveriam operar em menor “volume” e com maior número de caixas de som. Algumas alternativas são a instalação de potenciômetros e outros tipos limitadores, uma vez que cada música é masterizada com um “volume” diferente (cf. GUERRA DO BARULHO, 2019). Cabe a esta monografia a recomendação do aumento de participação das próprias comunidades locais e o estado, reivindicando e fiscalizando a regulação das rádios-postes (com a ressalva de não se permitir o autoritarismo estatal).

### 3.2.2 Legalidade x Legitimação

As rádios-postes “livres” não foram contempladas na lei nacional das rádios comunitárias, sendo reguladas pelos alvarás municipais (NEUBERGER, 2012, p. 118) ou “legitimadas” por intervenções periódicas dos moradores (e suas associações). Na Bahia, o projeto de lei estadual das denominadas Linhas Moduladas foi arquivado, sendo efetivado apenas em Salvador (SANTANA, 2013, p. 23), metrópole onde calculam existir mais de 100 rádios-postes (BOCHICCHIO, 2005 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 117).

Esta lei de Salvador é bem semelhante à das rádios comunitárias (SANTANA, 2013, p. 23-24; ALVES, [s.d.] *apud* NEUBERGER, 2012, p. 119; BRASIL, 2019a; SALVADOR, 2019). Apesar desta lei de Salvador não se aplicar ao caso estudado (Ilhéus), é pertinente descrever algumas diferenças:

- a A poluição sonora é o principal acréscimo de destaque:
  - Devem manter distância mínima de 50 m de escolas e hospitais;
  - Distância de 150 m entre as próprias caixas de som;
  - Funcionamento limitado em cerca de 70 dB (aprox. som de caminhão);

- Horário de funcionamento permitido entre 8 h e 18 h;
- b Há também a renovação dos alvarás municipais:
  - Dois em dois anos (e não a cada 10, como nas comunitárias);
  - A equipe pode morar fora da comunidade;
  - Possibilidade de fins comerciais:

O projeto abre brecha para que as rádios-postes [de Salvador] não tenham vinculação direta com a comunidade [...]. Ressalte-se: uma “empresa individual” pode ser a dona do veículo. Também se vislumbra a possibilidade de que seja uma mera rádio comercial ao não se fixar um limite para o patrocínio e para o uso da publicidade na programação (SANTANA, 2013, p. 24).

A maioria dos rádios-postes “livres” atua entre a ilegalidade e a repressão municipal. Grupos políticos opostos costumam atuar para o fechamento destas emissoras livres (PERUZZO, 2006b; UMA ONDA, 2002). Quando a legalização é negada, sobrevivem até quando podem, conforme a “desobediência civil” (descumprimento pacífico de uma norma, conceito político complexo que ultrapassa a proposta dessa monografia. Pode ser entendida com uma frase famosa de Gandhi: “quando as leis são injustas, o correto é desobedecer”). Algumas possíveis precauções podem ser tomadas em caso de intervenção do estado, citadas devido à importância e utilidade para os radialistas de emissoras comunitárias FM:

Uma rádio comunitária [ou rádio-poste] só pode ser fechada ou lacrada com determinação constitucional. [...] não permita:

- Chame a comunidade para defender a emissora e ser testemunha [...] Use o microfone e o telefone. Monte uma rede de informações na comunidade [...]
- Não deixe o agente entrar [...] sem que a justiça tenha dado permissão para isso e que você tenha sido comunicado anteriormente. [...] Só um juiz tem poder para determinar o lacre da emissora, a apreensão de equipamentos ou a prisão de alguém. [...]
- Se insistirem na arbitrariedade, vá à Delegacia de Polícia e denuncie esses agentes por abuso de autoridade, invasão de domicílio, danos morais, danos de patrimônio, furto de equipamentos... Depois você entra com um processo [...]. No momento, é a pessoa física do agente que deve ser denunciada. Denuncie ao promotor local.
- Documente tudo. Anote o nome dos agentes, fotografe, grave [...] Deixe o microfone ligado, transmitindo [...]. Farão de tudo para não se identificar e, se preciso, usarão de violência para evitar que a ação seja documentada.
- A comunidade deve ter um advogado instruído na matéria para defender a emissora [...]
- Para se prevenir da repressão, entre com mandado de segurança e habeas corpus preventivo. O mandado garante o patrimônio físico da rádio, evitando que lacrem ou apreendam equipamentos. O habeas corpus garante a integridade física; é um salvo-conduto para os dirigentes da

emissora, impedindo que sejam presos pela PF. Caso tenha já havido a apreensão, entre com o mandado de segurança solicitando a devolução e a volta da rádio ao ar. Muitos juízes têm acatado tais pedidos. (SOUZA e COSTA (org.), 2006, p. 23-24 *apud* GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 79-80).

Em alguns casos observados, as prefeituras não impuseram a regulação (por parcerias políticas, desinteresse, desconhecimento, etc.). A atuação realmente ética das rádios-postes é mais importante para as comunidades do que sua legalização; ou como ironizou Cogo (1998, p. 16), “mesmo se conquistada a legalização” (aliás, observou-se que as rádios-postes e comunitárias costumam ser vendidas quando de legalizadas).

### 3.2.3 Utilidade Pública e participação x Solidariedade

Toda rádio-poste tem o potencial de se envolver no cotidiano de sua população, “desde as [...] informações sobre o tempo e a hora até questões educativas e conjunturais mais amplas” (COGO, 1998, p. 98).

Uma situação recorrente observada foi a grande quantidade de campanhas de solidariedade divulgadas pelos moradores (quase sempre ligados a igrejas ou políticos). Por um lado, elas cobrem algumas necessidades básicas dos moradores carentes. Por outro lado, o papel das rádios-postes poderia focar mais a conscientização da cidadania e a reivindicação da efetivação das políticas do estado (sugestão de uma prof.<sup>a</sup> local com identidade ocultada).

Assim, a potencial programação participativa de utilidade pública é uma das melhores qualidades das rádios-postes, conforme apontam os teóricos (COGO, 1998; VIGIL, [2003]; GIRARDI E JACOBUS (org.), 2009; PERUZZO, 2004). Inclusive, há uma cartilha discute a elaboração deste tipo de vinhetas (UNESCO; OBORÉ, 2009), feitas para incentivo da cidadania, saúde, educação, ecologia, etc.

Importante ressaltar que estas campanhas são mais adequadamente veiculadas de maneira sistematizada (com vinhetas que se repetem na programação). Pode ser do interesse da equipe repetir uma informação em vários momentos (teoria do agendamento); assim como o locutor pode acolher simpaticamente alguém que queira dar um recado, e que nunca será repetido (prática que o faz sair com a falsa sensação de ter divulgado a causa específica). A população deve ser instruída de como participar efetivamente.

Possibilitar a participação dos moradores oportuniza o direito de liberdade de expressão (mesmo que ocasionalmente). No entanto, Cogo (1998, p. 15 *et seq.*) aponta que isto não significa necessariamente a pluralidade de pontos de vistas na programação. Respeitar as diversas identidades de um mesmo local é um desafio, especialmente quando defendem ideologias contrárias à da equipe (como religiosidade, política, preferências musicais, etc.). Vigil comenta: “nos inculcaram o amor ao próximo quando cristão e revolucionário teria sido o amor aos diferentes” ([2003], p. 391).

Outra abordagem acontece quando os radialistas moram na comunidade (aspecto exigido na lei das rádios comunitárias). Dessa forma, podem acompanhar com imersão os acontecimentos do bairro e criar vínculos com os vizinhos. Isto aumenta a intimidade e a procura para troca de informações, adequadas para formatos como reportagens e fala-povo (COGO, 1998, p. 138). O convívio dos radialistas com os moradores deve ultrapassar o isolamento do estúdio, buscando integração com o cotidiano dos ouvintes (COGO, 1998, p. 97-98, 137-139, 141).

Em alguns casos, o radialista comunitário chega a ganhar fama de “super-herói” (cf. UMA ONDA, 2002), devido à soma deste possível (ou aparente) protagonismo social com a constante exposição pública. Cogo (1998, p. 140) exemplifica com a história de uma criança desaparecida, encontrada às 23 h com o auxílio de uma rádio-poste. Este tipo de emissora realmente tem o poder de mobilizar a comunidade para emergências como bombardeios, pandemias e evacuações (cf. MCCOOL; [LAM], 2007), mas foram observados poucos casos semelhantes nos dois anos de observação da rádio-poste estudada: em 2017, um morador procurou sua esposa às 20 h. Já no Facebook da rádio, cerca de cinco internautas escreveram procurando parentes do Salobrinho. Foi muito mais recorrente a procura da emissora apenas para a perda de objetos.

#### 3.2.4 Comunicação comunitária e desenvolvimento local

A importância da comunicação comunitária se concretiza na circulação de informações necessárias à manutenção da cidadania e desenvolvimento social (PERUZZO, 2005). Todas as rádios-postes têm, pelo menos, o potencial de serem canais da circulação destas informações.

Dialogar periodicamente com as instituições locais (escolas, postos de saúde, polícias, feiras, igrejas, grupos esportivos, associações de moradores, observatórios sociais, etc.) permite que radialistas comunitários circulem informações que impactam o desenvolvimento regional (através da divulgação de serviços, eventos, reuniões, denúncias, repercussões, paródias e o levantamento da opinião pública). Em alguns casos, acontecem as chamadas denúncias de “oposição aparente” (LAGE, 2001, p. 49 *apud* ALBUQUERQUE, 2009, p. 5). Elas fazem com que a informação seja veiculada, porém sua repercussão não ganha acompanhamento (ou não são repetidas na programação). Ocorre bastante quando a rádio evita conflitos devido sua atuação não legalizada, ou mantém amizades e parcerias com os envolvidos.

Algumas equipes assumem o protagonismo social, participando das reuniões locais. Os locutores, por exemplo, podem atuar como mestres de cerimônia ou mediadores: “Profissionalizar o comunicador popular é investir no aperfeiçoamento da luta [...], tem que saber [...] dirigir uma assembleia, redigir um ofício, [...] fazer uma rede” (BARBOSA, 1993 *apud* COGO, 1998, p. 145). O trabalho de Peruzzo (2004, p. 124-127) destaca também alguns traços comuns da comunicação comunitária nos movimentos sociais: usam conteúdo crítico e emancipador, promovem o protagonismo do povo e são conjunto de expressão democrática, luta popular ou classes subalternas.

### 3.2.5 Finanças carentes x alternativas

Geralmente, as rádios-postes “livres” se mantêm com uma infraestrutura básica. Usando trabalho voluntário e baixa arrecadação financeira, muitas apenas “sobrevivem” (COGO, 1998, p. 147; VIGIL, [2003], p. 403).

Algumas dessas rádios se preocupam com a venda de anúncios (fonte de renda mais comum), com receio dos vínculos de dependência e limitação editorial que podem se criar (COGO, 1998, p. 147; PERUZZO, 2004, p. 153). Vigil ([2003], p. 405) exemplifica com um diálogo que teve com um radialista: Para ele, não seria coerente anunciar bebidas alcoólicas se defende a saúde de seu bairro; assim como não as venderia nas festas beneficentes da emissora, nem protegeria as empresas



quando errarem. O autor recomenda dar preferência aos pequenos empresários, incentivando a economia local.

Caso a rentabilidade não esteja com um saldo satisfatório, as equipes podem criar um jornal comunitário (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p.31), entre outras tantas alternativas complementares:

De onde podem vir esses investimentos? [...] Agências de colaboração internacional [...], fundos públicos [...], colaboração da própria audiência [...]. Junto com a rádio, uma cafeteria. Ou uma livraria. Ou uma pequena sala para a projeção de filmes. Ou para instalar uma escola de locução e jornalismo. Os equipamentos da emissora podem ser alugados. Bailes. Rifas. [...] Competições esportivas. [...] Venda de artesanato [etc.] (VIGIL, [2003], p. 404).

Além dos exemplos citados acima, algumas rádios-postes e comunitárias procuram outras políticas de incentivo para seu financiamento (COGO, 1998, 147). Uma delas é a inscrição de projetos culturais através de leis como a “Rouanet”. Outra é a institucionalização da emissora como “utilidade pública”, buscando sua rentabilidade no “terceiro setor” (“ONGs”).

Alguns grupos políticos atuam inibindo o crescimento da radiodifusão comunitária, como acontece através da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (SILVEIRA, 2018), das associações de direitos autorais e políticos locais (INTERVOZES (ed.), 2019; ALBUQUERQUE, 2009). Faz-se importante a articulação das rádios-postes, que foram excluídas da regularização das rádios comunitárias (cf. SEÇÃO 3.2.1; BRASIL, 2019a).

Esta pesquisa inclui nos apêndices um plano de negócios, e em 2021 o programa Radi(ação) continua a ser estruturado na pós de gestão cultural – Senac.

### 3.2.6 Infraestrutura precária

Muitas rádios-postes “livres” funcionam com a infraestrutura mais simples o possível, dispensando diversos itens complementares: isolamento e tratamento acústico; microfones de qualidade adequada; alto-falantes eficazes nas ruas; ventilação; áreas de serviço (banheiro, escritório e secretaria); manutenção e limpeza periódicas; gaveta para arquivamento; mural de avisos; letreiro na sede; assentos confortáveis; e até equipamentos de segurança (extintor, aterramento

elétrico e para-raios para as que possuem antena). Conforme exposto no capítulo anterior, Gramacho (2018, p. 13-17) aponta a falta de investimentos dos donos como o principal motivo para a crise do rádio.

### 3.2.7 Voluntariado x Profissionalismo

Geralmente, as rádios-postes “livres” se mantêm com mão de obra voluntária. Segundo Vigil ([2003], p. 401), isto mostra que estas emissoras têm um bom poder de convocação; mas além de apenas “querer fazer”, deve-se também “saber fazer”. A qualidade da programação não é garantida, devido ao desconhecimento de técnicas, da linguagem radiofônica e falta de checagem:

Esse é o cenário abordado pelo historiador britânico Andrew Keen, autor de *O culto do amador*. [...] Quando amadores se misturam com profissionais, o resultado é negativo para todos. [...] o público, sem parâmetros para avaliar o que vê, toma a especulação por verdade e a opinião como fato. [...] dizer que qualquer um pode falar de tudo pode soar “democrático”, mas pode ter consequências graves quando leigos resolvem se envolver em assuntos sérios – não por acaso, o autor se descreve como um “elitista” (MARTINO, 2014, p. 264-267).

Vigil continua, agora sobre a falta de compromisso das equipes:

O voluntariado resolve um problema porque não se tem de pagar a ninguém, mas cria problemas maiores porque os voluntários se casam, emigram, trabalham quando podem, não preparam o programa porque têm outras coisas para atender (VIGIL, 1992, p. 10 *apud* COGO, 1998, p. 94).

Dado o descompromisso do voluntariado, conclui-se que uma maneira de engajar a equipe é a criação ou manutenção de sistema de remuneração financeira (desde que não se confunda a importância da estabilidade da equipe com a busca do lucro desenfreado): “A gente não pode ficar naquela de que porque a comunidade é pobre, a gente tem que ser pobre também, fazer um serviço precário” (RODRIGUES, 1993 *apud* COGO, 1998, p. 136). Peruzzo aponta a alternativa dos sistemas financeiros participativos (2007, p. 137-149; 2004, p. 73-89, 142-147), estudados com termos semelhantes (cooperativismo, coletivismo, associativismo, autogestão e “participação nos lucros”). Ela ressalta que os voluntários participam em diferentes níveis (que crescem à medida que ganham importância na equipe):

começando como simples interatores, viram produtores, planejadores e alguns até gestores (raramente).

Outras emissoras preferem trabalhar “sem fins lucrativos”, uma vez que conquistaram a infraestrutura básica e dispõem dos voluntários. Vigil comenta:

Uma coisa é “sem fins lucrativos e outra é com fins de falência”. [...] Não ter fins lucrativos significa não privatizar os benefícios que a emissora gera. Ou seja, os lucros não vão para o bolso dos donos, mas são revertidos para a própria empresa. Mas é preciso que haja investimentos (VIGIL, [2003], p. 403).

Uma análise crítica desse modelo está em “O trabalho voluntário no Brasil: Ato humanitário ou exploração da força de trabalho?”. Mendes (2018, p. 5 *et seq.*) explica que o Estado se distanciou das questões sociais (como na educação para a cidadania, proposta pelas rádios comunitárias). Isto impulsionou o surgimento das organizações não governamentais (“sem fins lucrativos”), que ganharam apoio das empresas privadas. O principal retorno para a empresa contribuinte é o retorno em forma de propaganda positiva para a sociedade (como aconteceu com os patrocinadores das rádios estudadas). Em caso de doações para outros institutos reconhecidos legalmente como “utilidade pública”, pode acontecer o “desconto na cobrança do imposto de renda para pessoas físicas ou jurídicas que doam recursos”. Girardi e Jacobus ((orgs.), 2009, p. 21) concordam, caracterizando a função das emissoras comunitárias como ONGs: “No Art. 223 [da constituição federal] está escrito [...] que o povo brasileiro tem o direito de ter e gerir um sistema público não-estatal de informação. [...] continua sendo necessário conquistá-lo”. Assim, o desconhecimento dos caminhos legais contribui para que a maioria das emissoras comunitárias não usufrua dos incentivos fiscais para as ONGs.

### 3.2.8 Práticas de comunicação massiva

Embora a maioria das rádios-postes atue apenas em busca do lucro (alternando músicas e anúncios sistematizados), as equipes de propostas comunitárias usam com mais cautela os gêneros musicais populares considerados “apelativos” ou “comerciais” (como o sertanejo universitário, pagodão, brega, rap, punk, reggae, paródias e principalmente o funk carioca), assim como certos formatos

radiofônicos (policiais, religiosos, radiorrevistas de “fofocas”, etc.). Sánchez (1989, p. 60 *apud* Cogo, 1998, p. 70-71) justifica:

O massivo é negação do popular na medida em que é uma cultura para as massas e não por. O massivo é a imagem que a burguesia faz das massas [...] E, no entanto, o massivo é também mediação do popular [...] já que nele as massas populares investem desejo e extraem prazer.

Muitas músicas do criticado funk carioca, por exemplo, possuem letra social. Com o devido cuidado, é possível veicular eticamente todos os gêneros e formatos citados, e impulsionar a aceitação popular (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 36 *et seq.*). Segundo Peruzzo (2004, p. 130-132), “a tendência a repudiar a mídia massiva talvez tenha até influenciado a elaboração de uma comunicação popular não tão atraente”. Os ouvintes não deixam de consumir as transmissões comerciais (até porque elas vencem em qualidade técnica), e os meios de comunicação comunitários seguem existindo paralelamente, e como disse a autora, “os dois são complementares e não excludentes”.

Para aumentar a audiência, observou-se que a transmissão online é um complemento buscado pelas equipes das rádios-postes. No entanto, as emissoras não mantêm estas transmissões online por grandes períodos, na maioria das vezes pela falta de habilidade informática. Outro caminho é a busca pelas transmissões FM de baixa potência. Vigil ([2003], p. 398) critica as legislações latino-americanas, que limitam as concessões comunitárias; restringindo o aumento de potência nas comunidades mais distantes (como as rurais); bem como a formação de redes comunitárias (aniquilando a concorrência com as rádios comerciais).

### 3.3 Mediações de recepção complementares

As mediações (“intervenções”, etimologicamente) são os fatores determinantes da realidade social dos ouvintes, influenciando no processo de recepção das rádios-postes (BRITTOS, 1998, p. 132 *apud* PÓLVORA, 2003). Presentes nos chamados Estudos de Recepção, são explicadas pela consagrada frase de McLuhan (“o meio é a mensagem”), enfatizando que entender o meio de transmissão (e seus possíveis usos) é tão importante quanto a mensagem (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 10 *apud* COGO, 1998, p. 163).

Para abordar algumas mediações pouco comentadas no capítulo até aqui, esta subseção continua seguindo a estrutura do livro de Cogo (1998, p. 161-199). A autora analisou a Rádio Popular Lagoa, estudando como a equipe e os moradores se relacionavam com algumas questões (mediações religiosas, rurais, educativas, familiares, massivas, públicas e de utilidade pública). Constatou, por exemplo, que as mulheres ouviam as rádios-postes mais que os homens porque passavam mais tempo no ambiente doméstico. Quanto às “pesquisas de audiência” das rádios-postes, Cogo (1998, p. 99) critica que não deveriam levantar apenas a audiência e preferências musicais, mas também analisar suas mediações e impacto social.

### 3.3.1 Recepção em deslocamento x Fidelização

Posto que as rádios-postes transmitem nas ruas, é natural que os moradores escutem trechos de suas transmissões ao se deslocar. Geralmente, poucos param para ouvir com atenção (dificultando o impacto informativo). Mesmo com a imposição da transmissão nas ruas, a fidelização da audiência não é necessariamente garantida. Observou-se alguns períodos em que as emissões no Salobrinho estavam baixo demais para os pedestres ouvirem (mesmo bem ao lado das caixas de som). Cogo (1998, p. 150) explica, categorizando os ouvintes: “Receptores que conseguem escutar todos os programas; alguns programas; trechos de programas; somente a música; o texto, de acordo com o tipo de locução; conforme o dia, em função do vento; etc.”. Durante o estudo de caso do Salobrinho, observaram-se momentos de grande interação dos ouvintes online (gestão de Geovane em 2014-2019 e Nilton em 2018), assim como houve grandes períodos com nenhuma interação (inclusive nos sorteios).

Dessa forma, os formatos curtos (vinhetas, propagandas, *spots*, etc.) costumam funcionar melhor do que os longos (desde que esses formatos curtos sejam recorrentes na programação). Formatos mais longos podem funcionar, se há a constante recapitulação ao vivo (por exemplo, rerepresentar o entrevistado e tema numa entrevista). Outra abordagem é a disponibilização de resumos e reprises online.

De qualquer forma, Peruzzo (2004, p. 149) enfatiza que esta conscientização “só chega a um número restrito de moradores do bairro e, quase sempre, àqueles já

“conscientizados””, demandando a constante autocrítica dos radialistas para a fidelização da audiência popular. Cogo (1998, p. 148) aponta que a falta de fidelização seria um dos motivos para as rádios-postes serem consideradas muitas vezes como uma mera etapa de transição para futuras rádios FM ou comunitárias.

### 3.3.2 Recepção contínua x Indireta e a “fofoca”

Contrariamente aos que escutam as rádios-postes em deslocamento (momentaneamente), é contínua a recepção dos que moram ao lado das caixas de som. Aqueles que sentam nas ruas ou escutam nas praças também costumam ter uma recepção prolongada da programação.

O costume de sentar fora de casa (ou “na porta de casa”, na soleira) acontece com frequência nas pequenas comunidades, periferias e alguns condomínios. Diversos motivos explicam essa tradição (ALBERT, [2015]): Vigiar uma criança pequena brincar na rua; manter um ponto de vendas; sair do ambiente doméstico e tomar sol ou se refrescar (muito comum em locais quentes); ou ficar apenas na janela (como as esculturas “namoradeiras”), etc. Este costume tem diminuído com o consumo de TV e internet; nas épocas de chuva e frio; nos locais com trânsito intenso; nos horários considerados perigosos ou sem movimentação e até alguns com a presença armada (crime organizado, milícias ou governos autoritários).

A “fofoca” é apontada pelos moradores do Salobrinho como uma das principais razões do costume. “Cuidar da vida dos outros” é um hábito considerado popularmente como antiético, embora muitas vezes sejam as próprias pessoas que se exponham “indevidamente” (cf. SIBILIA, 2008). A observação do estudo de caso constatou características “potencialmente benéficas” da “fofoca”. Vigil provoca:

A palavra pública. Porque a mulher fala muito, porém em particular, com as comadres, na cozinha e no quintal. E o camponês é loquaz, mas não na frente do patrão. [...] O povo não é mudo. Eles sabem muito melhor do que nós o que querem e o de que necessitam. Só precisam do canal de expressão [...]. Este é o primeiro desafio de uma emissora com responsabilidade social: amplificar a voz do povo e, assim, legitimá-la socialmente (VIGIL, [2003], p. 389).

Assim acontece a chamada “educação informal” da rua: o contato com os vizinhos permite o diálogo, podendo gerar pequenos debates. O que começa como

um encontro casual se torna uma discussão sobre os problemas visualmente constatados na rua (os buracos; o esgoto; o lixo; a violência na vizinhança; o barulho do som de algum carro; algum falecimento recente; os acontecimentos políticos mais recentes; a interação entre os grupos de moradores; e até os conteúdos da rádio-poste ou o jornal do bairro). Logo, eles se conscientizam da realidade que os cerca enquanto moradores, o que pode levar a mobilizações de cidadania. Assim pensa o sociólogo Moisés Costa Neto:

As cadeiras na calçada reforçam esses laços, porque permitem que se aprofundem as relações por meio do diálogo, que possui uma função agregadora e identitária subestimada pelas pessoas. Conversar com os vizinhos na calçada significa reconhecer o outro como um semelhante e, ao mesmo tempo, *policar os comportamentos desviantes* da vizinhança (NETO, [2012?] *apud* ALBERT, [2015]).

Dessa forma, pode acontecer a chamada “recepção indireta” dos conteúdos transmitidos pelas rádios-postes; que embora possa deturpar as informações realmente transmitidas, faz com que trechos da programação informativa alcancem um público maior do que a audiência original.

### 3.3.3 Mediação religiosa

A história das rádios-postes e comunitárias esteve muito ligada à atuação de grupos religiosos (conforme contado no capítulo anterior). Grande parte das comunidades estudadas considera natural que a programação seja ocupada majoritariamente pelos grupos como os cristãos. Porém, estas veiculações impositivas são questionadas pelos não-religiosos (COGO, 1998, p. 142).

O catolicismo nas rádios-postes foi estudado destacadamente por Cogo. Ela comenta o hábito das rádios brasileiras transmitirem a oração “Ave Maria” às 18 horas (COGO, 1998, p. 171). A Rádio Popular Lagoa, situada em uma comunidade de maioria afrodescendente, optou pela canção “Mãe do céu morena” (marcada pelo sincretismo e incentivo à união dos povos da América Latina), o que não foi bem recebido por alguns fiéis mais conservadores.

O estudo de caso do Salobrinho observou que muitos moradores (principalmente os universitários) consideram a programação religiosa essencialmente antiética. Reclamações citaram a imposição das transmissões e aos

ocasionais atritos com os outros grupos religiosos. Existe também a falta de preparo de alguns voluntários, confiantes que sua habilidade nas pregações garanta a boa linguagem radiofônica (o que não é necessariamente verdade). É preciso, no mínimo, instruir que as rádios-postes transmitem para todos (inclusive para quem pensa diferentemente e para quem não quer ouvir).

Paralelamente, uma parte dos religiosos não apoia a imposição da programação não-religiosa. Alguns protestantes, por exemplo, consideram que as canções populares ou massivas são profanas (apelidadas de “seculares”); sendo a música uma arte que deveria ser apreciada apenas para louvar a Deus (COGO, 1998, p. 176). Parte deste posicionamento pode ser explicado porque algumas músicas massivas usam letras pejorativas.

Seja como for, uma das alternativas possíveis para contemplar as diferentes religiosidades na programação das rádios-postes é a distribuição de vários pontos de vistas na programação e na equipe (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 97). O programa “Entre o Céu e a Terra” (veiculado pela TV Brasil) é um bom exemplo da abordagem de temas da religiosidade em geral, com a perspectiva de representantes de diversas religiões. Quanto à programação musical, sugere-se a seleção pelas letras consideradas “positivas”, preferencialmente através de conselhos curadores (como previsto na lei das rádios comunitárias). Alguns membros da Rádio A voz do Salobrinho também testaram tocar instrumentais (relaxantes, comemorativas, “pop”, etc.), como foi no caso de alguns instrumentais veiculados pelo ex-administrador da rádio-poste do Salobrinho Nilton Ramos.

### 3.3.4 Mediação Lúdica

As rádios-postes “livres” propiciam muitos momentos alegres, informais e lúdicos. Cogo (1998, p. 202) comenta que os ciclos e trajetos cotidianos das comunidades misturam o que é festa e ritual, “no sair de casa para a igreja, da igreja para a praça, [...] para o namoro ou para os estúdios da rádio, [...] as lógicas dos espaços abertos e fechados (a rua e a casa) se interpenetram”.

Segundo o diretor da Rádio A voz do Salobrinho, um dos principais papéis das rádios-postes é o de alegrar as ruas com a programação musical e de entretenimento, o que alivia o cotidiano da comunidade trabalhadora (RÁDIO A VOZ



DO SALOBRINHO, 2019c). Foram observados alguns atributos que favorecem a ludicidade:

- a Ausência de seriedade contratual da equipe (quando voluntários), dificuldades com os equipamentos / infraestrutura e deslizes ao vivo surpreendentes;
- b Atendimento de pedidos musicais semelhantemente aos *jukeboxes* (toca-discos automatizados que funcionam com moedas em bares e restaurantes);
- c Pertencimento comunitário e cidadão através dos recados locais;
- d Fascinação dos moradores ao visitar a emissora;
- e Participação de músicos e escritores regionais;
- f Comemoração das conquistas coletivas das comunidades.

#### 4 ESTUDO DE CASO: RÁDIO-POSTE A VOZ DO SALOBRINHO

*“Só não fique triste [...] Salobrinho resiste, Num vá se passar!  
Uns navegam... Uns morrem de fome, outros morrem de tédio [...]”  
O “Ministério do InsalObre” adverte: O melhor remédio é dançar!”  
Banda InsalObre*

Esta seção apresenta o estudo de caso da Rádio-poste A Voz do Salobrinho. Partindo dos dados gerais do bairro, analisa brevemente as primeiras gestões da rádio (anos 70 e 2000), aprofundando com a gestão de Geovane (2014-2017) e, principalmente, a gestão de Valmir “Rancho” (desde 2017). O presente pesquisador atuou como voluntário em 2017-2019, descrevendo a programação geral, as precariedades de funcionamento da emissora e a atuação comunitária da equipe.

A Rádio-poste A Voz do Salobrinho é transmitida no bairro Salobrinho, com sua distribuição acontecendo através de 15 caixas de som instaladas nos postes, totalizando em torno de três a cinco mil metros de cabos (como diz o bordão do locutor Titã, “desde a Beira Rio, até os extremos da Rua do Ouro”). Ligada das 8 h às 19 h (com horário reduzido nos domingos), é ouvida pelos pedestres que circulam nas ruas e na praça (cf. APÊNDICE F). Fundada nos anos 70, passou grandes períodos desativada até seu estabelecimento em 2014 por Geovane “som”. A emissora sempre atuou sob o caráter privado e comercial, adotando posturas que se aproximam dos ideais da “comunicação comunitária” (PERUZZO, 2004, p. 256-258) e “sem fins lucrativos” sobretudo durante 2017-2019 (gestão de Valmir “Rancho” e intervenção do pesquisador).

##### 4.1 Dados gerais do bairro

O número da população atual do Salobrinho possui estimativas incertas (para a rádio, a importância desse cálculo se dá para a estimativa da quantidade de ouvintes): em uma reunião de 2018 com o Instituto Nossa Ilhéus, a Associação de Moradores e as agentes do posto de saúde estimaram entre 13 e 14 mil habitantes – cálculo que chegou a 15 mil pela ex-administradora municipal. Porém, estas contas se mostraram exageradas quando considerada a média populacional de 4,2 pessoas

por residência (IBGE, 2002 *apud* SANTOS, 2019, p. 91) e as imagens aéreas por satélite de 2013 (GOOGLE MAPS, 2018). Mesmo com as 112 novas casas de um condomínio em 2014, é improvável estimar mais de 12 mil moradores. O rápido fluxo de moradia dos universitários da Uesc também dificulta esta estimativa.

O bairro se localiza no km 16 da rodovia Jorge Amado. Apesar de ainda humilde, Santos (2013, p. 84-94) mostra que ele teve seu desenvolvimento impulsionado com a construção da Universidade Estadual de Santa Cruz (Uesc) e da Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (Ceplac). Seu território oficial (ditado pela lei municipal 3476/09) também inclui outros grandes estabelecimentos: um condomínio estudantil, duas escolas técnicas, uma indústria de perfumes e dois atacados; o que gera empregos e expande seus conceitos de território e fronteira da comunidade urbana (cf. PERUZZO, 2004). Os moradores costumam diferenciar ao menos cinco áreas “principais” do bairro: a zona rural, o condomínio (privado), a “baixada” (territórios humildes próximos à rua Beira Rio, cujo termo foi repudiado nas transmissões do locutor Titã), a Uesc e a grande parte restante como o bairro propriamente dito (cf. APÊNDICE L).

Assim, constata-se que a comunidade urbana do Salobrinho inclui não somente os moradores “nativos”, mas também os universitários (habitantes de moradia “temporária”) e a comunidade rural (que frequenta a zona urbana do bairro, embora estes dois grupos participem menos das mobilizações do bairro). Esta diversidade de identidades de moradores influenciou a programação da rádio, que no período estudado tentou abranger suas diferentes preferências musicais e informativas.

O Salobrinho “nasceu” com a doação de lotes da antiga Fazenda Boa vista. Os autores analisados (SANTOS, 2013, p. 84-94; PEREIRA, 1984) pontuaram alguns anos marcantes de seu desenvolvimento: 1927: foi construída a primeira estrada, reformada em 1947. 1949: começo da doação dos lotes. 1950: descoberta da jazida na atual Rua do Ouro, atraindo mais moradores. Também foi aberta uma pequena indústria de couro. 1957: surge a Ceplac. 1963: primeiro grupo de alfabetização. 1974: construção do sistema de abastecimento de água e da faculdade (futura Uesc). 1980: início da transição burocrática de distrito para bairro (conforme lei municipal 3476/09). 1990: crise das lavouras de cacau. 1996:

oficialização da Associação de Moradores. 2006: projeto municipal de “bairro universitário” (arquivado). Depois de 2008, houve uma reunião entre os herdeiros das terras da fazenda e a prefeitura, porém sem acordo para a desapropriação das terras (APÊNDICE I).

Este crescimento iniciado com a doação dos lotes aconteceu sem planejamento de infraestrutura (SANTOS, 2013, p. 84-94; PEREIRA, 1984). A parte da “baixada” é a que ainda mais sofre com a precariedade de serviços básicos, como educação, energia, transporte, comunicação, saneamento básico, coleta de lixo e atendimento médico (FIGURA 01).

Figura 1 – Denúncias do ensaio “Manhãs do Salobrinho”



Legenda:

- a) Lixo na praça do Salobrinho, atraindo urubus e mal cheiro;
- b) Um dos esgotos abertos da “baixada”. Uma banda local comparou o nome “Salobrinho” com esta precária “insalubridade” do bairro (INSALOBRE, 2019);
- c) Fila no posto de saúde. O atendimento dos moradores da “baixada” é reduzido, fazendo alguns deles chegarem à fila às 3 h da manhã;
- d) Copos de cerveja após as festas de sexta-feira. Alguns moradores costumam dizer que “em cada rua do bairro existe um bar e uma igreja”.

Fonte: Elaboradas pelo autor, 2019.

Estas precariedades foram analisadas em uma reportagem desta monografia sobre descaso político (APÊNDICE i): a maioria dos lotes é considerada “fazenda” até hoje. Assim, os moradores não pagam o imposto IPTU (municipal), mas sim o “aforamento” (taxa aos herdeiros da fazenda). Isto gera muita discussão entre os moradores, que não recebem melhorias de infraestrutura urbana nem dos herdeiros,

nem da prefeitura e têm dificuldades como a burocracia para financiamento das casas. Segundo a ex-administradora municipal do bairro, o descaso político também acontece devido à falta de regularização dos eleitores. Já a Uesc, para ela, possui ações importantes (como a geração de empregos, aluguéis e projetos de extensão), mas não é responsabilizada pelo descaso político do bairro.

#### 4.2 Rádios-postes anteriores: anos 70 e 2000

A rádio-poste A Voz do Salobrinho surgiu em 2014; porém, nos anos 70 já existia outra rádio-poste de mesmo nome no bairro com caráter de “utilidade pública” (semelhante ao “comunitário”). O conjunto das diferenças (infraestrutura, equipe e programação) dificulta a relação com a rádio atual, cuja equipe negou ter ouvido as primeiras transmissões na infância. É oportuno ressaltar que o período é tão antigo quanto ao da Rádio do Povo (cuja equipe capacitou várias rádios-postes brasileiras, conforme relatado na subseção 2.2.1). As informações seguintes foram encontradas no livro de Sherney Pereira (1984, p. 55-56), checadas com o autor pessoalmente, com Jeânia (filha do fundador) e com o morador “Topó” (ouvinte da época na praça).

Esta primeira rádio-poste foi fundada por João “Mestre Leal”. O estúdio começou em sua casa, e os programas foram realizados ocasionalmente no colégio municipal e no salão de festas da igreja católica (todos os três ficam perto da praça; que, inclusive, foi o único ponto de transmissão lembrado). Embora utilizassem duas grandes cornetas (aparelho acústico amplificador), não há informações de que foi conquistada fidelização numerosa da audiência. Também não há registros sobre as reclamações de poluição sonora da época, que era regulada pelo “bom-senso” dos locutores da época. Assim diz o “contador de histórias” Sherney Pereira, escritor de um livro sobre o Salobrinho:

[Nas épocas festivas], [...] uma música lenta se fazia ouvir... Era o serviço de alto-falante “A Voz do Salobrinho” que, sob o comando do Mestre Leal, tocava uma música suave do Natal e anunciava aos quatro ventos, convidando o povo para a missa do galo [em outro trecho, ele acrescenta que um programa católico era retransmitido às 18 h]. Aquele serviço de comunicação foi um marco importantíssimo na história do Salobrinho [...] (PEREIRA, 1984, p. 55).

Sherney Pereira “Sirney” foi funcionário administrativo da Uesc, e atuou como locutor voluntário na rádio nos períodos em que estava de férias ou desempregado (já que a rádio não possuía um sistema de remuneração). Seu irmão (Manuel de Souza Pereira) também participou como locutor local e no sistema de som da rodoviária. O programa de Sherney era sobretudo musical. Perguntado sobre os cantores mais tocados, citou nomes semelhantes ao quadro *flashback* do atual programa Salobrinho em Revista: Ângela Maria, Anísio Silva, Dolores Duran, Jackson do Pandeiro, Marcio Greyck, Nelson Gonçalves, Noite Ilustrada, Núbia Lafayette, Orlando Dias, Silvinho e Waldick Soriano. Ocasionalmente, realizavam um show de calouros ao vivo no colégio municipal da praça, seguido do sorteio de brindes. Também havia o constante convite para a veiculação de pedidos musicais e recados de “utilidade pública”:

Creio que foi válida a nossa modesta participação, porque muitas vezes promovemos festinhas alusivas aos dias das mães, das crianças e dos namorados. [...] Alegrávamos as crianças do arraial com programas de calouros, à proporção em que distribuíamos presentes para a meninada. [...] Aos domingos, moças e rapazes solicitavam músicas apaixonadas; quando havia aniversários, casamentos, batizados, aumentavam os pedidos musicais, que deixavam o Salobrinho embevecido. (PEREIRA, 1984, p. 56).

Os entrevistados não souberam apontar o período de funcionamento desta rádio, definido vagamente como “entre os anos 70 e 80”. Nos anos 2000, outra equipe transmitiu com caixas de som nos postes: a instalação foi feita pelo mesmo dono do atual sistema de som do terminal de Ilhéus. Depois, foi vendida para Raimundo Nascimento (assessor de um vereador municipal e organizador da quadrilha Dance Dance Brasil). A sede ficava próxima à praça (ao lado do mercado “Secos & Molhados”), e contou com apenas quatro caixas de som. Segundo Geovane, a falta do lucro esperado reduziu seu funcionamento a menos de um ano, e os moradores não souberam afirmar nem se havia programação radiofônica de fato (muitos sistemas semelhantes veiculam apenas anúncios).

### 4.3 Gestão de Geovane: 2014-2017

A fundação da “atual” rádio A Voz do Salobrinho aconteceu em 2014. Esta subseção foi baseada nos depoimentos do fundador Geovane, da locutora Eliana e do operador Valdeilton “Lulinha” (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2018); além da pesquisa documental de fotos (FIGURA 02).

Geovane e Eliana são casados, e disseram ter o costume de ouvir rádios e rádios-postes desde a infância. Aos 12 anos, ele começou a trabalhar com a sonorização de eventos “para conseguir entrar nas festas”. Desde então, trabalha com divulgações em seu carro de som (inicialmente, bicicleta). Ajudando um conhecido (“Max som”) na instalação de uma rádio-poste do carnaval de Itabuna, anunciou ao vivo os horários das atrações. Segundo ele, este foi o momento da realização de um sonho de criança: “montar uma emissora de rádio”. Ele comentou com um vizinho a vontade de criar uma rádio-poste, e outra pessoa que ouviu a conversa anunciou que os antecederia.

Geovane apressou seus planos, e conseguiu montar a rádio-poste primeiro, instalando quatro caixas de som (próximo de sua casa, da loja Casas Freitas, da loja de ração e na praça). Bonifácio “Eletro Santos” contribuiu com sugestões no esquema elétrico. Utilizando três mil metros de cabos, ressaltou ter caído da escada três vezes com choques elétricos. A instalação das outras caixas de som aconteceu com o estabelecimento de uma rede de comerciantes apoiadores, além de sete novos potenciômetros para regulação do “volume”.

O programa Zara Rádio automatizou a programação, liberando o antigo diretor de anunciar repetidamente seus apoiadores ao vivo. O aprendizado da edição de áudio foi compartilhado com o dono da rádio-poste do bairro vizinho (Banco da Vitória). O operador de som Valdeilton “Lulinha” configurou o servidor por site e aplicativo, marcando um recorde de 1.400 ouvintes online.

Nesta época, Geovane era administrador municipal do bairro; Mesmo com sua influência política, a rádio-poste teve atritos com a cobrança de regularização pela prefeitura (situação resolvida com o apoio de um vereador). Outro caso burocrático aconteceu com uma reforma dos postes do bairro pela empresa de energia elétrica, que deixou no chão os cabos da rádio e de um provedor de internet

local. Geovane compareceu à empresa elétrica para regularizar a utilização dos postes, mas um funcionário o eximiu de cobranças.

O locutor Jorge “Titã” foi convidado a participar desde este período, partindo dele a sugestão de usar o mesmo nome da rádio-poste local dos anos 70. Por ser o único da equipe que possuía certificação como radialista, assinava as contas como responsável legal da rádio. Até hoje, foi o membro com maior atuação (de 2014 a 2019), representou a rádio em reportagens locais. Seu papel correspondeu ao cargo de “diretor de programação”, uma vez que todos os três programas ao vivo da época partiram de suas sugestões.

Figura 02 - Estúdio de Geovane: 2014-2017



Legenda:

- a) Primeiro mural institucional; b) Primeiro site online; c) Primeiro estúdio, na casa de Geovane;
- d) O fundador Geovane, acompanhando um programa religioso;
- e) Primeira logomarca, elaborada por Valdeilton “Lulinha”;

Fonte: RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b.



#### 4.3.1 Descrição da 1ª programação

A gestão de Geovane (2014-2017) foi a primeira que conseguiu estabilizar uma rádio-poste no Salobrinho com programação semanal fixa por um período maior que um ano (apesar das interrupções frequentes devido à ausência de obrigação de presença rotineira). Além da seleção automatizada de músicas, anúncios e vinhetas, religiosos estavam presentes diariamente. O programa “Hora de notícias e cultura” também foi diário (18 h - 19 h). Nos sábados, havia o #NossoRecado (18 h – 19 h). Em 2017, chegou o programa Salobrinho em Revista, que atuou nos domingos (10 h - 12 h até 2019).

O programa “Hora de Notícias e Cultura” foi realizado pelo locutor Adenilton Arouca “Sinho” (atualmente político). Segundo Geovane, o radiojornal abordava notícias de todas as amplitudes: municipais, estaduais, nacionais e até internacionais (raramente). Notícias e artistas locais também ganharam destaque. Um exemplo foi a entrevista da atriz Dona Valderéz (cf. DONA VALDEREZ, 2018). Outro exemplo foi uma série de quatro entrevistas com o morador Hermínio, que havia lançado um livro de poesias (FIGURA 03). O programa ganhou a atenção de políticos locais, que prometeram apoios para a expansão da rádio-poste como rádio comunitária (FM de baixa potência).

Figura 03 – Programa Hora de Notícias e Cultura



Legenda: Entrevista de lançamento do livro de Hermínio  
Fonte: RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b.

O programa #NossoRecado foi realizado às 18 h dos sábados por Eliana Pinheiro “Galega” (esposa de Geovane) e Valdeilton “Lulinha” (FIGURA 04). Inspirado em um programa de rádio regional (“Ligou, pediu, tocou”, da Gabriela FM), foi marcado pela programação musical e interação dos ouvintes. Com recados e áudios de Whats App, oportunizaram informações de “utilidade pública” (achados e perdidos, aniversários, falecimentos, notícias locais, etc.). Nesta época, o açougue Carne e Cia já era apoiador da rádio, e distribuía brindes no programa. Uma das ocasiões lembradas pela equipe foi a cobertura ao vivo de um bingo na praça. O programa recebeu para veiculação os CDs de diversos músicos locais (como Aninha Ribeiro e um integrante do Asas Indomáveis) e municipais (Mel do Forró, Zabumbahia, Benner Show, Os Primos do Arrocha, etc.). Após não conseguir atender todos os pedidos musicais, eles resolveram criar uma lista de músicas para a escolha dos ouvintes. O programa terminou com a saída de Lulinha (operador de som).

Figura 04 – Programa #NossoRecado



Fonte: RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b.

O “Salobrinho em Revista” foi o principal programa que permitiu possível observar uma aproximação dos ideais da “comunicação comunitário”, permanecendo ativo desde 2014 até o período estudado presencialmente na monografia (2017-2019). Foi realizado aos domingos (10 h - 12 h) por Jorge Teixeira “Titã” (ocasionalmente sob outros nomes artísticos, como “Takimoto” e “Hairy”). Titã vem de uma família com tradição cultural no bairro (cf. DONA VALDEREZ, 2019) e trabalha em uma empresa de chocolate, mas também atua como músico e locutor (FIGURA 05). A operação de som foi feita pelos “Hairys” (Niel, Raí, Natan, Caio e Lulinha; jovens aprendizes que cuidaram do quadro diário “Salobrinho Kids”). Um de seus bordões, “Hairys” significa “cabeludos”, expressão para surfistas iniciantes “que só cuidam do cabelo” (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2018).

A abertura do programa começava com a saudação a todos os moradores ouvintes e vizinhos dos alto-falantes. Em seguida, Valmir “Rancho” trazia os recados e notícias do bairro. O locutor comentou evitar “entrevistas inesperadas”, interrompendo a *playlist* musical (parte principal do programa).

A seleção musical tocou principalmente o gênero “*flashback*” (termo que ele usou geralmente para as internacionais românticas dos anos 60-80, mas também para a “MPB” e seus movimentos: “velha guarda [do samba]”, bossa-nova, “jovem guarda”, “Tropicália”, “clube da esquina”, “grande encontro”, etc.). Aproximadamente às 11 h (metade do programa), eram tocadas músicas mais contemporâneas (reggae, rock, sertanejo, etc.), além de artistas locais (cf. MATHEUS LUNA DOC, 2019; INSALOBRE, 2018) e até instrumentais.

O locutor citou alguns programas que mais lhe influenciaram: o formato do “Salobrinho em Revista” foi inspirado principalmente pelo regional “Difusora em Revista” (inclusive, Titã afirmou ter sido convidado para levar seu programa para a Ilhéus FM como “Ilhéus em Revista”. O locutor chegou a retransmitir a radiorrevista “O tabuleiro” desta emissora na rádio-poste em 2017). Outra inspiração citada foi um programa da madrugada da Rádio Globo, do qual admirava os *slogans*, seleção musical (“*flashbacks*” românticas) e o uso de mensagens motivacionais “para começar bem o dia” (que o fez comprar o livro para usar em suas locuções). Finalmente, as rádios Tupi e CBN foram lembradas como as emissoras que costuma ouvir.

Figura 05 – Programa Salobrinho em Revista



Legenda:

- a) Jorge “Titã” e o operador de som Daniel “Niel” (aprendiz mais frequente).  
 b) Participação como músico em um sarau da rádio (cf. SUBSEÇÃO 5.3).  
 c) Titã com os “Hairys” em treinamento para o quadro “Salobrinho Kids”.  
 d) Montagem antiga parabenizando Lulinha, aprendiz de maior destaque.  
 e) Lista manuscrita das músicas e locuções de um dos programas.  
 f) Entrevista com Aldair (ex-zagueiro da seleção, nascido no bairro vizinho).

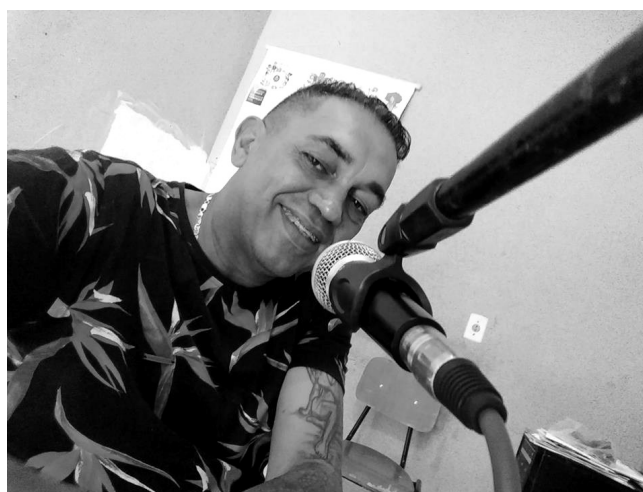
Fonte: RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b.

#### 4.4 Gestão de Rancho: desde 2017

O açougueiro Valmir Filho “Rancho” (FIGURA 06) entrou como apoiador e anunciante da rádio em 2014, contribuindo na instalação de mais caixas de som e eventuais participações. O mesmo já havia participado de outras iniciativas comunitárias, como a Associação de Moradores, o jornal Salobrinho em Foco, apoio aos eventos locais e diversas campanhas solidárias.

Entre 2015-2016, a saída do operador de som Lulinha dificultou a viabilização de um programa religioso diário matinal, já que o fundador Geovane trabalhava com um bar noturno na época. Rancho sugeriu cuidar da rádio através da mudança do estúdio para perto de seu antigo açougue. O estúdio permaneceu até 2019 na Rua Dom Eduardo, n. 17. Em 2020, passou para a praça. Em 2021, está na BR.

Figura 06 – Rancho e a sede da Rádio A Voz do Salobrinho



Fonte: RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b.

Nota: A foto de Rancho foi destacada no Facebook oficial da rádio (2017-2019).

O primeiro contado do pesquisador com a rádio-poste aconteceu na elaboração de um rádio-documentário sobre radiodifusão “comunitária” para a disciplina de rádio educativo da Uesc em 2017 (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019c). A partir de então, no papel de voluntário e pesquisador, Rafael realizou um “estudo de caso” (GIL, 2009) com a entrevista de diversos moradores, observação do período entre 2017-2019, pesquisa documental e bibliográfica.

A rádio operou de maneira privada e comercial desde 2014. Em 2017-2019, foi financiada somente pela empresa do diretor (açougue Carne e Cia). Durante os primeiros contatos do pesquisador com a equipe em 2017 (cf. SEÇÃO 5), foi proposta a adequação da emissora aos “princípios da comunicação comunitária” (PERUZZO, 2004, p. p. 256-258); objetivando à longo prazo a legalização como rádio comunitária (APÊNDICE J). Nesta transição, Rancho comprou os equipamentos do fundador e assumiu a direção. Desde então, a emissora minimizou a veiculação de anúncios (FIGURA 07) para adequação do caráter “sem fins lucrativos” das rádios comunitárias (BRASIL, 2019a, art. 1º), incentivando a popularização do termo “rádio da comunidade” (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2018; 2019b; 2019d).

Figura 07 – Dualidade comercial e “comunitária” nos anúncios da emissora



Legenda:

- a) Cartão com os preços de anúncios da gestão de 2014-2017.  
 b) Convite online com o incentivo da programação “comunitária” (religiosos, estudantes, movimentos sociais e “parceiros com conteúdo de qualidade”).

Fonte: RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b.

Nota: Produzidas antes do período de intervenção da monografia (2017-2019).

Em 2018, o radialista Nilton Ramos (morador do bairro vizinho) participou como administrador, cuidando da transmissão online, automatização musical e criação do primeiro estatuto. Sua gestão teve boa aceitação dos ouvintes evangélicos, até sua saída da rádio no mesmo ano. No mesmo período, foi criado o

plano de negócios da rádio (APÊNDICE G), não executado até encerramento desta monografia. Em 2021, o plano de negócios continua em elaboração pelo autor.

É pertinente analisar alguns pontos deste estatuto criado por Nilton e Rancho (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019d), que registrou desde seu título a transição da equipe para o modelo “comunitário”. No entanto, poucas normas dele foram seguidas à risca pelos radialistas. Pontos ressaltados:

- a) Os “objetivos da emissora” pontuados no Art. 1º do estatuto (APÊNDICE G) são inspirados nos da lei das rádios comunitárias (BRASIL, 2019a, Art. 3º-4º), semelhantes para adequação da equipe à esta lei:
  - Difusão da cultura popular;
  - Formação cidadã e “solidária”;
  - Fomento da discussão social;
  - Capacitação de aprendizes;
  - Valorização da música regional ou com mensagens sociais (“expondo ao ouvinte a história nas entrelinhas da canção”), ambas “sem a interferência da música de consumo e comercial”;
- b) Art. 3º, § XIVº; 4º, § IXº: proíbe a intolerância religiosa e política;
- c) Art. 4º: das infrações listadas, não foi citada o uso de álcool antes das locuções, problema recorrente com os visitantes que levou a direção a fixar uma advertência no mural interno da emissora (cf. APÊNDICE A);
- d) Art. 7º: oportuniza “ajuda de custo” ou ressarcimento apenas após “longos expedientes”.

O estatuto não abordou a polêmica questão das “transmissões impositivas” e do “volume” da emissora, sendo apenas discutidas nas reuniões públicas da Associação de Moradores (SEÇÃO 6). Outros artigos do estatuto não foram postos em prática:

- a) Art. 2º; 3º, § 3º: prevêm “reuniões de programação” (na prática, acontecem apenas informalmente. Não houve adesão dos moradores);

- b) Art. 6º: exige dos voluntários a assinatura de um “termo de responsabilidade legal”. Sua importância se dá por questões como a utilização dos equipamentos da rádio, veiculação de programas opinativos e a capacitação de menores de idade;
- c) Art. 8º *et seq.*: dispõe supostas “comissões para apuração de infrações”.

#### 4.4.1 Descrição da 2ª programação

A veiculação de músicas preenche a maior parte da programação de segunda a sexta, acontecendo pela retransmissão automática do site YouTube. A escolha dos gêneros reflete a diversidade de identidades do bairro: gospel (principalmente), “MPB”, reggae, forró, “*flashback*”, sertanejo, eletrônica, rap, axé, instrumental, etc. Segundo Rancho (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019c), a função principal das músicas na rádio-poste é de “alegrar” a rotina da comunidade trabalhadora (prática “terapêutica” também para os locutores, porém irritante para os que moram ao lado das caixas de som). A comunidade participou com pedidos musicais, mas nem sempre houveram radialistas na sede para seu atendimento.

A participação de alguns locutores evangélicos foi diária, superando a programação não-religiosa. Geralmente, cada um conduziu com autonomia seu programa: destaque a Alan Sales (que continua em 2021), Zuran Matos, Odezon Costa, Nilton Ramos, Roberto, Osmar, Lucas, etc. O diretor da rádio declarou diariamente nas transmissões que a rádio esteve à disposição das outras religiões (FIGURA 07), mas estas raramente compareceram (o que ainda faz muitos moradores pensarem que a emissora é evangélica). Rancho participou ao abrir e fechar a emissora, geralmente com a leitura de “mensagens motivacionais” (ecumênicas ou cristãs), os recados do bairro e as promoções de seu açougue.

Dois programas de destaque permaneceram ativos do início ao fim da pesquisa: o semanal Salobrinho em Revista (com músicas, entrevistas e utilidade pública, descrito na subseção 4.3.1) e o quinzenal Radi(ação) (com o incentivo da cidadania, músicas alternativas e crônicas, descrito na seção 6). Dias comemorativos receberam programação especial (músicas selecionadas, entrevistas, anúncios de eventos locais, sorteios, curiosidades, etc.).



Estes programas ao vivo geralmente tiveram um critério de seleção de letras com “mensagens sociais” maior do que a programação automática. Houve o incentivo de diversos artistas regionais nos programas Salobrinho em Revista e Radi(ação), divulgando as músicas e eventos de Matheus Luna (MATHEUS LUNA DOC, 2019), InsalObre (INSALOBRE, 2018) e OQuadro.

#### 4.4.2 Precariedades no funcionamento

O funcionamento da Rádio A Voz do Salobrinho ocorre precariamente, assim como acontece na maioria das rádios-postes brasileiras (COGO, 1998; PERUZZO, 2004). O capítulo anterior aponta alguns conceitos, desafios e mediações comuns destas emissoras; na rádio em questão, foram identificados todos os desafios de funcionamento apontados pelas autoras.

A infraestrutura de equipamentos é a mais simples possível. As caixas de som ficam expostas ao sol e chuva, e o surgimento de ruídos nem sempre é informado com rapidez à equipe. A caixa de som de retorno dentro da emissora não é equivalente ao som das ruas, resultando em “volumes” baixos ou altos demais. Cogo conta um erro comum à realidade do Salobrinho: é indispensável uma boa caixa de retorno, “evitando, com isso, os sucessivos e frustrantes episódios [...] de que o som não estava saindo” (1998, p. 136). Quanto à fachada, não há qualquer sinal visual que identifique a emissora para a população (no toldo, consta o nome do açougue da irmã do diretor). Há ainda a falta de banheiro, limpeza, organização nos armários, extintor de incêndio, etc. (foi observado um princípio de incêndio na emissora, que ocorreu ao lado de uma enorme pilha de carvões do patrocinador).

Uma das explicações possíveis é a falta de planejamento financeiro. O autofinanciamento do diretor cobre apenas a infraestrutura “básica”, e a falta de investimentos impede a melhoria da programação para a fidelização da audiência (GRAMACHO, 2018, p. 16). Como não há remuneração, todos os membros da equipe alegaram ter outras ocupações mais importantes. Logo, não há engajamento e busca por capacitação (cf. VIGIL, [2003], p. 401).

A falta de reuniões periódicas dificultou sua caracterização enquanto equipe realmente dedicada: os radialistas raramente se reuniram em conjunto, encontrando-se apenas casualmente devido à proximidade das moradias. O pesquisador propôs

exaustivamente o mínimo de uma reunião mensal, o que foi registrado no estatuto não efetivado (cf. SUBSEÇÃO 5.2) e contribuiu para o abandono dos seminários propostos pela metodologia inicial da monografia (THIOLLENT, 1998). Uma alternativa encontrada foi o incentivo da discussão do papel da rádio em outros grupos, como nas reuniões da Associação de Moradores (FIGURA 08) e dos universitários (FIGURA 10). Os moradores foram incentivados ao vivo a participar mais e discutir a programação (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2018; 2019b), o que não se concretizou expressivamente.

A equipe mostrou dificuldades com a informática e técnicas de rádio. Observaram-se diversos casos em que os conhecimentos básicos de informática foram insuficientes (desde a criação de simples documentos de texto; até as avançadas regularizações da transmissão online, arquivamento e proteção antivírus). Nenhum dos radialistas da equipe de 2017-2019 aprendeu a sistematizar os áudios automaticamente (inclusive o pesquisador), prevalecendo o simples uso do YouTube (que transmitia as propagandas do serviço, até que foi instalado um bloqueador). Isto também prejudicou as campanhas de utilidade pública, que tiveram seu impacto reduzido sem a repetição automatizada. O pesquisador se disponibilizou para treinamento interno, o que não ocorreu. Foi ofertado um curso de fotografia com celulares (cf. SUBSEÇÃO 5.5), feito sem o comparecimento da equipe. Anteriormente, a Rádio Uesc realizou um curso de capacitação da equipe anterior (2014-2017).

A rádio serviu como ponto de inclusão digital, disponibilizando o computador e internet para uso da equipe. Houve a capacitação básica de alguns jovens, porém a observação constatou que seu interesse era focado no uso de redes sociais e jogos. Segundo o diretor, o excesso de usuários demandava muita manutenção no computador, e a limitação dos jovens culminou na interrupção do quadro “Salobrinho Kids” em 2019 (FIGURA 05). O locutor Titã se afastou desde então (dado de 2021).

O principal problema entre a rádio-poste e audiência local é a transmissão impositiva, conforme abordado por diversos teóricos (GIRARDI e JACOBUS (org.), 2009, p. 20; COGO, 1998; VIGIL, [2003]) e explicado no capítulo anterior. Recapitulando: o impasse se determina pelo caráter impositivo das caixas de som dos postes, não deixando ao pedestre a alternativa de “mudar a estação” ou a

desligar (optando não ser um ouvinte). Mesmo com esta imposição, não há uma estimativa concreta de audiência fiel (informação útil para negociação com possíveis apoiadores). Alguns ouvintes mantêm o hábito de ouvir sentados na soleira das portas, o que não acontece em grande número. Em busca de uma programação mais democrática e participativa, a alternativa encontrada entre a equipe e a comunidade foi o incentivo da participação “comunitária” na programação (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2018), objetivando à longo prazo a transição para FM e online.

Quanto à poluição sonora, a equipe lida com reclamações todos os dias, costumando agir compreensivamente: primeiro, tentam conscientizar o morador do papel social da rádio; este geralmente responde que está cuidando de crianças, de idosos ou com enxaquecas. Nestes casos, abaixam o “volume” até o desligamento e realocação da caixa de som. Alternativas para a poluição sonora foram discutidas entre a Associação de Moradores e o pesquisador em 2018. Houve moradores que, incomodados com a programação, optaram por danificar as caixas de som antes de dialogar com o diretor (o local de seu açougue é bem conhecido, além de seu contato de telefone e aplicativo de mensagem *WhatsApp* ser bem compartilhado). Um caso foi especialmente lamentado pela equipe: numa madrugada, o sistema de som continuou ligado (devido à falta da fiscalização dos procedimentos, automatização e reclamação tardia dos moradores). O diretor se desculpou publicamente no Facebook da rádio e nas transmissões ao vivo.

Finalmente, quanto à regularização burocrática, sua existência é um caso especial: a rádio foi implantada num período de transição de “fazenda” para “bairro municipal”, e sua distância do centro evitou inimizades com os grupos políticos de Ilhéus. As prefeituras são as responsáveis pelos alvarás reguladores das rádios-postes (NEUBERGER, 2012, p. 118), e a implantação da rádio em questão sofreu multas (cf. SUBSEÇÃO 4.3). A tipologia da emissora pode enquadrar como uma rádio-poste “livre” (PÓLVORA, 2003, p. 9 *et seq.*), termo acadêmico usado para denominar as emissoras democratizantes irregulares. Independentemente da busca pela burocratização, o pesquisador buscou a legitimação da rádio como “rádio da comunidade”, realizando parcerias com a Associação de Moradores em 2018.

Embora tenha conquistado a legitimação (ou seja, o reconhecimento e apoio de grupos dos moradores), a rádio continua irregular (cf. SUBSEÇÃO 5.2).

#### 4.4.3 Atuação comunitária da equipe

Para analisar a atuação comunitária da equipe, este estudo de caso partiu da descrição dos programas “comunitários” desde a primeira fase da rádio-poste dos anos 70 (PEREIRA, 1984, p. 54-56). Foram descritos o “programa de Sherney”, e a partir de 2014 o “#NossoRecado”, o “Hora de Notícias e Cultura”, o “Salobrinho em Revista” e o “Radi(ação)”.

Cientes de sua precariedade de funcionamento da rádio-poste, a equipe atual realiza diversas ações transmidiáticas e cidadãs “complementares”. Este conjunto de ações nem sempre se mostrou funcional. Por outro lado, elas demonstraram pelo menos a perseverança de facilitar a circulação de informações e ações sociais na comunidade. Exemplos destas ações transmidiáticas incluíram o jornal impresso Salobrinho em Foco (próxima subseção), o fomento ao grupo do bairro no Facebook (com informações, fotografias, vídeos, enquetes, etc.) e o apoio aos eventos culturais do bairro.

Os eventos de cultura e interação “cidadã” ocorreram pelo menos trimestralmente (geralmente, realizados por associações de moradores, músicos, religiosos, universitários, atletas, comerciantes políticos, grupos rurais, etc.). Estes encontros fomentaram a “comunicação comunitária”, oportunizando o diálogo, a conscientização e até mobilizações importantes. A rádio-poste atuou com a divulgação, cobertura, intervenções culturais (cf. SUBSEÇÃO 5.3) e eventuais apoios culturais. Exemplos destas ações incluíram os apoios às manifestações do grupo universitário “Levante Popular da Juventude” (antes e durante esta monografia), sopão solidário, creche projeto 10 (Zenilda), mobilizações para decorações da praça e apoio à premiada seleção feminina de futebol local.

A atuação comunitária dos radialistas observados (2017-2019) se deu muito mais “diretamente” nas ações sociais do que “indiretamente” pelas ações da rádio. Exemplos disto são as mobilizações de Rancho com os outros comerciantes (motivo pelo qual é sempre citado para a formação de uma associação comercial local); a

participação do pesquisador na comissão de comunicação da Associação dos Moradores durante 2018; os convites recebidos por Jorge “Titã” para mediação de eventos locais e as diversas ações citadas dos ex-integrantes (Geovane, Eliana, Adenilton, etc.). O caso do jovem Valdeilton “Lulinha” merece destaque: a ação de capacitação da rádio despertou sua atuação como “comunicador comunitário” em 2014-2015 (FIGURA 05), e permaneceu em constante atuação. Em 2012-2013, já havia participado do jornal Salobrinho em Foco. Em 2018, foi eleito vice-tesoureiro da Associação de Moradores. Ainda hoje, continua comentando temas locais pelos vídeos do YouTube, Facebook “Valde Show – O polêmico da Bahia” e poesias.

Diante da comum intenção “comunitária”, o plano de negócios da rádio declarou como sua “missão social” a “promoção da comunicação comunitária” (APÊNDICE J), alternativa proposta para lidar com a questão das transmissões impositivas. Embora esta declaração seja mais simbólica que prática, pontuou o interesse de longo prazo (não atingido): a concessão como FM comunitária.

#### 4.4.4 Jornal Salobrinho em Foco

O primeiro jornal do bairro foi realizado por um antigo membro da Associação de Moradores (Luís “Borges ou Macedo”), e também foi chamado de A Voz do Salobrinho (PEREIRA, 1984). Não foram encontrados exemplares.

Em 2012-2013, Junior Santos Gomes e a equipe da rádio-poste realizaram o jornal impresso “Salobrinho em Foco”. Anteriormente, já haviam feito um jornal online chamado “Mobiliza Salobrinho”, que foi apagado pelo Facebook após supostas reclamações de grupos políticos opostos. As edições do jornal Salobrinho em Foco publicadas online foram republicadas no Apêndice I à pedidos da equipe, que considerou a experiência como fundamental para a formação da rádio-poste. Uma autocrítica foi publicada no Facebook da rádio, em que Rancho avalia o “impacto político” do veículo:

“Salobrinho em foco” surgiu com a ideia de Valmir Filho, com ajuda de Valdeilton, Júnior Santos[, Silas] e Dida em forma de um Boletim informativo, mensal, editado poucas vezes por falta de estrutura, financeiro e principalmente de escritores.

Queríamos fazer uma amostragem dos problemas relacionados à educação, saúde, cultura, religião, esporte, meio ambiente. Porém nós escritores no período criamos um ilusionismo de um nome político novo no

Salobrinho, onde distanciamos do que se dizem reivindicações para a população, de forma que as postagens eram feitas não criticando os abandonos pelo bairro, mas sim direcionando a problemas para um grupo político do Bairro, e especialmente a um Vereador eleito do Bairro.

Estupidamente errados, talvez doentios pelo um novo nome político que também não vejo acrescentar nada como político... E sim como pessoa honesta e atenciosa com nos moradores. Devemos desculpas nesse momento de desacertos talvez emocionais, pensando em resolver o que no Brasil é um sistema falido. Onde até mesmo hoje vemos um Presidente da República tapando a boca dos seus opositores com cargos, e outras artimanhas políticas... Continuando no poder...

Pretendo voltar e mostrar a situação do nosso Bairro de uma forma honesta, sem angústias e ataques a pessoas que não são culpados diretamente com essa situação. Amadurecimento político é muito bom, e precisamos... Bom dia! (RANCHO, 2018 *apud* RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b).

[Páginas 70 e 71 em branco para continuidade da paginação da segunda edição]

[Páginas 70 e 71 em branco para continuidade da paginação da segunda edição]



## 5 RADI(AÇÃO): INTERVENÇÃO TRANSMIDIÁTICA DE CIDADANIA

*“Um livro de poesia na gaveta não adianta nada  
Lugar de poesia é na calçada”  
Sérgio Sampaio*

Este capítulo descreve o projeto Radi(ação), realizado pelo pesquisador na Rádio-poste A Voz do Salobrinho entre 2017 e 2019. Parte da criação inicial como programa de rádio, e segue com sua ampliação como ação transmidiática, as parcerias realizadas com os grupos de moradores em 2018, o incentivo ao grupo Salobrinho em Foco e aos eventos locais, as visitas técnicas a outras instituições e a criação do plano de negócios da rádio. A última ação do projeto foi a elaboração desta monografia.

### 5.1 Radiorrevista - “O programa que dá voz ao cidadão!”

O programa Radi(ação) foi a principal intervenção da pesquisa na Rádio A Voz do Salobrinho. Foram mais de 15 transmissões ao vivo (além de outras não registradas em áudio), veiculadas ocasionalmente entre 2017 e 2019 (média de um programa a cada 36 dias). Nos períodos em atividade, aconteceu quinzenalmente.

O programa surgiu com a entrada do pesquisador na equipe: inicialmente, ouviu o diretor Valmir “Rancho” na rádio, convidando a comunidade para apresentar programas sociais. Inicialmente, participou como voluntário durante uma quinzena para elaborar um rádio-documentário sobre radiodifusão comunitária (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2017), continuando na equipe até a realização desta monografia.

Foi feito no formato de radiorrevista, formato que permite maior liberdade com relação a gêneros e subgêneros como descreve Vigil ([2003], 295-328):

Todos os gêneros e subgêneros podem ser trabalhados em sua estrutura. [...] qualquer ouvinte pode percorrer seu trajeto. [...]. Suas possibilidades, seu modo de produção, são igualmente válidos para as revistas especializadas.

O autor aponta como características a simulação de “conversa íntima” com o(s) apresentador(es), a interação com as mensagens de ouvintes, a divisão em

“quadros” informativos e musicais, a praticidade para a elaboração ao vivo e a possibilidade de conteúdo opinativo (marcado pela maior responsabilidade).

Inicialmente, esta diversidade das radiorrevistas nomeou o “Programa do Coringa” (nome artístico do pesquisador). Outro nome temporário foi “Rádio(terapia)”. Finalmente, foi fixado como Radi(ação), cujo jogo de palavras dá destaque a “ação” e sugere a intervenção “externa” às transmissões. “Radiação” também significa “emissão de energia” (acústica, neste caso).

Uma das inspirações iniciais do programa foi a radionovela “*Welcome to Night Valley*” (FINK; CRANOR, 2019), dramatização de um radiojornal comunitário de vilarejo repleto de conspirações e eventos sobrenaturais. O estilo apocalíptico (cf. APÊNDICE D) foi gradativamente substituído pela proposta social e influência do Salobrinho em Revista (descrito no capítulo anterior). Houve hibridismo dos dois programas nos ocasionais encontros com o locutor Titã. Outra radiorrevista que influenciou a Radi(ação) foi a “Papo Reto” da Rádio Uesc.

Além de Titã, outros moradores participaram como colaboradores frequentes, demonstrando desenvolvimento de eloquência, dos conhecimentos cívicos e da auto identificação enquanto cidadãos. Um dos mais frequentes foi o vizinho da rádio, Dinho “Fóscorde”. Ele foi muito criticado pelos ouvintes devido sua ocasional gagueira. Um dos casos sempre lembrado pelos locutores foi quando comentou que “precisamos *preservar* o mosquito da dengue”. Com o tempo, além de simples recados, ele começou a participar até dos debates. Também ajudou em manutenções da rádio. Vigil comenta a situação:

Alguém objetará: mas o povo não está suficientemente informado, e algumas vezes fala absurdos. As Constituições de nossos países referem-se à livre expressão das idéias, mas não pressupõem que sejam exatas. Ou será que os letrados também não metem os pés pelas mãos? (VIGIL, [2003], p. 389).

Outro vizinho da rádio, Ananias “Nani”, participou bastante: Conduziu um programa de cidadania antes do pesquisador e publicou um pequeno livro de poesias com o auxílio da rádio. Já a participação dos moradores da rua São Paulo “RSP” foi conjunta, mandando diariamente uma lista com rap nacional através de Jefferson. Ele chegou a homenagear o projeto (pintando o cabelo de verde com o

começo do “Programa do Coringa”), e foi lembrado com carinho em uma transmissão especial após seu falecimento.

Um tema unificador conduziu a maioria das transmissões. Este geralmente foi relacionado aos acontecimentos do bairro no dia, entrevistados, data comemorativa ou emocional do locutor. Ocasionalmente, houve a leitura de poesias, crônicas e piadas relacionadas. O especial de natal de 2017 é um exemplo que envolveu todas estas características: Moradores recebiam a visita de parentes; o organizador de uma campanha solidária foi entrevistado; houve o sorteio de brinquedos e a leitura de uma crônica sobre o consumismo natalino. Em outras ocasiões, a proposta diária do programa mudou repentinamente, como nos casos da chegada de uma nota de falecimento.

Finalmente, são descritos os “quadros” da radiorrevista, cuja abordagem seguiu quatro pilares fundamentais: incentivo à cidadania, utilidade pública, participação dos ouvintes e programação musical (alternativa e regional):

a) Incentivo à cidadania:

- Cidadania universitária: De modo geral, o programa acompanhou o autoconhecimento do pesquisador enquanto cidadão atuante do bairro. Houve também a divulgação e cobertura das ações de aproximação entre universitários e moradores (realizadas por grupos estudantis);
- Ações dos grupos de moradores: O programa acompanhou principalmente a Associação de Moradores do Salobrinho, divulgando suas ações (ou a falta delas), convidando os moradores a participar das reuniões e colaborar financeiramente. Também foram divulgadas as ações de grupos como artistas, comerciantes, religiosos, atletas, etc.;
- Incentivo ao voto: O voto é uma das ações democráticas mais básicas. Houve a orientação básica e a cobertura de três votações em 2018 (representativa nacional, da Associação de Moradores e do DCE).

b) Utilidade pública:

- Houve a divulgação, incentivo e apuração dos recados e notícias locais, compartilhadas no grupo do Facebook Salobrinho em Foco.

- Alguns exemplos incluíram a divulgação das ações da Uesc, eventos locais, achados e perdidos, reciclagem - projeto Dois Irmãos (REICLAR, 2010), campanhas de saúde (camisinha e alcoolismo), etc.

c) Participação dos ouvintes:

- Incentivo à participação: A repetição da locução “Rádio A Voz do Salobrinho, é a voz do cidadão!” foi popularizada pelos principais ouvintes, consagrando-se como bordão do locutor (houve uma crítica, sugerindo alteração de “dando” por “amplificando”). Ocasionalmente, era acrescentado: “A rádio é da comunidade, participe você também! Mande uma mensagem para nosso grupo no Facebook Salobrinho em Foco e traga um recadinho ou um tema para a gente debater!”. Os moradores dialogaram com a equipe mais pessoalmente ou pelo *WhatsApp* do diretor Rancho e do locutor Titã;

- Períodos sem interação dos moradores: Nestes casos, uma alternativa encontrada foi buscar informações pessoalmente, dialogando brevemente com os moradores nas ruas antes das transmissões. Exemplo disto foi o levantamento de opiniões num episódio de violência policial regional. Houve telefonema para a assessoria da PM ao vivo.

d) Programação musical “alternativa”:

- O termo “música alternativa” é usado para artistas, canções e gêneros menos veiculados que os “populares” na mídia. Foram selecionadas preferencialmente letras em português e com “mensagens sociais”, seguidas de discussão da letra. Gêneros “massivos” receberam maior atenção na seleção de letras (especialmente funk e sertanejo).

- Exemplos de gêneros e artistas selecionados: Axé (Baiana System e Cheiro de Amor), forró (Bicho de pé), funk carioca e melody (DJ Marcinho, Ludmila e MC Carol), gospel (Thales Roberto), instrumental (Aphex Twin, Dominginhos, Hermeto Pascoal e Moacir Santos), rap (Criolo, Gabriel Pensador e Racionais MC), reggae (Edson Gomes e Natiruts), samba (Elza Soares), sertanejo universitário (Mano Walter e Paula Fernandes), etc. Alguns artistas de gêneros diversos incluíram: Caetano Veloso, Carlinhos Brown,

Cássia Eller, Djavan, Gilberto Gil, Legião urbana, Nação Zumbi, Paralamas do Sucesso, etc.;

- Artistas regionais receberam destaque nas locuções, geralmente acompanhadas de informações sobre os artistas e divulgação de eventos. Os selecionados foram: Cijay, InsalObre, Matheus Luna e OQuadro (principalmente); além de Cris Balla, Elisa Cunha, Enttropa, Forró Chibata, Lab da Mata, Vinil Voador, Reizinho, Danilo “Criart” (saga do cacau), etc;
- Alguns pedidos de músicas diversas dos moradores com letras sociais incluíram: saga de um vaqueiro (mastruz com leite), Menino de Rua (Pepe Moreno), Juiz (Osvaldo Silva), Bandido de terno, gravata (Bezerra da Silva) e Invenção do Ano (Arroxonados), etc.

## 5.2 Parcerias com associações civis locais

As relações entre a Associação de Moradores do Salobrinho e a rádio-poste foram incentivadas pelo pesquisador em 2018. Além do acompanhamento radiojornalístico de suas ações, houve dois interesses institucionais: em curto prazo, a aproximação foi proposta na pesquisa para mediar alternativas para as transmissões “impositivas” (conforme descrito nos capítulos anteriores). Em longo prazo, continua o interesse de obter a concessão como rádio comunitária FM de baixa potência, já que a legislação exige a supervisão de alguma associação civil local (BRASIL, 2019a). Embora o pesquisador tenha assumido a comissão de comunicação na associação em 2018 e outros membros da rádio participaram das reuniões, as duas instituições continuaram independentes e imparcialmente críticas entre si.

O incentivo desta aproximação começou com a cobertura da eleição da Associação de Moradores de 2018. Iniciando pela entrevista da chapa que estava terminando seu mandato (APÊNDICE I), foram entrevistadas as três chapas candidatas, o que incentivou o debate e a formulação de propostas de ações (no meio do mandato da chapa eleita, houve a republicação online de suas propostas iniciais, permitindo a avaliação de seu desempenho). Dois radialistas da equipe também participaram da comissão eleitoral. Segundo uma associada, foi a votação

mais numerosa que aconteceu no bairro (630 votos), já que as votações anteriores foram restritas aos associados contribuintes.

A segunda parceria foi a discussão da poluição sonora no bairro, principalmente na praça e nas ruas com a rádio-poste (FIGURA 08). Na época, a associação formou comissões de trabalho e propôs que cada rua elegeesse um representante. Com isto, o presente pesquisador assumiu a comissão de comunicação e sugeriu controles de “volume” individuais nas caixas de som (potenciômetros), sob controle dos representantes das ruas; porém não houve esta eleição. Buscar a transmissão FM foi outra proposta de longo prazo para aliviar a intensidade sonora das ruas, já que cada morador pode controlar sua recepção doméstica. A associação também foi convidada a participar da curadoria musical e informativa, o que não aconteceu. No final da pesquisa, nenhuma alternativa quanto à poluição sonora foi efetivada, conseguindo apenas a legitimação da rádio-poste com o reconhecimento dos moradores.

Figura 08 – Reunião das comissões da AMS



Legenda: Poluição sonora da praça e rádio-poste em discussão  
Fonte: AMS, 2018 *apud* RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019

A próxima ação foi a colagem do cartaz da rádio. A ideia surgiu com uma ação do diretor, publicando os recados recebidos pela rádio num mural móvel perto da praça. Com a proposta de aumentar a exposição, o pesquisador buscou orçamento para construção de um mural maior na parede da farmácia (o projeto incluía quatro seções: o espaço para os recados, um jornal-mural da associação, um cartaz institucional da rádio e um mapa do Salobrinho). A inviabilidade do orçamento mais barato de um mural com proteção de acrílico arquivou o projeto, e o cartaz da rádio foi divulgado separadamente (APÊNDICE K). O cartaz objetivou divulgar o

caráter comunitário da emissora, convidando o contato e a participação dos moradores e estudantes. Porém, só foi fixado para o curso de comunicação da uesc.

O mapeamento de pontos do Salobrinho foi outra ação da pesquisa. Inicialmente planejado para o projeto do mural na praça, foi realizado apenas virtualmente, com o apoio dos associados James “do Açáí”, Lulinha e Meire “geógrafa”. Através da campanha “*local guides*” da plataforma de mapas online mais acessada (GOOGLE MAPS, 2018), foram levantados mais de 23 pontos do bairro considerados relevantes: Escolas, igrejas, lanchonetes, lojas, pontos culturais, prestadores de serviços, quadras, transportes e locais de referência geográfica. Um grupo online de universitários contribuiu catalogando telefones úteis. Também foram mapeadas as caixas de som da rádio (APÊNDICE F).

Em seguida, houve o incentivo ao voto das eleições nacionais de 2018. A ação foi motivada pela reportagem da rádio sobre o descaso político no bairro (APÊNDICE I). A ex-administradora avaliou que o bairro teria mais poder de reivindicação política com mais votantes. A comissão de comunicação da Associação solicitou ao Tribunal Eleitoral a inscrição do Salobrinho na campanha de cadastramento itinerante para zonas rurais, mas a solicitação não foi atendida. Rancho e Titã participaram ao vivo na programação, com orientações básicas de como votar. Embora o diretor da rádio tenha declarado voto ao candidato de extrema-direita eleito, o programa Radi(ação) continuou livre. O locutor se posicionou contra os discursos de ódio e ataques a liberdade de expressão do candidato, e convidou diversas vezes os moradores para debater ao vivo com sua opinião contrária (apenas dois compareceram). Quanto à eleição de deputados, observou-se na comunidade uma maior aproximação dos candidatos. Assim, foi realizada a campanha “Venda seu voto e não vote no sujeito!”, investigando como acontece a compra de votos no bairro e conscientizando os moradores sobre a confidencialidade do voto (campanha mencionada em mais de dez programas ao vivo).

Partindo da parceria com a Associação de Moradores, outras parcerias secundárias foram formadas. Em 2018, a chapa eleita do DCE “Nós por nós” realizou diversas aproximações entre os estudantes e a Associação de Moradores (FIGURA 9). Muitos universitários relataram não se envolver nas questões locais,

priorizando sua graduação. O programa divulgou, acompanhou e participou suas ações (não havendo vínculo oficial com a chapa, divulgando igualmente as ações culturais, esportivas e políticas de outros universitários). A chapa contribuiu com articulações de apoio da pró-reitoria de extensão (Proex) para a rádio, o que não foi concretizado.

A parceria entre a Associação de Moradores, DCE e a rádio ganhou apoio da prof.<sup>a</sup> Flávia Alessandra (ex-Proex), que articulou outra parceria com o Nossa Ilhéus (INSTITUTO NOSSA ILHÉUS, 2019). Este observatório social monitora e divulga dados municipais (políticos, econômicos, ambientais, etc.) pela proposta de “cidadania hacker” (ON LINE (ed.), 2016), além de incentivar a educação para à cidadania. O instituto oportunizou dois cursos de destaque: Um curso formativo de cidadania para a Associação de Moradores em 2018 (FIGURA 09) e um de jornalismo comunitário em 2019 (FIGURA 10).

Figura 09 – Reuniões com o DCE, Associação de Moradores e a rádio-poste



Legenda:

- a) Cerimonial de posse da Associação, com presença do DCE e da rádio.
- b) Primeira reunião entre a Associação, DCE e a rádio (locutor Titã).
- c) Segunda reunião da Associação, DCE, rádio e a prof. Flávia (ex-Proex).
- d) Curso formativo de cidadania do Instituto Nossa Ilhéus, com presença da Associação de Moradores, DCE, agentes do posto de saúde local e a rádio.

Fonte: DCE Uesc, 2018



Figura 10 – Curso de Jornalismo Comunitário



Fonte: INSTITUTO NOSSA ILHÉUS, 2019

Nota: Ministrada com o apoio do Nossa Ilhéus, Agência mural de Jornalismo das Periferias, Rede Nossa São Paulo, 32xSP, MobCidades e Uesc.

### 5.3 Incentivo e cobertura de eventos locais

Como a proposta do Radi(ação) foi de atuação além do estúdio da rádio, houve a parceria com todo tipo de evento local: culturais, esportivos, políticos, religiosos, etc. Dois artistas do bairro receberam um apoio maior (banda InsalObre e Matheus Luna), com a veiculação de suas músicas, divulgação dos shows e entrevistas e até patrocínios e empréstimos de equipamentos. Outras experiências destacadas são o cineclube Cine com Cota (realizado pelo ator Emiron Gouveia) e o Chocolat Festival. Alguns eventos como as Calouradas Esportivas da Uesc foram intensamente divulgados, porém não houve a presença dos moradores.

A rádio organizou um evento cultural no período estudado (FIGURA 11). O Sarau dos Finados aconteceu com a proposta de reunir músicos locais no bar da praça, inspirando diversos eventos locais semelhantes dos grupos universitários (como os do DCE, da UJC e o Bosque Soundsystem / InsalObre convida):

Dia 02 de novembro no bairro [...] aconteceu um evento aberto a toda comunidade de Salobrinho e a comunidade acadêmica presente na mesma. O evento foi realizado pela Rádio Comunitária A Voz do Salobrinho [...] com o apoio de outros alunos de diversos cursos. [...] Tudo fluiu muitíssimo bem apesar da noite chuvosa, o que apressou o termino do evento. [...] o evento teve tecladistas, guitarristas, violinistas, pandeiristas, percussionistas, violonistas. [...] Essa galera da universidade precisa entender que é necessário afinar as relações com a comunidade, mesmo que sua estadia seja transitória, é certo que, teremos um grande avanço. É preciso pensar nessa troca de maneira justa, onde comunidade local e comunidade acadêmica saiam ganhando, pois não temos saberes maiores ou menores, o que temos são, simplesmente saberes [...] (VIEIRA, 2017).

Figura 11 – Alguns eventos apoiados pela rádio-poste



Legenda:

- a) Matheus Luna em entrevista com Titã
- b) Jheyds Kann no Sarau dos Finados
- c) Rapper Cijay no InsalObre Convida II

Fontes: a) RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019; b) VIEIRA, 2017;  
c) KAIOWÁ, 2019 *apud* RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b.

#### 5.4 Outras ações transmidiáticas

Com a grande quantidade de informações levantadas pelos dois anos de pesquisa, o número de páginas da monografia cresceu a ponto de dificultar a apresentação de todos os resultados da pesquisa (cf. RIBEIRO, 2019, 33 min). Para ilustrar as outras ações transmidiáticas do projeto (geralmente elaboradas como atividades das outras disciplinas da Uesc), foram elaborados apêndices:

- a) Radiodocumentário institucional (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019c);
- b) Mural da emissora, jornal-mural (não efetivado) e mapeamento do bairro (APÊNDICE A-H; K);
- c) Incentivo ao grupo do Facebook Salobrinho em Foco, com pelo menos 20 publicações de mais de 400 visualizações; além de atuar como “assessor de imprensa” no Facebook da rádio (cf. KOPPLIN; FERRARETTO, 2013). Os seguidores deste Facebook aumentaram de 750 em 2017 para 1000 em 2020 (o que poderia ter aumentado com o financiamento de publicidade digital). Um gráfico do crescimento da página foi elaborado (RIBEIRO, 2019, 33 min);
- d) Duas edições especiais do jornal Salobrinho em Foco, com reportagens sobre o descaso político no bairro e a eleição da Associação de Moradores de 2018 (APÊNDICE I);
- e) Seis álbuns de fotos artísticas, as “Manhãs do Salobrinho” (APÊNDICE C), além da “Oficina de Fotografia” com celulares e Juventude para os alunos de ensino médio do Colégio Estadual do Salobrinho, havendo cobertura com telerreportagem (idem, 2019e);
- f) Minidocumentário sobre “comunicação comunitária (RÁDIO, 2019a), incluindo um levantamento da comunicação visual do bairro (APÊNDICE L). Apenas o *trailer* foi lançado, devido à perda dos arquivos originais;
- g) Elaboração de plano de negócios (APÊNDICE J), avaliado com nota máxima. Em 2021, foi iniciado um novo plano de negócios para o Radi(ação) na pós de Gestão Cultural do Senac;
- h) Criação de um cartaz institucional promovendo a participação popular, acompanhado de um rap institucional (APÊNDICE K). Porém, foi fixado apenas um cartaz para os alunos da Uesc;
- i) Slogan da rádio (“é a voz ao cidadão”) e a vinheta “Cidadania e Fofoca” (soundcloud.com/cadeiradorafael/). O link também inclui locuções veiculadas no Radi(ação);
- j) Pelo menos 5 visitas técnicas à outras rádios-postes (FIGURA 12), além de informações da emissora divulgadas com cartaz nas salas do curso de Comunicação Social da Uesc:

Figura 12 – Rádios-postes e “comunitárias” visitadas e observadas



Legenda (da esquerda para a direita):

- Rádio-poste do Banco da Vitória, bairro vizinho e semelhante ao Salobrinho. Os diretores de ambas emissoras já se reuniram. O diretor não estava presente na visita casual do pesquisador.
- Rosemary Barbosa e Dilsinho, casal da Rádio-poste católica A voz do mandacaru - Jequié-BA. Houve um debate de duas horas sobre o meio com o pesquisador.
- Rádio Aliança Educadora, do Assentamento Terra Vista (MST / Arataca-BA). A emissora atua como rádio-poste no assentamento, interage com as escolas rurais internas e usa Linux. A entrevista e observações ocorreram com Angel em três edições da Jornada de Agroecologia da Bahia.
- Victor Ismael, da comunitária Ilhéus FM. A rádio-poste do Salobrinho retransmitiu por um período o programa O Tabuleiro, e as interações com a emissora aconteceram pelo locutor Jorge Titã. Victor também atua como músico regional, e sua banda tocava na Uesc (Menina de História / Bruno Souza).
- Rádio comunitária Arraiana FM (Porto Seguro). O diretor (Neo) foi entrevistado nesta monografia.
- Rádio Autêntica FM (ex. Rádio Favela de BH-MG). A emissora começou como “pirata” na ditadura e foi premiada pela Unesco (cf. UMA ONDA, 2019). A equipe cedeu uma tarde inteira para a entrevista.
- Rádio Universitária de Viçosa-MG. O diretor de programação Felipe Menicucci cedeu a entrevista.
- Análise das monografias do curso de comunicação social sobre as rádios-postes, rádios-escolas e comunitárias de Ilhéus, Itabuna, Ipiaú, Itajuípe e Ibicaraí (MONTEIRO, 2003; SOUZA, 2014; PÓLVORA, 2003; SANTANA, 2004;), além de outra de Salvador (SANTANA, 2013).
- Observação das rádios comunitárias online agregadas pelo Tune in. Destacaram-se as rádios Nova Quilombo FM, Ipanema Comunitária, Rocinha, BdF, MEC AM, Heliópolis, Escola Senac, Educadora FM de Salvador, Cultura Brasil, Nacional (Amazônia), CKUT Montréal, Welcome to Night Vale, etc.

\*Fotos cedidas pelas emissoras ou obtidas em seus sites.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“Antes de me despedir  
Deixo ao sambista mais novo  
O meu pedido final:  
Não deixe o samba morrer!”  
Edson Conceição e Aloísio Silva*

Esta seção discute os resultados da pesquisa monográfica, avaliados com base nos objetivos traçados inicialmente; as limitações da pesquisa e seus possíveis benefícios.

Inicialmente, os objetivos foram divididos em “objetivos de pesquisa” e “objetivos de ação” por causa da abordagem participante de intervenção por “pesquisa-ação” (THIOLLENT, 1998), subdivididos em cinco tópicos (cf. SEÇÃO 1). Todos estes cinco são relacionados com o problema identificado no estudo de caso: “como a Rádio-poste A Voz do Salobrinho pode interagir mais democraticamente com os moradores?” (uma vez que as rádios-postes transmitem de maneira impositiva nas ruas dos bairros). De modo geral, a proposta da alternativa “comunitária” foi bem aceita pela equipe. Na prática, a adequação da emissora à legislação das rádios “comunitárias” FM (BRASIL, 2019a) não foi atingida, sendo substituída pela provisória “legitimação” como “rádio da comunidade” através das parcerias com a Associação de Moradores (cf. SEÇÃO 5).

Algumas autocríticas são pertinentes, começando pelo prolongamento da pesquisa: totalizando cerca de dois anos (desde a metade de 2017), o excesso de ações e dados levantados demandou constante reorganização para apuração e apresentação. Em, 2018, o pesquisador passou a morar no bairro e teve uma relação mais íntima com a comunidade. Esta decisão impactou na redação, já que o envolvimento prático dificulta a “neutralidade” das pesquisas sociais (GIL, 2008). Houve também a necessidade de superação da vaidade para criticar a rádio-poste estudada da qual se fez parte.

Outra dificuldade foi a adequação metodológica ao problema proposto. Inicialmente concebido apenas como a realização da radiorevista Radi(ação), o projeto passou por duas trocas da metodologia antes de se estabilizar como um

estudo de caso. Gil (2009) explica algumas limitações da metodologia: a comum escolha de apenas um caso desfavorece a generalização e transferibilidade dos resultados obtidos para outros casos (devido ao marcante caráter “exploratório” da metodologia, esta seção foi nomeada “considerações finais” e não “conclusão”). Há também a preocupação com a “validade” das informações, motivo que levou o autor a recomendar o maior rigor possível ao lidar com as definições conceituais (cf. SEÇÃO 3).

Com a longa duração da pesquisa, obteve-se um grande número de ações e dados. Foram utilizadas todas as quatro estratégias de levantamento sugeridas por Gil (2009, p. 55) para estudos de caso (bibliográfica, documental, observação e entrevistas):

- a) A observação da rádio-poste durou dois anos, acontecendo aproximadamente por duas horas quinzenais. Observaram-se também eventos culturais da comunidade, bem como outras rádios e instituições em mais de cinco “visitas técnicas” (FIGURA 12);
- b) A pesquisa documental buscou, compartilhou e produziu arquivos de interesse não só da emissora, mas também da comunidade: notícias, fotos, áudios, vídeos, etc. (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2018; 2019a; 2019b; 2019c; 2019d);
- c) Houve pesquisa oral com entrevistas no programa ao vivo Radi(ação), sendo pelo menos 15 registradas em áudio (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2018), além de outros diálogos informais com pelo menos 50 moradores (cf. AGRADECIMENTOS);
- d) A pesquisa bibliográfica realizou o fichamento de quatro livros principais (COGO, 1998; GIRARDI; JACOBUS (org.), 2009; PERUZZO, 2004; VIGIL, [2003]), reunindo trechos dos poucos livros encontrados com enfoque nas rádios-postes, além de sua expansão com leituras complementares (como as de rentabilidade);
- e) Por fim, o envolvimento participante realizou diversas ações transmidiáticas (SEÇÃO 5.4; APÊNDICES), conscientizou a equipe sobre os princípios da “comunicação comunitária” (PERUZZO, 2004, p. 256-258), estabeleceu

diversas parcerias com as instituições civis locais (SEÇÃO 5.2) e incentivou a participação cidadã. Foi criado um plano de negócios (ainda não efetivado).

Apesar dos moradores reconhecerem o papel “comunitário” da rádio-poste, muitos outros simplesmente não prestam atenção à programação (mesmo com a impositividade das transmissões); desconhecendo o local de sua sede e equipe. Este foi o motivo que levou a criação de um cartaz incentivando a participação popular (APÊNDICE K). Os teóricos avaliam a situação criticamente: Peruzzo (2004, p. 147) argumenta que é natural esta demora de crescimento de engajamento das comunidades. Vigil comenta, alertando uma situação ocasionalmente verificada na rádio-poste estudada: “de repente, houve a possibilidade de se dizer tudo a todos [...] mas, pensando bem, não havia nada a dizer” (BRECHT, [1981?] *apud* VIGIL, [2003], p. 22). A ausência de voluntários é um dos motivos.

Sendo o aprendizado pessoal das técnicas de rádio um dos objetivos de ação estabelecidos pelo pesquisador, concluiu-se que os benefícios da pesquisa foram maiores para si do que para a comunidade. O programa Radi(ação) se propôs ao incentivo da cidadania no bairro, sendo marcado paralelamente pela busca do autor por sua própria identificação não apenas como universitário, mas também como morador participante do bairro (SEÇÃO 5.2). Como locutor, foi muito procurado como uma espécie de “ouvidor” do bairro, em que os desabafos dos moradores nem sempre conseguiram deliberações efetivas. Poucas foram as situações em que a mobilização social foi alcançada de fato, como no caso da numerosa votação para a Associação de Moradores.

Durante a pesquisa, a equipe demonstrou boa aceitação do modelo “comunitário” proposto. A programação manteve duas radiorrevistas com a leitura dos recados da comunidade e ações culturais diversas, ajudando a refutar a imagem “100% religiosa” da emissora. Assim explica o diretor da rádio em uma postagem institucional no Facebook da rádio, comentando também seu papel como único patrocinador:

A Rádio-poste A Voz do Salobrinho... Falamos “rádio da comunidade” porque nosso interesse é servir a População. As poucas programações vêm do interesse de voluntários. Está em dia com aluguel, internet e energia. Equipamentos pagos... e enquanto os órgãos públicos autorizarem o espaço.

Meu tempo como proprietário é ocupado, deixando de lado de participar mais de reuniões e outras ideias de melhorias. Estou à disposição de atendê-los também sem nenhum ônus.

Aos moradores, comerciantes e todas as religiões (qualquer igreja: evangélica, católica, espiritismo, budismo, candomblé... está à disposição). Principalmente sendo neutro na política (sem partidarismo) e outras decisões na localidade, para não fugir da essência comunitária. Obrigado, e boa tarde! (RANCHO, 2018 *apud* RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b).

Com o fim da pesquisa, novas lacunas são apontadas, sugerindo a realização de novos estudos. A emissora goza da proximidade local com o curso de Comunicação Social da Uesc, porém poucos alunos se interessaram pela emissora. Conforme sugere a epigrafe desta seção (“não deixe o samba morrer”), a emissora continua aberta para a participação dos universitários. Fica a sugestão de um trabalho de profunda pesquisa de audiência / recepção; ou que continue apoiando a adequação da emissora não só aos princípios da “comunicação comunitária”, mas também com ações efetivas para sua regularização burocrática, financeira e com fidelização da audiência (nas ruas, praças, online ou FM comunitária).

Finalmente, repete-se a constatação do levantamento que identificou mais de 100 rádios-postes apenas em Salvador (BOCHICCHIO, 2005 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 117). Elas estão difundidas por toda a América Latina (COGO, 1998), e provavelmente em todos os outros continentes. Podem ser usadas em até situações de emergência, como bombardeios, pandemias e evacuações de cidades mineradoras. O rádio-poste é um meio pouco estudado, mas que polemiza a discussão sobre a atual redução (ou adaptação) da audiência radiofônica, uma vez que simplesmente impõe suas transmissões praticamente “sem pedir licença”. Uma alternativa seria a retirada de todas as caixas de som dos postes (reação improvável pela atual conjuntura autoritária nacional, uma vez que muitos protestantes atuam nas rádios-postes). Esta monografia defendeu principalmente a “comunicação comunitária” como uma alternativa mais ética e democrática para sua continuidade.

## REFERÊNCIAS

ALBERT, Diego. Sentar-se à porta de casa, um costume ainda vivo em Barras. In: **Tribuna do Nordeste**. [Teresina], [2015]. Disponível em: <tribunadonordeste.com/geral/sentar-se-porta-de-casa-um-costume>. Acesso em: 13 jul. 2019.

ALBUQUERQUE, Eliana. Coronelismo, jornalismo e relações de poder no sul da Bahia. In: **Anais do XX Ciclo de estudos históricos**. Ilhéus: [Editus], 2009. 10 p. Disponível em: <uesc.br/eventos/ciclohistoricos/anais/eliana\_cristina\_albuquerque.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

ALVES, Leonardo Marcondes. Funcionalismo e Estrutural-Funcionalismo. In: **Ensaio e notas**. Uberlândia: [Wordpress], 2014. (Paradigmas em ciências sociais). Disponível em: <ensaiosnotas.com/2014/05/06/funcionalismo-e-estrutural-funcionalismo>. Acesso em: 07 abr. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <ufrgs.br/cursopgdr/download/NBR14724.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

BOTELHO, Joacy Machado; CRUZ, Vilma Aparecida Gimenes da. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013. 135 p. Disponível em: <docplayer.com.br/56832636-Metodologia-cientifica.html>. Acesso em: 07 abr. 2019.

BRASIL. Casa Civil. **Lei Nº 9.612**, de 19 de Fevereiro 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília, 2019a. Disponível em: <planalto.gov.br/ccivil\_03/Leis/L9612.htm>. Acesso em: 07 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. Seção III – Da poluição e outros crimes ambientais. In: \_\_\_\_\_. **Lei Nº 9.605**, de 12 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Brasília, 2019b. Disponível em: <planalto.gov.br/ccivil\_03/leis/l9605.htm>. Acesso em: 07 abr. 2019.

CANETTI, Elias. A massa. In: \_\_\_\_\_. **Massa e poder**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p. 13-75. Disponível em: <lehmae.files.wordpress.com/2013/08/scan0148.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

CENTRO POPULAR DE CULTURA E COMUNICAÇÃO. **Como montar uma rádio poste**. João Pessoa, PB, 2017. 20 p. il. color. Slides. Contém esquemas elétricos. Disponível em: <pt.slideshare.net/CPCCRADCOM/apresentao-como-montar-uma-radio-poste>. Acesso em: 07 abr. 2019.

COBRA, Marcos. **Marketing básico**: uma abordagem brasileira. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 552 p. il. color.



COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998. 226 p. (Coleção Comunicação e Estudos). Adaptação da dissertação de mestrado. Disponível em <[academia.edu/3106533/COGO\\_Denise\\_No\\_ar...\\_uma\\_rádio\\_comunitária.\\_São\\_Paulo\\_Paulinas\\_1998](http://academia.edu/3106533/COGO_Denise_No_ar..._uma_rádio_comunitária._São_Paulo_Paulinas_1998)>. Acesso em: 07 abr. 2019.

COSTA, Ivan Freitas da. **Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca**. São Paulo: Atlas, 2004. 190 p.

CUNHA, Flavio Benedetti *et al.* Interferência de rádios piratas na comunicação e navegação do transporte aéreo. **Revista Conexão SIPAER**, v. 3, n. 2, p. 152-164, 2012. Disponível em: <[https://abag.org.br/news/documents/Seg\\_Voo-InterferenciadeRádios.pdf](https://abag.org.br/news/documents/Seg_Voo-InterferenciadeRádios.pdf)>. Acesso em: 05 out. 2020.

**DCE Uesc**. Ilhéus, 2018. Disponível em: <[instagram.com/dceuesc](https://www.instagram.com/dceuesc)>. Acesso em: 04 nov. 2018.

DIB, Alfredo. **Aulas da disciplina de mercadologia e gestão**. Ilhéus: Bacharelado em comunicação social da Uesc, jul. - dez. 2018. Slides e notas de aula.

DONA VALDEREZ. Direção: Gabriel Rosa; Michele Dias. Reportagem: Michele Dias. Ilhéus: Uesc, 2018. 1 reportagem (5 min 42 s), son. color. (Mar de gente, 2). Disponível em: <[youtu.be/39sYqtgQQuw](https://youtu.be/39sYqtgQQuw)>. Acesso em: 05 ago. 2019.

FERRARETTO, Luiz Artur. O veículo. In: \_\_\_\_\_. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001. p. 21-78.

FINK, Joseph; CRANOR, Jeffrey. **Welcome to Night Vale**. [Nova Yorke]: Night Vale Presents, 2019. Radionovela. Inclui lista de episódios recomendados pelos autores. Disponível em: <[welcometonightvale.com/listen](http://welcometonightvale.com/listen)>. Acesso em 30 jul. 2019.

FRANÇA, Júnia Lessa *et al.* **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 9. ed. rev. e aum. Belo Horizonte: UFMG, 2013. (Coleção Aprender). 263 p. Disponível em: <[amazon.com.br/Manual-Normalização-Publicações-Técnico-Científicas/dp/8542300084](https://amazon.com.br/Manual-Normalização-Publicações-Técnico-Científicas/dp/8542300084)>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184 p. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/s818e5>>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 216 p. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

GODOY, Marcio; OLIVEIRA, Leonel Ramos de. **A Indústria do patrocínio em Santa Catarina**. Florianópolis: Empreendedor, 2008. 274 p. il. color.

GOOGLE MAPS. **Mapa do Salobrinho**. Mountain View, Califórnia, 2013. Mapa rodoviário. Disponível em: <[maps.google.com/maps?q=salobrinho+ilhéus](http://maps.google.com/maps?q=salobrinho+ilhéus)>. Acesso em: 04 nov. 2018.

GRAMACHO, Derval. **Radiojornalismo: O show da notícia**. Prefácio de Verbena Códula Almeida. [Salvador?]: Edição do autor, 2018. 140 p. Disponível em: <[amazon.com.br/Radiojornalismo-show-notícia-Derval-Gramacho-ebook/dp/B07CW2TY3G](http://amazon.com.br/Radiojornalismo-show-notícia-Derval-Gramacho-ebook/dp/B07CW2TY3G)>. Acesso em: 31 dez. 2018.

GRANGER, Gilles Gaston. Deve-se confundir conhecimento científico e saberes técnicos? In: \_\_\_\_\_. **A ciência e as ciências**. São Paulo: Unesp, 1994. p. 23-40. Disponível em: <[encurtador.com.br/dtxPZ](http://encurtador.com.br/dtxPZ)>. Acesso em: 04 abr. 2019.

GUERRA DO BARULHO. In: **WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre**, Flórida: Wikimedia Foundation, 2019. Inclui discussão e histórico de edições. Disponível em: <[pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Loudness\\_war&oldid=48619275](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Loudness_war&oldid=48619275)>. Acesso em: 05 ago. 2019.

ILHÉUS. Gabinete do prefeito. Capítulo V - Do controle da emissão de ruídos. In: \_\_\_\_\_. **Lei Nº 3510**, de 13 de dezembro de 2010. Institui o Código Ambiental do Município de Ilhéus e dá outras providências. Ilhéus, 2010. p. 42-43. Disponível em: <[encurtador.com.br/fhADZ](http://encurtador.com.br/fhADZ)>. Acesso em: 07 abr. 2019.

INSALOBRE. **InsalObre EP**. Ilhéus, BA, 2018. 1 *Extended Play*, 21 min 44 s. Disponível em: <[soundcloud.com/insalobre/sets/insalobre-ep](http://soundcloud.com/insalobre/sets/insalobre-ep)>. Acesso em: 04 Nov. 2018.

**INSTITUTO NOSSA ILHÉUS**. Inclui informações institucionais, notícias e dados municipais. Ilhéus, 2019. Disponível em: <[www.nossailheus.org.br](http://www.nossailheus.org.br)>. Acesso em: 05 ago. 2019.

INTERVOZES (ed.). **Publicações do site do coletivo Intervozes**. São Paulo, 2019. Inclui livros, cartilhas, manuais e ações judiciais. Disponível em: <[intervozes.org.br/publicacoes](http://intervozes.org.br/publicacoes)>. Acesso em: 07 abr. 2019.

KLÖCKNER, Luciano; OLEGÁRIO, Leandro. A síntese noticiosa 75 anos depois de O Repórter Esso: um modelo que permanece. In: **Anais do XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM**. São Paulo, 2016. 15 p. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1630-2.pdf>>. Acesso em: 07 abr. 2019.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: Teoria e prática**. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Summus, 2013. 160 p. Disponível em: <books.google.com.br/books?isbn=8532309038>. Acesso em: 07 abr. 2019.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres: A reforma agrária no ar**. São Paulo: Brasiliense, 1986. 181 p. il. p&b. Disponível em: <dodopublicacoes.files.wordpress.com/2009/03/radioslivres.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p. Disponível em: <encurtador.com.br/yBHP0>. Acesso em: 07 abr. 2019.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: Linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. 291 p. Disponível em: <cadernoselivros.files.wordpress.com/2017/08/martino-luc3ads-mauro-sc3a1-teoria-das-mc3addias-digitais.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Métodos de pesquisa em comunicação: Projetos, ideias, práticas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018. 310 p. Disponível em: <books.google.com.br/books?id=q1VxDwAAQBAJ&pg=PT1>. Acesso em: 07 abr. 2019.

MARTINS, Júnia Mara Dias. **Cultura da rádio comunitária: uma possibilidade para a inclusão social**. 46 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Departamento de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus. 2003. Ilhéus, 2003.

MATHEUS LUNA DOC. Direção: Emiron Gouveia. Produção: Laiz Cruz; Jó Rodrigues. Ilhéus: Uesc, 2019. 1 minidocumentário (8 min), son., color. Disponível em: <youtu.be/cSotmttGKyA>. Acesso em: 05 ago. 2019.

MAXIMINIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração**. 2. ed. rev., atual. e compacta. São Paulo: Atlas, 2012. 357 p.

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

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

MENDES, Kaio Rhuan Sena. **O trabalho voluntário no Brasil: Ato humanitário ou exploração da força de trabalho?**. Ilhéus, BA: Departamento de Ciências Econômicas da Uesc (bacharelado em economia), 2018. 12 p. Projeto de monografia (no prelo).

MONTEIRO, Arnaldo Cavalcanti. **Vozes da cidade: A comunicação através dos serviços de som com alto-falantes em Ibicaí**. 72 f. Monografia (Bacharelado em

Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Departamento de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus. 2003.

NETO, Francisco Paulo de Melo. **Marketing de eventos**. 5. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2007. 235 p. Disponível em: <amazon.com.br/Marketing-Eventos-Francisco-Paulo-Melo/dp/8573320788>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

ON LINE (ed.). Civic Hacker: Mexendo com as cidades. **Mundo em foco tecnologia**: Hacker "do bem": Mergulhe no universo hacker. São Paulo, [2016]. p. 48-49. il. color. Disponível em: <books.google.com.br/books?id=r2PSDAAAQBAJ>. Acesso em: 07 abr. 2019.

OTRE, Maria Alice Campagnoli. **Comunicação popular, alternativa e comunitária**: um olhar sobre 40 anos de pesquisas no Brasil. São Paulo: Fundação JK, 2016. 295 p. Adaptação da tese de doutorado. Resenha de: BONA, Nivea Canalli. Comunicação popular, alternativa e comunitária: Um estado da arte. Intercom – RBCC, São Paulo, v. 40, n. 1, jan.-abr. 2017. Disponível em: <scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S1809-58442017000100247>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

PEREIRA, Sherney. **Salobrinho**: encantos e desencantos de um povoado. Itabuna: [Color Graf], 1984. 94 p. il. p&b.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Comunicação comunitária e gestão participativa. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações públicas comunitárias**: A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007. p. 137-149. Disponível em: <books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=2WTflkEA3YAC>. Acesso em: 07 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. Comunidades em tempos de redes. In: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling; COGO, Denise; KAPLÚN, Gabriel (org.). **Comunicación y movimientos populares**: ¿Quais redes?. Porto Alegre: Unisinos, 2002. p. 275-298. Disponível em: <academia.edu/3227142/Comunidades\_em\_tempo\_de\_redes>. Acesso em: 07 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Comunicação nos movimentos populares**: A participação na construção da cidadania. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. 342 p. Adaptação da tese de doutorado. Disponível em: <academia.edu/12210861/Comunicação\_dos\_Movimentos\_Populares.\_A\_participação\_na\_construção\_da\_cidadania>. Acesso em: 07 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. In: **Comunicação & Sociedade**: Póscom-Umesp. São Bernardo do Campo, v. 26, n. 43 -

Comunicação Regional e Local, p. 67-84, 1. sem. 2005. Disponível em: <metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/download/8637/6170>. Acesso em: 07 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. Rádios comunitárias: entre controvérsias, legalidade e repressão. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (org.). **Mídia cidadã: Utopia brasileira**. São Paulo: Umesp, 2006a. p. 183-192. Disponível em: <teiasocial.mpf.gov.br/images/ff7/Radio\_comunitaria\_controversias\_legislacao\_e\_repressao.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. In: **Anais do XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM**. [Brasília], 2006b. 17 p. Disponível em: <unesav.com.br/ckfinder/userfiles/files/Revisitando%20os%20Conceitos%20de%20Comunicacao%20Popular.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO. **Minidoc comunicação comunitária**. Direção: Rafael Abade. Produção: Marília Cavalcanti. Ilhéus: Bacharelado em comunicação social da Uesc (disciplina de mercadologia), 2018. 1 trailer de mini-documentário (2 min 25 s), son., color. Orientação de Alfredo Dib. Disponível em: <youtu.be/SJwMQZrF5Ec>. Acesso em: 07 abr. 2019a.

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

\_\_\_\_\_. **Rádio comunitária e cidadania**. Produção: Rafael Abade e Alexandra Rosa. Ilhéus: Bacharelado em comunicação social da Uesc (disciplina de rádio educativo), 2017. 1 rádio-documentário (12 min 45 s). Orientação de Karen Ramos. Disponível em: <radiotube.org.br/audio-6102rw8g0fGkC>. Acesso em: 26 jul. 2019c.

\_\_\_\_\_. **Programa Radi(ação)**: O programa que dá voz ao cidadão. Mediação de Rafael Abade Ribeiro. Ilhéus, 2018. Transmissões radiofônicas nos postes do bairro, de aprox. 2 h. quinzenais ao vivo, com 15 edições especiais registradas pelo autor em MP3. 1 disco rígido.

\_\_\_\_\_. **Regimento interno da Rádio A Voz do Salobrinho**, de 30 de julho de 2018. Dispõe sobre os objetivos e finalidade da rádio; programação; direitos, deveres, infrações e procedimentos disciplinares dos membros. 3 p. Ilhéus, 2018b. Disponível em: <FB.com/Rádio-a-Voz-do-Salobrinho-300688746807850/photos/?tab=album&album\_id=1060321687511215>. Acesso em: 05 ago. 2019d.

\_\_\_\_\_. **Reportagem: Fotografia e juventude (Salobrinho)**. Se Liga: disciplina de Telejornalismo da Uesc 2018.2. Ilhéus, BA. Dez. 2018. Disponível em: <youtu.be/yY5f9KP0CA0>. Acesso em: 05 ago. 2019e.

RADIODIFUSÃO LIVRE. In: **WIKIPÉDIA**: a enciclopédia livre, Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Inclui discussão e histórico de edições. Disponível em: <[pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Radiodifusão\\_livre&oldid=50086443](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Radiodifusão_livre&oldid=50086443)>. Acesso em: 09 out. 2017.

RECICLAR até o fim do mundo. Direção: Victor Aziz. Produção: Cristiane Santana. Ilhéus: NúProArte, 2010. 1 documentário (16 min 44 s), son., color. Disponível em: <[youtube.com/channel/UC9oQo2EtYJiBn4dD7slbQug](https://youtube.com/channel/UC9oQo2EtYJiBn4dD7slbQug)>. Acesso em: 05 ago. 2019.

RIBEIRO, Rafael *et al.* **[Banca do TCC]**: Comunicação Comunitária e a Rádio-poste A Voz do Salobrinho. 66 min. Ilhéus: Uesc, 2019. Disponível em: <[youtu.be/ZH2ogWvR0SI](https://youtu.be/ZH2ogWvR0SI)>. Acesso em: 05 out. 2020.

RIES, Al; TROUT, Jack. **As 22 consagradas leis do marketing**. São Paulo: Makron Books, 2005. 112 p.

ROSA, Cláudio Afrânio *et al.* **Como elaborar um plano de negócios**. SEBRAE-MG, 2013. 159 p. Disponível em: <[sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Como-elaborar-um-Plano-de-Negocio](http://sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Como-elaborar-um-Plano-de-Negocio)>. Acesso em: 07 abr. 2019.

SALOMON, Délcio Vieira. **Como fazer uma monografia**: Elementos de metodologia de trabalho científico. 9. ed. rev. São Paulo: Martins Fontes, 1994. (Coleção Ensino superior). 412 p.

SALVADOR. Gabinete do prefeito municipal. **Lei Nº 9104**, de 29 de julho de 2016. Dispõe sobre a exploração do serviço de Alto-Falante de Linha Modulada - AFLM, no Município de Salvador. Salvador, 2016. Disponível em: <[encurtador.com.br/nFJK8](http://encurtador.com.br/nFJK8)>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

SANTANA, Camilla Oliveira. **O funcionamento das rádios livres na comunidade de Itajuípe**. 46 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Departamento de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus. 2003. Ilhéus, 2004.

SANTOS, José Ricardo Rosa dos. **Universidade pública e desenvolvimento local**: a presença da Universidade Estadual de Santa Cruz (Uesc) no bairro do Salobrinho em Ilhéus, Bahia, no período de 1991 a 2008. Ilhéus: Editus, 2013. 174 p. il. color. Adaptação da dissertação de mestrado. Disponível em: <[uesc.br/editora/livrosdigitais2015/universidade\\_publica.pdf](http://uesc.br/editora/livrosdigitais2015/universidade_publica.pdf)>. Acesso em: 07 abr. 2019.

SIBILIA, Paula. Eu *narrador* e a vida como relato. In: \_\_\_\_\_. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. p. 29-54. Adaptação da tese de doutorado. Disponível em: <academia.edu/15353674/SIBILIA\_Paula\_Cap\_2\_Show\_do\_eu>. Acesso em: 07 abr. 2019.

SILVEIRA, André. Abert critica duramente PLs das rádios comunitárias. In: **Teletime News**. São Paulo, 21 Ago. 2018. Disponível em: <teletime.com.br/21/08/2018/abert-critica-duramente-pls-da-radios-comunitarias>. Acesso em: 04 nov. 2018.

SOMEKH, Bridget *et al.* Pesquisa nas Ciências Sociais: Características principais da pesquisa nas ciências sociais. In: SOMEKH, Bridget; LEWIN, Cathy (org.). **Teoria e Métodos de Pesquisa Social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. p. 27-30. Disponível em: <books.google.com.br/books?isbn=8532656382>. Acesso em: 07 abr. 2019.

SOUZA, Eric Thadeu Nascimento. **A radiodifusão nas escolas: a experiência da Rádio CAIC em Itabuna, Bahia**. 1 CD. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Departamento de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus. 2014.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 1998. 108 p. (Coleção “Temas básicos de [pesquisa-ação]”). Disponível em: <academia.edu/32028417/Metodologia\_Da\_Pesquisa\_Acao\_Michel\_Thiollient>. Acesso em: 07 abr. 2019.

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

UNESCO; OBORÉ. **Direitos humanos na mídia comunitária: A cidadania vivida no nosso dia a dia**. Consultoria de Sérgio Gomes; Org., textos e ed. de Ana Luisa Zaniboni Gomes. São Paulo: Oboré, 2009. 38 p. Cartilha. Disponível em: <unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000184194>. Acesso em: 07 abr. 2019.

VIEIRA, Magnus. Alunxs da Uesc e comunidade de Salobrinho se reúnem em evento no dia de finados. In: **Pensamentos em eclosão**. Iguai: [Blogspot], 02 nov. 2017. Artigo em blog. Disponível em: <magnusvieira.blogspot.com/2017/11/alunxs-da-uesc-e-comunidade-de.html>. Acesso em: 03 nov. 2017.

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

XAVIER, Antônio Nolberto de Oliveira (org.). **Comunicação e cultura regional: Conhecendo a mídia que nos (re)conhece**. Ilhéus, BA: Editus, 2010. 113 p. (Coleção Cadernos de aula, 9). Disponível em: <encurtador.com.br/DISUV>. Acesso em: 09 abr. 2019.

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



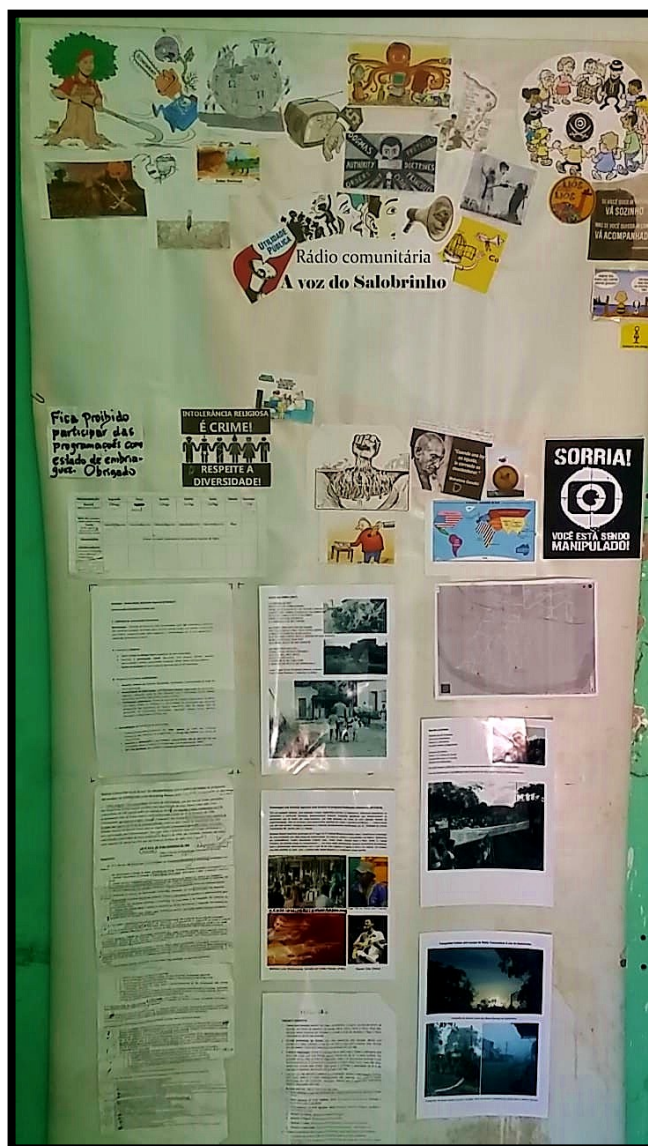
## APÊNDICES

<b>A</b>	Mural: Visão geral.....	97
<b>B</b>	Mural: Colagem com ilustrações e título.....	98
<b>C</b>	Mural: Ensaio fotográfico “Manhãs do Salobrinho”.....	99
<b>D</b>	Mural: Músicos regionais homenageados pelo Radi(ação).....	102
<b>E</b>	Mural: Poesia “Água Salobra”.....	103
<b>F</b>	Mural: Mapeamento do bairro e das caixas de som.....	104
<b>G</b>	Mural: Estatuto da Rádio A voz do Salobrinho.....	106
<b>H</b>	Mural: Lei das Rádios Comunitárias (resumida).....	109
<b>I</b>	Jornal Salobrinho em Foco .....	111
<b>J</b>	Plano de negócios de 2018.....	123
<b>K</b>	Cartaz “Tá vendo essa caixinha?”.....	129
<b>L</b>	Imagens diversas dos slides de defesa da monografia.....	130

## APÊNDICES

### Apêndice A – Mural: Visão geral

Este é o mural elaborado na sede da rádio. Foi iniciado em Julho de 2017 para reutilização de *banner* de provedor de internet. Começou com a colagem da legislação; programação e recortes estilo *fanzine* (discutidos com a equipe, ilustrando alguns valores da “comunicação comunitária”). Destacam-se as colagens da democratização da mídia, tolerância de diversidade religiosa e megafones variados (simbolizando a rádio-poste). Em 2018, ganhou novas colagens: estatuto; mapa com pontos de referência do Salobrinho (para facilitar a locução de recados); dicas de locução e organização (“cinco S”); impressão da poesia “Água Salobra” (do facebook Silêncios Ruidosos); foto de manifestação dos moradores; fotos dos artistas locais mais tocados em 2018 e fotos artísticas da equipe (ensaio “Manhãs do Salobrinho”). O mural da emissora foi protótipo para um jornal-mural com a Associação de Moradores. Ampliações inclusas nos próximos apêndices.



## Apêndice B – Mural: Colagem com ilustrações e título

**SORRIA!**  
**VOCE ESTÁ SENDO  
 MANIPULADO!**

SE VOCÊ QUER IR RAPIDO,  
**VÁ SOZINHO.**  
 MAS SE VOCÊ QUISER IR LONGE,  
**VÁ ACOMPANHADO.**

**“Quando una ley  
 es injusta,  
 lo correcto es  
 desobedecer.”**  
 Mahatma Gandhi

**Rádio Comunitária  
 A voz do Salobrinho**

[Reprodução da parte superior do mural elaborado na rádio, com recortes colados em estilo *fanzine*, representando valores da comunicação comunitária. Confira mais nos outros apêndices]

**INTOLERÂNCIA RELIGIOSA  
 É CRIME!**

**RESPEITE A  
 DIVERSIDADE!**

Proibido participar das  
 Programações com estado  
 De embriaguez. Obrigado!  
 (Colado pela direção)

**EU ADORO  
 ESTES Nossos  
 MOMENTOS  
 EM FAMÍLIA.**

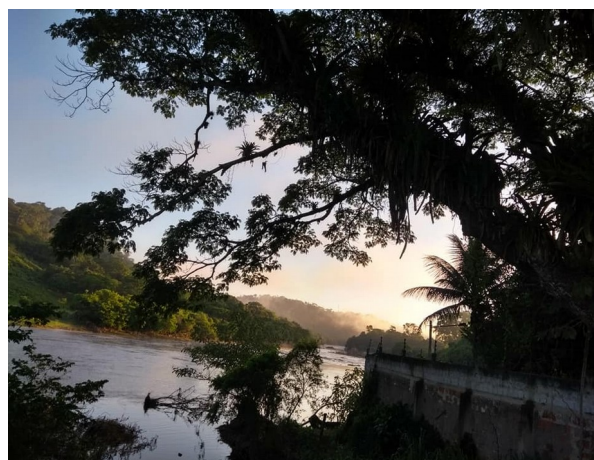
**“Quando una ley  
 es injusta,  
 lo correcto es  
 desobedecer.”**  
 Mahatma Gandhi

\* O nome da consta como “rádio comunitária”, termo que foi corrigido atualmente nas locuções como “rádio-poste” e “rádio da comunidade”. \*\*Os direitos das imagens pertencem a cada autor.

## Apêndice C – Mural: Ensaio fotográfico “Manhãs do Salobrinho”

Ensaio fotográfico que registra cenas das manhãs do bairro. Embora desenvolvido como local urbano, ainda apresenta elementos de zona rural: galos cantando, leiteiros anunciando à partir das 6 h e a intensa neblina. Este elemento é registrado nas fotos com diferentes conotações: paz celestial, mistério, solidão, etc. O ensaio iniciou com fotos da rodovia por Rancho, que após a edição e curadoria de Rafael ganharam destaque no Facebook da rádio. Em seguida, acrescentaram-se outras: casas abandonadas, cemitério local, antenas de TV e denúncias de problemas infra estruturais locais (FIGURA 01). Um álbum no Facebook da rádio contém mais fotos.

Fotografias em contraluz por Valmir Filho “Rancho” (diretor da rádio):



Algumas fotografias em neblina por Rafael Abade "Coringa":



Fotografias das caixas nos postes e antenas de TV por Rafael “Coringa”:



\* Mais fotografias disponíveis na subseção 4.1 (“problemas infra estruturais do bairro”)

## Apêndice D – Mural: Músicos regionais homenageados pelo Radi(ação)

\* Imagens e *releases* publicados no mural da rádio, como homenagem aos artistas locais que cederam músicas.

*Release* do evento SaloSession#2, escrito pelo DJ Pabulo: "Em um passado distante, uma explosão nuclear catastrófica ocorreu no Salobrinho. Altamente *radioativos*, os compostos e partículas liberadas desenvolveram bizarras mutações genéticas que transformaram os estudantes que ali viviam em meta-humanos, que mais pareciam ter vindo de outro planeta. Através da experimentação, eles se reuniram para desenvolver padrões de ruídos e barulhos sintéticos. (...) reza a lenda que até hoje existem vestígios radioativos e criaturas geneticamente modificadas por lá."

*Release* da Banda InsalObre (premiada em 2º lugar no 2º Festival Musical da Rádio Uesc): InsalObre é o resultado de uma sociedade com altas doses de insalubridade. Em meio ao caótico e coronelístico sul baiano, Salobrinho em (re)existência. Quatro estudantes (Gabriel Ledo, Vivian Alves, Jheyds Kann e Neto, antes DJ Daniel Pinheiro) de distintas áreas do conhecimento (...) ao maior estilo afrofuturista, sempre na tentativa de sintetizar toda a globalização eletromecânica com o que há de mais orgânico e ligado à terra e ao natural. Um suspiro nos dias quentes do caos. Que o cosmos seja nossa esquina e o multiverso nosso quintal.



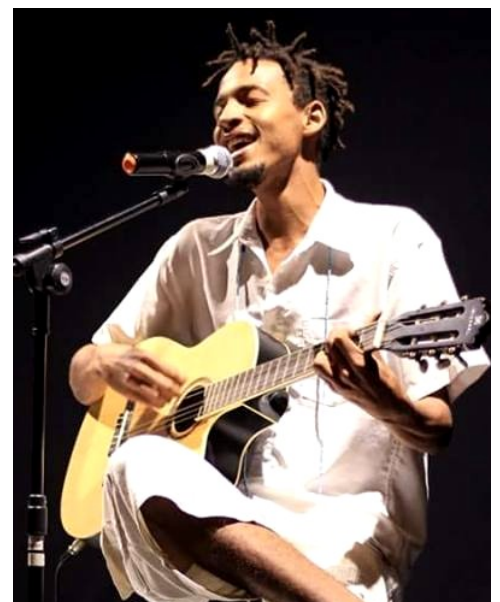
Banda InsalObre (Evento de 2018)



Jorge Titã (no Sarau dos Finados)



Matheus Luna (Salobrinense, formado em Violão Popular UFMG)



Rapper Cijay (Ilhéus)

**\*Fotos cedidas pelos artistas** (Créditos: InsalObre por @geocampanha, Titã por Magnus Vieira, Matheus Luna por Flávio Charchar e Cijay por Nátali Yamas).

## Apêndice E – Mural: Poesia “Água Salobra”

Poesia com fotografias criticando a poluição do rio Cachoeira, despejo de esgoto local e “insalubridade” de condições gerais do bairro. Cedidas pelo Facebook “Silêncios Ruidosos”. A poesia foi destaque no mural da rádio, que incentivou diversas ações de poetas locais.

### Poesia: Água Salobra

LÁ DEPOIS DO RIO  
PERTO DE UM SOBRADINHO  
ONDE DEUS ESQUECEU DE OLHAR COM MAIS CUIDADO  
EXISTE UMA TERRA CHAMADA SALOBRINHO  
FEITA DE LAMA E ÁGUA SALOBRA  
ONDE O POVO SE ENTRISTE  
E A MISÉRIA FAZ SEU NINHO



NO PAPEL DOS DOUTOS DO SABER  
NÃO TEM ESPAÇO PRA VIDA DESSA GENTE  
O PREFEITO NEM SE QUER SONHA  
QUE NO MEIO DESSA MATA, DEPOIS DO SOL POENTE  
MORA POVO QUE NEM NÓS  
QUE BEBE ÁGUA DO RIO DOENTE



OH MEU DEUS DO CÉU,  
TENHA PENA DESSAS CRIANÇA  
QUE UM DIA, MEU DEUS,  
EM SUAS ANDANÇA,  
O SENHOR OLHE PARA NÓS  
E NOS DÊ UM POUCO DE ESPERANÇA.

Texto: Uigue Souza

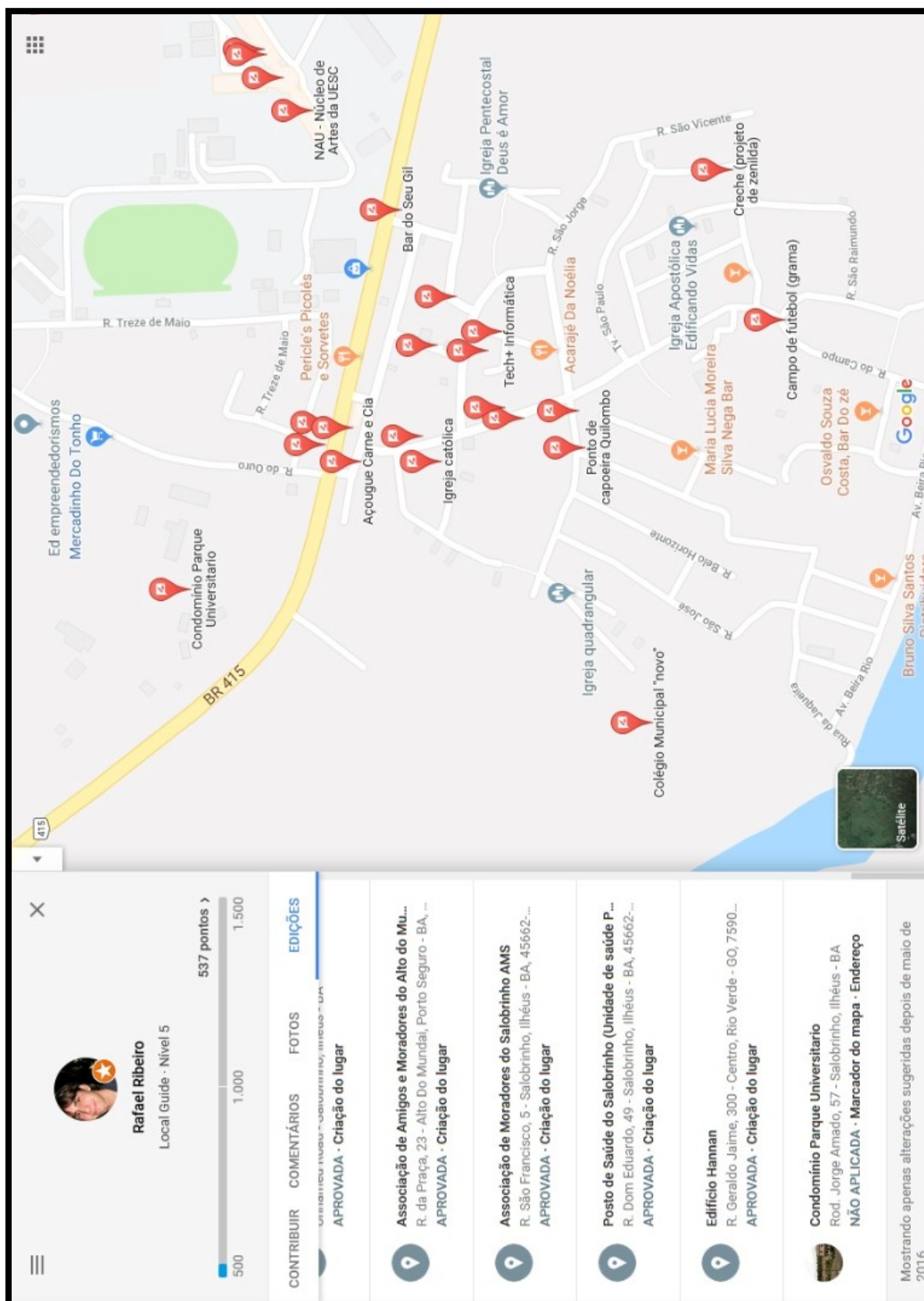
Fotos: Raiane Barbosa (ao lado)  
e Valdeilton “Lulinha” (em baixo)





## Apêndice F – Mural: Mapeamento do bairro e das caixas de som

Mapeamento online de pontos diversos do Salobrinho para o projeto não desenvolvido “Mural do Salobrinho” (apenas um mini catálogo de telefones de serviços foi divulgado), realizado em parceria com a Associação de Moradores (Lulinha, James do Açaí e Meire “geógrafa”). Para mais informações, consulte a subseção 5.2. A emissora também foi cadastrada no mapeamento cultural nacional (mapas.cultura.gov.br). Registro das alterações no Google Maps (guia nível 5):



Mapeamento das caixas de som da Rádio-poste A Voz do Salobrinho (2017-2019):



**Apêndice G – Mural: Estatuto da Rádio A Voz do Salobrinho \*Usado brevemente em 2018**

**Dos Objetivos, Finalidades e Regimento Interno da Rádio Comunitária Salobrinho Fm.**

**Art. 1º** - A Programação da Rádio Comunitária Salobrinho Fm tem por objetivo:

- I - Difundir a cultura, o lazer, a educação, o conhecimento histórico, o entretenimento, o esporte, o respeito às crenças e tradições populares;
- II - Contribuir para formação humana, cidadã e solidária da comunidade;
- III - Socializar informações e fomentar a discussão de temas sociais e políticos;
- IV - Promover a descoberta de talentos para o exercício da Comunicação Social democrática e ética;
- V - Valorizar a música regional, popular brasileira;
- VI - Estimular o debate sobre a música como instrumento de lazer, protesto, valorização da cultura e conhecimento histórico;
- VII - Promover a independência na qualidade musical, sem a interferência da música de consumo e comercial divulgada na grande mídia;
- VIII - Promover a música de qualidade respeitando a valorização da cultura.
- IX - Promover o uso da língua portuguesa culta e popular;
- X - Valorizar a letra da música, independente de interprete, expondo ao ouvinte a história nas entrelinhas da canção.

**Dos Direitos e Deveres e suas Penalidades**

**Art. 02** – É direito dos locutores, colaboradores e voluntários:

- I - Participar das reuniões e eventos;
- II - Autonomia para a criação da sua programação para os que estarão no ar;  
Usar os equipamentos da rádio desde que tenha comunicado à diretoria;  
Condições adequadas de permanência na rádio para operação e locução.

**Art. 03** – Competem aos locutores, colaboradores e voluntários:

- I - Cumprir os objetivos da emissora;
- II - Cumprir rigorosamente os seus horários;
- III - Valorizar a programação musical. Gospel, MPB, pop rock, popular, caipira e sertaneja raiz, internacional de qualidade;
- IV - Receber e entregar o estúdio e a mesa de locução devidamente organizada;
- V - Manter a limpeza do seu local de trabalho;
- VI - Evitar distúrbios e desordens dentro do estúdio;
- VII - Usar corretamente a linguagem radiofônica;
- VIII - Planejar o roteiro do seu programa;
- IX - Submeter o roteiro do programa à apreciação do Diretor de Programação;
- X - Ser gentil e cortês com os visitantes e apoiadores da emissora;
- XI - Qualquer mudança na apresentação de programas e operação avisar com antecedência ao Diretor de Programação;
- XII - Fazer o registro das ocorrências no livro próprio conforme orientação da diretoria;
- XIII - Participar das reuniões de programação para locutores, voluntários e colaboradores, ordinariamente todo primeiro sábado do mês, ou extraordinariamente convocado pelo Diretor de Programação;

XIV – É vedado o uso da programação para fins ou menções ideológicas de partidos políticos, intolerância religiosa e todas as formas de preconceito;

XV – Os programas apresentados por entidades, o titular deverá comunicar com antecedência quem irá apresentar na sua falta.

Parágrafo primeiro – A não observação das instruções assim ensejará pena de aplicação de sanções cabíveis a critério da diretoria disposto neste Regimento.

### **Das Infrações**

**Art. 04** – São consideradas infrações:

I - Atrasar e/ou extrapolar os horários estabelecidos para os programas;

II - Descumprir o período estabelecido para a permanência do Programa no ar;

III - Manter e/ou contribuir para a desorganização do estúdio e deixar lixo ou os equipamentos sujos.

IV - Deixar de entregar o roteiro por escrito do programa ao Diretor de Programação;

V - Veicular programa sem prévio roteiro;

VI - Manter pessoas estranhas ao programa dentro do estúdio, durante a sua veiculação, exceto os entrevistados e comentaristas;

VII - Utilizar termos pejorativos durante a veiculação do programa;

VIII - Utilizar o seu espaço na emissora para a defesa de grupos políticos ideológicos;

IX - Promover, incentivar e/ou difundir campanhas discriminatórias e/ou Preconceituosas de qualquer natureza;

X - Apropriar-se de patrimônio da emissora sem prévia e expressa autorização do Diretor-Geral, Diretor de Programação;

XI - Permanecer no estúdio com trajas inadequados;

XII - Consumir alimentos e/ou bebidas de qualquer natureza dentro do Estúdio.

### **Dos locutores, colaboradores e voluntários:**

I – Participar das reuniões e eventos;

**Art. 05** – Os locutores, colaboradores e voluntários, além de se submeterem a este regimento deverão ter ciência de seus direitos e deveres conforme o Regimento.

### **Das Competências de cada Cargo Diretor**

**Art. 06** – As competências de cada membro da diretoria são os dispostos no Regimento.

### **Dos Voluntários**

**Art. 06.** Os voluntários deverão assinar um termo de voluntariado onde constará além das legalidades de seu "status", também seus direitos e deveres para com a Associação.

**Art. 07.** Os voluntários poderão receber ajuda de custo ou ressarcimento de despesas, a critério da diretoria, "ad referendum" da primeira Assembleia Geral subsequente, nos casos em que ficarem muitas horas de trabalho.

#### **Dos procedimentos disciplinares**

**Art. 08.** Na hipótese de descumprimentos das obrigações definidas no Regimento, por decisão da Assembleia, da Diretoria, serão iniciados procedimentos disciplinares com o objetivo de apurar o fato determinado e aplicar a sanção adequada.

**Art.09.** Os procedimentos disciplinares serão conduzidos por comissões criadas especificadamente para apurar a ocorrência de qualquer das infrações mencionadas neste Regimento;

**Art. 10.** De acordo com a gravidade da infração cometida, poderá o locutor, voluntário ou colaborador vir a sofrer as seguintes sanções:

**Parágrafo primeiro.** Advertência; Aplicável às infrações consideradas leves, sem prejuízo de outros que se possa verificar.

**Parágrafo segundo.** Suspensão; Aplicável às infrações de natureza grave, assim considerada, sem prejuízo de outros que se possa verificar.

**Parágrafo terceiro.** Exclusão; Aplicável às infrações consideradas gravíssimas, assim consideradas, sem prejuízo de outros que se possa verificar.

**Art. 11.** Após a abertura de procedimento disciplinar, deverá ocorrer comunicação escrita ao locutores, colaboradores e voluntários envolvido, onde conste a infração que lhe é atribuída, o prazo – nunca inferior a 03 dias – e o local onde deverá apresentar sua defesa,

**Parágrafo primeiro** A recusa ao recebimento, a não apresentação de defesa, a apresentação de defesa genérica ou relativa a fato diverso do contido na comunicação, implica em confissão e nos efeitos da revelia;

**Parágrafo segundo.** As decisões serão materializadas em pareceres, que poderão determinar a aplicação ou não da sanção, sua natureza, bem como o prazo de sua vigência.

**Parágrafo terceiro.** As sanções de advertência e suspensão poderão ser aplicadas liminarmente pelo Presidente, cabendo recurso de sua decisão - cujo efeito será meramente devolutivo - à diretoria ou à primeira Assembleia Geral subsequente.

**Parágrafo quarto** A sanção de exclusão poderá ser aplicada pela Diretoria, cabendo recurso de sua decisão - cujo efeito será meramente devolutivo - à primeira Assembleia Geral subsequente.

**Direção: 30/07/2018**

## Apêndice H – Mural: Lei das Rádios Comunitárias (resumida)

\* Versão resumida e grifada para o mural da Rádio do Salobrinho, para capacitação e consulta da comunidade. Esta produção foi feita no começo da pesquisa para a proposta da evolução da rádio-poste para FM, o que não aconteceu.

### **LEI Nº 9.612, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998 [resumida]** Radiodifusão Comunitária e outras providências.

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

- § 1º Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado a comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros.
- § 2º Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila.
- Art. 2º O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá ao disposto no art. 223 da Constituição [comunicação social], aos preceitos desta Lei e, no que couber, aos mandamentos da Lei nº 4.117 [lei das telecomunicações], de 27 de agosto de 1962, e demais disposições legais. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.216-37, de 2001)
- \*Parágrafo único. Autorizada a execução do serviço e, transcorrido o prazo previsto no art. 64, §§ 2º e 4º da Constituição, sem apreciação do Congresso Nacional, o Poder Concedente expedirá autorização de operação, em caráter provisório, que perdurará até a apreciação do ato de outorga pelo Congresso Nacional. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.216-37, de 2001)

Art. 3º O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:

- I - dar oportunidade à difusão de idéias, 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;
- III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;
- IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;
- V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Art. 4º As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;
- II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;
- III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;
- IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

§ 1º É vedado o proselitismo [evangelização ou causa política] de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

§ 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.

§ 3º Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, 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.

Art. 6º Parágrafo único. A outorga terá validade de dez anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes. (Redação dada pela Lei nº 10.597, de 2002)

Art. 8º A entidade autorizada a explorar o Serviço deverá instituir um Conselho Comunitário, composto por no mínimo cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local, tais como associações de classe, beneméritas, religiosas ou de moradores, desde que legalmente instituídas, com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse exclusivo da comunidade e dos princípios estabelecidos no art. 4º desta Lei.

§ 2º As entidades deverão apresentar, no prazo fixado para habilitação, os seguintes documentos:

- I - estatuto da entidade, devidamente registrado;
- II - ata da constituição da entidade e eleição dos seus dirigentes, devidamente registrada;
- III - prova de que seus diretores são brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos;
- IV - comprovação de maioria dos diretores;
- V - declaração assinada de cada diretor, comprometendo-se ao fiel cumprimento das normas estabelecidas para o serviço;
- VI - manifestação em apoio à iniciativa, formulada por entidades associativas e comunitárias, legalmente constituídas e sediadas na área pretendida para a prestação do serviço, e firmada por pessoas naturais ou jurídicas que tenham residência, domicílio ou sede nessa área.

§ 4º Havendo mais de uma entidade habilitada para a prestação do Serviço, o Poder Concedente promoverá o entendimento entre elas, objetivando que se associem.

§ 5º Não alcançando êxito a iniciativa prevista no parágrafo anterior, o Poder Concedente procederá à escolha da entidade levando em consideração o critério da representatividade, evidenciada por meio de manifestações de apoio encaminhadas por membros da comunidade a ser atendida e/ou por associações que a representem.

§ 6º Havendo igual representatividade entre as entidades, proceder-se-á à escolha por sorteio.

- Art. 11. A entidade detentora de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária não poderá estabelecer ou manter vínculos que a subordinem ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais.

Art. 18. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.

- Art. 19. É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação.

Art. 21. Constituem infrações - operação das emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária:

- I - usar equipamentos fora das especificações autorizadas pelo Poder Concedente;
- II - transferir a terceiros os direitos ou procedimentos de execução do Serviço;
- III - permanecer fora de operação por mais de trinta dias sem motivo justificável;
- IV - infringir qualquer dispositivo desta Lei ou da correspondente regulamentação;
- Parágrafo único. As penalidades aplicáveis em decorrência das infrações cometidas são:
  - I - advertência;
  - II - multa; e
  - III - na reincidência, revogação da autorização

Art. 40. São puníveis com multa as seguintes infrações na operação das emissoras do RadCom:

- I - transferência a terceiros dos direitos ou procedimentos de execução do Serviço;
- II - permanência fora de operação por mais de trinta dias sem motivo justificável;
- III - uso de equipamentos não certificados ou homologados pela ANATEL;
- IV - manutenção pela autorizada, no seu quadro diretivo, de dirigente com residência fora da área da comunidade atendida;
- V - não manutenção do Conselho Comunitário, nos termos da Lei;
- VI - estabelecimento ou manutenção de vínculos que subordinem a entidade ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais;
- VII - não comunicação ao Ministério das Comunicações, no prazo de trinta dias, das alterações efetivadas nos atos constitutivos ou da mudança de sua diretoria;
- VIII - modificação dos termos e das condições inicialmente atendidos para a expedição do ato de autorização;
- IX - não destinação de espaço na programação disponível à divulgação de planos e realizações de entidades ligadas, por suas finalidades, ao desenvolvimento da comunidade;
- X - formação de redes na exploração do RadCom;
- XI - não integração a redes quando convocadas em situações de guerra, calamidade pública e epidemias;
- XII - não integração a redes para as transmissões obrigatórias dos Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo;
- XIII - cessão ou arrendamento da emissora ou de horários de sua programação;
- XIV - transmissão de patrocínio em desacordo com as normas legais pertinentes;
- XV - transmissão de propaganda ou publicidade comercial a qualquer título;
- XVI - desvirtuamento das finalidades do RadCom e dos princípios fundamentais da programação;
- XVII - utilização de denominação de fantasia diversa da comunicada ao Ministério das Comunicações;
- XVIII - imposição de dificuldades à fiscalização do Serviço;
- XIX - não manutenção em dia os registros da programação em texto e fitas, nos termos da regulamentação;
- XX - uso de equipamentos fora das especificações constantes dos certificados emitidos pela ANATEL;
- XXI - não obediência ao tempo de funcionamento da estação comunicado ao Ministério das Comunicações;
- XXII - alteração das características constantes da Licença para Funcionamento de Estação, sem observância das formalidades estabelecidas;
- XXIV - não observância do prazo estabelecido para início da execução do Serviço;
- XXV - utilização de frequência diversa da autorizada;
- XXVI - início da execução do Serviço pela autorizada sem estar previamente licenciada;
- XXVIII - não comunicação de alteração do horário de funcionamento;
- XXIX - não cumprimento pela autorizada, no tempo estipulado, de exigência que lhe tenha sido feita pelo Ministério das Comunicações ou pela ANATEL.

## Apêndice I – Jornal Salobrinho em Foco

Cópia online de edições do jornal Salobrinho em Foco, produzido pela equipe da Rádio-poste A Voz do Salobrinho (publicadas aqui à pedidos da equipe). Inclui duas edições especiais produzidas pelo autor (eleição da Associação de Moradores e uma reportagem sobre o descaso político no bairro). A seção 4.4.4 conta a história do jornal, analisando uma retrospectiva autocrítica. O jornal conseguiu reivindicar ações públicas para a comunidade, e o grupo online iniciado com seu nome continua em atividade. Abaixo, algumas fotos compartilhadas pela equipe no Facebook (RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, 2019b), publicadas após a repercussão positiva das edições:





# SALOBRINHO EM FOCO

ILHÉUS, 05 DE NOVEMBRO DE 2013

1ª EDIÇÃO

## INTRODUÇÃO

Em virtude da necessidade de informações da nossa comunidade estamos lançando no Salobrinho o 1º jornal impresso com informações voltadas para o dia a dia da nossa população, com o objetivo único de conscientizar as pessoas sobre a situação atual do nosso bairro. O jornal vai ser aberto para a população expressar seus pensamentos e ideias, de forma que não venha prejudicar a vida pública de ninguém, elaborando críticas construtiva e enviando-as para os nossos redatores: Junio Santos Gomes, Valdeilton Soares e Valmir Filho (Rancho) pessoalmente ou através do nosso endereço eletrônico: salobrinhoemfoco@outlook.com

## **CONCURSO CULTURAL**

‘Eu sou vila, bairro, ou favela’

O Salobrinho em foco com a parceria do Frigobom e do Açougue Carne e Cia lança no bairro Salobrinho o concurso de poesias com o tema ‘eu sou vila, bairro, ou favela’. os interessados em participar devem escrever (Poesia, conto ou crônica), e entregar três cópias digitadas e impressas para os nossos redatores no ato da sua inscrição. As inscrições começarão dia 05/11/2013 e irão até 05/12/2013 no Açougue Carne e Cia Rua Dom Eduardo. Os trabalhos serão avaliados por um júri emérito composto por uma banca de quatro professores da área de literatura. A premiação será um jantar na churrascaria Los Pampas com direito a um acompanhante.

Ao se escrever, o participante assume automaticamente, o compromisso de assinar um termo de cessão de direito de sua imagem para divulgação pelo jornal Salobrinho Em Foco em todas as mídias. O participante será responsável pela autenticidade e autoria do trabalho apresentado. Os textos devem ser inéditos, de autoria do participante inscrito até 15 mil caracteres, incluindo os espaços. O concurso Cultural ‘Eu sou vila, bairro, ou favela’ pretende estimular os participantes à reflexão e interpretação criativa da nossa realidade social.

## **POLÍTICA EM FOCO**

Política é a ciência de governar um Estado ou Nação, é também uma arte de negociação para compatibilizar interesses. O termo tem origem no grego politiká, é uma derivação de polis que designa aquilo que é público. O significado de política é muito abrangente e geralmente está relacionado com aquilo que diz respeito ao espaço público. Com um vasto conceito envolvendo o tema, o Jornal Salobrinho Em Foco, irá trata-lo de um modo geral, onde todo noticiário será de fácil compreensão para os leitores.

Não omitiremos nem beneficiaremos nenhum órgão ou partido político, pois o direito de informação é garantido pela Lei: Artigo 19 liberdade de expressão no Brasil ‘liberdade para transmitir informações e ideias por quaisquer meios independentemente de fronteiras’ (artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948). A liberdade de expressão, sobretudo sobre política e questões públicas é o suporte vital de qualquer democracia. Os governos democráticos não controlam o conteúdo da maior parte dos discursos escrito ou verbais. Assim geralmente as democracias têm muitas vozes exprimindo ideias e opiniões diferentes e até contrárias.

A democracia depende de uma sociedade civil educada e bem informada cujo acesso à informação

# SALOBRINHO EM FOCO

salobrinhoemfoco@outlook.com

ILHÉUS DE 01 A 31 DE DEZEMBRO DE 2013

2ª Edição

## POLÍTICA EM FOCO

No plural da gramática do legislativo, Salobrinho engloba uma gama de serviços que em alguns momentos são somado a dois, como por exemplo, dois postos médicos, duas escolas públicas, duas praças e dois vereadores, que por não suprirem as necessidades básicas da população acabam voltando a um ou se igualando a nada. Bueiros entupidos, esgotos mal projetados, inundações e contaminações de vermes e bactérias, são alguns dos problemas vivenciados pela população aqui do Bairro Salobrinho em dias de chuvas.

Esquecido pelo poder público, Salobrinho empacou como mula velha que mal tem forças para se manter de pé, ficar de pé é uma pequena frase que já se tornou um bordão e um estímulo de força entre uma parte dos moradores do salobrinho. Bairro esquecido? Não, ignorado por dois poderes que fingem não ver ou não querem entender que o saneamento básico é fundamental para a saúde da população, que esgotos mal projetados trazem riscos gravíssimos para todos e geram diversos transtornos como inundações, visitas de bichos pertinentes como baratas, ratos e ate mesmo serpentes, que fazem dos esgotos a céu aberto seu habitat natural por encontrarem neles uma gama de alimentos disponíveis, sem contar com as possíveis doenças e vermes que esses bichos trazem dos esgotos para os lares da população local.

A população de Salobrinho precisa urgentemente repensar a política do nosso município e analisar friamente os possíveis candidatos a nossos representantes, mas para que esse processo tenha o êxito esperado é necessário conscientização e vontade de querer mudar por parte da população. Os representantes da população devem deixar a ideia tosca de troca de favores de lado. É inadmissível que a população sofra tanto com problemas pertinentes no dia a dia, é função do



Imagem: Esgoto a céu aberto no bairro Salobrinho

vereador fiscalizar o ato do executivo municipal e cobrar as mudanças caso alguma irregularidade seja constatada.

*Matéria produzida por: Valdeilton Soares (Lulinha) e Valmir Filho (Rancho)*

## ESPORTE EM FOCO

### *Carência de esporte no Salobrinho!*

O esporte no Salobrinho vem passando por um momento muito complicado, uma série de descasos é bastante visível em todas as modalidades esportivas, porém, dentre elas a que mais se destaca é o futebol, modalidade mais praticada pela maioria da população local. O Salobrinho que sempre foi caracterizado por realizar grandes campeonatos e torneios de futebol há alguns anos não vem sendo contemplado com esses eventos, um fator bastante relevante e que evidencia fortemente a omissão dos nossos representantes políticos.

Incomodados com essa situação de descaso, Silas Lewandowski, Leandro Souza (Zezinho), Gilsimar Oliveira Santos (Feijão) e Krenilson Dos Santos (Fonfom) com o apoio de Antônio Dos Santos Carvalho (Topó) e Aléx Almeida (Kinho), realizaram no dia 15 de novembro deste ano um torneio de futebol no bairro Salobrinho. O torneio da amizade teve como princípio estimular a inclusão social através do futebol, uma iniciativa bastante gratificante, tendo em vista que em nosso bairro não existem muitas opções de lazer, tornando assim o campo de futebol do salobrinho no principal meio de diversão dos moradores locais.

O evento reuniu cerca de 500 pessoas no campo de futebol do Salobrinho, disputado em um formato de mata-mata contou com a participação de 12 times, ao final do torneio a equipe Tsunami sagrou-se campeã e a Escolinha ficou com o segundo lugar, o primeiro colocado ganhou dez caixas de cervejas e o segundo colocado ganhou cinco caixas de cervejas e mais uma caixa para o artilheiro Robson

(Binho) e outra caixa para o melhor goleiro Marcos (Manchinha). O Jornal Salobrinho Em Foco parabeniza a iniciativa da organização do evento, é muito bom saber que os jovens do Salobrinho se preocupam com a questão esportiva do bairro, porém nossos representantes não podem e nem devem de forma alguma se acomodar diante dessa situação, investimentos são mais do que necessários em todas as modalidades esportivas possíveis, para que assim possamos construir uma sociedade menos desigual, menos preconceituosa, e mais solidária.



# ASSOCIAÇÃO DE MORADORES DO SALOBRINHO

A Associação de moradores é constituída por pessoas que residem em um determinado bairro, vila, etc. É ela que mobiliza a população de um modo geral para enfrentar os problemas concretos do dia a dia, por isso união e organização são fundamentais em todo esse processo.

O apoio da população é importantíssimo para que a associação de moradores seja democrática, pois é junto com a população que a associação deve decidir o que é prioridade para o bairro (essas decisões devem ser tomadas em assembléias realizadas junto aos moradores). A equipe de Reportagem do Salobrinho Em Foco entrevistou o vice-presidente da associação de moradores do Salobrinho José Almeida (Zé Almeida) e ele nos deu os seguintes esclarecimentos:

“A ideia de reativar a AMS surgiu diante do interesse de proporcionar alguma mudança benéfica para o Salobrinho, já que ela encontrava-se desorganizada e praticamente sem ninguém no controle, porém a população de Salobrinho não se interessava muito pela associação ou simplesmente não acreditava em seus resultados, fruto da imagem ruim deixada pelas gestões passadas. A associação é legalizada juridicamente, mas não recebe incentivos financeiros do governo, para que isso aconteça é necessário que seja elaborado um projeto de lei para ser votado na câmara de vereadores do município. Os vereadores ou a própria diretoria da AMS podem elaborar esse projeto de lei e encaminhar para a câmara, e depois de aprovado o projeto, tornar a mesma como de utilidade pública. A associação pode ter vínculos políticos, só não pode ser submissa a algum político, a mesma também não pode fazer campanha política para terceiros. Qualquer cidadão do Salobrinho pode se tornar um associado da AMS, basta procurar a presidenta ou alguém da diretoria e fazer o

cadastro, é cobrado um valor simbólico mensalmente e os associados podem participar das reuniões e contribuir com ideias e opiniões construtivas. O aumento no número de contribuintes é muito importante para o nosso bairro, isso impedirá que a associação tenha que recorrer a terceiros para custear suas despesas básicas. A sede da associação, por exemplo, é alugada e alguém precisa pagar essa conta, hoje a AMS possui mais ou menos 50 associados, um número nada relevante para um bairro que possui cerca de 13.000 habitantes.”

**Declaração do vice-presidente da Associação de Moradores do Salobrinho José Almeida (Zé Almeida).**

A população do Salobrinho precisa urgentemente se unir, unidos podemos conseguir grandes coisas para o nosso bairro, se 1% da população se associasse a A.M.S teríamos cerca de 130 associados hoje, não que seja o ideal mas já é um começo, esse é o caminho para que possamos sonhar com um Salobrinho melhor.



Sede alugada da Associação de Moradores do Salobrinho - Rua do Campo

## RECONSTRUINDO A HISTÓRIA

### Contos ou “causos” do Salobrinho

A ideia criar a pauta “Reconstruindo a história” surgiu diante da vontade de mostrar através de relatos de alguns moradores mais antigos do nosso bairro os vários “causos” vivenciados por eles. Dessa forma daremos a oportunidade para os leitores de hoje, principalmente aos jovens de refletirem sobre a vida, e mostrar que apesar das dificuldades vividas por essas pessoas mais antigas do bairro eles conseguiram sobreviver de forma honesta e feliz. A pioneira dessa matéria foi Dona Dionise (Dió), bastante conhecida no nosso bairro.

“Se eu fosse contar a minha história, ficaríamos dias e mais dias conversando, mas vou lhe adiantar algumas interessantes.”

“Vim da cidade de Itabaianinha de navio na década de 1930 para Ilhéus, juntamente com meus familiares e com uma esperança de encontrar uma vida melhor na região que estava no auge do cacau. Comecei a trabalhar aos 08 anos de idade, bandeirava cacau em algumas fazendas para ajudar no sustento da minha família. Com o passar do tempo passei a ser cabo de turma onde trabalhava com destreza na lavoura de cacau, foi muito difícil pelo fato de ser mulher, já que os homens eram mais procurados para esse tipo de serviço. O acesso à educação era difícil, meu primeiro professor foi Malzebeque, ele morava no Japú, e era parente de Nezinho Cândido. Na época as doenças eram tratadas com remédios caseiros e rezas. A alimentação era mais saudável por que a maioria dos alimentos do sustento da família vinha das próprias propriedades e os rios tinham peixes em abundância. Naquele tempo aprender a cozinhar era obrigação das mulheres e o catolicismo era a religião que predominava, com o passar do tempo foram surgindo outras religiões. Para retornar de Ilhéus até a fazenda onde eu morava o único percurso possível era atravessar o rio cachoeira e seguir pelas fazendas de cacau. Um dia voltando para casa, o sol já havia se posto e a noite escurecia a minha visão por entre as fazendas, quando no meio do caminho avistei uma caixa com várias velas acesas ao redor, passei direto e não olhei para trás por que tive medo de ser alguma assombração, então fui para casa, (naquela época as crenças eram muito

predominantes e presentes na imaginação das pessoas). No outro dia fui observar o local do ocorrido e para minha surpresa verifiquei que aquilo que eu havia visto era apenas um tronco envelhecido cheio de vagalumes e lagartas que pareciam com velas acesas. Sou católica até nos dias de hoje, vejo o Salobrinho progredindo, mas com muitos problemas diferentes de antigamente, porém o interessante é que me considero uma pessoa honesta e querida por todos que mim conhecem na comunidade.”

**Dona Dionise.**



O mais bonito e interessante dessa história é que mesmo em meio às dificuldades e adversidades as pessoas daquela época viviam dignamente e eram honestas e felizes.

**Matéria produzida por: Valmir Filho (Rancho)**

## QUEM NUNCA SE QUESTIONOU?

### Contos ou “causos” do Salobrinho

O bairro Salobrinho infelizmente ainda é aforado, acontece que boa parcela da população não é bem esclarecida em relação ao aforamento, que nada mais é do que um imposto pago pelos moradores de

existe uma relação entre aforamento e IPTU, os dois são impostos distintos onde o IPTU (Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana) é cobrado pela prefeitura. O aforamento é cobrado

# QUEM NUNCA SE QUESTIONOU?

## Contos ou “causos” do Salobrinho

O bairro Salobrinho infelizmente ainda é aforado, acontece que boa parcela da população não é bem esclarecida em relação ao aforamento, que nada mais é do que um imposto pago pelos moradores de Salobrinho aos herdeiros (ou Senhorios) dessas terras. O Jornal Salobrinho Em Foco intrigado com essa situação entrevistou um dos Senhorios do bairro Salobrinho, Antônio Dos Santos Carvalho (Topó) com a finalidade de esclarecer um pouco para a população sobre a história do nosso bairro, e ele não hesitou em nos receber e fez o seguinte relato:

“No ano de 1900 o Senhor Archanjo Francisco de Carvalho tomou posse e solicitou junto ao INTERBA (Instituto de Terras do Estado da Bahia) a planta dessas terras, na época conhecida como, Lugar: Rio Cumprido. Dez anos depois de tomar a posse ele adquiriu e assinou junto ao governador do Estado da Bahia, DR. João Ferreira de Araujo a escritura do Lugar: Rio Cumprido e o nomeou como Fazenda Boa Vista, essa escritura se encontra na Delegacia de Terras do Estado da Bahia. Na década de 1940 a fazenda Boa Vista começou a ganhar forma, foram chegando os primeiros moradores que recebiam as terras através de doações feitas por João Francisco de Carvalho, irmão e sucessor de Archanjo Francisco de Carvalho que já havia falecido. Posteriormente a fazenda Boa Vista começou a ser conhecida como Salobrinho, ninguém sabe ao certo informar o porquê desse nome, o que se sabe é que Salobrinho era o nome de uma fazenda próxima à fazenda Boa Vista (hoje conhecida como Fazenda Bataclan) que na época ficou conhecida como Salobrinho velho e a fazenda Boa Vista como Salobrinho novo. O pagamento do aforamento é obrigatório aqui em Salobrinho e em qualquer lugar, desde que o terreno seja aforado, o não pagamento do mesmo pode causar perda da posse do terreno em juízo. O aforamento é cobrado pelo Senhorio (ou proprietário) ao enfiteuta ou foreiro do terreno. Não

existe uma relação entre aforamento e IPTU, os dois são impostos distintos onde o IPTU (Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana) é cobrado pela prefeitura. O aforamento é cobrado anualmente, uma quantia por m<sup>2</sup> que poderá elevar-se de ano para ano, conforme o contrato. O Salobrinho está dividido em seis partes e tem seis herdeiros seguido de seus sucessores, cada um dos herdeiros comanda o seu quinhão.”

**Antônio Dos Santos Carvalho (Topó)**

**Senhorio da 6ª parte das terras de Salobrinho.**



Gostaríamos de informar aos leitores dessa matéria que dividimo-la em blocos, na próxima edição iremos tratar da questão da Desapropriação das terras de Salobrinho (ou Fazenda Boa Vista).

## NATUREZA VIVA

### A fauna pede socorro!

O Salobrinho é cercado por um vasto território verde, algo bastante benéfico para a população de um modo geral, porém nos deparamos com um grande problema “A caça predatória proibida” Que é considerada um crime ambiental e pode gerar pena de prisão. Infelizmente algumas pessoas ainda não têm uma consciência ambiental ou desconhecem os prejuízos advindos desse tipo de ação.

Todo o animal tem um papel importante na natureza, à ausência dos mesmos pode acarretar prejuízos inimagináveis para toda humanidade, são eles os responsáveis por manter o equilíbrio da natureza, espalham as sementes plantando as árvores, também são responsáveis por controlar a população animal, evitando assim, prejuízos nas lavouras e criações de animais ocasionados pelo excesso de espécies, etc. Sem eles a tendência é que espécie humana entre em extinção. O saruê, por exemplo, é um animal bastante caçado nas redondezas do Salobrinho, um fator que ganha uma maior relevância pelo fato de que essa espécie está ameaçada de entrar em extinção.

Enfim, Educação ambiental, uma fiscalização mais intensa e rigorosa, parcerias com instituições públicas e privadas, órgãos federais, estaduais e municipais, são fundamentais para garantir o êxito na preservação das espécies de nossa fauna e manter o equilíbrio da natureza.



Imagens do Google: Saruê (*Didelphis marsupialis*)

## CURIOSIDADES

### Você sabia?

A casa mais antiga do Salobrinho está localizada na Rua São Jorge, antiga Rodagem Velha. Ela foi construída na década de 1930, por João Borges.



Casa mais antiga do Salobrinho – Rua São Jorge

## REFLEXÃO

### Repudio a sociedade

Repudio-me da sociedade	De um sistema capitalista
Com certa intolerância	E de uma sociedade de lobos.
Desprezo à ignorância	
De quem prega a desigualdade.	Ainda assim lutamos por igualdade
Escravos da avareza	E uma política realista
Acham-se os donos do mundo	Que não tente fazer-nos de bobos.
Prepotentes e porcos imundos	
Dotados de indelicadeza.	
É a infeliz realidade	<b>JUNIO SANTOS GOMES</b>

# SALOBRINHO EM FOCO

salobrinhoemfoco@outlook.com

ILHÉUS DE 15 A 31 DE MARÇO DE 2014

5ª Edição

## POLÍTICA EM FOCO

### Showmícios, jantares e almoços para agradar a população em troca de votos.

Os comícios são uma espécie de reunião pública em que diversos candidatos realizam discursos para uma grande plateia de eleitores. Antes da edição da lei 11.300/2006 os candidatos e representantes políticos de um determinado local, tinham o costume de agradecer os ouvintes dos comícios com shows de cantores e outros artistas, comidas e bebidas de todos os tipos, enfim, transformando esses eventos em verdadeiros "showmícios".

Desde as eleições de 2000, esta prática está proibida no Brasil e em razão disso o número de pessoas que frequentavam esses "showmícios" diminuiu consideravelmente. Aqui na nossa região, a prática de showmícios disfarçados através de jantares, almoços, torneios de futebol, de dominó e festas, dentre outros, ainda é muito frequente. Mas, não é só em nosso bairro que essas práticas ainda persistem; analisando num contexto geral, observaremos que a nossa nação ou os governantes da nossa nação promovem constantemente esses eventos, e não precisamos ir muito a fundo para identifica-los; o caso mais recente que o povo precisa estar atento é a realização da copa do mundo. A reflexão é a seguinte: O governo brasileiro gastou milhares e milhares de reais com investimentos em estádios e etc. Devido a esse fator as necessidades básicas da população foram deixadas em segundo plano, ou seja, os investimentos que deveriam ser prioritários para o desenvolvimento social do país nos setores da saúde, educação, transportes, segurança pública e saneamento básico



Imagens do Google: Showmícios.

foram simplesmente ignorados.

Conscientizar a população local é dever dos cidadãos mais esclarecidos em política do nosso bairro; é preciso mostrar que a cidade e principalmente o nosso bairro, que durante anos vem sendo ignorado pelo poder público e conseqüentemente está desprovido de realizações de investimentos necessários para o nosso desenvolvimento, ainda pode sonhar com melhorias significativas, e para que tais melhorias aconteçam realmente, todos precisam se unir, se mobilizar e por fim, serem os agentes das mudanças que querem ver. Avancemos em 2014!

Materia elaborada por Valmir Filho (Rancho).

# SALOBRINHO EM FOCO

salobrinhoemfoco@outlook.com

ILHÉUS DE 31 DE MAIO A 01 DE JULHO DE 2014

6ª Edição

## POPULAÇÃO CONSCIENTE

### Não basta apenas reclamar, é necessário fazermos a nossa parte!

Considero pertinente e de crucial importância levantar reflexões sobre duas expressões muito utilizadas pelos idealizadores deste informativo na construção dos seus textos.

Refiro-me as expressões “agente de mudanças” e “avancemos!”. Observo que elas são recorrentemente empregadas em quase todas as edições do “Salobrinho em foco”; daí a ideia de ponderar acerca dessas duas expressões.

Histórica e culturalmente, vivemos o comodismo de cruzarmos os braços ou apenas reclamar e esperar que outros lutem pelo que almejamos e que defendam os ideais da coletividade. Há sempre uma pessoa ou um grupo de pessoas que se expõem e lutam para que as reivindicações e anseios da comunidade sejam alcançados e contemplados.

Aqui em nosso município, e mais especificamente em nosso bairro, esta ideia não é diferente: existe um pequeno grupo de pessoas que lutam com o objetivo de conseguir melhorias reais para a comunidade, o que já é um excelente começo, mas não é o suficiente. É fundamental que todos os moradores, associações e os representantes políticos, eleitos pelo povo, se empenhem e se unam no sentido de realmente buscar estas melhorias. Precisamos despertar em nós atitudes de cidadania e valorizar um dos seus princípios básicos, que é a garantia constitucional de exercermos a democracia, ou seja, “(...) o poder emana do povo e em seu nome é exercido.”

Não adianta legar só ao outro, querer que outros façam por nós e pela comunidade. É imprescindível que todos façam por todos. O que queremos para a nossa comunidade não depende só da luta de alguns, mas principalmente da colaboração e do empenho das nossas ações em conjunto. Daí surgiu então, o desejo de ressaltar a força contida nessas duas expressões carregadas de significado simbólico, dentro deste contexto. Não adianta só reclamar diante da situação de abandono em que se encontra o nosso bairro. Precisamos ser verdadeiramente agentes de mudanças, uma vez que, segundo o dicionário de língua portuguesa, agente é aquele que age, opera. E mudança é a ação ou efeito de mudar, transformar a realidade. O verbo transitivo avançar, por sua vez, significa “andar

para a frente, progredir”. Já que este verbo tão exaustivamente utilizado no informativo “Salobrinho em foco” está sempre empregado na primeira pessoa do plural do modo subjuntivo (avancemos!), torna explícita a convocação para a pluralização das ideias, o comprometimento de todos e o exercício das ações em conjunto. É necessário somar, unir esforços para a concretização do bem comum. É preciso abandonar a cultura do individualismo, do benefício próprio e da troca de favores e efetivarmos ações que tragam benefícios para toda a comunidade.

Assim, vejo como fundamentais e de inteligência impar o emprego dessas duas expressões que convocam a comunidade para serem, em conjunto, indivíduos que agem e operam com cidadania, pensando na coletividade e promovendo a transformação da nossa difícil realidade. Avancemos!

Autor (a) anônimo



Imagens do Google.

## Salobrinho em Foco (Especial 25/03/18) - Entrevista da eleição da Associação AMS

Realização: Rádio a Voz do Salobrinho (Impressão – 120 cópias)

Notícias da Rádio Comunitária A voz do Salobrinho / Resumos publicados online, e em breve mural.

Participe da programação da Rádio do Salobrinho / e do Face Salobrinho em Foco (colaborativo)!!

### NOTÍCIAS PRINCIPAIS DO DIA / SEMANA:

#### Eleição da associação!

Entrevistamos hoje Jorginho Azevedo, o presidente da Associação de Moradores do Salobrinho. A inscrição das chapas vai até dia 28/3, e convidamos as chapas para um *debate especial* (especial de 1º de abril hehe). Confira nessa edição essa entrevista especial!! (Está especial mesmo, gente!! Cheia de *informações úteis sobre o bairro* em geral, e outras inéditas que não couberam no horário da entrevista na rádio)

**A Associação de Mulheres do Salobrinho está voltando!!** É uma instituição tradicional, que busca a conscientização e cumprimento dos direitos da mulher. Para se filiar procure Telma (mora perto da praça), preferencialmente antes do dia 21 de abril. (Confira também informações sobre a creche na entrevista abaixo).

**Motoboy - novo serviço na praça**, com entrega de documentos, serviços bancários e mototáxi em geral. Oi 988635316 + zap 991434839

**Debate “Marielle Franco, presente! A intervenção militar e outros desdobramentos do golpe de 2016”**, dia 27 14h, local uesc (auditório de direito), realização @adusc

**Moradores estão vendendo ovos de páscoa artesanais.** Incentivamos nossos leitores a lhes dar preferência para aquecer a economia local!

**+CONFIRA MAIS NOTÍCIAS:(láaaa no final)**

---

### ENTREVISTA SOBRE A ELEIÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES COM O PRESIDENTE (JORGINHO) – Por Coringa

#### CONVOCAÇÃO OFICIAL

Edital de convocação da Eleição da associação de moradores do salobrinho 2018 - A associação de moradores de Salobrinho, através de sua diretoria e de acordo com seu estatuto convoca toda comunidade e associados para participarem, inscrevendo sua chapa para a eleição da nova diretoria que será realizada no dia 21 de abril de 2018. Os interessados deverão comparecer para inscrever suas chapas na sede da AMS, localizada na rua S. Pedro, nº 40 em frente a casa de Telma nos dias 26, 27 e 28 de março de 2018 no horário das 13h às 17h.

\*A eleição está aberta para todos os moradores! Votem com comprovante de residência e identidade na eleição atual.

É preciso estar com a zona eleitoral em ilhéus. Quem for inscrever chapas deve ter copia documentos de todos seus candidatos para anexar na associação.

#### DEFINIÇÃO

**Para que servem as associações de moradores?**

Para atender necessidades de representação, levar ao poder público o que precisamos, e trabalhar junto com o poder público.

### **Como é o estatuto da Associação do Salobrinho?**

Quando recebemos a associação em 2016, recebemos o estatuto de normas pronto pelos associados. Deixo a sugestão para que a nova diretoria o reformar e abrir para a comunidade (\*Comentário da rádio – Segundo informações, atualmente os associados pagam uma mensalidade de apenas R\$5, e têm direito a voto)

### **ELEIÇÃO**

#### **Algumas chapas já demonstraram interesse? Quantos membros?**

Cada chapa precisa de 6 membros = Presidente, vice, 1º e 2º secretários, e 1º e 2º tesoureiros. Duas chapas já mostram o interesse de inscrição (Convidaremos as chapas para um debate na rádio)

#### **Com que frequência os moradores têm se reunido?**

Em geral, trimestralmente. A comunidade tem desacreditado a participação nas reuniões por confundirem com a politicagem [antissocial] em geral. Convocamos os associados e demais moradores quanto há um certo acúmulo de pautas. É difícil reunir a comunidade, novamente proponho a próxima chapa abrir a participação para além dos associados (Nossa rádio convidará para reunião mensal antes de nosso sarau mensal na praça)

#### **Existe comissão que acompanha a eleição?**

Três membros sem vínculo com a diretoria, Telma é a presidente da comissão eleitoral (Telma acabou de nos convidar para a comissão!)

#### **Comente o ditado “associações de moradores se formam na época de eleições municipais”**

Com a proximidade das eleições municipais, o interesse pela associação cresce 90%. As atuais eleições geram um menor interesse mesmo.

#### **Existem influências do coronelismo na associação?**

Na nossa comunidade existe um pouco. Ainda bem que nas relações da associação, a democracia sempre tem falado mais alto!!

### **GESTÃO**

#### **Como descrever / avaliar a gestão Jorginho?**

Foi uma experiência árdua, porém com conquistas. Deixamos algumas questões abertas, mas com esperança pra próxima diretoria. Apesar de termos uma comunidade pouco participativa ainda, foi uma experiência boa em geral, e desejo boa sorte pra próxima diretoria!! Algumas ações que a gestão da associação fez:

- Na construção da escola municipal, abrimos um processo junto ao ministério público estadual contra o município para andamento das obras, obra essa que já foi entregue a comunidade
- Realizamos o show de prêmios dos comerciantes.
- Dialogamos com o projeto “Pensar Salobrinho” da Proex (Uesc) [\*acho que é outro nome], com recursos somando cerca de R\$200mil, que gera diversos projetos nas escolas municipais e estaduais.
- Solicitamos com a secretaria de saúde a ativação do PSF2 (posto de saúde da família 2).
- Manifestamos em cadeia de televisão os serviços prestados pelas empresas de ônibus no município
- Solicitamos ao DNIT a reforma das faixas de pedestre
- Parceria de doação de cesta básica com os estudantes da Uesc.

*Chapa eleita em 2016:* Presidente Jorginho, ViceProf Rita, 1ª Tesoureira Cida do posto, 2ª Tesoureira Janiele, 1ª Secretária Prof Márcia, 2º Secretário Móis



## Como é a relação da associação com outras instituições de cidadania?

- Relação com o VEREADOR, na época que assumimos a comunidade tinha eleito dois vereadores. A associação sempre teve uma relação cordial. (\*Nossa rádio entrevistou Tarcísio recentemente).
- Quanto ao DCE - UESC, tivemos bastante dialogo com a presidente Tamires quanto a questão das passagens Itabuna x Salobrinho, e os horários de ônibus.
- A RÁDIO COMUNITÁRIA, administrada por Rancho, sempre esteve a disposição da associação para divulgação das ações, e também denunciar descasos.
- As IGREJAS têm diversas campanhas solidárias internas, mas nunca convidaram a associação oficialmente (apenas a michele da assembleia de deus convidou para uma parceria de trabalho social de serviço médico. A igreja católica sempre esteve parceira com a associação através do projeto criart).

## **GESTÃO (Continuação) O bairro ainda é considerado fazenda? Como funciona venda de lotes (“aforamento de lotes da fazenda Boa Vista”)? E qual a influência dos herdeiros?**

O bairro não é mais considerado fazenda [inclusive divulgamos em nossa página da rádio uma pesquisa sobre o tema “Salobrinho é zona rural?”], existe uma lei municipal que denomina o Salobrinho como bairro, mas a documentação da venda de lotes denomina como fazenda boa vista (moradores não pagam IPTU, o aforamento é pago anualmente para os herdeiros. A revenda do lote ocorre com a quitação desse valor).

Sou amigo de Telma, uma das herdeiras, mas digo que o poder público deve sentar novamente com os herdeiros para solucionar a compra dessa terra, sem demandar grandes impostos a comunidade!

### **Comente a inflação de aluguéis gerada pelos alunos da Uesc**

A maioria dos estudantes vem de cidades do interior, em busca de estudo. A inflação é meio puxada porque eles também não aguentam pagar muito. Lembrando que os estudantes também aquecem o comércio local. A denominação “bairro universitário” não existe burocraticamente.

## **OUTRAS AÇÕES E ANÁLISES**

### **Existem projetos de associação comercial?**

Existe, o rancho comentou comigo o desejo de criar essa associação, também queríamos criar uma diretoria comercial na associação, fica a proposta para a próxima chapa. Fortalecer o comércio é fortalecer o bairro. Sempre tivemos apoio dos comerciantes em geral, que sempre contribuíram com a associação. (\*Segundo a ACMaceió, “Por meio de parcerias, é possível fortalecer o poder de compras, compartilhar recursos, combinar competências, dividir o ônus de realizar pesquisas tecnológicas, partilhar riscos e custos para explorar novas oportunidades e oferecer produtos com qualidade superior e diversificada”)

### **Como é a situação das escolas e creches?**

Hoje a comunidade vive um momento de tranquilidade em certos aspectos quanto as escolas, municipal e estadual, excluindo assim as questões internas de cada uma delas. A comunidade precisa urgentemente da construção da creche, a mesma já possui verba aprovada pelo governo federal, que foi destinada para outros fins no município. Há também o criart, um projeto social bastante relevante, pois ela dá uma ocupação para as crianças do turno oposto da escola, com atividades culturais, refeições e apresentações.

### **Comente as recentes quedas de luz.**

A energia tem deixado a desejar, reunimos com a reitora da uesc pra comunicar a Coelba nossa mútua insatisfação. A informação que recebemos é que é uma deficiência estadual, o ministério de minas e energia realizou testes uma usina próxima, que pode estar causando essas quedas. Enquanto isso, a comunidade sofre (\*Alguns colaboradores da rádio informaram cabos rompidos na beira rio. Outros, que se trata de uma necessidade de modernização, pois nossa rede supostamente acomoda o condomínio, atacados, uesc, etc. Há ainda quem ressalte o interesse de privatizações atual!! Marcamos a Coelba, caso ela deseje se manifestar aqui)

### **Comente a compra de votos das eleições em geral**

Esse crime acontece no país inteiro! Nossa associação tenta inibir essa prática, pois ela trabalha com o pobre sem a discussão boca a boca real. **(\*Nossa rádio lembra que o voto é sigiloso, portanto você pode aceitar o valor oferecido pela compra de seu voto – e votar em outro!!)**

## ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES

**Mensagem pra comunidade**, sozinhos não somos nada, uma andorinha só não faz verão, **devemos pensar em coletivo!** Eleição está completamente aberta, devemos mostrar força e acabar com pensamento individualista. A politicagem deve ser deixada de lado para atender demandas reais da população. Devemos ter uma política mais eficaz. Peço perdão por quaisquer erros nesses dois anos de gestão! *Fizemos nosso melhor enquanto trabalho voluntário!*

### **Comentário final do repórter – Tempos difíceis estão surgindo!!**

Gostaria de trazer uma citação oportuna, reforçando que haverá um debate sobre a morte de Mariella na Uesc (a vereadora que morreu após entrar para a comissão de fiscalização da intervenção militar no Rio) - "**Com o golpe de 1964**, as associações foram fortemente combatidas pelo regime que se implantava, **muitos líderes comunitários foram presos e espancados**, sedes das associações foram invadidas, metralhadas, tiveram seus materiais apreendidos e foram fechadas". *Fiquemos espertos, tempos difíceis estão surgindo!!*

*Convidamos as **chapas** para um **debate especial** no Dia da Mentira, no programa Radi(ação) – O programa que dá voz ao cidadão!!*

### **CONFIRA MAIS NOTÍCIAS AQUI E ONLINE!!**

#### **ESPORTE – AULAS GRATUITAS** na uesc!!

JiuJitsu, yoga, TaiChiChuan, dança, capoeira, natação, skate etc Participe vc também!! A uesc tbm é sua 😊;) Informações:

<https://www.facebook.com/groups/565528710187897/permalink/1872507552823333/>

Grupo para anúncio de aluguéis FB.com/groups/semreto.uesc/

### **RECICLAGEM**

**Dona gracinha pede doações para telhado** para armazenar *PETs e latinhas* que recolhe dos moradores de carrinho. Apoie você também, Reciclagem Dois Irmãos (Beira Rio, contato 988620652 )

*Coleta de óleo*, procure Maria do Mingau ou a mãe de Adriana Angelita

*Coletamos pilhas velhas* na sede da rádio!! [\*Um documentário com Gracinha está nas referências]

### **PROGRAMAÇÃO da Rádio Comunitária A voz do Salobrinho:**

Participe pelo face Rádio a voz do salobrinho

Ou salobrinho em foco (colaborativo)!!

Sábado a tarde ('Radi(ação)', FB.com/CoringaProducoes)

Domingo 10h (Salobrinho em Revista, com Jorge Titã)

Terça e quarta de manhã (Salobrinho Kids, com Niel e raí)

Rancho – eventualmente

Programa do negão, com Aquis Maciel em breve!! [não efetivado]

Breve teremos um mural de notícias, projeto de transmídia de nossa rádio em elaboração!!

**Apoio – Açougue Carne e cia** (Nova sede na praça!!)

## Jornal Salobrinho em Foco: Reportagem sobre o “Descaso Político” no Salobrinho

Reportagem realizada por Rafael Abade para a radiorevista Almanaque Social, gravada para a disciplina de Radiojornalismo 2018.1 (Uesc), com 2 minutos de duração. Repercussão no final sob atualização.

Você sabia que o Salobrinho possui 14 mil habitantes? Essa é a estimativa feita pela associação de moradores, que reclama da falta de ações locais da prefeitura. Para entender melhor o descaso político neste bairro, vizinho a nossa Universidade de Santa Cruz, fizemos esta reportagem investigativa.

O Salobrinho cresceu com a doação de lotes da antiga Fazenda Boa vista, crescimento que aconteceu sem planejamento de infraestrutura. O bairro ainda sofre com a precariedade de serviços básicos, como saúde, transporte, saneamento, energia, comunicação e desunião dos moradores.

Uma das explicações para esses problemas é que a maioria dos lotes ainda são considerados como fazenda até hoje. Assim, os moradores não pagam o imposto IPTU, mas o “Aforamento”, que é uma taxa paga aos herdeiros da fazenda. Essa taxa gera muitas discussões entre os moradores, que cobram negociação da prefeitura. Entrevistamos o morador conhecido como “Topó”, um dos herdeiros da fazenda, que comentou a importância da união dos moradores para regularização burocrática e solução desses problemas.

**Rafael:** Como foi esse processo, negociação da prefeitura para desapropriação?

**Topó:** Já teve uma reunião na Uesc, veio vice-prefeito, secretário, [Jamil Oklé], [agente do banco Caixa, etc.]. O que queriam fazer não aceitamos porque iríamos sair perdendo. Prefeito nenhum nunca teve interesse na desapropriação do Salobrinho, agora quando chega política, inventam que vão desapropriar, mas eles não têm interesse na desapropriação. Agora o povo sim, a população tem interesse que seja desapropriada, quer a desapropriação, porque é bem para eles, se quiser comprar uma casa pela caixa, você não compra, porque não tem escritura, e se tiver não pode registrar a escritura. Agora a minha área eu quero desapropriar.

**Rafael:** Entrevistamos também a moradora Zenilda, ex-administradora local da prefeitura no bairro, que nos explicou como a falta do IPTU e de votos influencia no descaso político que o bairro sofre.

**Zenilda:** Olha chegou muito IPTU para pagar, mas o povo não pagou, porque aqui além de ser fazenda, nós pagamos o aforamento, a prefeitura como vai cobrar IPTU, se aqui é uma fazenda? E o aforamento é os herdeiros que cobram, mas também não temos benefício por parte deles, e o salobrinho fica a desejar. Banco da Vitória e outros bairros pagam IPTU, como vamos reivindicar se não temos nada? Só temos o voto. Tem que ter um cadastramento, pra saber quem vota aqui, quem vota em Ilhéus, pra ficar mais certo [Rafael: TRE tem caravana de cadastramento], Eles mesmo podem fazer pesquisa, porque tem muitos aqui que votam em Itabuna! E o que a prefeitura tira daqui é os votos, porque é único benefício que recebe daqui.

**Rafael:** Ainda segundo a ex-administradora do bairro, a Universidade Estadual de Santa Cruz possui ações importantes para o bairro, como a geração de empregos, aluguéis de moradias e projetos de extensão, e não é responsável pelo descaso político que o bairro sofre.

**Zenilda:** A Uesc não tem obrigação de fazer nada aqui, porque de trabalhos e investir aqui, isso é trabalho do poder público. Porque um projeto tudo bem, um curso, porque também né... mas coisas maiores, como a prefeitura, isso não é dever da Uesc, é da prefeitura. Agora de projetos como eles dizem, um projeto grande assim não tem não, não tem como mostrar porque eu nunca vi, mas projetos grandes, eu não conheço.

**Rafael:** Faça você também sua parte!! Participe das reuniões de moradores de seu bairro, regularize seu título eleitoral e exercite sua cidadania, que é o direito de ser ativo nas decisões da sua vizinhança. Você ouviu uma reportagem por Rafael Abade, da Rádio A voz do Salobrinho.

**REPERCUSSÃO:** a reportagem foi inicialmente apresentada numa reunião de 2018 na Associação de Moradores. O ex-vereador James comentou que o bairro já é legalmente urbano e vinculado a Ilhéus. Josa da Proex comentou que a Associação de moradores aponta demandas para a Proex desde 2013, e destacou a importância de projetos como o “Jovem Bem de Vida” (saúde).

Procuramos também os herdeiros Carlinhos e Telma, que indicaram Hermínio para comentar a reportagem. Ex-representante legal dos herdeiros na reunião, ele chegou a aceitar analisar a reportagem, mas perdemos seu contato antes desta publicação final (a página da rádio e grupo no Facebook continuarão disponíveis para a repercussão). Outra fonte jurídica anônima comentou uma possível resolução das desapropriações e pediu a não publicação.

**Você sabia?** A equipe da rádio do salobrinho já havia entrevistado Topó em dezembro de 2013, no jornal comunitário Salobrinho em Foco (disponível nos apêndices de nossa monografia).

## Apêndice J – Plano de negócios de 2018

### Plano de negócios: Rádio–poste A voz do Salobrinho (2018) \*Pré-monografia (desatualizado!)

Alunos: Rafael Abade e Marília Souza / Orientação: Prof. Dr. Alfredo Dib

Este plano de negócios foi criado como atividade avaliativa para a disciplina de mercadologia e gestão, do curso de Comunicação Social com Rádio e TV, elaborado sob a orientação do Prof. Dr. Alfredo Dib (avaliado com nota máxima - 10), e organizado conforme o modelo proposto pela SEBRAE–MG (2013). Foi redigido por Rafael Abade, ex–locutor e atualmente pesquisador da Rádio–poste A voz do Salobrinho (2017/2018); e revisado por Marília Souza, colega de comunicação social, após duas visitas técnicas com observação participante, filmagens e revisão bibliográfica de mercadologia e gestão.

Além disso, também acompanha como apêndice a monografia Comunicação Comunitária e a Rádio–poste A voz do Salobrinho; celebrando o segundo ano de transição da instituição, anteriormente clandestina e **em busca de legitimação como emissora comunitária** / ONG. Sua intenção é meramente acadêmica (avaliativa), e sua possível implantação real deverá receber um planejamento financeiro apurado. \*Em 2021, um novo projeto do radi(ação) está em elaboração.

## 1 – Sumário Executivo

### 1.1 – Metodologias e bibliografia utilizada

A metodologia se baseou em dois anos de observação participante, pesquisa documental e bibliográfica (monografia). A principal obra consultada neste plano de negócios foi a apostila resumida e crítica “Para fazer Rádio Comunitária com “C” maiúsculo” (GIRARDI E JACOBUS, 2009). Para maior embasamento de mercadologia e gestão, foram consultadas obras de marketing (COBRA, 1997; RIES e TROUT, 2005); marketing cultural (COSTA, 2004; GODOY, 2008) e administração (MAXIMINIANO, 2009). Este trabalho não contempla sua possível implantação real, com apuramento dos valores financeiros.

### 1.2 – Dados do empreendimento

A *Rádio A voz do Salobrinho* é uma **rádio livre** (emissora não–legalizada democratizante), transmitida em caixas de som nos postes das principais ruas do bairro. Devido suas emissões essencialmente impositivas, a adequação aos valores da comunicação comunitária permitiu uma programação mais ética, libertadora e legitimada pela interação social participante. Outras **ações transmidiáticas** desenvolvidas pela equipe incluem um portal colaborativo online, um jornal semanal (2017), apoio a eventos, e campanhas de utilidade pública. Atualmente, é patrocinada e dirigida por um comerciante do bairro, e sua equipe é formada por um administrador e três radialistas voluntários principais.

### 1.3 – Missão, visão e valores

**Missão:** A rádio comunitária tem como missão incentivar a **comunicação comunitária**, transmitindo conteúdos que estimulem as pessoas da comunidade a ter uma percepção crítica e integrativa sobre sua realidade social, prestando serviços de utilidade pública regional, programação semanal informativa e cultural.

**Visão:** Estabilizar a estruturação da instituição e equipe, de acordo com a legislação de radiodifusão comunitária. Alcançar a legitimação e ser referência em comunicação comunitária no Salobrinho.

**Valores:** Defendemos a liberdade de expressão como direito humano e propagador da cidadania, buscando conhecer a opinião do cidadão da comunidade na programação, bem como oportunizar sua expressão de ideias e propostas.

### 1.4 – Dados da equipe e atribuições

**Valmir Filho (Rancho):** É o diretor executivo e dono dos equipamentos da rádio. Responsável pela manutenção física da instituição, alocação de radialistas na programação e coordenação das campanhas de utilidade pública. Também é dono do Açougue Carne e Cia, única empresa apoiadora atualmente. Segundo as funções categorizadas por DIB (2018), atua no nível institucional, acumulando funções de representação (oficial), liderança, empreendedorismo, monitoria e resolução de conflitos.

**Jorge Titã:** É o locutor do principal programa da rádio, “Salobrinho em Revista”. Atua nos níveis intermediário e operacional, acumulando papéis de capacitação e representação (cerimonial).

**Rafael “Coringa”:** Atua como pesquisador (monografia). Atuou como radialista de 2017 a Junho de 2018, atuando ocasionalmente no nível intermediário, com as funções de representação (página oficial e colaborativa *online*), monitoria (auxiliar), resolução de conflitos (auxiliar), apoio a eventos locais, e redator do *Salobrinho Urgente* (2017).

**Marília Souza:** Aluna de comunicação social, atuou no nível operacional na produção de dois vídeos da disciplina de mercadologia (Vídeo Institucional Rap da rádio e Minidoc Comunicação Comunitária), além da revisão deste plano de negócios.

**Outros moradores:** Destacamos Junio Santos Gomes (moderador da página colaborativa Salobrinho em Foco, e ex redator do Jornal Salobrinho em Foco), Daniel (secretário e operador de som voluntário), André e Jéssica (zeladores), Dinho e Tonhão (eletricistas), Nilton Ramos (ex administrador em 2018), além dos demais moradores que contribuem eventualmente na programação.

### 1.5 – Análise jurídica

A existência da rádio é um caso burocrático especial, recebendo poucas ameaças governamentais de fechamento, sendo implantada num período de transição de “fazenda” para “bairro municipal” (aforamento). A rádio busca a longo prazo a adequação total na lei 9.612 / 98 (lei das rádios comunitárias), que regulamenta a radiodifusão de baixa frequência (em outras palavras, tecnicamente só são consideradas rádios comunitárias de fato as emissoras autorizadas para transmissão FM de baixa potência, num raio estimado de um quilômetro. A lei também determina princípios éticos de gestão participativa, comunicação comunitária e cidadã democrática, programação musical variada, apoio comercial local, entre outros). Atualmente a rádio pode ser classificada como “rádio livre” termo preferido por alguns autores (GIRARDI e JACOBUS, 2009; COGO, 1998; VIGIL, [2003]) para denominar emissoras não legalizadas, sendo seu modo de transmissão pelos postes e online (Interrompida em 2018).

Os problemas das rádios comunitárias não são exclusivos do bairro pesquisado. Girardi e Jacobus (2009) e Vigíl ([2003]) apontam que a grande maioria possui influência de grupos comerciais, políticos ou religiosos, característica que compromete seu potencial neutro. O problema se agrava quando essas emissoras são transmitidas impositivamente nos postes dos bairros, não deixando ao morador a alternativa de trocar ou desligar a programação. O incentivo da comunicação comunitária e gestão participativa foram algumas das decisões da equipe, como alternativas para uma programação ética e democrática. Em 2018, estabeleceram-se parcerias com a Associação de Moradores (a legislação das rádios comunitárias também necessita que a equipe seja supervisionada por associação civil local), adquirindo legitimidade como emissora comunitária; legitimidade mais ética que a legalização (cf. COGO, 1998, p.15).

Outra interface teórica possível é a da classificação como terceiro setor (cf. GODOY, 2008). Segundo o projeto monográfico “O trabalho voluntário no Brasil: Ato humanitário ou exploração da força de trabalho?”, Mendes (2018) afirma que o distanciamento do estado das questões sociais impulsionou o surgimento das organizações não-governamentais, que ganhou apoio das empresas privadas (mesmo que elas mesmas sejam as criadoras dessas instituições solidárias, como é o caso da rádio em questão). Ainda segundo o autor, o principal retorno para a empresa contribuinte é o retorno em forma de propaganda positiva para a sociedade. Em caso de doações para outros institutos legalizados, acontece ainda o “desconto na cobrança do imposto de renda para pessoas físicas ou jurídicas que doam recursos para o funcionamento de ONG ou institutos” (MENDES, 2018, p.5). Sobre essa questão, Girardi e Jacobus (2009, p.21) apontam um desinteresse do estado na perda da hegemonia pública:

No Art. 223 está escrito: “deve ser observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”. Para simplificar, significa que o povo brasileiro tem o direito de ter e gerir um **sistema público não-estatal de informação, comunicação e cultura**. Como, de lá para cá, os governos jamais respeitaram este direito, foi e continua sendo necessário conquistá-lo [grifo dos autores].

Assim, o desconhecimento dos caminhos legais contribui para que a grande maioria das emissoras comunitárias brasileiras não usufrua desse incentivo fiscal, além do lobby constante para que a lei das rádios comunitárias continue com limitações financeiras (como a limitação da publicidade como apoios culturais locais, impedimento de formação de redes, pagamento de direitos autorais musicais, etc.) (cf. SILVEIRA, 2018).

### 1.6 – Fonte de recursos

A rádio se mantém com um padrão de financiamento básico, visto que trabalha com a aparelhagem mínima e mão de obra voluntária. Ocorre como o **mecenato** (Costa, 2004; Godoy, 2008), forma de financiamento cultural consagrada desde tempos antigos, em que um patrocinador único abrigava e/ou sustentava um artista (geralmente pintores ou músicos). Outra demanda é a regulação de taxas da veiculação de músicas, atualmente veiculadas sem fins lucrativos (lei 9.610/98, Art. 46/VI).

A abertura a novas formas de recursos pode melhorar a qualidade das ações da rádio. VIGIL (2003, p. 387) apresenta uma abordagem inversa interessante, definindo as rádios comunitárias excluindo o que elas não são: Determinar que as rádios comunitárias devem ser proibidas de formar redes e permanecer em frequências baixas significaria concluir que não teriam condições de crescer sua importância para além de 1 km. Além disso, o caráter maioritariamente voluntário não deveria ser usado como desculpa para a falta de profissionalismo e compromisso. Nesse contexto, **outras formas de financiamento** podem complementar a renda dos limitados anunciantes locais: leis de incentivo cultural (como a lei *rouanet*), colaboração dos ouvintes, realização de outras iniciativas artísticas paralelas (como eventos), etc.

## 2 – Análise de mercado

### 2.1 – Identificação da audiência e perfis de ouvintes

A **audiência** da rádio-poste se dá pela quantidade de pedestres ouvintes das caixas de som espalhadas pelo bairro, sendo sua maior audiência durante os finais de semana.

A **população total do Salobrinho** possui estimativas incertas. O último censo do IBGE (2010) divulgou *online* apenas a população total de Ilhéus. Segundo estimativas da Associação de Moradores e agentes do posto de saúde, são mais de 14 mil habitantes – cálculo que chega a 15 mil, segundo a administradora local da prefeitura. Pelas imagens aéreas divulgadas por satélite (GOOGLE MAPS, 2010), é possível estimar uma máxima de 10 mil habitantes, baseada na quantidade de habitações visíveis.

Três **perfis de ouvintes** principais foram constatados desde as primeiras semanas de contato com a rádio: Os moradores, os universitários (moradores temporários) e os trabalhadores rurais (em trânsito, como é o caso do ouvinte participante Joselito). Segundo Cogo (1998), é preciso considerar os diversos **fatores que influenciam na recepção** (seja ela participativa, andando nas

ruas ou sentada na praça), como os períodos que escutam a programação, idade, escolaridade, gênero, renda familiar, hábitos de consumo informativo, participação nas ações coletivas do bairro, entre outros. Por exemplo, distinguem-se particularmente os protestantes: Alguns gostam da programação e até participam; outros evitam a chamada programação “secular”, justificando de que somente as músicas cristãs ou com outras letras positivas devem ser apreciadas.

### 2.3 – Estudo dos concorrentes e substitutos

O diagrama de Porter (COBRA, 1997) mostra que o sucesso do serviço está ligado aos serviços substitutos e concorrentes (além dos fornecedores e clientela, anteriormente analisada). Assim, **plataformas substitutas** da rádio são utilizadas, e até preferidas, por grande parte dos moradores, como é o caso da mais rápida nos grupos de *WhatsApp* locais; além da comunicação comunitária ocorrer em outros meios como cartazes, panfletos, carros de som e principalmente oralmente.

As grandes rádios, televisões, jornais e *blogs* da região raramente cobrem as notícias do Salobrinho, provavelmente pelo descaso da grande mídia com as periferias. Assim, em termos de mídia regional, não representam **concorrência** direta, e é formada uma espécie de polo local de informações (através da parceria da rádio com o grupo *online* colaborativo Salobrinho em foco):

“Sem ilusão de competir com os meios de comunicação de massa (...), pode ser apoiada na crítica dos meios e se estender a atividades de **contrainformação** ou de comunicação alternativa (...), para permitir uma maior participação dos grupos interessados em trono de diversas ações comunicativas“ THIOLENT (1998, p. 78).

## 3 – Plano de Marketing

### 3.1 – Descrição dos principais produtos e serviços

A **programação atual** da rádio é concentrada nos finais de semana, períodos com maior audiência nas ruas. Durante a semana, é veiculada a programação musical automática. No domingo, Jorge Titã e aprendizes transmitem o “Salobrinho em revista”, com músicas, informações e promoções. Nos sábados de 2017, Rafael foi locutor do programa “Radi(ação)”, com jornalismo interpretativo, incentivo da cidadania e participação dos moradores, programação musical provocante e leitura de crônicas. Eventualmente, Valmir Filho “Rancho” participa nas manhãs que abre a rádio, lendo os recados que recebe no *WhatsApp*. Dias comemorativos recebem programação específica, com músicas tematizadas, promoções, leitura de crônicas, entrevistas etc.

O meio de **discussão online** mais unificado do bairro é o grupo do *Facebook* “Salobrinho em Foco”, com mais de 2800 membros, criado após o sucesso do primeiro jornal do bairro (antigamente realizado pela da equipe da rádio, ainda sob parceria dessa). É atualizado colaborativamente pelos próprios moradores – os mais experientes em informática consultam o grupo diretamente, outros apenas o visualizam de acordo com o que aparece em sua linha do tempo do *Facebook*.



### 3.2 – Preço

A programação é transmitida gratuitamente nas ruas. Inicialmente, a rádio foi implantada na comunidade através da transmissão excessiva de anúncios comerciais (cerca de um anúncio para cada três músicas). Atualmente, a estrutura da rádio é bancada pelo açougueiro Valmir Filho “Rancho”, geralmente mencionado a cada duas horas na programação informativa.

### 3.3 – Estratégias promocionais

Durante as entrevistas do minidocumentário Comunicação Comunitária, moradores afirmaram que pagariam até R\$5,00 por unidade do antigo **jornal quinzenal**, sob venda direta, com a compilação de recados que recebemos na rádio e veiculação de anúncios.

Outra opção é a venda de alimentos e bebidas em **evento mensal** realizado mensalmente na praça, como aconteceu com o Sarau dos Finados, realizado pela equipe em 2017.

A **criação de cartazes** com a programação da rádio e venda de espaço publicitária é outra alternativa considerada, visto que a rádio se orgulha de manter uma programação sem anúncios sonoros (algumas vezes, o açougue cria **promoções** para os ouvintes).

## 4 – Plano Operacional

### 4.1 – Estrutura física

A rádio–poste é transmitida nas ruas do bairro, por 5 mil metros de cabos, ligados a cerca de 30 caixas de som, sendo sete distribuídas nas principais ruas do bairro e uma na praça (GOOGLE MAPS, 2018). O estúdio funciona com equipamentos básicos (amplificador, mesa de som, microfone, computador, armário e ventilador):

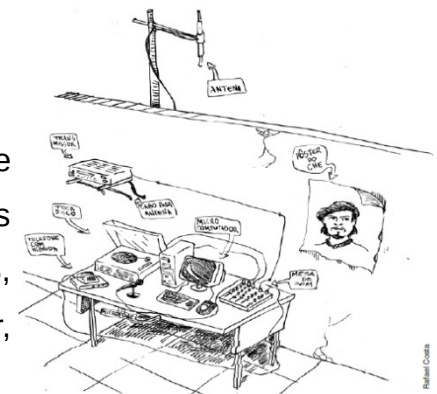


Figura: Girardi e Jacobus (org.), 2009

A **transmissão online** da rádio foi interrompida em 2018, e como a implantação da transmissão FM de baixa frequência está longe de acontecer, a única recepção que obtém tem sido a dos pedestres. Em 2020, a equipe planeja montar uma **antena** transmissora na rua do ouro (próxima à casa do diretor, e com maior transmissão devido a altura da ladeira). Segundo Gerardi e Jacobus (2009, p.17), “Com 4 a 5 mil reais já é possível montar uma boa rádio – um kit completo para transmissão, com transmissor de 25W, gerador de estéreo, cabos e antena sai por uns 2 mil reais [...] de acordo com a possibilidade de investimento”.

### 4.2 – Sugestão imediata: Parceria com a Rádio Uesc

[Trecho ocultado por acordo de retransmissão não concretizado]

## BIBLIOGRAFIA


\* Bibliografia consultada de Mercadologia e Gestão incluída na seção Referências

## Apêndice K – Cartaz “Tá vindo essa caixinha?”

### TÁ VENDO ESSA CAIXINHA?

Tá vindo essa caixinha de som aqui nos postes? Ela é sua, ela é minha, ela é da comunidade! **Rádio-poste A voz do Salobrinho** é uma rádio-livre participativa (onde você manda recadinhos, traz temas pra gente debater, e se não é fã da nossa programação... pode até colaborar com o seu próprio programa!).

Nosso programa principal é o “Salobrinho em Revista” – **ao vivo nos domingos 10h-12h**, com o locutor Jorge Titã (Zap 98884-5863). Atualmente, é administrada por Rancho sem fins lucrativos, e se mantém com colaborações! (Ou seja, comprando no Açougue Carne e Cia você já está ajudando hehe)



Participe também do **grupo do Facebook Salobrinho em Foco** e curta nossa página de rádio para ficar por dentro de tudo! **PELO FIM DO MONOPÓLIO DA MÍDIA... RÁDIO A VOZ DO SALOBRINHO, DANDO A VOZ AO CIDADÃO!**

Apóio: Açougue Carne e Cia, Associação de Moradores AMS e Facebook.com/CoringaProdutocres

### PARTICIPE VOCÊ TAMBÉM!!

**Rap da Rádio poste do Salobrinho:**

Seja **bem vindo(a) à rádio**, Salobrinho!! O estúdio é apertadinho, e é grande o coração! Aqui que a gente faz uns barulhinho, [*\*próximo ao restaurante de Cota, ao lado do armazinho*] Às vezes *incomoda, mas é boa a intenção!* Eu sei que não é sempre que te agrada Ouvir um locutor, que *fala fala* sem parar Depois a gente anda nas *quebrada* Querendo descobrir o que você quer escutar [*Pode pedir música?*]

Eu quero ouvir, “*Amigo Locutor*”:  
**Matheus Luna** e Cijay, **InsaObre** e OQuadro  
 Aqui eu já ouvi tudo de bom!  
 Toca gente regional, muito som bom pra cuca  
 E domingo, Jorge Titã toca as antigas  
 Tem de tudo: instrumental, *flashback* e MPB  
 No programa “Salobrinho em Revista”  
*Maravilha, maravilha!* Todo mundo quer saber!

Participe você também:  
 Em todas ruas que têm a caixinha  
 Você pode enviar um recadinho, ou um *louvor*  
 Trazer um tema massa pra **debate!**  
 Ou *estagiar* com a gente, e aprender com amor!  
 Porque **aqui a rádio é diferente!**  
 Quase não tem *propaganda*, nem *político mandão*  
 Então pode vir, e cola com a gente!!

**Rádio A voz do Salobrinho, dando a voz ao cidadão!** [Rap: Rafael Coringa]  
 (Vídeo clipe do rap disponível no site YouTube.com)

Você sabe o que é uma rádio “**comunitária**” de verdade?  
“diferentes das FM “comunitárias”, vide lei 9.612/98

Quando uma emissora promove a **participação** dos cidadãos e defende seus interesses; quando responde aos gostos da maioria e faz do bom humor e da **esperança** a sua primeira proposta; quando informa com verdade; quando ajuda a resolver os mil e um problemas da vida cotidiana; quando 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 **mulher protagoniza** a comunicação e não é uma simples voz decorativa ou uma propaganda publicitária; quando não se tolera nenhuma ditadura imposta pelas gravadoras, nem mesmo a musical; quando a palavra de todos voa sem discriminações ou **censuras**; essa é uma rádio **comunitária** (VIGIL – Manual Urgente para Radialistas Apaixonados, pag.406).

Cartaz elaborado para incentivo da participação na rádio, e colado no corredor do curso de comunicação social – rádio e TV da Uesc. Originalmente foi planejado para ser colado nas paredes do bairro, o que não se concretizou pelo tempo hábil da entrega da monografia.

\*O slogan da rádio “dando a voz ao cidadão” foi alterado para “é a voz do cidadão”.

## Apêndice L – Imagens diversas dos slides de defesa da monografia



Legenda (da esquerda para direita):

1 – Capa do slide de defesa da monografia  
(Fonte: Agência Mural – SP, adaptado)

2 – Imagem aérea do Salobrinho usada no slide  
(Fonte: José Nasaí, 2016, adaptado)

3 – Foto da banca de defesa da monografia  
(Prof.<sup>a</sup> Verbena, parecerista; Marilene “Mari doce”, moradora; autor e seus pais; Jorge Titã, locutor)

4 – Levantamento da comunicação comunitária visual do Salobrinho, mencionada na introdução sem destaque devido o enfoque para o rádio. Incluiu cartazes militantes, religiosos, imobiliários, alimentícios, profissionalizantes, festivos (“kitsch”), musicais e políticos (elaborado pelo autor). Inspiraram o cartaz da rádio (APÊNDICE K).

5 – Apresentação do capítulo 3 como artigo do GP de cidadania do Intercom 2020 (virtual).



**\*Contatos do autor:** Rafael Abade Ribeiro - cadeiradorafael@gmail.com

Currículo: <http://lattes.cnpq.br/0641259076863045> + Portfólio / blog: [FB.com/CoringaProducoes](https://www.facebook.com/CoringaProducoes)