



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**  
Centro de Educação e Humanidades  
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense

Thiago Pereira Regotto de Oliveira

**Que rádio é esse?: memórias, questionamentos e perspectivas  
do rádio não-comercial brasileiro**

Duque de Caxias

2015

Thiago Pereira Regotto de Oliveira

**Que Rádio é Esse?: memórias, questionamentos e  
perspectivas do rádio não-comercial brasileiro**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção ao título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas, da Universidade do Estado de Rio de Janeiro. Área de Concentração: Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas.

Orientador: Prof. Dr. Mauro José Sá Rego Costa

Duque de Caxias

2015

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/C

O48 Tese	<p>Oliveira, Thiago Pereira Regotto de Que Rádio é esse?: memórias, questionamentos e perspectivas do rádio não-comercial brasileiro / Thiago Pereira Regotto de Oliveira - 2015. 74f.</p> <p>Orientador: Mauro José Sá Rego Costa</p> <p>Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.</p> <p>1. Radio - Teses. 2. Comunicação e Cultura - Teses. I. Costa, Mauro José Sá Rego. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. III. Título.</p> <p>CDU.654.19</p>
-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Bibliotecária: Lucia Andrade – CRB7/5272

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

-----  
Assinatura

-----  
Data

Thiago Pereira Regotto de Oliveira

**Que Rádio é Esse?: memórias, questionamentos e  
perspectivas do rádio não-comercial brasileiro**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre ao Programa de em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração:

Aprovada em 14 de outubro de 2015.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Mauro José Sá Rego Costa (Orientador)  
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense – UERJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Alita Villas Boas de Sá Rego  
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense – UERJ

---

Prof. Dr. Leonel Azevedo de Aguiar  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Duque de Caxias

2015

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha família: os meus pais, Romeu e Inez, a minha esposa Pollyana.  
Agradeço ao meu orientador Mauro Costa pela realização e finalização deste trabalho.  
Obrigado!

“No caminho da montanha que a humanidade vai subindo, não há um passo  
que os antecessores tenham preparado.”

*Edgar Roquette-Pinto*

## RESUMO

REGOTTO, Thiago. *Que Rádio é esse?: memórias, questionamentos e perspectivas do rádio não-comercial brasileiro*. 2015. 78f. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) – Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2015.

Em tempos de globalização, convergência de mídias e redes de rádio por satélite a importância das emissoras públicas, educativas e comunitárias na manutenção de um senso de pertencimento cultural e social a uma comunidade, localidade, região ou país é de grande relevância. O rádio no Brasil tornou-se nas últimas décadas um veículo praticamente restrito aos interesses comerciais, deixando de lado outras funções possíveis, tais como seu uso para a educação. Um papel também das rádios não-comerciais neste novo momento, onde as velhas e as novas mídias colidem, pode garantir condições a uma maior variedade e pluralidade na emissão de vozes e opiniões por grupos e coletivos representados a nível local, estadual, regional e nacional, o que pode ajudar uma democratização da participação política. O uso rádio para a educação, para a difusão cultural, para experimentações sonoras e todo e qualquer outro fim que não tivesse espaço no mercado privado, são a alma desta outra forma de fazer rádio. Mesmo existindo há muito tempo, a forma de financiamento dependente do Estado e as influências do governante no poder, sempre frearam e até mesmo zeraram todas as expectativas e avanços deste rádio não-comercial. Com este potencial de criação e crescimento e esta história fragmentada, o rádio não-comercial chegou ao século XXI e precisa ser repensado neste novo contexto que vivemos. Outro ponto fundamental nesta reflexão é o questionamento sobre que tipo de emissora pública realmente existe no país. Verifica-se na verdade um movimento nesse sentido a partir do começo dos anos 2000, quando emissoras de rádio e televisão mantidas pelo Estado passaram a se autoproclamar como públicas. Mas o que as diferencia como públicas e não como estatais? Uma emissora ao se tornar pública deixa de ser educativa? Para explorar esta história, vamos partir de alguns conceitos gerais para pontuar nosso trajeto, logo depois vamos visitar alguns conceitos da palavra público e por último serão apresentados 3 estudos de casos.

Palavras-chave: Comunicação Pública. Rádio. Educação. Cultura.

## ABSTRACT

REGOTTO, Thiago. *Which radio is this?: memories, questions and perspectives of Brazilian non-commercial radio*. 2015. 78f. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) – Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2015.

In times of globalization, media convergence and satellite radio networks, the importance of public, educational and community broadcasters in maintaining a sense of cultural and social belonging to a community, locality, region or country is of great relevance. The radio in Brazil has become in the last decades a vehicle practically restricted to commercial interests, leaving aside other possible functions, such as its use for education. A role also for non-commercial radio in this new moment, where old and new media collide, can guarantee conditions for a greater variety and plurality in the issuance of voices and opinions by groups and collectives represented at local, state, regional and national levels, which can help democratize political participation. The use of radio for education, for cultural dissemination, for sound experiments and any other purpose that did not have space in the private market, are the soul of this other way of making radio. Even though it has existed for a long time, the form of financing dependent on the State and the influence of the ruler in power, have always stopped and even zeroed all expectations and advances of this non-commercial radio. With this potential for creation and growth and this fragmented history, non-commercial radio has reached the 21st century and needs to be rethought in this new context that we live in. Another fundamental point in this reflection is the questioning about what type of public broadcaster really exists in the country. In fact, there has been a movement in this direction since the early 2000s, when radio and television stations maintained by the State started to self-proclaim themselves as public. But what differentiates them as public and not as state? When a broadcaster goes public, is it no longer educational? To explore this story, we will start from some general concepts to punctuate our journey, soon after we will visit some concepts of the word public and finally 3 case studies will be presented.

Keywords: Public Communication. Radio. Education. Culture.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Empresa Brasil de Comunicação (EBC) Alto Solimões.....	57
Figura 2 - Nos estúdios da rádio EBC do Alto Solimões.....	57
Figura 3 - Estúdio Rádio Casa Grande FM.....	64
Figura 4 - Sede da Fundação Casa Grande.....	64

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACERP	Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto
ANDI	Agência de Notícias dos Direitos da Infância
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands
BBC	British Broadcasting Corporation
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBC	Canadian Broadcasting Corporation
CBT	Código Brasileiro de Telecomunicações
CEDECA-BA	Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Yves de Roussan
CPB	Corporation for Public Broadcasting
DASP	Departamento Administrativo do Serviço Público
DIP	Departamento de Imprensa e Propaganda
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
EBN	Empresa Brasileira de Notícias
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
EMBRATEL	Empresa Brasileira de Telecomunicações
IMB	Instituto Memória Brasil
IRDEB	Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia
MEC	Ministério da Educação
MPB	Música Popular Brasileira
NBR	TV Nacional do Brasil
NPR	National Public Radio
PRE 8	Rádio Nacional do Rio de Janeiro
RDP	Radiodifusão Portuguesa
RTP	Rádio e TV de Portugal
RJ	Rio de Janeiro
UERJ	Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UFC	Universidade Federal do Ceará
UFES	Universidade Federal do Espírito Santo

UFG	Universidade Federal de Goiás
UFPA	Universidade Federal de Lavras
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFOP	Universidade Federal de Ouro Preto
UFP	Universidade Fernando Pessoa
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFPI	Universidade Federal do Piauí
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
UFRR	Universidade Federal de Roraima
UFSCAR	Universidade Federal de São Carlos
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria
UFU	Universidade Federal de Uberlândia
FURG	Universidade Federal do Rio Grande
UFV	Universidade Federal de Viçosa
UNICEF	Universidade Federal de Santa Maria
UNIFAP	Universidade Federal de Uberlândia
UNITIS	Universidade Federal do Rio Grande

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
<b>1 POR ONDE COMEÇAR.....</b>	<b>18</b>
<b>2 É POSSÍVEL FAZER OUTROS RÁDIOS?.....</b>	<b>26</b>
2.1 <b>Ser público.....</b>	<b>28</b>
2.1.1 <u>O serviço público no Brasil.....</u>	<u>29</u>
2.1.2 <u>A Legislação de radiodifusão e um novo marco.....</u>	<u>30</u>
2.1.3 <u>Essa tal de comunicação pública.....</u>	<u>34</u>
2.2 <b>Rádios.....</b>	<b>39</b>
2.2.1 <u>A pioneira: da Rádio Sociedade a Rádio MEC.....</u>	<u>39</u>
2.2.2 <u>Ligando o Brasil de norte a sul: a Rádio Nacional.....</u>	<u>40</u>
2.3 <b>Televisão.....</b>	<b>41</b>
2.3.1 <u>De TV Educativa a TV Brasil – as fases da televisão pública brasileira.....</u>	<u>41</u>
2.4 <b>Agência de Notícias.....</b>	<b>41</b>
2.4.1 <u>Agência Brasil.....</u>	<u>41</u>
2.4.2 <u>Radioagencia Nacional.....</u>	<u>42</u>
2.5 <b>Internet.....</b>	<b>42</b>
2.5.1 <u>O Portal EBC.....</u>	<u>42</u>
2.6 <b>Serviços.....</b>	<b>43</b>
2.6.1 <u>A Voz Do Brasil e o serviço de rádio oficial.....</u>	<u>43</u>
2.6.2 <u>TV NBR.....</u>	<u>43</u>
2.6.3 <u>Clipping.....</u>	<u>43</u>
2.7 <b>Modelos de programação de rádios não comercial.....</b>	<b>44</b>
2.7.1 <u>A raiz educativa.....</u>	<u>47</u>
2.7.2 <u>O megafone do Estado.....</u>	<u>48</u>
2.7.3 <u>A voz da comunidade no rádio.....</u>	<u>49</u>
<b>3 POR UM OUTRO RÁDIO.....</b>	<b>51</b>
3.1.1 <u>História.....</u>	<u>52</u>
3.1.2 <u>Gestão.....</u>	<u>53</u>
3.1.3 <u>A Programação.....</u>	<u>54</u>
3.1.4 <u>O Futuro.....</u>	<u>56</u>
3.2.1 <u>História.....</u>	<u>58</u>

3.2.2 <u>Gestão</u> .....	59
3.2.3 <u>A Programação</u> .....	60
3.2.4 <u>O Futuro</u> .....	62
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	65
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	70
<b>ANEXO A - Cronologia Empresa Brasil de Comunicação</b> .....	72
<b>ANEXO B - Grade de Programação Rádio Alto Solimões Ano 2015</b> .....	73
<b>ANEXO C - Programação Casa Grande FM 104,9 Ano 2015</b> .....	74

## INTRODUÇÃO

Esta dissertação se propõe a apresentar e analisar casos de rádios não-comerciais que trabalham com educação e cultura em Periferias Urbanas, tendo como referência o projeto da Rádio MEC, desenvolvido inicialmente pelo antropólogo Edgar Roquette-Pinto. Um dos seus objetivos principais é investigar as diversas representações do rádio não-comercial no Brasil, contribuindo para a ampliação e o desenvolvimento da pesquisa sobre rádios Públicas, Educativas, Culturais, Universitárias, Estatais e Comunitárias no País, fortalecendo a criação de linguagens para uma nova espécie de rádio, que atenda a interesses educacionais, culturais, artísticos e comunitários.

Fundada em 1923 pelo antropólogo Edgard Roquette-Pinto como Rádio Sociedade, a Rádio MEC foi por muitos anos uma das poucas referências de outro tipo de rádio possível de ser feito no país. Desde 1970 até meados dos anos 80 a Rádio MEC foi à produtora e a transmissora para diversas rádios educativas do País do serviço de educação pelo rádio. No período em que a Rede Educativa de Rádios, encabeçadas pela Rádio MEC, esteve no ar muitas emissoras educativas federais, estaduais e municipais foram criadas e suas programações nasciam com base na programação da Rádio MEC. Por isso, falar dela é falar também da realidade de outras emissoras não-comerciais do país.

O meu interesse pelo assunto deu-se após quase 12 anos de trabalho na Rádio MEC. O contato diário com outro tipo de programação e com os ideais de Roquette-Pinto me despertaram o interesse de pesquisar outras emissoras educativas/culturais. O uso rádio para a educação, para a difusão cultural, para experimentações sonoras e todo e qualquer outro fim que não tivesse espaço no mercado privado, são a alma desta outra forma de fazer rádio. Mesmo existindo há muito tempo, a forma de financiamento dependente do Estado e as influências do governante no poder, sempre frearam e até mesmo zeraram todas as expectativas e avanços deste rádio não-comercial. Com este potencial de criação e crescimento e esta história fragmentada, o rádio não-comercial chegou ao século XXI e precisa ser repensado neste novo contexto que vivemos. Outro ponto fundamental nesta reflexão é o questionamento sobre que tipo de emissora pública realmente existe no país. Verifica-se na verdade um movimento nesse sentido a partir do começo dos anos 2000, quando emissoras de rádio e televisão mantidas pelo Estado passaram a se autoproclamar como públicas. Mas o que as diferencia como públicas e não como estatais? Uma emissora ao

se tornar pública deixa de ser educativa? Estas e outras questões serão abordadas ao longo deste trabalho.

Para esta pesquisa foram usadas fontes primárias dos arquivos da Rádio MEC, Rádio Nacional, TV Educativa e Arquivo Nacional. Foram realizadas ainda entrevistas com profissionais do meio radiofônico e em especial com o produtor Alemberg Quindins e a radialista Miss Leine Ferreira. Algumas bibliografias também foram base fundamental para esta dissertação como “Rádio em transição: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil.” de Sonia Virginia Moreira (1998), “O Rádio Educativo no Brasil, uma visão histórica.” de Fábio Pimentel (1999), “Rádio, Arte e Política” de Mauro Sá Rego Costa (2013) e “A Programação das Rádios Públicas Brasileiras” de Valci Regina Mousquer Zuculoto (2012).

O título final deste trabalho mudou diversas vezes ao longo da pesquisa e da escrita. Acabei ficando com “Que rádio é esse?: memórias, questionamentos e perspectivas do rádio não-comercial brasileiro”. O nome final volta as minhas próprias origens no rádio e que me fizeram ter a vontade de pesquisar mais sobre este incrível veículo. Ao me deparar com o trabalho da Rádio MEC e das diversas emissoras educativas e culturais brasileiras, o início dos anos 2000, ainda um estudante de jornalismo e estagiário da Rádio MEC, perguntava-me o tempo todo: Que rádio é esse? Para tentar entender este novo rádio que se abria para mim, mergulhei na história de Roquette-Pinto e do rádio educativo. Com o tempo vieram os questionamentos sobre como aquele tipo de programação tinha potencial, mas estava sendo conduzido nos últimos anos. Por fim, vieram as ideias, os novos caminhos e em um deles, me levou para Duque de Caxias, para o professor Mauro Costa e para este mestrado em educação, comunicação e cultura em Periferias Urbanas.

No primeiro capítulo, trago alguns conceitos que ajudaram a nortear esta pesquisa com ideias de Walter Benjamin (1935), Theodor Adorno (1944) e Marx Horkheimer (1944) no sentido de compreender o papel dos meios de comunicação de massa na criação de subjetividades. Com o antropólogo argentino Néstor García Canclini (1990), buscamos a base para os novos modos de vida em sociedade e o diálogo constante entre a comunicação e as diversas culturas que habitam os espaços urbanos. Os conceitos de Marshall McLuhan (1964) trazem para este trabalho a evolução das tecnologias midiáticas em nossa sociedade. Com o sociólogo espanhol Manuel Castells (1996), analisaremos o avanço do mundo digital e como a sociedade se reorganiza nele. Ainda no capítulo um vamos observar a teoria da Cultura da Convergência cunhada por Henry Jenkins (2006). No campo radiofônico vamos acompanhar as ideias de Arthur Ferrareto (2014 apud CASÉ 2001, p.93-94) e as alterações do modelo

comunicacional do veículo neste novo cenário. Com Nelia Del Bianco (1999) vemos o futuro do rádio neste cenário de convergências. Por fim, temos Eduardo Meditsch (2005) que reflete sobre a permanência do rádio ao longo da história.

No segundo capítulo fomos buscar a origem da palavra pública e todos os seus usos no Brasil. Falaremos ainda da legislação de rádio e os marcos para a comunicação pública brasileira. Na sequência vamos lembrar a história da comunicação não-comercial no país até o momento que as emissoras educativas, culturais e universitárias passam a se intitular rádios públicas. Na segunda parte deste capítulo vamos analisar os modelos de programação de rádios não-comerciais, partindo de experiências internacionais como a BBC, RTP e NPR até chegarmos as nossas realidades. No final deste capítulo lançamos um breve olhar sobre três modelos de rádios não-comerciais que estão frequentemente enquadradas como públicas: as rádios educativas/universitárias como é o caso da Rádio MEC e da Rádio UFMG; as rádios estatais como é o caso da Rádio Senado e Rádio Câmara; e as rádios comunitárias e suas centenas de emissoras espalhadas pelo país.

No terceiro capítulo, exploraremos dois casos de rádios não-comerciais: a Rádio Nacional do Alto Solimões (Amazonas) e a Rádio Casa Grande FM, de Nova Olinda(Ceará). A primeira nasceu de um movimento da população local em retomar a antiga emissora estatal da cidade, a Rádio Nacional de Tabatinga, desativada há décadas. O projeto ganhou apoio do poder público, mas foi desenhado e é atualmente acompanhado de perto pela comunidade local. O segundo caso nasce de uma iniciativa individual e foi abraçado pela comunidade e depois recebeu apoio de instituições e do poder público: a Casa Grande FM. Idealizada pelo agitador cultural Alembert Quindins a partir de um antigo sistema de alto-falantes, a emissora ganhou o FM comunitário e acaba de ser elevada a categoria de rádio educativa. Sua gestão é feita integralmente pelas crianças e jovens da Fundação Casa Grande com a participação constante da comunidade.

## 1 POR ONDE COMEÇAR

Para esta pesquisa, utilizamos três modelos: o histórico, o descritivo e o estudo de caso. As opções metodológicas feitas são uma forma de mapear um segmento que tem passado por transformações constantes e influências diversas, cruzando com outras áreas - política, econômica, e culturais, por exemplo.

De início devemos destacar a crescente importância dos fenômenos de mídia e da cultura de mercado na formação do modo de vida contemporâneo. Já no início do século o sociólogo alemão Walter Benjamin via os veículos de comunicação de massa como uma das únicas formas para muitas pessoas a principal forma de conhecer o mundo. É através dos filmes, novelas e noticiários, entre outros produtos audiovisuais que grande parte das pessoas tem ideia de como se comportam os cidadãos de diversas culturas e classes. No entanto, para ele os produtos da mídia carregam pontos de vistas culturais e sociais que influenciam na construção do entendimento e da percepção da realidade. Ou seja, é através das representações veiculadas na mídia, que certos valores são perpetuados, rejeitados ou transformados. Isso torna possível ao modelo atual a produção não apenas de mercadorias, mas também de subjetividades funcionais para a sua permanência.

Se fosse intenção da imprensa fazer com que o leitor incorporasse à própria experiência as informações que lhe fornece, não alcançaria seu objetivo. Seu propósito, no entanto, é o oposto, e ela o atinge. Consiste em isolar os acontecimentos do âmbito onde pudessem afetar a experiência do leitor. Os princípios da informação jornalística (novidade, concisão, inteligibilidade, e, sobretudo falta de conexão entre uma notícia e outra) contribuem para este resultado do mesmo modo que a paginação e o estilo linguístico. Esta narrativa não tem a pretensão de transmitir um acontecimento puro e simplesmente (como a informação o faz); integra-o à vida do narrador, para passá-lo aos ouvintes como experiência. Nela ficam impressas as marcas do narrador como os vestígios das mãos do oleiro no vaso de argila. (BENJAMIN, 1935, p.107)

Ainda trouxemos, para esta pesquisa, as análises de Theodor Adorno e Max Horkheimer (1944) em “Dialética do Esclarecimento” que trabalham com a ideia de conversão da arte e da cultura em mercadoria nas sociedades capitalistas avançadas. Essa prática faz que a produção artística e intelectual passe a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado. As noções de arte como erudição, muito comum nos séculos passados, foram, em parte, alteradas na sociedade e em sua estrutura, assim como nas formas de produção e consumo. O artista que outrora fora visto como portador de um dom passa a ter sua obra reproduzida mecanicamente e produzida visando a um público do qual

agora ele se torna dependente. Nesse âmbito, já no século XX, os meios de comunicação de massa passam a ocupar importante espaço cultural, social, econômico. A mídia reproduz obras de arte, constrói discursivamente conceitos de arte, de dança, cria modelos de corpos ideais, valoriza alguns artistas e gêneros de arte e ignora outros.

[...] o aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere por outro lado ao aparelho técnico e aos grupos sociais que o controlam, uma superioridade imensa sobre o resto da população. (ADORNO; HORKHEIMER, 1944. p. 14)

Nesse sentido, compreender o papel dos meios de comunicação de massa na formação da subjetividade, de padrões de identidade, e formação de vínculos comunitários é fundamental para entendermos os mecanismos e as formas como é construída a relação de comunicação, educação e culturas.

Importante campo de discussão desde a polis grega, a cidade surge como referencial para se pensar a pós-modernidade e suas implicações. Em “Leitores, Espectadores e Internautas”, Néstor García Canclini (1990) coloca que o mercado de comunicações midiaticiza quase todas as experiências locais e enfraquece as nações. Com isso, o diálogo entre comunicação, educação e cultura nos faz pensar sobre a constituição de novos modos de vida em sociedade. Canclini (1990) coloca ainda que uma cidade era vista, segundo o pensamento urbano até meados do século XX, como o oposto do campo, ou um tipo de agrupamento extenso e denso de indivíduos socialmente heterogêneos. Nas últimas décadas, surge uma tentativa de se caracterizar o urbano levando em conta também os processos culturais e os imaginários dos que o habitam.

Desde as primeiras décadas deste século, este meio [o rádio] falou sobre as cidades, as representou e foi muito útil para que os imigrantes recém-chegados conhecessem os usos linguísticos, as notícias, a publicidade e as diferentes formas de expressar os sentimentos na vida urbana. Sem o rádio, escreveram Carlos Monsiváis e Jesús Martín Barbero, não teria sido possível a formação de nações capazes de integrar modos de falar de diferentes regiões, nem teriam tido sucesso líderes populistas que souberam usá-lo para comunicar-se com todas as classes sociais. (CANCLINI, 1990, p.46)

O que se percebeu foi que o espaço urbano não existe só como ocupação de um território, construção de edifícios e de interações materiais entre seus habitantes, mas também como espaço de cultura, que se forma quando são construídos pelos livros, revistas e cinema; pela informação que dão a cada dia os jornais, o rádio e a televisão sobre o que acontece nas ruas. Desta forma, por exemplo, seriam construídas imagens das cidades como Nova York – a cidade que nunca dorme – e Rio de Janeiro – a cidade maravilhosa – imagem construída em

grande parte pela Rádio Nacional –, ou ainda das periferias e das cidades fora do eixo Rio-São Paulo.

Outro ponto a ser analisado neste processo é exacerbação do visual em detrimento dos outros sentidos, principalmente com a invenção da escrita alfabética e, sobretudo sua generalização pela prensa tipográfica. Marshall McLuhan já nos anos 1970 destacava que isto acabou gerando um desequilíbrio, uma separação psicológica do olho, que se traduziu numa série de separações sociais. Daí uma suposição de que a prensa tipográfica tenha destruído uma cultura antiga, oral, comunitária festiva e folclórica, que era ao mesmo tempo criadora, plural e livre.

A partir da visão de Marshal McLuhan (1964) podemos dividir as evoluções das tecnologias midiáticas nas sociedades humanas em três momentos, cada um deles marcado por uma forma de comunicação. A primeira fase, pré-escrita, presente nas sociedades primitivas ou tribais, onde a comunicação era oral. Para ele, as culturas orais primitivas são culturas de integração sensorial, já que “a palavra falada envolve todos os sentidos intensamente” (McLUHAN, 1964, p. 10). A segunda fase surge com a invenção do alfabeto na Grécia por volta do ano 700 a.c. e se consolida com a invenção da prensa tipográfica por Johannes Gutenberg em meados do século XV. A terceira e última fase é marcada pelos meios eletrônicos, a Aldeia Global, que fecha o circuito, promovendo um retorno planetário do tribal. Para McLuhan (1964) os meios eletrônicos operam a superação da era Gutemberg, com tudo que essa implicou, em favor da Aldeia Global.

Os efeitos da prensa para McLuhan (1964) se dão, portanto, ligados essencialmente ao próprio meio, independentemente dos conteúdos ou usos realizados. A tecnologia de comunicação em questão é a escrita. Para ele, as tecnologias de comunicação afetam diretamente o equilíbrio entre nossos sentidos. Tal afetação é a base primeira da ideia de que o meio é a mensagem: a mensagem de todo meio é o próprio conjunto de efeitos que produz, independentemente do conteúdo veiculado, sendo o efeito primordial uma reestruturação do jogo de equilíbrio de nossa sensibilidade. A primazia do visual, por seu turno, característica das culturas letradas, engendra certa forma de funcionamento cognitivo e de modo mais amplo, subjetivo, marcada pela racionalidade, linearidade, fragmentação, isolamento. A visualidade separada é a moradia de um novo homem, o letrado, que sofre uma compartimentação de sua vida sensória, emocional e imaginativa. O retorno tribal contemporâneo das culturas eletrônicas reintegra nossa sensibilidade.

A principio, o “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre outro meio ou veículo. Por sua vez, a “mensagem” de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas. (McLUHAN, 1964, p. 22)

Para McLuhan (1964) os meios eletrônicos e, em sua forma mais aprimorada, a TV, religariam o que a prensa separou, o que é falado de quem fala. Devido à baixa definição da TV, ele afirma que os telespectadores têm de preencher os espaços da imagem e por isso aumentam seu envolvimento perceptivo. Na medida em que o cérebro do expectador precisa completar a imagem, é algo que se dá não num nível consciente, mas que marcaria e caracterizaria uma nova sensibilidade tátil. Enquanto a grande mídia é um sistema de comunicação de mão-única, o processo real de comunicação não o é, mas depende da interação entre o emissor e o receptor na interpretação da mensagem. Neste sentido, o sistema de mídia de massa completou a maioria das características sugeridas por McLuhan (1964) no início dos anos 60. Porém, o fato da audiência não ser objeto passivo, mas sujeito interativo abriu o caminho para sua diferenciação e transformação.

O sociólogo espanhol Manuel Castells (1996) no livro “A Sociedade em Rede”, propõe que podemos pensar na criação do alfabeto como a primeira tecnologia que impulsionou a transformação qualitativa da comunicação humana. Através do alfabeto, a filosofia ocidental e a ciência puderam se desenvolver. No entanto, a alfabetização só foi propagada muito tempo depois da invenção do alfabeto e isso ocorreu graças à outra invenção, a imprensa, e à fabricação de papel. Castells (1996) mostra que o alfabeto proporcionou, no Ocidente, a base mental para a comunicação cumulativa, ou seja, a comunicação do conhecimento.

A cultura audiovisual teve sua revanche histórica no século XX, em primeiro lugar com o filme e o rádio, depois com a televisão, superando a influência da comunicação escrita nos corações e almas das pessoas. Na verdade, essa tensão entre a nobre comunicação alfabética e a comunicação sensorial não meditativa determina a frustração dos intelectuais com relação à influência da televisão, que ainda domina a crítica social da comunicação de massa. (CASTELLS, 1996, p. 413)

Não que os outros meios de comunicação desaparecessem, mas foram reestruturados e reorganizados em um novo sistema onde a TV agora fazia parte. O que a TV representou antes de tudo foi o fim de um sistema de comunicação essencialmente dominado pela mente tipográfica e pela ordem do alfabeto fonético. A multiplicação dos canais de TV a cabo a partir dos anos 90 é um dos pontos descritos por Manuel Castells (1996) como decisivos para a descentralização e diversificação dos meios de comunicação. Porém, a lógica unidirecional da mensagem não permitiu ainda o feedback do espectador, exceto pelos números da audiência para o mercado.

A televisão precisou do computador para libertar-se da tela. Para Castells (1996), com o universo digital ingressamos num mundo novo de comunicação: a Galáxia da Internet. A comunicação mediada por computador permite pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos. As redes de informação, ou redes de redes, têm na Internet sua fonte de energia e movimento. Essa nova forma organizacional é marcada por alta flexibilidade, descentralização, individualização e globalização da comunicação, segundo o autor, horizontalizada.

O surgimento dessa nova estrutura social data do final do século XX, marcadamente a partir de três grandes acontecimentos: as exigências de uma economia administrativamente mais flexível e globalizada; a supremacia dos valores da liberdade individual e da comunicação aberta; e os avanços tecnológicos em telecomunicações e informática. Para Castells (1996) a internet é o espaço de comunicação mais livre que existiu na história da humanidade. Preservar a liberdade de comunicação, informação e expressão na internet é acima de tudo preservar a parte mais importante da nossa liberdade.

A Internet é resultado de um projeto de comunicação livre, é, portanto, uma tecnologia “susceptível de ser profundamente alterada por sua prática social”. Essa revanche da cultura audiovisual do séc. XX, descrita por Castells (1996), vai possibilitar uma nova transformação tecnológica baseada na integração de várias formas de comunicação, conectadas entre si e através de uma rede em que a interação é essencial. Estamos falando da integração entre as modalidades da comunicação: escrita, oral e audiovisual. Surge daí um hipertexto (que reúne as três modalidades) e a sua convergência. O homem, o contexto social e as máquinas fazem parte de um sistema comunicacional em que a conectividade e a interatividade são elementos-chave, mediados pelas “infovias” ou uma nova “estrada” pela qual a comunicação atravessa a fixidez do tempo e do espaço.

Em “A Galáxia da Internet” Castells (2001) destaca que as redes são formadas pelo homem há muito tempo, e que atualmente elas ganharam vida nova transformando-se em redes de informação energizadas pela internet. Ele acredita ainda que as relações de interação social on-line não têm, aparentemente, efeito direto sobre a configuração da vida cotidiana. A possibilidade de transpor todo tipo de produto cultural (livro, foto, filme, música) para o meio digital e em seguida, disponibilizá-lo por meios tão diversos quanto computadores, celulares, Ipods, games, Mp3 Players, Iphones e outros suportes que exigem habilidades cada vez mais específicas, parece estar sobrecarregando nossos sentidos. A novidade é que a visão não é mais o alvo exclusivo das novas mídias.

Castells (2001) parte da noção de que “os sistemas tecnológicos são socialmente produzidos” e “a produção social é estruturada culturalmente”, portanto, “a cultura dos produtores da Internet moldou o meio”. Como a comunicação é a essência da atividade humana, todos os domínios da vida social estão sendo modificados pelo uso disseminado da Internet. Uma nova forma social, a sociedade em rede, está se constituindo em torno do planeta, embora sob uma diversidade de formas e com consideráveis diferenças em suas consequências para a vida das pessoas, dependendo de história, cultura e instituições. A integração do texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de preço acessível – muda completamente o caráter da comunicação.

Henry Jenkins (2006) propõe em “Cultura da Convergência” que o surgimento da rede de computadores e as práticas sociais que cresceram ao seu redor expandiram a capacidade do cidadão médio de expressar suas ideias, de fazê-las circular diante de um público maior e compartilhar informações, na esperança de transformar nossa sociedade. Portanto, a fase mais atual da evolução das tecnologias midiáticas nos coloca no mundo da “Cultura das Convergências”, onde as velhas e as novas mídias colidem e mídia corporativa e alternativa se cruza, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. Jenkins (2006) ainda ressalta a importância de não se encarar a convergência como uma revolução. Para o autor se trata de um processo ligado às alterações entre as tecnologias, indústrias, mercados, gêneros e públicos e que deve ser encarado não como a junção de todo o aparato tecnológico existente e sim em relação às novas possibilidades de interação proporcionados por tal processo.

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. [...] A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. (JENKINS, 2006, p. 28).

A cooperação entre os múltiplos mercados midiáticos e a nova posição do cidadão, passando de passivo a ativo, colaborando e interferindo nos processos de criação dos produtos culturais é o que caracterizaria a ideia de convergência descrita por Henry Jenkins. O autor utiliza-se do termo inteligência coletiva, cunhado pelo ciberteórico francês Pierre Lévy (1994) para construir sua narrativa e dá exemplos de como fãs de uma série de TV estão se reunindo na rede para descobrir o final antes dela ir ao ar. Para o autor, o surgimento da rede de computadores e as práticas sociais que cresceram ao seu redor expandiram a capacidade do

cidadão médio de expressar suas ideias, de fazê-las circular diante de um público maior e compartilhar informações, na esperança de transformar nossa sociedade.

A fase mais atual das tecnologias midiáticas nos coloca no mundo da “Cultura das Convergências”, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneira imprevisíveis. Jenkins (2006) ainda ressalta a importância de não se encarar a convergência como uma revolução. Portanto, a produção coletiva de significados, reunidas pela internet, esta mudando o funcionamento das religiões, da educação, da política, da publicidade, do direito e até do setor militar.

Além da atualização tecnológica, este é também um momento para avaliarmos qual o futuro papel do rádio neste ambiente emergente. Pensar o rádio no ambiente contemporâneo: sua relação com o público e suas formas camaleônicas de acesso, as transformações técnicas e sua configuração no entorno da convergência é de extrema necessidade neste momento. Tais pontos são alertados por Luiz Artur Ferraretto (2009) em “Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta”.

[...] a passagem do tradicional broadcasting (comunicação de massa) para o emergente narrowcasting (comunicação segmentada) é cada vez mais claro. A partir de agora a mensagem, o comunicador radiofônico, constitui-se no elemento diferencial mais significativo da passagem do rádio em que preponderava a difusão – o dos tempos do espetáculo das novelas, dos humorísticos e dos programas de auditório – para o no qual a segmentação torna-se hegemônica. É ele o responsável pelo diálogo imaginário – e com dose significativa de coloquialidade – estabelecido pela estação de rádio com os seus ouvintes. É ele também uma consequência da introdução da televisão no cenário comunicacional. (FERRARETTO, 2009, apud CASÉ 2001, p.93-94).

Se o rádio como um todo passa por este processo, o rádio público tem um trabalho dobrado neste momento. Uma das maiores dificuldades da comunicação não-comercial no Brasil, talvez seja fazer a população perceber a sua necessidade, principalmente em um país como o Brasil em que historicamente grande parte da mídia está há mais de 80 anos na mão da iniciativa privada. Entretanto, nos últimos anos uma mudança parece estar criando um movimento de renovação: o surgimento das mídias digitais. Com a internet e as novas mídias toda a configuração atual vem sofrendo ajustes. Nelia R. Del Bianco (2009) em “O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital”.

A necessidade de uma participação efetiva na negociação de políticas públicas nacionais de transição para o rádio digital, envolvendo uma ampla compreensão da

dinâmica dos atores políticos de maior importância que gravitam em torno desse fenômeno da comunicação contemporânea, como o Estado, o setor da radiodifusão (englobando emissoras públicas, privadas e comunitárias e a indústria de equipamentos), os atores não hegemônicos vinculados às organizações da sociedade civil, e a indústria de radiodifusão. (DEL BIANCO, 2009, p. 23)

O rádio foi o primeiro artefato eletrônico a penetrar no espaço doméstico. Para Eduardo Meditsch (1997) esta condição eletrônica que está na sua origem muitas vezes é obscurecida quando se contrapõe uma “era do rádio” que pertenceria ao passado a uma outra “era da imagem” que definiria o presente e apontaria para o futuro. Como parece evidente, o rádio não terminou com o fim do que seria a “sua era”. A melhor maneira de explicar isto é compreender que não foi nem o som nem a imagem que estabeleceram novas eras, mas sim a tecnologia eletrônica: tanto o rádio como a TV pertencem à era da informação, e o rádio foi a manifestação mais precoce da era eletrônica na comunicação de massa.

Para distinguir a linguagem do rádio tanto da fonografia como do cinema (estas concebidas na era mecânica, embora aperfeiçoadas depois pela eletrônica), é preciso defini-la como uma composição sonora invisível de palavra, música, ruído e silêncio, enunciada em tempo real. Esta definição comporta não apenas o rádio tradicional, difundido por diversas faixas de ondas de rádio-frequência (AM, FM, OC, etc.), mas também as possibilidades que estão sendo abertas para a difusão do rádio no presente e no futuro próximo, como no caso da transmissão por cabo, por satélite, ou pela Internet. A identidade do rádio na era eletrônica não se localiza mais na forma como é difundido, mas na especificidade de seu discurso sonoro, invisível, enunciado por diversos meios em tempo real. (MEDITSCH, 1997, p. 34)

Uma pista desta precocidade pode ser encontrada na primeira utilização que o público fez do rádio. Na década de 90, com a explosão da Internet e a popularização do uso dos controles remotos, surge o conceito de “navegação” para dar conta do que seria uma nova forma de fruição dos produtos culturais, caracterizada pela interatividade e marcada pelo zapping permanente entre uma oferta infindável de enunciados. Pode-se dizer até que essa nova forma de fruição da cultura é uma característica da era eletrônica. O que pouca gente sabe é que ela surgiu há mais de setenta anos, de uma forma natural, com as primeiras emissoras de rádio.

## 2 É POSSÍVEL FAZER OUTROS RÁDIOS?

A cada nova tecnologia que aparece, o cenário atual tende a ser reconfigurado. Podemos observar este movimento com o surgimento do jornal, do rádio, da fotografia e do CD, entre outros. “Não que os outros meios de comunicação desaparecessem, mas foram reestruturados e reorganizados em um novo sistema [...]” (CASTELLS, 1999, p.415). O rádio foi ao longo do tempo afetado por diversas tecnologias que interferiram tanto na sua programação, como na forma do ouvinte se relacionar com o veículo. Depois de 90 anos do início da sua operação oficial no País, o rádio ainda tem enorme importância na vida de grande parte da população brasileira.

Com a internet e as novas mídias toda a configuração atual vem sofrendo ajustes. Além da atualização tecnológica, este é também um momento para avaliarmos qual o futuro papel das rádios públicas neste ambiente emergente. Pensar o rádio no ambiente contemporâneo: sua relação com o público e suas formas camaleônicas de acesso, as transformações técnicas e sua configuração no contexto da convergência é de extrema necessidade neste momento.

Há ainda um movimento de alguns setores da sociedade civil organizada que pedem um novo marco regulatório para as comunicações no Brasil. À justificativa seria a ausência de pluralidade e diversidade na mídia atual. Outra razão seria a defasagem da legislação brasileira no setor que não contempla questões atuais, como as inovações tecnológicas e a convergência de mídias. Além disso, a legislação é fragmentada, multifacetada, composta por várias leis que não dialogam umas com as outras e não guardam coerência entre elas. Por fim, a Constituição Federal de 1988 continua carecendo da regulamentação da maioria dos artigos dedicados à comunicação (220, 221 e 223), deixando temas importantes como a restrição aos monopólios e oligopólios e a regionalização da produção sem nenhuma referência legal, mesmo após mais de 20 anos de aprovação. Em um momento de criação de novas leis para a comunicação pública e do debate para um marco regulatório das comunicações, este trabalho busca atentar para a importância deste segmento de rádio no País, estimulando a produção de conhecimento sobre o tema.

Apesar de no Brasil ainda existir a predominância da mídia comercial, em 2007, o governo federal deu pistas de que pretendia começar a rever a situação. O surgimento da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) criada pela lei 11.652, de 2008, e toda a movimentação em torno do tema comunicação pública, é algo inédito no país. A nova

empresa pública para o setor surgiu a partir da fusão entre a Radiobrás, empresa estatal sediada em Brasília e mantenedora da Rádio Nacional, TV Nacional e Agência Brasil, e a Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (ACERP), organização social gestora da TV Educativa e da Rádio MEC, ambas sediadas no Rio de Janeiro -, além da TVE Maranhão e da Rádio MEC Brasília. A criação da EBC gera uma ruptura em tudo que se vinha fazendo até então no campo da comunicação educativa e no da estatal. Sua criação tende a alterar, ao longo dos anos, as bases de outro modelo de rádios e TV não comerciais feitas no País.

Uma análise mais detalhada do tema e do campo permite afirmar não existir no Brasil uma emissora que possa ser identificada como pública em seu conjunto. Verifica-se na verdade um movimento nesse sentido a partir do final dos anos 90, quando emissoras de rádio e televisão mantidas pelo Estado passaram a se autoproclamar como públicas. As emissoras que hoje chamamos de públicas já foram chamadas de estatais. Podem ser ainda educativas ou culturais. (ZUCULOTO, 2010). É o caso, por exemplo, da Rádio MEC e da Rádio Nacional. A primeira, pela sua própria história e a antiga ligação com o então Ministério da Educação e Cultura e projetos de educação pelo rádio como o Minerva, costumava se definir como educativa. Já a Nacional está desde o seu encampamento pelo governo brasileiro em 1940, ligada à figura de porta-voz do Estado. A MEC e a Nacional começaram a adotar esta definição de emissora pública a partir da sua incorporação a EBC – Empresa Brasil de Comunicação – empresa criada pelo governo federal em 2007 para gerir de forma unificada os canais de rádio e TV que estavam sob sua gestão.

A EBC foi criada para suprir uma lacuna no sistema brasileiro de radiodifusão com o objetivo de implantar e gerir os canais públicos, aqueles que, por sua independência editorial, distinguem-se dos canais estatais ou governamentais. Com a criação da EBC, as oito emissoras de rádio - de natureza estatal - foram unificadas numa Superintendência, cumprindo o objetivo de implantar o sistema público de rádio e reorientar a programação e a ênfase de cada uma (EBC, 2014)<sup>1</sup>

No entanto, o que podemos identificar como diferencial de público costuma aparecer em especial na programação, com alguns desses canais procurando se encaixar no perfil de rádio público definido pela UNESCO para o setor. Um Serviço Público de Radiodifusão, para a agência internacional, diz respeito à transmissão produzida, financiada e controlada pelo público e para o público. Não é comercial nem governamental, está livre de interferências e pressões de forças comerciais (UNESCO, 2008)<sup>2</sup>

1 Portal <<http://www.ebc.com.br>>. Consultado em 30/07/2014.

2 Portal <<http://portal.unesco.org>>. Consultado em 08/06/2014.

## 2.1 Ser público

Um termo muito comum nos dias de hoje, a palavra "público" tem sua origem na Idade Antiga. Conhecer sua origem é fundamental para entendermos seu uso ao longo do tempo e principalmente seu significado atual no Brasil. A palavra "Público" tem sua origem possivelmente no latim *publicus*, proveniente da também latina *populus*, "povo" em português. Na Grécia antiga o espaço público era o lugar do reconhecimento da liberdade e da igualdade, condições que permitiam intervir na vida política da polis. Em Roma, *res publica* era uma determinada propriedade geralmente aberta à população. Na Idade Média, o espaço público era o local que proporcionava o acesso, em campo aberto, à fonte e à praça do mercado.

No segundo sentido, predomina a ideia de bem comum ou interesse comum. Público referia-se a questões de interesse geral e, concretamente, a matérias relacionadas com a Administração e o Estado. Na Idade Média, *senhorial* e público eram sinônimos. Com o desenvolvimento da burguesia, o Estado assume-se como organizador do mercado. O interesse público é, neste caso, dar a conhecer os produtos e respectivos valores de circulação monetária. No século XVII e mais tarde no século XVIII com o Iluminismo, o termo público significava a existência de um espaço de discussão crítica operado nos salões, cafés, clubes e na imprensa, surgindo assim a opinião pública. Durante o absolutismo, o rei era considerado pessoa pública: um unificador dos diferentes membros da sociedade. Nos séculos XVIII e XIX, o termo público passou a designar o Estado e também uma entidade com existência objetiva, que exerce a sua vigilância sobre a pessoa que governa.

Vemos que a definição de "público" – surgida no século XVI com o desenvolvimento da tipografia – era bastante influenciada pelo modo de vida das sociedades da época. Um espaço público remete a um local que proporciona o acesso; à ideia de bem comum. Enquanto o bem público está ligado a questões de interesse geral. Sob esta ótica, podemos analisar a Saúde, Segurança, Educação e por que não, Comunicação, entre outros.

No Brasil atual, talvez a instituição social que seja mais reconhecida como Pública seja a universidade. Tanto é assim que vemos no interior da instituição universitária a presença de opiniões, atitudes e projetos conflitantes que exprimem divisões e contradições da sociedade. Essa relação interna ou expressiva entre universidade e sociedade é o que explica, aliás, o fato de que, desde seu surgimento, a universidade pública sempre foi uma instituição social, isto é, uma ação social, uma prática social fundada no reconhecimento público de sua legitimidade e de suas atribuições, num princípio de diferenciação, que lhe confere autonomia

perante outras instituições sociais e estruturadas por ordenamentos, regras, normas e valores de reconhecimento e legitimidade internos a ela.

A legitimidade da universidade moderna fundou-se na conquista da ideia de autonomia do saber em face da religião e do Estado, portanto, na ideia de um conhecimento guiado por sua própria lógica, por necessidades imanentes a ele, tanto do ponto de vista de sua invenção ou descoberta como de sua transmissão. Em outras palavras, sobretudo depois da Revolução Francesa, a universidade concebe-se a si mesma como uma instituição republicana e, portanto, pública e laica. Dai a comunicação educativa e universitária surgirem como exemplos do mais próximo atualmente de rádio e TV pública feita no país.

### 2.1.1 O serviço público no Brasil

O serviço público no Brasil apresenta características e aspectos diversos ao longo do tempo. A prestação desse tipo de serviço abrange setores essenciais para a sociedade nas diferentes esferas governamentais, seja municipal, estadual ou federal. Essa preocupação de profissionalização do serviço público no Brasil vem desde os anos 1930, com a estruturação do Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP), no Governo Vargas. O debate sobre esse assunto tem passado por muitos momentos históricos importantes de reformas no serviço público. Porém, quando falamos de educação, saúde, segurança e qualquer outro serviço na esfera pública, às respostas da população são em geral as mesmas: ruim, não funciona, de graça, para pobre. A visão de um serviço que é realizado para todos ainda está muito longe de ser reconhecida.

Em 2011, o instituto suíço International Institute for Management Development (IMD) realizou uma pesquisa com os serviços públicos de 59 países (entre ricos e emergentes) e chegou à conclusão de que no Brasil a qualidade deste tipo de serviço deixa a desejar. O país ficou em quinto lugar no ranking dos piores serviços públicos, à frente apenas de Grécia, Argentina, Ucrânia e Venezuela. O melhor serviço público para sua população é de Hong Kong, seguido de Cingapura e Suíça.

Considerando os critérios eleitos como base do serviço público francês, a saber, ser emanção da “puissance publique” (critério orgânico), ser uma prestação destinada ao povo (critério substancial) e ser sujeito ao regime de direito público (critério formal) percebe-se que para alguns estudiosos prevalece um, mas para outros, o que de fato caracteriza o serviço público é outro critério (CEZNE, 2005, p.325).

No Brasil, o exercício de serviços públicos está sob tutela do Estado. Esta tutela estatal é entendida no sentido que se vê nela uma forma de garantir a existência e permanência desses serviços que poderiam desaparecer se deixados exclusivamente por conta do mercado. Sabe-se também que, sem a intervenção do Estado, o acesso a esses serviços de interesse público seria privado a uma porcentagem significativa da população brasileira, uma vez que a falta de controle pelo Estado levaria ao monopólio de alguns grupos e consequente encarecimento destes serviços. Um dos problemas mencionados com relação à tutela do Estado é que ela promoveria a possibilidade de delegação conforme previsto na constituição de 1988.

O serviço público no Brasil, tal como foi dito anteriormente, teve uma grande influência da França e posteriormente dos Estados Unidos da América. É ainda crucial, pois é “a atividade explícita ou supostamente definida pela Constituição como indispensável, em determinado momento histórico, à realização e ao desenvolvimento da coesão e da interdependência social, de acordo com o conceito de Duguit” (CEZNE, 2005, p.335). A partir dos anos 1990, a influência norte-americana se tornou mais acentuada sobre a concepção que se tem do serviço público no Brasil. Sabe-se, no entanto que esta influência começou desde as décadas de 1970-1980. Apesar das mudanças de diversas naturezas citadas anteriormente, observa-se duas principais constantes, a saber, o da atuação do Estado, direta ou indiretamente no serviço público e seu forte vínculo com este e, a associação do serviço público com o funcionário público, visto como um trabalhador que não trabalha.

### 2.1.2 A Legislação de radiodifusão e um novo marco

As primeiras experiências de radiodifusão no Brasil foram realizadas pelo padre gaúcho Roberto Landell de Moura, em 1892. Dois anos mais tarde, o italiano Guglielmo Marconi (1899; apud PRADO PIMENTEL, 1999, p. 17), então com apenas 20 anos, montou um aparelho na fazenda de seu pai, por onde enviava e recebia sinais através de ondas elétricas. No mesmo ano, a experiência de Landell de Moura foi repetida em São Paulo. A demonstração foi feita do alto da Avenida Paulista para o alto de Santana, numa distância aproximada de oito quilômetros em linha reta. Este fato foi reconhecido em 1900 pelo governo brasileiro que registrou a invenção como "um aparelho apropriado à transmissão da palavra à distância, com ou sem fios, através do espaço, da terra e da água" (MOURA, 1894 apud PRADO PIMENTEL, 1999, p. 19).

Em 1906, nos Estados Unidos, foi realizada a primeira transmissão oficial radiofônica

do mundo. Dois anos depois, Lee de Forest realizou do alto da torre Eiffel uma emissão ouvida nos postos militares da região e até por um técnico em Marselha. No ano seguinte, a voz do tenor Enrico Caruso era transmitida do Metropolitan Opera House, de Nova York. Em 1922 foi criada a primeira emissora de rádio comercial do mundo, a WEAJ de Nova Iorque, pertencente à Telephone and Telegraph Company.

No mesmo ano no Brasil, foi realizada durante o Centenário da Independência a primeira transmissão radiofônica do país, no Rio de Janeiro. Empolgado com a novidade, o antropólogo Edgar Roquette-Pinto cria no ano seguinte, 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Já Dan Lander (1994) em seu texto “Radiodifusão: reflexões sobre o rádio e a arte”, aponta que mesmo no início do rádio, muitos artistas viam nele mais que um mero mecanismo de distribuição. Lander (1994) mostra que os artistas têm um desafio especial, que é buscar outras formas de se fazer rádio, limitando as influências das origens violentas (fruto de pesquisa militar) e o poder do Estado e dos interesses empresariais que vem controlando o rádio ao longo de sua história.

O rádio só tem um lado, quando deveria ter dois. Ele não passa de um dispositivo de distribuição, para um mero compartilhar. Assim, aqui está uma sugestão positiva: transformem esse dispositivo de distribuição em dispositivo de comunicação. O rádio se tornaria, provavelmente, a melhor aparelhagem da vida pública, uma vasta rede de canais. Isto quer dizer, ele seria isso, se soubesse como receber, assim como sabe transmitir, se soubesse como deixar o ouvinte falar, assim como sabe fazê-lo ouvir” (BRECHT apud Dan Lander 1999, p. 38)

Mauro Costa, em “Rádio, política e arte” afirma que desde o início da história do rádio ele aparece como um aparelho de mobilização ou de ação da “multidão”, o que pode parecer difícil de entender diante de um quadro do rádio fascista na Itália e nazista na Alemanha - durante a 2ª Guerra Mundial, Hitler chamou Joseph Goebbels, Ministro da Propaganda, e propôs que o rádio fosse um veículo absoluto para promover as idéias nazistas. Por outro lado, o surgimento da radiodifusão libertária nos EUA se dá nas primeiras décadas do século XX, antes do rádio fascista. Como se repetirá no fenômeno das rádios livres, nos anos 70 e 80 na Europa.

No mesmo ano que surge a Rádio Sociedade de Roquette-Pinto no Rio de Janeiro, surgem a Rádio Clube Paranaense, em Curitiba, a Rádio Clube de Pernambuco, em Recife, a Rádio Sociedade Rio-Grandense, a Rádio Clube do Maranhão, a Rádio Sociedade Educadora Paulista e a Rádio Clube de Ribeirão Preto. Estas emissoras, segundo normas da Companhia de Telegrafos, entidade que então regulava o setor, não poderiam ter publicidade pois na verdade não passavam de clubes que reuniam amantes das ondas hertzianas (CAZE, 2001). Para sobreviver, as emissoras contavam com um quadro de associados, que ajudavam com cinco

mil réis por mês. O retorno era a citação do nome dos sócios e lojas no final da programação, sem venda de produtos, apenas como apoiador daquela emissora.

A partir da década de 1930 o sistema privado passou a ser predominante, chegando a representar quase 95% do serviço de radiodifusão, o que gerou a hipertrofia desse segmento em detrimento dos demais. Apenas na Constituição Federal de 1988 foi estabelecido, no caput de seu Art. 223, o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens<sup>3</sup>. Porém, ao falarmos de rádio pública no Brasil nos deparamos com diversas emissoras ligadas a governos se autoproclamando como tal. Afinal, que tipo de emissora pública realmente existe no país? Seriam as educativas, que realizam um serviço de comunicação para a educação, ou as estatais, que levam informação de interesse público para a população? O que buscamos são emissoras públicas de comunicação ou emissoras de comunicação pública?

O modelo atual de concessão, permissão ou autorização para exploração de serviços de radiodifusão (rádio e TV) no Brasil foi abordado por dezenas de leis e decretos e tem precedência em dois decretos-leis publicados nos primórdios do governo de Getúlio Vargas. Em 1931, o Decreto-Lei nº. 20.047 determinava que os serviços de radiodifusão fossem de interesse nacional e, assim, era função exclusiva do Poder Executivo Federal regulamentar, autorizar e permitir seu funcionamento, que deveria levar informação, cultura e educação à sociedade. Em 1932, surge o Decreto-Lei nº. 21.111, que passou a regulamentar especificamente o serviço de radiodifusão no Brasil (o então chamado Serviço de Rádio Comunicação), juntamente ao decreto anterior.

A partir dele, definiram-se os primeiros procedimentos e regras para outorgas de rádio e até 1962 os dois decretos (20.047 e 21.111) regulamentaram a radiodifusão brasileira referente às autorizações para exploração do serviço. Um caos regulatório se seguiu aos dois decretos-leis, com novas regras que modificaram uma legislação já fragmentada, até que o presidente Getúlio Vargas, em 1953, enviou ao Congresso Nacional um projeto de lei que abrigasse a telefonia e os serviços de radiodifusão em uma só legislação, ou seja, num código para as telecomunicações.

Após nove anos de debates, foi promulgada, em 1962, o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), lei nº. 4.117, que reforçava alguns princípios importantes de leis anteriores, como os de interesse público e o de bem público para os serviços de radiodifusão e o espectro de radiofrequência (espaço onde são transmitidos os sinais das emissoras de rádio e

---

3 Portal <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Consultado em 08/06/2012.

televisão), respectivamente. De acordo com o CBT, os serviços de radiodifusão são considerados de interesse público e o espectro de radiofrequência é visto como um bem público, limitado e natural, o que garantiria ao Estado (no âmbito do Poder Executivo Federal) organizar a radiodifusão, além de gerir e conceder as outorgas de acordo com os interesses que ele julgava serem de interesse nacional.

O CBT confirmou regras centralizadoras no âmbito do poder executivo na questão das outorgas e renovação de outorgas de emissoras de rádio e TV. Os decretos de número 52.026 e, posteriormente, o de 52.795, ambos de 1963, regulamentam os serviços de radiodifusão e confirmam alguns itens já validados pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, como a competência exclusiva da União em dispor sobre a radiodifusão, a finalidade educativa e cultural dos serviços outorgados, ainda que em caráter comercial; os aptos a explorar os serviços de rádio e televisão; a outorga de radiodifusão por meio de concessão ou permissão; e os prazos de funcionamento das outorgas (10 anos para os serviços de radiodifusão sonora de rádio, e 15 anos para os de radiodifusão de sons e imagens de televisão), entre outros.

No entanto, novos decretos foram publicados e promoveram diversas alterações no decreto-lei 52.795, a exemplo dos decretos de número 1.720, de 1995, e 2.108, de 1996. Já no período da ditadura militar, surge o Decreto-Lei nº. 236, de 1967, que promoveu alterações no âmbito da radiodifusão, concentrando ainda mais a função de deliberar sobre as outorgas nas mãos do poder executivo federal. Além disso, o decreto-lei inseriu artigos ao CBT que reforçam o caráter nacional da radiodifusão e ratificam a não execução dos serviços de rádio e televisão por estrangeiros; determinam condições econômicas e financeiras às entidades interessadas em explorar o serviço; estabelecem limites nacionais, regionais e locais de propriedade às entidades para permitir a concessão de serviços de radiodifusão; e condicionam a renovação da outorga de radiodifusão ao cumprimento de critérios educativos e culturais e outras obrigações legais, entre outros artigos.

Após tantas leis e decretos que, praticamente se repete, um dos momentos na história da legislação sobre as concessões de rádio e TV no Brasil que proporcionou algumas mudanças importantes, porém nada radicais para o sistema de comunicação em vigor foi a Constituição Federal de 1988, a partir do Capítulo V, dedicado à Comunicação Social. Com a finalidade de garantir a complementaridade dos sistemas públicos, privado e estatal de comunicação, foi regulamentando o artigo 223 da Constituição Federal de 1988.

Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. (CONSTITUIÇÃO

FEDERAL, 1988, Art. 223)

Após anos sem uma referência aos modelos de comunicação, a constituição foi um marco inicial para o meio. Por sistema público, devem ser entendidas as programadoras de caráter público ou associativo, geridas de maneira participativa, a partir da possibilidade de acesso dos cidadãos a suas estruturas dirigentes e submetidas a regras democráticas de gestão.

O sistema privado deve abranger todos os meios de entidades privadas em que a natureza institucional e o formato de gestão sejam restritos, sejam estas entidades de finalidade lucrativa ou não. O sistema estatal deve compreender todos os serviços e meios controlados por instituições públicas vinculadas aos poderes do Estado nas três esferas da Federação. Para cada um dos sistemas, devem ser estabelecidos direitos e deveres no tocante à gestão, participação social, financiamento e à programação. A cada um deles também serão asseguradas cotas nas infraestruturas de redes dedicadas ao transporte de sinal dos serviços de comunicação social audiovisual eletrônica, de forma a atingir a complementaridade prevista na Constituição Federal.

### 2.1.3 Essa tal de comunicação pública

Em uma análise geral, podemos constatar que o Brasil apresenta uma longa e inconstante história de comunicação não-comercial (públicas, educativas, culturais, universitárias e/ou estatais), marcada pela instabilidade, provocada por descontinuidade administrativa nos sucessivos governos, e pela falta de investimentos do Estado brasileiro no setor. O país possui atualmente dezenas de emissoras que se encaixam neste perfil em âmbito municipal, estadual e federal. Tal descentralização, é preciso destacar, tem sido uma forte característica do sistema público brasileiro de radiodifusão. As rádios não-comerciais construíram mais de 90 anos de história na radiodifusão brasileira.

- a) **Anos 1920:** Criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (1923);
- b) **Anos 1930:** Doação da Rádio Sociedade ao Governo brasileiro, nascendo então a Rádio MEC (1936), Criação da Rádio Nacional do Rio de Janeiro (1936);
- c) **Anos 1940:** Estatização da Rádio Nacional pelo Governo Vargas (1940);
- d) **Anos 1950:** Criação da Rádio Nacional AM de Brasília (1958), Criação da

- primeira rádio universitária, a Rádio UFRGS (1957);
- e) **Anos 1960:** Criação da Orquestra Sinfônica Nacional da Rádio MEC (1961); Criação da Rádio MEC AM de Brasília (1966), Governo de São Paulo assume a Rádio Cultura e a transforma em uma rádio educativa (1969);
  - f) **Anos 1970:** Criação do Projeto Minerva (1970), da Radiobrás (1975), da Rádio Nacional FM de Brasília (1976) e da Rádio Nacional OC da Amazônia (1977);
  - g) **Anos 1980:** Criação do Centro de Rádio Educativo Roquette-Pinto (1981); Criação da Rádio MEC FM (1983);
  - h) **Anos 1990:** Aumento significativo do número de emissoras educativas ligadas às universidades; criação da Fundação Roquette-Pinto, nova gestora da Rádio MEC e da TV Educativa do Rio de Janeiro (1990), Criação da Sociedade de Amigos da Rádio MEC (SOARMEC), A Rádio MEC FM começa a transmitir via satélite (1993), Criação da ACERP (1998), Criação do Selo Rádio MEC (1999);
  - i) **Anos 2000:** Criação da EBC (Empresa Brasil de Comunicação) englobando as emissoras de rádio e TV do sistema Radiobrás e ACERP (2007).

A criação da EBC tem se mostrado desde a sua fundação um passo importante tanto para a construção de um sistema público de comunicação como uma importante contribuição para um marco regulatório da comunicação pública. A lei de criação da EBC também centraliza que todas as novas outorgas de emissoras educativas do executivo federal sejam de responsabilidade da EBC em parceria com as Universidades, como é o caso da rádio UFMG, em Minas Gerais, UFS, em Sergipe e da futura Rádio UFRJ, no Rio de Janeiro, além das rádios abaixo, todas ligadas a Universidades Federais:

- a) **UFC Rádio Universitária FM 107,9:** Fortaleza, Ceará;
- b) **UFES Rádio Universitária FM 104,7:** Vitória, Espírito Santo;
- c) **UFG Rádio Universitária 870 AM:** Goiânia, Goiás;
- d) **UFMA Universidade FM 106,9:** São Luiz, Maranhão;
- e) **Rádio UFMG Educativa 104,5 FM:** Belo Horizonte, Minas Gerais;
- f) **UFOF Rádio Universitária FM 104,9:** Uberaba, Minas Gerais;

- g) **UFLA Rádio Universitária FM 105,7:** Lavras, Minas Gerais;
- h) **UFOP Rádio Educativa 96,1 FM:** Ouro Preto, Minas Gerais;
- i) **UFU Rádio Universitária FM 106,9 MHz:** Uberlândia, Minas Gerais;
- j) **UFV Rádio Universitária 100,7 FM:** Viçosa, Minas Gerais;
- k) **UFPE Rádio Universitária FM 99,9:** Recife, Pernambuco;
- l) **UFPE Rádio Universitária AM 820:** Recife, Pernambuco;
- m) **UFRN Rádio Universitária FM 88,9:** Natal, Rio Grande do Norte;
- n) **UFSM Rádio Universidade AM 800:** Santa Maria, Rio Grande do Sul
- o) **UFP Rádio Federal FM 107,9:** Pelotas, Rio Grande do Sul;
- p) **UFRGS Rádio da Universidade AM 1080: Porto Alegre, Rio Grande do Sul;**
- q) **FURG Rádio Universidade FM 106,7:** Rio Grande, Rio Grande do Sul;
- r) **UFSCar Rádio Ufscar FM 95,3:** São Carlos, São Paulo;
- s) **UNITINS Rádio Palmas FM 96,1:** Palmas, Tocantins;
- t) **UFPI Rádio 96,7 FM:** Teresina, Piauí;
- u) **UFRR Rádio 95,9 FM:** Boa Vista, Roraima;
- v) **UNIFAP Rádio 96,9 FM:** Macapá, Amapá;
- w) **UFPR Rádio Universitária 94,5 FM:** Curitiba, Paraná.

As emissoras públicas de cada país foram criadas em épocas diferentes e usadas por cada governante de várias maneiras ao longo dos anos. A maturidade democrática de cada nação permite avanços na administração destes canais da sociedade. Embora esta tendência de migração do estatal para o público seja muito forte na Europa e no resto do mundo, nem todos os países seguem o mesmo curso como é o caso da Itália, da China e da Venezuela. Os canais públicos destes países ainda estão muito ligados ao Estado, exercendo o papel de porta-voz do governo.

No Brasil, parecemos viver um momento favorável para a comunicação pública. Algumas tarefas são fundamentais neste momento. Em primeiro lugar, a manutenção e a ampliação de contato entre as rádios e TVs públicas brasileiras. É preciso ainda fortalecer cada emissora, buscando uma independência dos poderes locais, para assim diminuir a influência política ou comercial. A maturidade das emissoras públicas parece ter ligação direta com a vocação democrática do estado e da sociedade. Se tivéssemos essa realidade já há algum tempo, talvez, muitas emissoras não teriam sido vendidas, usadas como palanque do governo, ou sucateadas. O fortalecimento dos canais públicos de rádio e TV se faz necessário

para cobrir uma lacuna na sociedade brasileira não preenchida pelo campo privado: o da comunicação para a cidadania.

Em tempos de globalização, convergência de mídias e redes de emissoras por satélite a importância dos canais públicos na manutenção de um senso de pertencimento cultural e social a uma comunidade, localidade, região ou país é de grande relevância. Um papel também das rádios e tevês públicas neste mundo onde as velhas e as novas mídias colidem estaria em garantir as condições necessárias a uma participação mais efetiva da sociedade. Os diversos veículos que hoje fazem parte da EBC foram herdados por ela na sua criação no final de 2007.

Da ACERP (Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto) veio à antiga TVE e a Rádio MEC. Já da Rádiorbras (Empresa Brasileira de Comunicação) a EBC recebeu a antiga TV Nacional, a Rádio Nacional, a Agência Brasil, a Radioagencia Nacional, a TV NBR e os programas de rádios do governo federal como o tradicional A Voz do Brasil. Ou seja, o que vemos hoje como EBC, na verdade é um mosaico de emissoras, produtos e serviços já realizados antes de sua criação e agora geridos de forma unificada por ela. Um avanço em relação às estruturas anteriores já pode ser percebido na sua definição para a sociedade, mesmo que esta ainda não esteja completamente alcançada.

Missão: criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas. Visão: ser referência em comunicação pública. Valores: temos compromisso com a comunicação pública. Acreditamos na independência nos conteúdos, na transparência e na gestão participativa. Defendemos os direitos humanos, a liberdade de expressão e o exercício da cidadania. Valorizamos as pessoas e a diversidade cultural brasileira. Cultivamos a criatividade, a inovação e a sustentabilidade (EBC, 2007)<sup>4</sup>

Ferramenta importante para a participação da sociedade, o Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi instituído pela Lei nº 11.652/2008 (conversão da Medida Provisória 398/2007). Na experiência internacional da comunicação pública, os conselhos variam quanto à forma, funcionamento, composição e duração do mandato, mas guardam, entre si, a prerrogativa fundamental de controlar a linha editorial e a qualidade dos conteúdos veiculados.

O Conselho da EBC é composto por 22 membros: 15 representantes da sociedade civil, 4 do Governo Federal (ministros da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República), 1 da Câmara dos Deputados, 1 do Senado Federal e 1 funcionário da Empresa. Para garantir o rodízio dos integrantes, os

---

4 Site EBC <<http://ebc.com.br>>. Consultado em 20/06/2014

conselheiros da EBC têm mandatos que variam de dois a quatro anos. A cada troca de conselheiros, cabe a um conjunto de entidades representativas de diferentes setores da sociedade elaborar a lista de indicações.

O Conselho Curador aprova anualmente o plano de trabalho e a linha editorial das emissoras de rádio e TV da EBC. Deve ainda acompanhar e fiscalizar a veiculação da programação, que será obrigatoriamente acolhida pela Diretoria-Executiva. Poderá ainda, por deliberação da maioria absoluta de seus membros, emitir voto de desconfiança à Diretoria ou a um dos diretores, sendo que a segunda advertência resultará necessariamente em afastamento do diretor censurado ou, se for o caso, de toda a diretoria. Designados pelo Presidente da República, os 15 conselheiros que representam a sociedade civil são personalidades que, em conjunto, expressam a pluralidade de opiniões, formações e experiências profissionais, origens regionais e inclinações políticas. Cabe ao próprio Conselho eleger seu presidente e aprovar seu regimento. O representante dos funcionários é escolhido através de eleição entre os empregados do quadro efetivo da empresa.

A Lei 11.652 de 2008, que cria a EBC, institui também que a nova composição dos membros da sociedade civil deve passar por Consulta Pública, numa tentativa de tornar menos estatal e mais próxima da sociedade a formação do Conselho. O processo de consulta pública receberá indicações formalizadas por entidades da sociedade civil constituídas como pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, voltadas, ainda que parcialmente à promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos ou da democracia; à educação ou à pesquisa; à promoção da cultura ou das artes; à defesa do patrimônio histórico ou artístico; à defesa, preservação ou conservação do meio ambiente e à representação sindical, classista e profissional. São vetadas as indicações de partidos políticos ou de instituições religiosas.

No entanto, essa regra não prevê necessariamente a realização de eleições para o preenchimento das cadeiras do Conselho. Para alguns dos atuais integrantes do Conselho e entidades da sociedade civil, o processo deve contar com uma eleição, a fim de possibilitar uma maior participação social na empresa pública. Para Lourival Macedo, jornalista da Rádio Nacional e primeiro representante dos funcionários da EBC no Conselho Curador, a escolha dos membros deve ser feita de forma democrática e sem a interferência do Governo Federal.

A mais nova eleição de membros do Conselho Curador da EBC, realizada em 2015, tentou uma forma de afastar-se da indicação do governo ao criar uma indicação de nomes através de uma consulta pública. No total, foram apresentadas 58 candidaturas por 205 entidades da sociedade civil. Os indicados foram submetidos à votação pelo colegiado a partir de análise dos perfis apresentados no edital da consulta. Após a votação de listas tripliques, os

candidatos aguardaram por mais de um ano a nomeação da presidente Dilma Rousseff. A escolha dos novos membros ainda precisa ser aprovada pelo Governo Federal por uma questão legal, mas os nomes indicados vieram todos da sociedade civil organizada, o que gerou uma lista inicial, que foi revisada pelos atuais membros do Conselho, antes de seguir para a palavra final da Presidência da República.

## 2.2 Rádios

### 2.2.1 A pioneira: da Rádio Sociedade a Rádio MEC

Herdeira da Rádio Sociedade, primeira emissora a operar regularmente no país, a Rádio MEC contemporânea encara hoje novo desafio: compor um sistema de emissoras públicas. A emissora criada por Roquette-Pinto, em 1923, pode ser considerada como a que tenha chegado mais próximo do ideal de comunicação pública vigente atualmente em vários países. O canal não sempre operou sem estar ligada ao Estado ou ao setor privado. No início constituiu-se como canal fundado e financiado por um grupo de associados. Desde a sua doação em 1936 ao governo brasileiro, a Rádio MEC continua sendo referência de rádio educativo para muitas outras emissoras. As linhas de programação idealizadas por Roquette-Pinto, voltadas à educação e cultura foram tomadas cada vez mais como a missão da emissora (ZUCULOTO, 2010). E assim, a MEC, começou a se firmar como rádio referência no segmento educativo. Esta imagem foi fortalecida ainda mais a partir do estabelecimento das cadeias retransmissoras do Projeto Minerva nos anos de 1970, que tinha a Rádio MEC como principal produtora de conteúdo.

Em 1982, a Fundação Centro Brasileiro de Televisão Educativa, então geradora da TVE Rio, incorporou a Secretaria de Aplicações Tecnológicas e o Serviço de Radiodifusão Educativa – SRE, ao qual estava vinculada a Rádio MEC. Coube à nova organização a responsabilidade pela coordenação político-administrativa e pela operação do SINRED, por ser a única emissora a ter acesso ao satélite, distribuído assim conteúdos educativos e culturais para centenas de emissoras no país e fora.

Criado pelo governo militar em resposta ao movimento de educação popular iniciado pela Igreja, o Projeto Minerva entrou no ar pela primeira vez no dia 4 de outubro de 1970. O objetivo era solucionar os problemas educacionais com a implantação de uma cadeia de rádio e televisão educativas para a massa, utilizando métodos e instrumentos não convencionais de

ensino. Como tudo era controlado, o governo determinou horários obrigatórios para a transmissão de programas educativos. Os programas pretendiam preparar alunos para os exames supletivos de Capacitação Ginásial e Madureza Ginásial, estudantes que não tinham condições de frequentar um curso preparatório.

O Projeto Minerva foi mantido até o início dos anos 1980, apesar das severas críticas e do baixo índice de aprovação – 77% dos inscritos não conseguiram obter o diploma. Também se questionava, dada a sua amplitude, a possibilidade de adequação das aulas com a realidade local dos alunos. Em contrapartida, para auxiliar no aprendizado eram distribuídas cartilhas para o ouvinte poder seguir a aula de rádio. Como tudo era controlado, o governo determinou horários obrigatórios para a transmissão de programas educativos. Isto era uma realidade voltada “apenas a instrumentalizar o indivíduo para o trabalho, sem refletir criticamente sobre a realidade” (FERRARETTO, 2001, p. 162).

Para José Ricardo Bernardi (2013), o Minerva só existiu por três fatores: a política, a econômica e a reforma educacional. O primeiro se deu por imposição militar que tornou obrigatória a transmissão de programas educativos em todas emissoras de rádio, com os devidos cuidados para emitir o que condizia com a ideologia do governo. O segundo fator foi à economia, que gerou na época investimentos em telecomunicações formando a empresa pública Embratel; a reestruturação dos equipamentos de transmissão de rádios pelo país; e os fortes investimentos em infraestrutura como energia elétrica com o surgimento da Itaipu, que abasteceu mais residências refletindo na quantidade de rádios ligados na energia, além da construção de rodovias que facilitavam o acesso a regiões remotas para entrega das fitas dos programas.

O terceiro e último fator que favoreceu o surgimento do Minerva foi à reforma no ensino que segundo Bernardi 'ao sucatear o ensino público e incentivar a iniciativa privada, implantou um sistema didático tecnocrata que tinha como proposta uma educação para o mercado de trabalho'.

### 2.2.2 Ligando o Brasil de norte a sul: a Rádio Nacional

Inaugurada em 1936, a Nacional consolidou os gêneros radiofônicos brasileiros: jornalismo, esporte, novelas, humor, musicais e programas de auditório. Sua programação formou as matrizes do rádio popular no país. Inicialmente uma empresa privada, foi estatizada pelo Estado Novo de Getúlio Vargas em 8 de março de 1940 que a transformou na rádio oficial do Governo brasileiro. No ano seguinte inaugurou a primeira emissora em ondas curtas do Brasil, o que a tornou fundamental na construção da comunicação radiofônica com

abrangência em todo o País.

Hoje a marca Rádio Nacional está presente também em outras cidades, além do Rio de Janeiro. Dois anos antes da inauguração de Brasília, foi fundada em 1958, a Rádio Nacional Brasília. Em 1976, era criada a Nacional FM, de Brasília. Em 1977, foi criada a Rádio Nacional da Amazônia em ondas curtas cobrindo boa parte do território brasileiro com o objetivo de mostrar a Amazônia para o país. Criada em 15 de dezembro de 2006, a Nacional do Alto Solimões é a caçula entre as emissoras da EBC. A emissora serve de ponte para a informação e comunicação dos povos, das comunidades e dos municípios da região, inclusive da tríplice fronteira Brasil, Colômbia e Peru.

## 2.3 Televisão

### 2.3.1 De TV Educativa a TV Brasil – as fases da televisão pública brasileira

A televisão pública brasileira, nascida formalmente educativa, veio como uma tentativa de reequilibrar o cenário televisivo, para dar ao público o que a TV comercial não oferecia: informação e, sobretudo, educação, considerados produtos televisivos de prestígio, mas de baixa ou nenhuma lucratividade. E já veio com forte viés estatal, porque o Decreto-Lei 236, que a instituiu em 28 de fevereiro de 1967, faculta a possibilidade apenas a governos, fundações e universidades a requerer outorgas de radiodifusão educativa. Com isso, ao longo de décadas foram sendo criadas diversas rádios e tvs educativas pelo país.

Hoje, o que conhecemos como TV Brasil foi formado a partir da união de três canais de televisão: dois originalmente educativos, a TVE do Rio (1975) e a TVE do Maranhão (1969) e um originalmente estatal, a TV Nacional de Brasília (1960). A programação que serviu de base para a nova TV Brasil foi a da então TV Educativa do Rio de Janeiro, uma das mais tradicionais televisões não-comerciais do país. Com a criação da EBC surgiu também o canal de São Paulo e a transformação do antigo Canal Integración na nova TV Brasil Internacional (2010), alcançando 49 países africanos, América Latina, Portugal, Estados Unidos e Japão.

## 2.4 Agência de Notícias

### 2.4.1 Agência Brasil

A Agência Brasil foi criada nos anos 90, durante o governo de Collor de Mello, em substituição a EBN - Empresa Brasileira de Notícias – que já havia sido incorporada a

Radiobrás em 1988. A EBN foi criada em 1979, substituindo a tradicional Agência Nacional, que foi fundada nos anos 1930 durante o governo de Getúlio Vargas, no Estado Novo. Ligada ao DIP, a Agência Nacional tinha entre outras funções a de divulgar os atos da administração federal e as notícias de interesse público, além de distribuir a publicidade dos órgãos governamentais e a produção do programa A Voz do Brasil. Nesse contexto a Agência Nacional operava em parceria estreita com a Rádio Nacional, estando ambas subordinadas ao DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda).

Desde 2003 a Agência Brasil vem passando por um processo de transformação editorial. E seus serviços prestados para o governo, tais como a produção da Voz do Brasil, passaram a ser feitos por outra área da EBC. Atualmente a Agência Brasil é uma agência de notícias pública que participa da Aliança das Agências de Informação de Língua Portuguesa, sendo responsável pela vice-presidência deste organismo. Todo o material produzido pela Agência Brasil é distribuído usando a licença "Atribuição" Creative Commons, o que significa que pode ser reproduzido e modificado à vontade, inclusive para fins comerciais, desde que citada à fonte. Em levantamento de 2011, a página foi visualizada cerca de 22 milhões de vezes, com cerca de 2,3 milhões de visitas únicas, o que gerou um aumento de 131% em relação ao ano anterior.

#### 2.4.2 Radioagencia Nacional

Criada nos anos 2000, a Radioagência Nacional disponibiliza os conteúdos radiofônicos produzidos pelas emissoras de rádio da EBC, pela Diretoria de Jornalismo e pelas rádios parceiras. Veicula cerca de 100 áudios por dia e conta com mais de 22 mil usuários cadastrados, entre emissoras públicas, comunitárias e privadas, que realizam em torno de 1,2 mil “downloads” diariamente.

### **2.5 Internet**

#### 2.5.1 O Portal EBC

Lançado em 2012, o Portal EBC é o mais novo veículo da empresa de comunicação pública. A página permite ao usuário encontrar informações relevantes no Brasil, no mundo e também de todas as mídias da EBC. É possível ver a programação de todos os veículos, ouvir as rádios e assistir ao vivo a TV Brasil. O portal é dividido em sete editorias: notícias, cidadania, educação, esportes, tecnologia, cultura e infantil. Também presente nas redes sociais como “Twitter“, “Facebook“, “You Tube”, investindo em ferramentas que aproximam o contato do público com a empresa.

## 2.6 Serviços

Numa tentativa de separar os canais públicos, descritos acima, dos estritamente estatais/governamentais, a EBC criou uma área de Serviços, que teria atualmente apenas o Governo Federal como cliente, mas que poderia atender a qualquer ente público ou privado. Com isso, os canais de rádio, tv e web oficiais do Governo Federal tem sua estrutura compartilhada com os públicos dentro da EBC, mas com comando diferentes, numa tentativa de não interferência nas linhas editoriais. Oficialmente, a EBC apenas considera a TV Brasil, a Rádio Nacional, a Rádio MEC, a Agência Brasil e o Portal EBC como seus veículos públicos, sendo os demais operados por ela, apenas uma prestação de serviço.

### 2.6.1 A Voz Do Brasil e o serviço de rádio oficial

Para o Governo Federal, a EBC realiza a produção de conteúdo, transmissão e distribuição de programas via satélite e pela web. Exemplo disso são os programas já desenvolvidos pela empresa, como A Voz do Brasil, que tem seus primeiros 25 minutos produzidos exclusivamente pela EBC; o Café com a Presidenta, outra produção exclusiva e que leva à população os projetos de governo e suas ações; e o Bom Dia Ministro, em que toda semana um ministro convidado trata de políticas públicas em sua área. Além da geração de Redes Obrigatórias e spots institucionais do Governo Federal.

### 2.6.2 TV NBR

Na área de TV a EBC também atende as demandas do Governo Federal com a produção e distribuição do canal NBR (TV Nacional do Brasil), emissora responsável pela comunicação de todas as atividades do Governo Federal e de seus órgãos. Criado em 1997, pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, o objetivo do canal é manter a sociedade informada de todas as ações do governo e de suas políticas, cumprindo o mesmo papel da TV Senado, TV Câmara e TV Justiça.

### 2.6.3 Clipping

O periódico “Mídia Impressa” da EBC é o ‘clipping’ de notícias produzidas pela EBC. Entregue diariamente até às 6h30 da manhã, o impresso reúne os fatos marcantes do dia, exibidos nos principais jornais do país e, semanalmente, nas principais revistas. É o principal responsável por informar grandes autoridades brasileiras, como o Presidente da República, que recebe seu exemplar em qualquer lugar do mundo diariamente. O periódico está

disponível também na versão digital. Nela, o assinante é capaz de baixar o mesmo conteúdo veiculado no impresso, além de buscar palavras e temas-chave ou entrar em sua conta para acessar o conteúdo de qualquer lugar do mundo.

## **2.7 Modelos de programação de rádios não comercial**

Ao olharmos para alguns países da Europa ou ainda para os Estados Unidos e o Canadá podemos ver um maior amadurecimento nas rádios públicas a partir da década de 1970. O processo de organização feito na época, nesses países, é muito similar com o que parece estar sendo feito atualmente no Brasil. Principalmente se compararmos ao sistema da norte-americana NPR, a National Public Radio. A NPR foi criada em 1970, englobando duas instituições: a Associação de Emissoras de Rádios Públicas (1973-1977) e a Rede de Rádios Educativas Nacionais (1925-1970). Essas entidades mantinham contato com as centenas de emissoras não-comerciais americanas.

Em 1967 o Congresso Americano publicou o Ato de Comunicação Pública instituindo um serviço público de radiodifusão. A lei criou a Corporation for Public Broadcasting, CPB, e com ele vieram duas organizações: o Public Broadcasting Service (PBS) e a National Public Radio (NPR). Quando o presidente Lyndon Johnson assinou a lei em 07 de novembro de 1967, ele descreveu sua finalidade como sendo uma voz mais forte para rádio e televisão educativos, oferecendo novos fundos para as instalações e transmissão. Durante a década de 1970 e início de 1980, a maioria do financiamento NPR vinha do governo federal, o que também acabava mantendo uma forte influência política nas rádios.

Durante a década de 1980 algumas medidas foram tomadas para afastar completamente o governo da NPR, priorizando a captação de recursos através de taxas de programação, subsídios de fundações ou entidades comerciais, contribuições e patrocínios. Em 2009, apenas 11,3% das receitas globais de todas as estações de radiodifusão pública foram financiados a partir de fontes federais, e em 2010 a dependência era menor ainda, chegando a 10,1% do orçamento anual.

Atualmente a NPR produz e distribui notícias e programação cultural para quase mil emissoras em todos os Estados Unidos. As estações de rádio públicas associadas não são obrigadas a transmitir todos os programas que são produzidos pela NPR. A maioria das estações públicas de rádio monta sua programação com uma mistura de programas da NPR,

com o conteúdo de outros provedores como o American Public Media e o Public Radio International, junto de programas produzidos localmente. A NPR tem dois programas jornalísticos principais: de manhã o Morning Edition e à tarde All Things Considered. Ambos são produzidos em parceria pelas estações membro da NPR, respeitando a localidade de cada emissora. De 2002 a 2008 esses programas foram os segundo e terceiro programas de rádio mais ouvidos do país. A NPR gerencia ainda o Public Radio Satellite System, que distribui programas da própria e de outros produtores independentes. (NPR, 2010)

As emissoras filiadas a NPR mantem suas programações de forma independente, usando parte do conteúdo produzido pela NPR da maneira que melhor se adequa a grade local. Para ser membro da NPR estas emissoras precisam cumprir alguns requisitos, tais como: ter pelo menos cinco empregados em tempo integral; operar durante pelo menos 18 horas por dia; e não promover um conteúdo religioso. Cada estação tem direito ainda a um voto nas reuniões anuais do conselho da NPR e são obrigados a manter um conselho local para supervisionar as operações do dia-a-dia e preparar o seu orçamento. Este grupo é formado por representantes da rádio, cinco membros do público em geral, e o presidente da NPR. Os mandatos de cada representante dura três anos.

Os objetivos originais da NPR, ratificado pelo Conselho de Administração, são os seguintes: produzir um jornalismo de alta qualidade e reflexivo; Fornecer cobertura alargada de eventos de interesse público; Adquirir e produzir programas culturais que podem ser programados individualmente por cada rádio; Fornecer acesso aos recursos intelectuais e culturais das cidades, universidades e distritos rurais através de um sistema de desenvolvimento cooperativo; Desenvolver e distribuir programas para grupos específicos (educação de adultos, ensino à distância etc.) que pode cumprir necessidades das regiões individuais ou grupos, mas que não precisa ter relevância nacional; Estabelecer ligação com os organismos de radiodifusão estrangeiros para um serviço de troca de programa; Produzir materiais destinados a desenvolver a arte e potencial técnico de rádio.

As emissoras de países europeus, como Portugal, Alemanha, Espanha e Holanda, entre outros, parecem ter passado por um processo similar: de porta voz do estado para porta voz da sociedade. Foram aos poucos deixando de ser estatais e ganhando cada vez mais a cara de públicas. A partir de 2002 o serviço de comunicação pública portuguesa foi reestruturado. Todos os canais de rádio e TV do país – são divididos entre Rádio e TV de Portugal (RTP), Radiodifusão Portuguesa (RDP) – foram reunidos na nova RTP.

A instituição ganhou ouvintes e conselhos, que controlam as atividades dos canais públicos de rádio e TV portuguesas. Órgão de supervisão e fiscalização da estação pública, o

Conselho Geral Independente tem, entre outros papéis "eliminar qualquer interferência política" e escolher os membros do Conselho de Administração da RTP. Os elementos que compõem este Conselho são nomeados pelo governo português e pelo Conselho de Opinião da RTP. Já o Conselho de Opinião é formado maioritariamente por membros indicados por associações e outras entidades representativas dos diferentes setores da sociedade portuguesa.

A Alemanha parece ter passado também por processo semelhante. Durante a Segunda Guerra Mundial as emissoras regionais foram fundidas em uma rede nacional pelos nazistas para criar um poderoso meio de propaganda. Após o término da guerra uma estrutura descentralizada de rádio foi criada com emissoras regionais que existem até hoje. Além dessas rádios regionais existe ainda um serviço nacional de rádio com duas redes Deutschlandradio e Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands (ARD).

Todos os serviços são principalmente financiados através de taxas pagas por todos os que mantêm uma rádio, televisão computador ou celular com acesso à Internet, e são regidas por conselhos de representantes da sociedade civil. (RODRIGUES, 2009). As emissoras são dirigidas por dois conselhos: o de Radiodifusão e o de Administração. O conselho de Radiodifusão é formado por 77 membros indicados pelo governo federal, governos regionais, partidos e organizações diversas. As verbas federais bancam 75% dos custos e são complementados por receitas próprias.

A mais conhecida e admirada delas, a BBC inglesa, é dirigida por uma diretoria executiva, nomeada por um conselho composto por 12 pessoas representativas da sociedade. Formalmente o conselho é nomeado pela rainha, mas, na prática, os nomes são indicados pelo primeiro-ministro. Os conselheiros são personalidades independentes, sem vínculos com organizações e com a TV comercial. O modelo de financiamento garante total autonomia à BBC. Cada cidadão inglês paga uma taxa anual de contribuição para a manutenção do sistema público. Infelizmente, num país com tamanha desigualdade, como o Brasil, tal cobrança é inconcebível.

No Canadá, a CBC é dirigida por um Conselho Curador de 12 integrantes, responsável por todas as atividades da corporação. O Governador-Geral indica os integrantes do conselho, sendo vedadas pessoas relacionadas à área de radiodifusão. Tal como a BBC, conta com uma contribuição dos cidadãos para o financiamento da rede.

As emissoras nacionais de cada país foram criadas em épocas diferentes e usadas por cada governante de várias maneiras ao longo dos anos. A maturidade democrática de cada estado permite avanços na administração destes canais da sociedade. Embora esta tendência de migração do estatal para o público seja muito forte na Europa e no resto do mundo, nem

todos os países seguem o mesmo curso como é o caso da Itália, da China e da Venezuela. Os canais públicos destes países ainda estão muito ligados ao Estado, exercendo o papel de porta-voz do governo. Muitos países mantêm um serviço internacional de rádio em várias línguas, que serve para manter contato com colônias de emigrantes e ainda levar uma imagem do país para exterior.

### 2.7.1 A raiz educativa

As rádios educativas, culturais e universitárias estão presentes no rádio brasileiro desde a sua criação e hoje somam centenas de emissoras de norte a sul do país. Até a década de 90, operavam e eram referidas como integrantes do sistema educativo de rádio. A partir de então, passaram a se autoproclamar emissoras públicas, sob a justificativa de que mesmo financiadas e vinculadas, por exemplo, a governos ou outros poderes e instituições estatais, mantêm suas programações independentes e baseadas no atendimento ao interesse público.

Vamos analisar os modelos de programação de rádio educativo no país, seguindo as referências de Valci Zuculoto (2012). A pesquisadora dividiu em cinco grandes períodos históricos este segmento radiofônico: sendo a primeira fase, considera a pioneira, da década de 20 ao início dos anos 40, com a criação da Rádio Sociedade à regulação dos sistemas comercial e não-comercial por Vargas. A segunda fase considera o ensino pelas ondas radiofônicas, no meados dos anos 40 ao começo da década de 70, como marco. É a fase em que o sistema efetivamente começa a se desenvolver buscando se firmar como educativo. O segmento passa a incluir produção e transmissão de programas de educação formal, instrucionais, com incremento de aulas pelas ondas radiofônicas. Enquanto isso o Rádio Comercial vive sua Era do Ouro até início dos anos 60. A PRE 8 (Rádio Nacional do Rio de Janeiro) é estatizada pelo governo federal, mas continua operando como emissora comercial. E paradoxalmente, torna-se uma das maiores expressões desta época áurea da radiofonia comercial que se tornou hegemônica na radiodifusão brasileira.

A terceira fase, a “Era de Ouro” do Rádio Educativo, inicia nos anos 70 e vai até o final da década de 80. Esta é fase áurea da história da radiofonia pública, segundo Zuculoto (2012), com o apogeu do Rádio Educativo. Período de consolidação da radiofonia educativa mais voltada para o ensino instrucional, sob a influência da legislação, dos avanços das tecnologias da comunicação e da intensificação das políticas dos governos militares. É o período de muitos projetos de ensino pelo rádio, com destaque para o Minerva.

A quarta fase é iniciada nos 90 com a explosão das FMs educativas e universitárias, tendo um grande crescimento do número das FMs também no campo público, disseminando

concessões principalmente para as Universidades. É a fase da organização em especial das emissoras universitárias.

Por fim, a quinta fase, começa com a busca de um Sistema Público de Rádio nos anos 2000, com a implantação do rádio digital que havia começado na fase anterior, na produção. É o período do debate e testes do padrão a ser adotado no Brasil. Imbricada com esta grande transformação, outra é aprofundada pela busca de uma definição sobre, afinal, quais emissoras efetivamente compõem o sistema público, quais realmente são as rádios públicas e cumprem o papel de atender, com sua programação, ao interesse público. Aprofunda-se o debate sobre sistema público e sistema estatal de rádio.

No geral, a grade de programação de rádios educativas tem a programação musical com a MPB que não toca em geral nas rádios comerciais, alguns programas de jazz e música clássica e ainda programas de arte e cultura em geral. Segue este modelo a Rádio MEC do Rio de Janeiro, Rádio Cultura de São Paulo, a Rádio UFMG de BH, a Rádio Educadora de Salvador, a Rádio FM Cultura de Porto Alegre, a Rádio UFG de Goiânia, a Rádio UFES de Vitória e outras dezenas de rádios educativas, culturais e universitárias espalhadas pelo país.

### 2.7.2 O megafone do Estado

A diferenciação de emissoras estatais das emissoras públicas/educativas é uma tarefa difícil. Esta divisão começa a ficar mais clara a partir da constituição de 1988 que separa a mídia no Brasil em três grupos: privado, estatal e público. Entendemos por rádio estatal, a emissora que tem sua programação pautada principalmente pela divulgação das ações do governo, como é o caso da Rádio Senado. Com isso, identificamos como modelo inicial de programação estatal o programa *A Hora do Brasil*, hoje *A Voz do Brasil*.

O programa apenas e não toda a programação da Rádio Nacional tem esta classificação. Isto porque a programação na Nacional manteve o forte caráter comercial mesmo após a sua incorporação a União pelo governo Vargas, tendo sido a responsável inclusive pela criação e cristalização de formatos radiofônicos muito usados até os dias de hoje pelas maiores emissoras comerciais.

Com base nisso, vamos tomar como base para esta análise de modelo de programação a grade da Rádio Senado, a primeira rede de rádio a explorar integralmente o modelo de emissora estatal, tendo as Rádios Câmara e Justiça, surge depois e tendo como base o seu formato. Criada em 1996, por decisão do então Presidente do Senado José Sarney, a Rádio Senado tem com o objetivo prioritário de transmitir o áudio das reuniões das comissões e

sessões plenárias do Senado Federal e do Congresso Nacional. À nova emissora coube, ainda, divulgar as demais atividades do Senado, incluindo as ações da Presidência e dos senadores.

Além da transmissão ao vivo das principais atividades do Senado Federal, as informações resumidas sobre as decisões, debates, discussões e propostas dos senadores são apresentadas em formato de boletins jornalísticos. Também são produzidas reportagens e entrevistas sobre fatos que não envolvem diretamente a atividade legislativa, mas que merecem análise e debate pelos senadores e interessam à sociedade. No ar 24 horas por dia, o modelo básico da rádio é de informação, música brasileira, transmitindo também reportagens especiais, programas de cultura e de utilidade pública.

### 2.7.3 A voz da comunidade no rádio

O Serviço de Radiodifusão Comunitária surge oficialmente no Brasil pela Lei 9.612, de 1998 e foi regulamentado pelo Decreto 2.615 do mesmo ano. Na prática estes tipos de emissoras podem operar em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts) e cobertura restrita a um raio de 1 km a partir da antena transmissora. Com finalidade de ser a voz de diversas comunidades pode explorar esse serviço somente associações e fundações sem fins lucrativos, com sede na localidade da prestação do serviço.

A programação diária de uma rádio comunitária deve conter informação, lazer, manifestações culturais, artísticas, folclóricas e tudo aquilo que possa contribuir para o desenvolvimento da comunidade, sem discriminação de raça, religião, sexo, convicções político-partidárias e condições sociais. A programação deve respeitar sempre os valores éticos e sociais da pessoa e da família, prestar serviços de utilidade pública e contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas. Além disso, qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá o direito de emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações. A programação pluralista, sem qualquer tipo de censura, e deve ser aberta à expressão de todos os habitantes da região atendida.

Por lei, a programação destas rádios pode transmitir patrocínio sob a forma de apoio cultural, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida. O apoio cultural é uma forma de pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico, sendo permitida, por parte da emissora que recebe o apoio, apenas veicular mensagens institucionais da entidade apoiadora, sem qualquer menção aos seus produtos ou serviços. Desta forma, pretende-se que este tipo de emissora não lucre em

cima das suas programações, mas tenha o mínimo para se mater. Um modelo que tem dificuldades para ser realizado, principalmente para a manutenção mínima de uma equipe e de equipamentos das rádios. Outro ponto vedado às emissoras comunitárias é a formação de rede, a não ser quando houver expressado determinação do Governo Federal. Não poderá ela, também, em hipótese alguma: veicular qualquer tipo de defesa de doutrinas, ideias ou sistemas sectários; e inserir propaganda comercial, a não ser sob a forma de apoio cultural, de estabelecimentos localizados na sua área de cobertura.

### 3 POR UM OUTRO RÁDIO

Historicamente o rádio exerce uma importante função na sociedade brasileira. Até os dias de hoje sua penetração, em um país de dimensões continentais como o Brasil, é maior do que a televisão. Em pesquisa realizada no primeiro trimestre de 2015, o Instituto Ibope Media levantou o alcance que o rádio tem nas principais regiões metropolitanas do país. A pesquisa apontou que o meio continua com presença expressiva em todo o Brasil, alcançando índices equivalentes aos de populações de países como Espanha, Argentina ou Canadá. O estudo realizado entre janeiro e março, revelou que o alcance do rádio (quantidade de pessoas que foram expostas ao meio) nas 13 principais regiões metropolitanas atingiu quase 52 milhões de brasileiros, ou 89% da área pesquisada. O levantamento foi feito nas áreas de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Recife, Salvador, Fortaleza, Florianópolis, Goiânia, Campinas e Vitória.

Mesmo após o surgimento da TV nos anos de 1950 e da internet nos anos de 1990, o rádio continua vivo, contrariando todas as previsões de que ele iria morrer. Ainda hoje, escuta-se rádio em ondas médias, tropicais, curtas ou em frequência modulada. O veículo pode ser captado ainda por satélite ou antena parabólica e se encontra acessível em TVs por assinatura e na internet, por meio de webrádios e podcastings (MAGNONI E CARVALHO, 2010). Por isso, mesmo com todos os avanços e inovações tecnológicas o rádio ainda tem um espaço para um diálogo com o receptor, atingindo a maior parte da população, independente de idade, sexo e/ou grau de alfabetização. Em tempos de globalização, convergência de mídias e redes de emissoras por satélite a importância dos canais públicos na manutenção de um senso de pertencimento cultural e social a uma comunidade, localidade, região ou país é de grande relevância, garantindo as condições necessárias a uma participação mais efetiva da sociedade.

A investigação das rádios que vamos conhecer a seguir, organizadas por movimentos sociais e culturais populares, deu-se por vários motivos, dentre os quais destacaríamos a forma como estas rádios foram criadas e são geridas; a produção local de conteúdo; a participação da comunidade nas emissoras ao lado de profissionais do meio; E o poder transformador e integrador para a região que aquela emissora está instalada. A partir da história, da gestão e da programação das rádios faremos uma reflexão sobre suas propostas comunicativas, destacando as estratégias que estas emissoras utilizam para realizar a integração comunitária e um modelo de educação não formal, realizando uma programação

voltada para a diversidade cultural. Assim, a audição – via internet – foi ponto fundamental para estudar a diversidade cultural que as emissoras procuram evidenciar na constituição de suas audiências.

### **3.1 Rádio Nacional do Alto Solimões**

#### **3.1.1 História**

A Rádio Nacional do Alto Solimões nasceu a partir de uma demanda da população local que reivindicou ao consórcio Intermunicipal da região e ao ministério da Integração Nacional uma rádio que, através da informação, resgatasse a identidade cultural Brasileira, que estava se perdendo devido a forte influência dos países vizinhos, Colômbia e Peru. Segundo a atual coordenadora da emissora Miss Lene Ferreira, o projeto visava ainda “promover a integração dos nove municípios da Mesorregião do Alto Solimões por meio de programação radiofônica objetiva, esclarecedora, e com gestão pública; valorizando as culturas regionais, com liberdade de expressão, de forma transparente, democrática, ética e participativa, para fortalecer os municípios, com desenvolvimento sustentável, despertando o senso crítico e garantindo o direito à informação”.

Tabatinga já contava com um rádio local desde 1980, porém a emissora era gerida pelo poder público municipal, e tinha um foco, sobretudo político e comercial. Em 2004 o ministério da integração Nacional visando atender a solicitação dos moradores, convidou a então Radiobrás – atual EBC – para participar do projeto de implantação de 9 rádios FMs uma em cada cidade do Alto Solimões e 1 AM. As rádios FMs funcionariam como repetidoras, mas também com produções independentes em alguns momentos. O projeto inicial tornou-se realidade com a instalação da AM e apenas de uma das FMs, ambas em Tabatinga, com gestão da EBC.

A emissora AM foi inaugurada em 2006, como Rádio Messorregional, transmitindo em 670 kHz-AM, frequência que desde 1980 foi da Rádio Nacional de Tabatinga e que estava há 15 anos desativada. Depois de dois anos houve a necessidade de se fazer uma pesquisa para saber qual nome as pessoas preferiam que a rádio tivesse. A pesquisa surgiu porque a própria população só identificava a rádio por Nacional, já estavam acostumados com antiga Rádio Nacional de Tabatinga. Com uma diferença de 36 votos, o nome da rádio mudou de Messorregional do Alto Solimões para Nacional do Alto Solimões.

As antenas tem alcance de até 500 quilômetros, levando a programação aos municípios de: São Boa, Jutai, Tom Martins, Santo Antônio do Içá, Amaturá, São Paulo de Olivença, Tabatinga, Benjamin Constant e Atalaia, interligando os nove municípios da região do Alto Solimões. A emissora funciona como uma ponte para a informação e comunicação dos povos, das comunidades e dos municípios da área. O sinal da Rádio atinge ainda a região da Tríplice Fronteira entre Brasil, Colômbia e Peru. Os municípios do Alto Solimões, no Amazonas, estão interligados pelas águas do rio e pela frequência da Rádio Nacional.

### 3.1.2 Gestão

Atualmente a emissora é gerida apenas pela EBC, com coordenação de Miss Lene Ferreira. A radialista começou na emissora como locutora voluntária e foi contratada depois de seis meses pela antiga Radiobrás e a partir de então não saiu mais do rádio. “Eu gosto de fazer rádio. Tudo que envolve rádio, entrevista, estúdio. Hoje eu estou um pouco nesta parte de gestão e administração, também está sendo legal, mas confesso que o microfone é o que me atrai. De vez em quando, para desafogar aquele monte de problemas, eu vou para o estúdio, apresento um programa aos sábados e essa é uma terapia para mim”, comenta Miss Lene.

Na programação da rádio trabalham sete pessoas: produtores, apresentadores, operadores de áudio e um técnico de transmissor: Kátia Franco, Otto Von Farias, Miss Lene Ferreira, Messias Arevalo, Felipe Peres, Moisés Arevalo e Joziane Ferreira. Conta ainda com a participação de correspondentes, que são membros dos conselhos gestores municipal dos nove municípios do Alto Solimões. Com sete horas de programação local semanal, ficando em rede com a Nacional da Amazônia nas demais horas do dia. A Nacional do Alto Solimões é hoje a mais nova das emissoras da EBC. Sua programação tem ainda programas locais como Coisas da Terra, Tarde Cabocla, Boa Noite Solimões, que misturam informação local e nacional com protagonismo para a produção da região.

Em entrevista a Agência Brasil, a então gerente de rádio da Amazônia da Radiobrás, Taís Ladeira, falou sobre a proposta inovadora de gestão da emissora no setor público. "A grande novidade do projeto é seu modelo de gestão. Apesar de as frequências serem da Radiobrás e os recursos para instalação serem do Ministério da Integração Nacional, a sociedade civil organizada é quem irá, por meio de Conselhos de Gestão Municipal, definir desde a programação até o levantamento de recursos para manter o sistema".

O projeto inicial previa a escolha de cinco representantes de cada cidade da região do Alto Solimões para participar de oficinas temáticas de gestão, jornalismo e técnica operacional, um do poder Executivo, um do Legislativo e outros três da sociedade civil organizada, mas hoje a estrutura não funciona totalmente como pensada. Ainda assim a comunidade local mantém alguma forma de participação na programação da rádio, segundo Miss Lene. “Nos primeiros anos era em sua maioria por cartas e visitas diretas a emissora, o ouvinte vinha da sua comunidade até a emissora para deixar um recado ao vivo ou gravado. Hoje a participação é em sua maioria por telefone, redes sociais e visitas diretas na emissora.”

Outra ação importante para o fortalecimento do projeto foi à criação do Festival de Música da Rádio Nacional do Alto Solimões. O evento recebe composições de artistas locais para a inclusão na programação musical. A edição 2015 recebeu as 30 novas músicas, sendo que metade das inscrições foi de músicas indígenas. O segundo maior número de inscrições foi em português (11), seguido das composições em espanhol (4). “O grande número de inscrições em idioma indígena foi uma grata surpresa e nos mostra o quanto os indígenas estão envolvidos na cultura da região e precisam mostrar o seu talento”, ressalta a coordenadora de emissora, Miss Lene Ferreira. A região do Alto Solimões tem hoje cerca de 10 tribos, sendo estas a Kaixana, Kambeba, Kanamari, Katukiana, Katurina, Miranha, Mura, Tikuna, Waimiri-Atroari e Witoto.

### 3.1.3 A Programação

A grade de programação da Rádio Nacional do Alto Solimões é dividida em horas de conteúdo nacional (gerados pela Rádio Nacional de Brasília), conteúdo regional (gerados pela Rádio Nacional da Amazônia) e conteúdo local, produzidos pela equipe que trabalham na sede da emissora na cidade de Tabatinga. A grade intercala por turnos – manhã, tarde e noite – os programas locais, entre os programas regionais e os programas nacionais, tendo a média de um programa local pela manhã, um a tarde e dois à noite. Apesar de está 24 horas no ar, a programação da Rádio Nacional do Alto Solimões só opera local de segunda a sábado de manhã até a noite, ficando o domingo todo e as madrugadas em rede com as rádios da Amazônia e Brasília. Nesta análise, vamos destacar apenas os programas locais, deixando de lado os conteúdos regionais produzidos pela Nacional da Amazônia e os nacionais produzidos pela Nacional de Brasília, por entender que são programas externos a emissora que entram no ar ao vivo direto de Brasília, via satélite.

Dentre os programas locais, vamos analisar Alô Fronteira, Recados, Repórter Solimões, Boa Noite Solimões, Sentinela Da Fronteira, Solimões Em Destaque e Tarde Cabocla. O programa Alô Fronteira, apresentado por Katia Franco de segunda a sexta de 8h às 10h da manhã – hora local, é uma revista informativa, educativa e cultural. Seu objetivo é manter informado o cidadão da tríplice fronteira sobre assuntos de seu cotidiano, como saúde, câmbio, cultura e meio ambiente. Esta produção possibilita ainda a participação diária da população da região, que divulga datas de reuniões, eventos e festas de toda mesorregião. No dia 20 de abril de 2015, por exemplo, Katia Franco falou sobre as três áreas indígenas que tinham sido homologadas, dentre elas a terra indígena Mapari que fica localizada nos municípios de Fonte Boa, Tonantins e Japurá no Alto Solimões. A terra indígena no Alto Solimões é a maior das três novas reservas, com 157.246 hectares, e é habitada por índios Kaixana. Sobre o assunto, o coordenador substituto da Funai em Tabatinga (AM), Leopoldo Barbosa Dias, explicou a diferença entre a demarcação e homologação de terras indígenas.

O programa Recados, apresentando de segunda a sexta de 15h às 16h, por Alessandro Laranhaga, é um grande elo de comunicação para a região, recebendo e enviando recados entre as pessoas da cidade e localidades vizinhas, fazendo da rádio um grande ponto de encontro entre a sociedade local. À noite, a programação local abre com o jornal Repórter Solimões, apresentado de segunda a sexta, de 20h45 as 21h. O informativo reúne todos os principais acontecimentos da mesorregião do Alto Solimões e conta com participação de colaboradores voluntários nos nove municípios da região. Já o Boa Noite Solimões, apresentado e produzido por Marcelo Bacana de segunda a sexta de 19h às 21h, é um programa informativo, com comentários das principais notícias e acontecimentos do dia na região do Alto Solimões, no estado, país e no mundo. Ao longo do programa, acontecem giros de reportagem de colaboradores de cada município do Alto Solimões.

No sábado a programação local inicia às 8h, com o Sentinela Da Fronteira. Programa realizado por militares do Comando de Fronteira Solimões/ 8º Batalhão de Infantaria de Selva (CFSOL/8ºBIS), com informações das atividades realizadas tanto na instituição - vida militar, cotidiano, missões - quanto no município de Tabatinga (AM). A cada edição, é eleito um tema de importância para a sociedade, tais como entrevistas com especialistas da área da saúde, Forças Armadas, meio ambiente e segurança pública. Também são fornecidas informações de utilidade pública, a exemplo de cursos e concursos abertos na região.

A apresentação e produção ficam a cargo da Tenente Rebeqa Thiara, do Sargento Meirelles e do Sargento Garcia. Na sequência, às 10h, entra no ar o Solimões Em Destaque, uma revista informativa apresentada por Marcelo Bacana que faz um resumo das principais

notícias da semana e edição das entrevistas mais interessantes dos últimos dias. Fechando a programação local de sábado entra no ar ao meio-dia o Tarde Cabocla. Na apresentação de Miss Lene Ferreira, o programa abre espaço para divulgar a arte, o talento, a cultura e o folclore dos povos do Alto Solimões. O programa traz músicas de cantores locais e entrevistas com artistas da região, além de informações da agenda cultural.

#### 3.1.4 O Futuro

Para o futuro, a emissora projeta a ampliação do alcance da rádio em pelo menos mais três municípios, para assim chega a um total de cinco cidades que recebam o sinal da rádio, hoje são três. Para Miss Lene Ferreira “é um sonho alcançar as 09 cidades da região, mas devido à dificuldade orçamentária do país, essa possibilidade fica mais distante.” Uma outra conquista importante para o projeto foi a aprovação recente de concurso público com 20 vagas para o Alto Solimões, o que consolida a continuidade do projeto com a garantia de Recursos Humanos necessários para vários cargos.

Um desejo da comunidade e da equipe é conseguir aumentar o número de horas de programação local, atualmente grande parte da programação é feita em rede com a Nacional da Amazônia, isso porque a equipe é pequena, de apenas 08 pessoas, incluindo técnico, operador, locutores, apresentadores e coordenação. Para Miss Lene com a realização do concurso e celebração de parcerias a emissora pretende avançar nesse aspecto, importante principalmente para que o ouvinte se identifique com a informação transmitida em todos os horários. O crescimento da emissora esta ligado também à presença dela em coberturas de eventos culturais, esportivos regionais, demanda cada vez mais crescente da sociedade local, mas que tecnicamente e pelo número reduzido de equipe não é possível atender.

Com um trabalho único na região, a Nacional do Alto Solimões, segundo Miss Lene, já é reconhecida pela comunidade apenas pela sua existência. Pois o projeto em si, tem grande importância, já que é uma região de grande expansão territorial, com várias comunidades indígenas ou não, isoladas por sua longa distância dos grandes ou pequenos centros, onde na sua grande maioria o único meio de comunicação é o rádio, internet, telefone fixo ou móvel não fazem parte da realidade da população. O rádio nesta região é o único meio de acesso a informação e contato com o resto do país ou do mundo, sem esse veículo as pessoas deixam de conhecer seus direitos, perdem oportunidades de concorrer a concursos vestibulares etc.

Figura 1 - Empresa Brasil de Comunicação (EBC) Alto Solimões



Legenda: Equipe da emissora em frente à sede Rádio do Alto Solimões. Autor: EBC.  
Fonte: EBC/Divulgação

Figura 2 - Nos estúdios da rádio EBC do Alto Solimões



Legenda: Netinho Eware é da etnia ticuna e participa da rádio como convidado. Autor netinho, 2015  
Fonte: EBC/Divulgação

## 3.2 Casagrande FM, a rádio que educa

### 3.2.1 História

Com o intuito de resgatar a memória do povo do Cariri e criar um museu nas áreas de arqueologia e mitologia, nascia em 1992 a Fundação Casa Grande - Memorial Homem Kari, uma das experiências mais significativas de comunicação e cidadania surgidas no país nos últimos anos. A Fundação nasceu a partir do trabalho de Alemberg Quindins e sua esposa Roseane Limaverde em pesquisas de músicas do homem do Sertão do Cariri na pré-história. Neste trabalho inicial foram resgatados objetos típicos da Região, nas áreas da arqueologia e mitologia e também nas áreas de artes e comunicação, revitalizando parte da memória cultural e criando assim um Centro de Cultura voltado para a infância. O que eles foram ganhando com a pesquisa, em festivais, foi tudo investido para a construção de um centro cultural em Nova Olinda.

Alemberg conta que a cidade de Nova Olinda era um ponto de passagem onde se passava ou para Assaré, por causa de ‘Patativa do Assaré’, ou então para o município de Santana do Cariri para conhecer o projeto de Paleontologia, um museu de fósseis que nasceu primeiro do que o projeto Casa Grande. O primeiro uso dos meios de comunicação na Fundação Casa Grande ocorreu com a reativação da rádio “A Voz da Liberdade”, uma amplificadora criada pelo pai de Alemberg, Miguel Ferreira Lima, ainda entre as décadas de 1940 e 1960. Funcionando como rádio comunitária desde 1998, a emissora obteve concessão definitiva em 2001, com uma potência de 25 watts, na frequência 104.9 Mhz. A essa altura o projeto estava reconhecido a nível estadual e a o recurso financeiro para a montagem da rádio veio através da colaboração da Unicef. Assim surgiu à Casa Grande FM.

A rádio passou a desempenhar um papel cultural que vai além da preservação histórica e cultural desempenhada pelo Museu e pela escolinha de formação. Enquanto no museu são retratadas a origem da cidade e as lendas e na escolinha tais lendas são narradas para as crianças, na rádio, através da programação, é possível observar que a diversificação das atividades passa a interagir com uma proposta mais ampla que envolve, inclusive, um diálogo com a cultura industrializada que se estruturou na região ao longo de sua trajetória histórico-social. Existe ainda na Fundação um programa voltado para a memória, comunicação, artes e turismo.

Do projeto Casa Grande já surgiu o memorial ‘Patativa do Assaré’, inspirado na Fundação, o próprio Estatuto do Memorial foi baseado no Estatuto da Fundação. Então, essas pessoas têm parado em Nova Olinda, chegando a receber três mil visitantes por mês. (ALEMBERG, entrevista realizada em 2015, via telefone,

Hoje, cerca de 30 mil visitantes já passaram pela fundação Casa Grande, sendo muito deles turistas e estudantes que usam o espaço como um laboratório extraclasse, e pesquisadores: que vão fazer desde teses até estudar a forma pedagógica como a fundação Casa Grande trabalha, além de outras pessoas que vão até Nova Olinda para se hospedar e conviver com as crianças. Pessoas que são, não somente da Região do Cariri, mas do Brasil todo e até de outros países.

Na Fundação Casa Grande as crianças não têm Bolsa de Estudo, nem salário ou qualquer outro tipo de ajuda financeira. Desde o início, a única moeda troca aceita pela fundação é o conhecimento, a cultura e a intelectualização, pois a meta de buscar conteúdo e qualidade.

Hoje, a fundação conta com uma Gibiteca com cerca de 3 mil gibis, bonecos articulados e livros com histórias em quadrinhos. A instituição tem ainda uma DVDTECA com mais de 1.500 títulos, com o melhor do ‘cinema de arte’ do mundo. É esse nível de qualidade que faz com que as crianças e adolescentes tenham naquilo um valor e permaneçam na Casa Grande, tendo como objetivo a qualificação através da profundidade de conteúdo.

### 3.2.2 Gestão

A Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri é hoje uma organização não governamental, sem fins lucrativos, que tem, segundo sua missão, proporcionar a crianças e jovens e seus familiares a formação social e cultural através da vivência em gestão institucional dentro dos seus quatro programas: I. Educação Infantil; II. Profissionalização de Jovens; III. Empreendedorismo Juvenil; IV. Geração de Renda Familiar; V. Sustentabilidade Institucional. Para se manter, a Fundação recorre as parcerias, explica Alemberg:

Nós já tivemos convênios com a prefeitura, com o governo do Estado, com o Ministério da Cultura, e também com instituições internacionais, tipo a Fundação Kellogs, a Fundação Avina, Inter-American Foundation, Instituto Ayrton Senna e outros. (ALEMBERG, entrevista realizada em 2015, via telefone)

Para ingressar na Fundação Casa Grande o primeiro requisito é que a criança esteja na escola, porque a Fundação é um complemento escolar. A criança vai até a Casa Grande e permanecer lá como uma escolha dele. Quando ele entra é observado, depois um Conselho formado pelos próprios jovens é que diz: “Esse aí já pode receber o uniforme da Casa Grande”, ressalta Alemberg, (entrevista realizada em 2015, via telefone).

Na Fundação as crianças desenvolvem diversas habilidades dentro dos laboratórios de produção, como na TV onde se aprende a editar, filmar roteirizar. Existe ainda a Rádio onde as crianças aprendem a fazer um programa de rádio com roteiro, com texto, fazendo também a parte operacional, com locução.

A Editora que é outro laboratório de produção, onde os meninos aprendem desde fazer um cartaz, a fazer um jornal, a fazer uma revista em quadrinhos, existe ainda também o teatro onde eles aprendem toda operacionalidade do teatro desde a parte de sonoplastia, iluminação, cenografia, produção, então são esses laboratórios de produção que fazem com que eles possam produzir a um nível de qualidade daquilo que eles viram nos laboratórios de conteúdo que é a GIBITECA a DVDTECA, a CDTECA da Fundação, a biblioteca, então eles trabalham em conjunto. As experiências de alargamento de conhecimento obtidas nos laboratórios de conteúdo e as técnicas obtidas com as práticas dos laboratórios de produção geram, segundo Alembert, uma formação completa para a meninada.

Um dos laboratórios de produção, a rádio Casa Grande FM surgiu em 1998, e atinge um raio de 25 km ao redor de Nova Olinda, sendo reconhecida pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) como rádio comunitária. Com programação diária, das 5h às 22h, a rádio dá uma oportunidade para crianças e jovens se comunicarem com a comunidade, participarem socialmente do que acontece e expressarem aquilo que pensam.

### 3.2.3 A Programação

A Casa Grande (FM 104.9) possui na sua grade de programação diferentes programas que se utilizam dos diversos gêneros musicais, sejam regionais, brasileiros ou internacionais. Todos os programas são produzidos por crianças e jovens da Fundação Casa Grandes, com oficinas formativas voltadas para a educação infantil no rádio, se consolidando como uma rádio escola para crianças e para a profissionalização de jovens, que têm formações nas áreas de programação, sonoplastia, locução, conservação do acervo e gerência. No ar todos os dias, de oito da manhã às nove da noite, a Casa Grande FM tem como objetivo a formação de ouvintes.

Os programas produzidos e apresentados pelas crianças e jovens da Fundação Grande são: Estação da Música, Meu acervo de disco, Medalhões da MPB, Submarino Amarelo, Som da Rua, Nação Regueira, Flor do Cariri, Forró Pé de Serra, Terço, Jornal da Cidade, A Hora do Rei, Seu Luiz e o Sertão, Meu olhar sobre a Escola, Baú do Raul, Rock na Veia, Baú da

Leitura, Sertão Sonoro e Missa. Diferente da Nacional do Alto Solimões, a Casa Grande FM opera localmente e não funciona 24 horas. As crianças que estão no microfone fazem também a produção e a operação de áudio.

Além da música típica da região, como o forró, a Casa Grande FM oferece opções musicais nos mais diversos estilos jovens, bregas e MPB, com programas específicos para cada gênero. Com essa estratégia a emissora procura desenvolver a sua proposta educativa musical. A Casa Grande FM apresenta seis programas especificamente para jovens. A programação da emissora acabou criando adeptos do rock, reggae e outros gêneros não tão presentes na região, em harmonia com programas que difundiam Luís Gonzaga e o forró do pé de serra. Com isso, a emissora inovava, criando novos gostos e preservando os antigos ritmos musicais.

A programação da rádio é feita por jovens, crianças e alguns adultos da cidade que também fazem um trabalho voluntário. Embora essa emissora seja a única que não reproduz programas musicais com os gêneros de sucesso da indústria fonográfica (o pagode, as músicas sertanejas e o forró eletrônico), não deixa de manter sua relação com a cultura de massa através de um eixo que identifiquei como expressão da memória fonográfica dessa indústria, identificada através da veiculação dos sucessos nacionais e internacionais das décadas de 60, 70 e 80. As atividades mais identificadas com a tradição são encontradas na rádio através dos programas que veiculam desde os ritmos mais tradicionais como o forró de pé de serra e cantorias de violas até o acervo do museu. Na dimensão mais moderna são encontrados os programas que transmitem os gêneros musicais como o reggae, o rock e o rap.

A programação da Rádio Casa Grande FM abre todos os dias, às 8h da manhã, com o programa Estação da Música. A grade da Casa Grande é eminentemente musical e também apresenta a proposta de difundir a pluralidade dos grupos culturais existentes na sociedade. Na Casa Grande FM, a música é apresentada desde o início da criação da emissora como um elemento importante na proposta comunicativa desta rádio. Entretanto, a emissora opõe-se à difusão da produção musical consagrada através da indústria fonográfica. O caso do forró é um exemplo da forma como a emissora definiu conservar e estimular a audiência do forró e das músicas de Luiz de Gonzaga como forma de contrapor-se à difusão em massa do forró eletrônico. “As rádios que chegavam aqui antes da criação da Casa Grande FM, eram as da capital (Fortaleza) com músicas que já não estavam ligadas a tradição do forro e do baião nordestino”, explica Alembert (entrevista concedida em 2015, por telefone).

A proposta da rádio Casa Grande FM é na realidade realizar um trabalho de educação musical e para isso procura diferenciar-se dos modelos de emissoras privadas. Com esse

propósito a rádio procura realizar seu objetivo através de programas musicais, priorizando a veiculação dos gêneros mais antigos e das músicas menos veiculadas pela mídia. A Casa Grande não está criando nenhum gosto porque, apesar da rádio trabalhar com os gêneros musicais diversos e procurar despertar um senso de educação musical nos moradores de Nova Olinda, os ritmos veiculados na grade de programação de certa forma, segundo Alembert, estão ligados à memória e ao cotidiano dos ouvintes.

### 3.2.4 O Futuro

Uma das principais metas da Fundação Casa Grande não é profissionalizar, mas criar multivisões. Alembert diz que, geralmente, um estudante da universidade termina o ensino médio e entra em um curso da faculdade e com menos de seis meses ele descobre que não era aquilo que ele queria fazer.

Na fundação as crianças começam desde pequenas a conhecer o que é uma rádio, o que é uma televisão e um museu de dentro da localidade que vivem, então, este cidadão vai estar preparado, até para se ele não quiser nada daquilo: ter uma ‘bodega’ na cidade, mas ser um bodegueiro<sup>5</sup> diferente. Um bodegueiro com uma visão mais bem formada daquilo que ele quer para a vida dele. (ALEMBERG, entrevista realizada em 2015, via telefone)

Dos alunos que passaram pela fundação Casa Grande, alguns já são professores, outros são coordenadores de instituições, outros estão em ONGs, no Rio de Janeiro. Independente disso, Alembert diz que não se preocupa com qual menino fez sucesso ou qual menino deu certo. Para ele, o que deu certo é aquele que foi para o Rio de Janeiro e aquele que ficou em Nova Olinda, porque para ele o importante é ele saber o que atenda as suas necessidades.

O trabalho de formação pessoal e social das crianças, através da Fundação Casa Grande, está ajudando a mudar a vida da cidade, do ponto de vista da educação e da cultura das pessoas para enxergar o mundo por outra janela, com outros olhos. A cidade de Nova Olinda ganhou o Selo da Embratur e foi escolhida como Polo Turístico da Região do Cariri. Em 2000, a Casa Grande também recebeu do Unicef o prêmio pelo “melhor projeto” na área da Educação, e o “mais criativo” do Estado do Ceará. Também a cidade de Nova Olinda foi condecorada com a medalha “Ordem do Mérito Cultural”, em 2004.

Isso tem feito com que Nova Olinda cresça junto com a fundação porque a cidade tem recebido recursos do Ministério do Turismo, da secretaria de Turismo do Estado, e isso tem ajudado a melhorar a estrutura da cidade: com praças e melhorias das condições para um município que recebe diversos turistas. Para Alembert, a Fundação é um lugar onde a criança

---

<sup>5</sup> Expressão local para quem trabalha em comércio.

pode dar uma ideia e colocá-la em prática, entregando para ele mesmo administrar. A “Casa Grande” é uma escola de criança pra criança, onde existe a apropriação da cidade a partir da infância.

O grande sucesso do projeto está gerando desdobramentos, como a criação de uma extensão na África, com o programa “De Criança pra Criança”, abrindo espaço nas rádios africanas para o público infantil. Hoje, a Fundação tem sete programas, em sete províncias de Angola, e existe ainda programas que são realizados em Moçambique com 32 programas de rádio, de criança pra criança, envolvendo duzentas crianças nas províncias. Esse trabalho é feito em parceria com o Unicef. E o projeto inspirou ainda a Prefeitura de Pontedêra, na Itália, na região de Pisa e o Governo da Bahia, que pretende fazer diversas rádios com crianças pelo interior do Estado.

Foi a partir de uma outorga concedida para a implantação de uma rádio em Simões Filho, na Bahia, que surgiu a ideia de se criar uma estação voltada para crianças. O projeto, que surgiu dentro do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (Irdeb), toma corpo com a realização do primeiro Seminário de Comunicação, Infância e Adolescência, realizado em 2013, em Salvador. “Tudo o que é relacionado à mídia para criança é para vender algo. A gente quer fazer uma rádio para ouvir a criança”, afirmou Pola Ribeiro, diretor-geral do Irdeb. Por isso, segundo ele, foram convidadas diversas instituições de apoio à Infância, como a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), o Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Yves de Roussan (CEDECA-BA).

De acordo com o criador do projeto, essas e outras parcerias serão formadas para somar conhecimento e ideias. Até o momento, a criação destas emissoras ainda não saiu do papel, apesar de todo o debate realizado e do reconhecimento da importância do rádio como uma ferramenta de construção de valores e de cidadania aliada da família e da escola.

Figura 3 - Estúdio Rádio Casa Grande FM



Legenda: Criança no estúdio da Casa Grande FM. Autor Fundação Casa, 2015.  
Fonte: Site Fundação Casagrande

Figura 4 - Sede da Fundação Casa Grande



Legenda: Crianças da Fundação Casa Grande na frente da sede da Instituição; Autor Fundação Casa, 2015  
Fonte: Site Fundação Casagrande

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que é o educativo? Como educar pelo rádio? Que tipo de educação é essa? Educação para quem? [...] Para quem é veiculada a programação educativa? Quem precisa educação pelo rádio? Faço essas perguntas por que considero que o rádio educativo deve estar a serviço das minorias, que, neste país, são constituídas dos excluídos de diversos tipos. [...] Exclusivamente auditiva, a recepção radiofônica dispensa a codificação de modo completo. Junte-se a isso o fato de sua abrangência e da credibilidade constatadas em pesquisas, e chegamos à conclusão de que a radiofonia é o melhor meio de se atingir as grandes parcelas da população. [...] o critério de audiência deve ser relevante. Não há sentido público se a emissora comunitária se torna corporativa, isto é, a serviço de interesses de grupos, sejam profissionais ou de qualquer outra espécie. Não há sentido público, se a emissora educativa se torna elitista, isto é, se estabelecem a partir de elementos culturais que excluam a preferência ou o gosto popular, inclusive os que geram enormes audiências nas rádios comerciais. (SIGNATES, 1995, p. 2- 6; apud PRADO PIMENTEL, 1999, p. 10)

Por mais pública que uma rádio se declare, o que podemos perceber é que a produção de conteúdo nestas emissoras ainda sofre mais influências dos poderes políticos do que da sociedade. No entanto, parecemos viver um momento favorável para a comunicação não-comercial no Brasil. Podemos perceber, a partir dos anos 2000, um movimento nas rádios estatais, culturais, educativas, comunitárias e universitárias buscando novos caminhos. Porém, pelos motivos apontados ao longo deste trabalho, podemos dizer que, no sentido literal da palavra, não existe rádio público no Brasil. Este foi, por exemplo, um dos motivos da mudança final do título deste trabalho e a adoção do termo não-comercial no lugar de público, numa tentativa de representar este universo de emissoras que fazem um outro tipo comunicação de maneira mais clara e significativa.

Observarmos também que estudiosos do rádio, gestores, produtores e as próprias emissoras, ao traçarem sua missão educativa, cultural e de atendimento ao interesse público, vislumbram justamente na programação a possibilidade maior de colocar em prática a função decorrente das suas naturezas de rádios não comerciais, esquecendo de discutir o modelo de financiamento, a forma de contratação de pessoal, as formas de participação efetiva da sociedade e a não-influência do governo na linha editorial.

No caso da Rádio MEC, emissora que serviu de referência por muitos anos para o rádio não comercial, a sua incorporação pela EBC e a junção operacional com a Rádio Nacional – emissora com DNA comercial e de megafone do governo - deixou uma lacuna entre o rádio educativo de até então e um novo rádio público, que ainda não decolou. Partindo dos modelos macros da MEC e da Nacional, para entendermos que cenário iremos desenhar a

partir de agora com o rádio não-comercial, percebemos uma predominância pelo modelo de programação de entretenimento e notícia da Nacional em detrimento do educativo e cultural da MEC. Este direcionamento pode ser observado mais claramente na TV Brasil, que unificou a programação educativa da TVE e a estatal da TV Nacional, sufocando o conteúdo educativo-cultural da emissora e conseqüentemente das dezenas de TVs Universitárias que retransmitem sua programação pelo país.

Estaria então o novo modelo de comunicação pública matando o tradicional rádio educativo, não-comercial no Brasil? Estaria a nova comunicação pública replicando o mesmo formato da comunicação comercial? Algumas tarefas são fundamentais neste momento. Em primeiro lugar, a manutenção de diversos modelos de programação: noticiosa, esportiva, cultural, educativa e artística. Em tempos digitais, não precisamos ter apenas uma rádio ou uma TV pública, como na época de ouro da Rádio Nacional, que falava para todo o Brasil, mas pouco ouvia. Podemos ter no modelo de multiprogramação já disponível na TV digital e previsto para o rádio digital, uma das bases para esta nova comunicação pública, que precisa coexistir com diversas linhas editoriais, segmentações e diversidades culturais. Ou seja, um modelo de rede descentralizado e horizontal.

A EBC, sabendo do seu papel de modelo e de fomentador, permanece com o debate constante sobre o tema. Durante a 57ª Reunião Ordinária do Conselho Curador da instituição, foi realizado o Seminário Modelo Institucional ocorrido nos dias 11 e 12 de agosto de 2015. O evento foi realizado em parceria com entidades da sociedade civil, produtores de conteúdo, academia, Governo Federal, Diretoria e funcionários da EBC. O objetivo era fazer um balanço dos sete anos da empresa e discutir sua estrutura e funcionamento, abordando temas como autonomia em relação ao Governo Federal, participação da sociedade civil, formas de sustentabilidade e financiamento, além do modelo de produção de conteúdos da casa. Ao colocar o assunto em pauta, a EBC tenta se manter no protagonismo do setor e ao mesmo tempo justificar a sua existência, que é altamente criticada pela mídia, principalmente pelo alto custo até o momento para apresentar poucos avanços em relação aos modelos anteriores.

Sobre a produção de conteúdo e programação, podemos ter algumas pistas em “Oito maneiras do rádio educar” de Mauro Sá Rego (2013). No texto, o autor apresenta reflexões desenvolvidas a partir de um estudo sobre as várias formas de rádio – das rádios comunitárias e educativas às rádios experimentais e o universo da rádio arte, incluindo as experiências de rádio on-line, na internet. A primeira forma apresentada por Sá Rego (2013) é a deslocalização, a descorporificação, e a portabilidade, tanto dos aparelhos de recepção quanto dos instrumentos de produção. A segunda, fala de uma voz sem corpo. Mas, há infinitas

qualidades numa voz, há uma corporeidade nesta voz sem corpo, que o rádio atual faz tudo para apagar. A terceira forma fala sobre os programas de alfabetização em mídia, que buscam criar ou aumentar a capacidade crítica de crianças e adolescentes em relação ao rádio e à TV, como foi no caso explorado neste trabalho da Casa Grande FM, no sertão do Cariri.

Os quatro modelos tratam do aperfeiçoamento e a redução do custo de equipamentos de registro de som com discriminação mais sofisticada permite, hoje, a ampliação das experiências propostas nos anos 70 de gravação/edição de “paisagens sonoras”, conceito do compositor e criador da ecologia acústica Murray Schafer. A quinta forma, fala da abertura dos ouvidos para a música contemporânea é algo que se pode tomar como porta de entrada para muitas questões da filosofia contemporânea e conceitos científicos desenvolvidos no século XX. A sexta trata de outra questão é a do uso da linguagem literária no rádio.

A sétima forma fala de outro uso de linguagem literária com função educativa no rádio é o aproveitamento das formas de poesia oral improvisada tanto nas suas formas tradicionais, que atravessam todo o Brasil, como na forma urbana recente do rap, as canções faladas e longas do Hip Hop. A oitava e última forma proposta por Mauro do rádio educar trata de um exemplo de educação sobre o rádio como mídia, através da ruptura do formato padrão daquilo que se entende por rádio, é o projeto das Transmissões Misteriosas, colocando no ar, numa frequência escolhida em cada lugar e momento, um programa, uma transmissão – criando outro tipo de rádio e ao mesmo tempo denunciando a forma monopolista (de controle estatal e comercial) que é o rádio com nome, frequência determinada e transmissão contínua, todo dia naquela faixa horária.

Sobre o modelo institucional e de financiamento, podemos observar a trajetória e atualidade da famosa BBC, referência para o modelo brasileiro e para muitos outros países.

Quando surge, na década de 1920, a radiodifusão é uma tecnologia a procura de uma utilidade econômica. Seu principal problema era financiamento. Alguns empreendimentos pioneiros, entre eles a British Broadcasting Corporation – BBC, criada por um consórcio de fabricantes de sistemas de radiotransmissão – imaginavam poder sobreviver e lucrar cobrando assinatura aos possíveis rádio-ouvintes. A óbvia dificuldade técnica para controlar a adimplência dos assinantes levou esses projetos ao fracasso. Então, entrou o Estado. Devido à pequena extensão territorial da maioria dos países capitalistas avançados da época, com reflexos diretos na ocupação e gestão das escassas radiofrequências; às crises sociais e políticas que então abalavam o mundo; e ao permanente clima de guerra entre as grandes potências que acabaria desembocando no grande conflito de 1939, a radiodifusão era vista como um importantíssimo instrumento de propaganda político-ideológica, mobilização nacional e manutenção da coesão social. (DANTAS, 2008, Observatório da Imprensa)<sup>6</sup>

6 DANTAS, Marcos. A encruzilhada entre o público e o estatal. In: Observatório da Imprensa. Edição 477. Ano: 2008. Disponível em <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/a\\_encruzilhada\\_entre\\_o\\_publico\\_e\\_o\\_estatal/](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/a_encruzilhada_entre_o_publico_e_o_estatal/)>. Acesso em 23/03/2015.

Para avançar e ganhar popularidade, o rádio precisou de uma mãozinha do Estado em praticamente todos os países. Quando surgiu, nos anos de 1920, a radiodifusão era uma tecnologia cara, que só foi ganhando o mercado a partir dos anos de 1940. Na BBC algumas ações ajudaram há afastar um pouco mais a influência do Governo, mas não eliminaram por completo, como a aprovação de um plano de trabalho e orçamentário de dez em dez anos. Assim, a cada década, o jogo político democrático determina o lugar da BBC no Estado e na sociedade. Seu conselho administrativo é de livre nomeação pela Coroa, mas dificilmente os nomes indicados não terão sido levados ao rei ou rainha, pelas forças políticas hegemônicas em cada oportunidade. A BBC pode ser reconhecida como pública pela diversidade e relevância de seu conteúdo para a sociedade, mas sua independência tem limites.

Com o avanço e difusão da tecnologia, a radiodifusão estatal entrou em crise e precisa ser repensado o seu papel. As condições políticas e culturais do mundo capitalista hoje em dia, apoiadas nas tecnologias digitais, na TV digital inclusive em terminais móveis, na difusão por cabo ou satélite e, sobretudo, na internet com todas as suas potencialidades (webrádio, YouTube, Netflix, Spofy), modificaram completamente o cenário que um dia moldou a radiodifusão estatal. Podemos observar que existe um movimento que parece estar redesenhando o cenário da comunicação de massa no Brasil e flexibilizando o discurso hegemônico da grande e tradicional mídia. Um dos fatores que faz nos levar a este novo caminho é o desenvolvimento das redes digitais multimídias, que ofereceram ao campo da comunicação suportes de realização midiáticas cada vez mais flexíveis e complexos.

A comunicação não-comercial brasileira será pública e democrática somente quando o Estado brasileiro for, de fato, público e democrático. Agora, com 80 anos de atraso, o Governo resolveu criar o que de certa forma já existia. Estaria, para isso, baseando-se numa suposta distinção entre “emissora estatal” e “emissora pública” que aparece na Constituinte de 1988, como se qualquer instância estatal, sobretudo numa democracia, não fosse, por definição, pública. Por este motivo, reconhecemos nos dois casos estudados: a Rádio Nacional do Alto Solimões e Rádio Casa Grande FM de Nova Olinda, são modelos de comunicação mais públicos, mais participativos e menos “governocentristas”. Talvez, no dia em que o pedido de outorga de rádios comunitárias e educativas tornarem-se mais fácil e o processo de gestão das emissoras forem invertidos – da sociedade para a rádio e não da rádio para a sociedade, poderemos ver novos rumos para o rádio não-comercial.

[...] rádio educativo poderia ser todo o rádio feito no país. Independente de ter um carácter instrutivo ou de ensino. Dessa forma, o mais importante é que toda a programação radiofônica não fosse “deseducativa”, mesmo a transmitida pelas

emissoras puramente comerciais [...]. (PIMENTEL, 2004, p.34)

Por fim, podemos dizer que a definição do rádio público no Brasil permanece em construção. Continuamos a ter os mesmos modelos de rádio não-comercial que conhecemos. É preciso fortalecer cada emissora, buscando uma independência dos poderes locais, para assim diminuir a influência política ou comercial. Se tivéssemos essa realidade já há algum tempo, talvez, muitas emissoras não tivessem sido vendidas, usadas como palanque ou sucateadas.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W, HORKHEIMER, Max. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- BRASIL. Constituição Federal (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1990.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Volume 1. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- CEZNE, Andrea Narriman. O conceito de serviço público e as transformações do Estado contemporâneo. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, n.167, p. 315-338, jul/set. 2005. Disponível em <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/872>>. Acesso em 20 jun. 2019.
- DANTAS, Marcos. A encruzilhada entre o público e o estatal. **Observatório da Imprensa**. Edição 477. Ano: 2008. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/a-encruzilhada-entre-o-publico-e-o-estatal/>>. Acesso em 23 mar. 2015.
- DEL BIANCO, Nélia R. MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio no Brasil: Tendências e Perspectivas**. Rio de Janeiro: Eduerj. Brasília: UNB, 1999.
- EBC. Site da Empresa Brasileira de Comunicação. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/>>. Acesso em 20 de junho de 2019.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4ª ed. São Paulo: Loyola, 2003.
- MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Mauricio. (Org.). **O Novo rádio, cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora SENAC, 2010.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do Rádio**. Ed. Insular, Florianópolis, vols 2, 2005.
- MILANEZ, Liana (org). **Rádio MEC: herança de um sonho**. Rio de Janeiro: ACERP, 2007.

MOREIRA, Sonia Virginia. **Rádio em transição: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

MOREIRA, Sonia Virginia. **Rádio Palanque**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

MSR, Costa. **Rádio, Arte e Política**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2013.

PBS. **How PBS Works**. <<http://www.pbs.org/about/>>. Acesso em 20 de junho de 2014.

PRADO PIMENTEL, Fábio. **O Rádio Educativo Brasileiro**, uma visão histórica. Rio de Janeiro: Soarmec Editora, 1999.

REGOTTO, Thiago. Fluxo Local, Regional e Internacional de Conteúdo em Rádios Públicas Brasileiras: um Pouco de História e Perspectivas de Evolução. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais Caxias do Sul**: Intercom, 2010. Disponível em <[http://www.geografias.net.br/papers/4\\_ThiagoRegotto.pdf](http://www.geografias.net.br/papers/4_ThiagoRegotto.pdf)>. Acesso em 03 mar.2015.

RODRIGUES, Diogo et al. **Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009. Disponível em <<https://www.intervezes.org.br/arquivos/interliv004spcmepb.pdf>>. Acesso em Acesso em 01 de junho de 2016.

UNESCO. **Public Service Broadcasting**. Disponível em: <<http://portal.unesco.org>>. Acesso em 20 jun. 2014.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A Construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras**. 2010. 242f. TESE (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4415>>. Acesso em 20 jun. 2016.

## ANEXO A - Cronologia Empresa Brasil de Comunicação

Resumo Geral EBC					
Ano	Veículos			Vínculo	Presidente
	<b>Rádio Sociedade</b>			Roquette-Pinto	Artur Bernardes
1936	<b>Rádio Nacional</b>			Jornal A Noite	Getúlio Vargas
	<b>Rádio MEC</b>			Ministério da Educação	Getúlio Vargas
1939	<b>Agência Nacional</b>			DIP	Getúlio Vargas
1940	<b>Rádio Nacional</b>			Governo Federal	Getúlio Vargas
1958	<b>Rádio Nacional</b>			Governo Federal	JK
1960	<b>TV Nacional</b>			Governo Federal	JK
1975	<b>Rádio Nacional</b>	<b>TV Nacional</b>		Radiobrás	E. Geisel
1975	<b>TV Educativa</b>			Ministério da Educação	E. Geisel
1976	<b>Rádio Nacional</b>			Radiobrás	E. Geisel
1979	<b>EBN</b>			EBN	E. Geisel
	<b>Rádio MEC</b>			Ministério da Educação	J. Figueiredo
1988	<b>Rádio Nacional</b>	<b>EBN</b>	<b>TV Nacional</b>	Radiobrás	J. Sarney
	<b>Rádio MEC</b>			<b>TV Educativa</b>	Funteve
1990	<b>Agência Brasil</b>			Radiobrás	F.Collor
	<b>Rádio MEC</b>			<b>TV Educativa</b>	F. Roquette Pinto
	<b>Rádio MEC</b>			<b>TV Educativa</b>	ACERP
	<b>Rádio MEC</b>	<b>Rádio Nacional</b>	<b>Agência Brasil</b>	<b>TV Brasil</b>	EBC
					Lula

## ANEXO B - Grade de Programação Rádio Alto Solimões Ano 2015

FM Rádios		GRADE DE PROGRAMAÇÃO - RÁDIO DO ALTO SOLIMÕES - AM 870Kz e FM 98,1MHz								
YABATINGA	BRASÍLIA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO	BRASÍLIA	YABATINGA
21:00:00	00:00:00	MADRUGADA NACIONAL						ALÔ BRASIL	00:00:00	22:00:00
21:15:00	00:15:00								00:15:00	22:15:00
21:30:00	00:30:00								00:30:00	22:30:00
21:45:00	00:45:00								00:45:00	22:45:00
22:00:00	01:00:00								01:00:00	23:00:00
22:15:00	01:15:00								01:15:00	23:15:00
22:30:00	01:30:00								01:30:00	23:30:00
22:45:00	01:45:00								01:45:00	23:45:00
23:00:00	02:00:00								02:00:00	00:00:00
23:15:00	02:15:00								02:15:00	00:15:00
23:30:00	02:30:00								02:30:00	00:30:00
23:45:00	02:45:00								02:45:00	00:45:00
00:00:00	03:00:00	03:00:00	01:00:00							
00:15:00	03:15:00	03:15:00	01:15:00							
00:30:00	03:30:00	03:30:00	01:30:00							
00:45:00	03:45:00	03:45:00	01:45:00							
01:00:00	04:00:00	04:00:00	02:00:00							
01:15:00	04:15:00	04:15:00	02:15:00							
01:30:00	04:30:00	04:30:00	02:30:00							
01:45:00	04:45:00	04:45:00	02:45:00							
02:00:00	05:00:00	05:00:00	03:00:00							
02:15:00	05:15:00	05:15:00	03:15:00							
02:30:00	05:30:00	05:30:00	03:30:00							
02:45:00	05:45:00	05:45:00	03:45:00							
03:00:00	06:00:00	06:00:00	04:00:00							
03:15:00	06:15:00	06:15:00	04:15:00							
03:30:00	06:30:00	06:30:00	04:30:00							
03:45:00	06:45:00	06:45:00	04:45:00							
04:00:00	07:00:00	07:00:00	05:00:00							
04:15:00	07:15:00	07:15:00	05:15:00							
04:30:00	07:30:00	07:30:00	05:30:00							
04:45:00	07:45:00	07:45:00	05:45:00							
05:00:00	08:00:00	08:00:00	06:00:00							
05:15:00	08:15:00	08:15:00	06:15:00							
05:30:00	08:30:00	08:30:00	06:30:00							
05:45:00	08:45:00	08:45:00	06:45:00							
06:00:00	09:00:00	09:00:00	07:00:00							
06:15:00	09:15:00	09:15:00	07:15:00							
06:30:00	09:30:00	09:30:00	07:30:00							
06:45:00	09:45:00	09:45:00	07:45:00							
07:00:00	10:00:00	10:00:00	08:00:00							
07:15:00	10:15:00	10:15:00	08:15:00							
07:30:00	10:30:00	10:30:00	08:30:00							
07:45:00	10:45:00	10:45:00	08:45:00							
08:00:00	11:00:00	11:00:00	09:00:00							
08:15:00	11:15:00	11:15:00	09:15:00							
08:30:00	11:30:00	11:30:00	09:30:00							
08:45:00	11:45:00	11:45:00	09:45:00							
09:00:00	12:00:00	12:00:00	10:00:00							
09:15:00	12:15:00	12:15:00	10:15:00							
09:30:00	12:30:00	12:30:00	10:30:00							
09:45:00	12:45:00	12:45:00	10:45:00							
10:00:00	13:00:00	13:00:00	11:00:00							
10:15:00	13:15:00	13:15:00	11:15:00							
10:30:00	13:30:00	13:30:00	11:30:00							
10:45:00	13:45:00	13:45:00	11:45:00							
11:00:00	14:00:00	14:00:00	12:00:00							
11:15:00	14:15:00	14:15:00	12:15:00							
11:30:00	14:30:00	14:30:00	12:30:00							
11:45:00	14:45:00	14:45:00	12:45:00							
12:00:00	15:00:00	15:00:00	13:00:00							
12:15:00	15:15:00	15:15:00	13:15:00							
12:30:00	15:30:00	15:30:00	13:30:00							
12:45:00	15:45:00	15:45:00	13:45:00							
13:00:00	16:00:00	16:00:00	14:00:00							
13:15:00	16:15:00	16:15:00	14:15:00							
13:30:00	16:30:00	16:30:00	14:30:00							
13:45:00	16:45:00	16:45:00	14:45:00							
14:00:00	17:00:00	17:00:00	15:00:00							
14:15:00	17:15:00	17:15:00	15:15:00							
14:30:00	17:30:00	17:30:00	15:30:00							
14:45:00	17:45:00	17:45:00	15:45:00							
15:00:00	18:00:00	18:00:00	16:00:00							
15:15:00	18:15:00	18:15:00	16:15:00							
15:30:00	18:30:00	18:30:00	16:30:00							
15:45:00	18:45:00	18:45:00	16:45:00							
16:00:00	19:00:00	19:00:00	17:00:00							
16:15:00	19:15:00	19:15:00	17:15:00							
16:30:00	19:30:00	19:30:00	17:30:00							
16:45:00	19:45:00	19:45:00	17:45:00							
17:00:00	20:00:00	20:00:00	18:00:00							
17:15:00	20:15:00	20:15:00	18:15:00							
17:30:00	20:30:00	20:30:00	18:30:00							
17:45:00	20:45:00	20:45:00	18:45:00							
18:00:00	21:00:00	21:00:00	19:00:00							
18:15:00	21:15:00	21:15:00	19:15:00							
18:30:00	21:30:00	21:30:00	19:30:00							
18:45:00	21:45:00	21:45:00	19:45:00							
19:00:00	22:00:00	22:00:00	20:00:00							
19:15:00	22:15:00	22:15:00	20:15:00							
19:30:00	22:30:00	22:30:00	20:30:00							
19:45:00	22:45:00	22:45:00	20:45:00							
20:00:00	23:00:00	23:00:00	21:00:00							
20:15:00	23:15:00	23:15:00	21:15:00							
20:30:00	23:30:00	23:30:00	21:30:00							
20:45:00	23:45:00	23:45:00	21:45:00							

## ANEXO C - Programação Casa Grande FM 104,9 Ano 2015

HORA/DIA	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
08h às 10	<i>Estação da música</i>	<i>Seu Luiz e o Sertão</i>	<i>A Voz da Liberdade</i>				
10 às 11	<i>Meu acervo de Disco</i>	<i>Meu Olhar sobre a escola</i>	<i>Meu Olhar sobre a escola</i>				
11 às 13	<i>Medalhões da MPB</i>	<i>Baú do Raul</i>	<i>Baú do Raul</i>				
13 às 14	<i>Submarino Amarelo</i>	<i>Submarino Amarelo</i>					
14 às 15	<i>Som da Rua</i>	<i>Rock na Veia</i>	<i>Rock na Veia</i>				
15 às 16	<i>Nação Regueira</i>	<i>Nação Regueira</i>					
16 às 17	<i>Flor do Cariri</i>	<i>Baú da Leitura</i>	<i>Baú da Leitura</i>				
17 às 18	<i>Forró pé de serra</i>	<i>Forró pé de serra</i>					
18 às 18:30	<i>Terço</i>	<i>Terço</i>	<i>Terço</i>	<i>Terço</i>	<i>Terço</i>	<i>Terço</i>	<i>Terço/Missa</i>
18:30 às 19	<i>Jornal da Cidade</i>	<i>Sertão Sonoro Radioestória</i>	<i>Terço/Missa</i>				
19 às 20	<i>A voz do Brasil</i>	<i>A hora do rei</i>	<i>Terço/Missa</i>				
20 às 21	<i>A hora do rei</i>	<i>Terço/Missa</i>					