

COMUNIDADE ALTO-FALANTE: A Escuta da Rádio de Poste, os Sons do Comércio e da Vida Cotidiana em um Bairro Popular de Salvador ¹

THE LOUD SPEAKING COMMUNITY: Listening to the Lamp Post Radio, the Sounds of Commerce and Everyday Life in a Working Class Neighborhood of Salvador

Andrea Meyer Medrado²

Resumo: O objetivo deste artigo é investigar as maneiras pelas quais os moradores do Pau da Lima, um bairro de Salvador, utilizam as rádios comunitárias em seu dia-a-dia. O foco é na comunidade e não nas emissoras, no ouvinte e não no produtor de rádio. O ponto de partida é o reconhecimento de que pouca atenção tem sido dedicada à dimensão da escuta de rádio comunitária. Este artigo integra o campo da cultura auditiva aos estudos de mídia comunitária, utilizando-se de conceitos como o da “paisagem sonora” (SCHAFER, 1994). Assim, a rádio comunitária passa a ser entendida como parte integrante de um conjunto de ritmos. É possível concluir que se faz necessária uma descoberta das funções das rádios comunitárias de maneira orgânica, passo a passo, ao invés de estabelecê-las a priori. Estas ideias são desenvolvidas aqui a partir de um estudo etnográfico da escuta da rádio de poste no Pau da Lima, identificada pelos ouvintes como a mais autêntica expressão de rádio comunitária no bairro.

Palavras-Chave: Escuta. Rádio Comunitária. Cotidiano.

Abstract: This article investigates the ways in which the residents of Pau da Lima, a neighbourhood in Salvador, use community radio in their daily life. The focus is on the community rather than on the station, on the listener rather than on the producer. The starting point is the recognition that little attention has been devoted to the listening dimension of community radio. This article incorporates the field of auditory culture into community media studies, drawing from concepts such as that of the “soundscape” (SCHAFER, 1994). Thus, community radio can be understood as being enmeshed in a set of rhythms. It is possible to conclude that the functions of community radio must be discovered in an organic manner, step by step, rather than being established a priori. These ideas are developed here through an ethnographic study of Pau da Lima’s lamp post radio, which was identified by the listeners as the most authentic expression of community radio in the neighbourhood.

Keywords: Listening. Community Radio. Everyday Life

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.

² Doutora, University of Westminster; Pós-doutora, Royal Holloway University of London; Professora do Departamento de Mídia da Bournemouth University; Email: amedrado@bournemouth.ac.uk, ammedrado@hotmail.com

1. Introdução

Este artigo investiga o papel das rádios comunitárias no cotidiano de Pau da Lima³, um “bairro popular” localizado na do “miolo central” de Salvador. O objetivo é realizar uma imersão no dia-a-dia do bairro, compreendendo as diversas maneiras com que os moradores vivenciam a escuta destas rádios. Cabe aqui fazer um breve esclarecimento com relação ao termo “rádio comunitária”. Há incontáveis iniciativas de rádio comunitária no mundo, recebendo as mais diversas denominações como “rádios educativas”, “rádios alternativas” e “rádios cidadãos”. Círcia Peruzzo utiliza o termo “rádios livres” para designar aquelas rádios que operam como “piratas” por não terem obtido autorização para transmitir sua programação (1998, p. 2), mas que acabam por exercer muitas das funções de rádio comunitária. De acordo com Peruzzo, os termos “pirata” ou “clandestina” são utilizados com frequência pelos opositores da rádio comunitária por carregarem conotações ideológicas, sendo consideradas “ilegais, invasoras e perversas”. (PERUZZO, 1998, p. 7).

Outro aspecto que contribui para limitar o potencial dessas rádios é que elas são muitas vezes definidas através do que *não* podem ser e fazer: elas *não* podem ter natureza comercial ou fins lucrativos; *não* devem ter caráter religioso, *nem* serem utilizadas como veículos políticos. Neste artigo, gostaria de argumentar que essas interpretações muitas vezes assumem uma natureza binária (RODRIGUEZ, 2001), obscurecendo os aspectos mais multifacetados da rádio comunitária, como a sua capacidade de representar uma necessária forma de iniciativa popular. Desta forma, encontro-me alinhada com as idéias de autores como Carpentier et. al (2003), que chamam atenção para a necessidade de adotarmos uma perspectiva “rizomática”, mais flexível e adequada aos múltiplos contextos e realidades das quais as rádios comunitárias emergem.

O Pau da Lima é um bairro carente em termos de infra-estrutura, possuindo diversas áreas ocupadas por baixadas e invasões que, no contexto do Rio de Janeiro, seriam

³ O bairro constitui uma das dezoito regiões administrativas de Salvador e tem uma população de aproximadamente 120.000 habitantes (RIOS, 2006)

provavelmente identificadas como “favelas”⁴. As áreas mais privilegiadas encontram-se na parte “alta” do bairro, próxima às avenidas pavimentadas. Já as pessoas que moram no meio dos morros ou nas baixadas encontram piores condições de infra-estrutura e saneamento básico, recebendo muitas vezes o lixo e o esgoto proveniente das residências de cima e sofrendo com os deslizamentos de terra provocados pelas chuvas.

Para ser coerente com a abordagem etnográfica desta pesquisa, neste artigo, optei por adotar os mesmos termos utilizados pelos moradores com quem convivi durante os meses em que realizei minha pesquisa⁵. Isto vale para a expressão “bairro popular”, mas também para as rádios do bairro. Havia basicamente dois tipos de rádio comunitária: a “rádio de poste” e rádios FM “livres” (PERUZZO, 1998), que não haviam sido legalizadas⁶. Os ouvintes costumavam se referir a estas rádios FM como “rádios pequenas” ou “rádios de bairro”. Entretanto, a rádio de poste era frequentemente identificada como a “rádio comunitária”. Neste artigo, gostaria dar ênfase a este exemplo de rádio comunitária e de argumentar que muito mais produtivo do que estabelecer a priori quais funções a rádio comunitária deve desempenhar é descobrir estas funções organicamente, passo a passo, e adotando a perspectiva das comunidades a quem elas beneficiam.

Quando analisada diante deste prisma e inserida no contexto das paisagens sonoras (SCHAFER, 1994) do bairro, já que não se pode ignorar o caráter público e coletivo da escuta das rádios e seus alto-falantes nas ruas, para os ouvintes, a rádio de poste revela-se como a mais autêntica forma de rádio comunitária. Isto ocorre porque ela se mostra bem integrada ao cotidiano do bairro, representando uma “trilha sonora” das ruas, estando associadas com os sons do desenvolvimento econômico pelas estreitas ligações que tem com o comércio local e atuando como uma facilitadora de “trocas” entre apresentadores, comerciantes e ouvintes.

2. A mídia comunitária: Debates, limitações, estudos de recepção e paisagens sonoras

⁴ No Rio de Janeiro, encontra-se uma delimitação entre o “asfalto” e a “favela”. Já em Salvador, a palavra “favela” é raramente utilizada por seus moradores por assumir uma conotação ainda mais negativa que no Rio. O termo mais utilizado é “bairro popular”.

⁶ Planeta FM, Axé FM e outras rádios menores nas imediações do bairro, como a Ouro FM, de Vila Canária

Muitos dos debates acerca das mídias comunitárias giram em torno da definição do termo. Alguns autores (LEWIS, 2006) ressaltam a importância de identificarmos os contextos sociais, geográficos e históricos dos quais diferentes termos se originaram. O termo mídia radical, por exemplo, proposto por John Downing (2001), pode ser melhor situado dentro do contexto da segunda Guerra Fria, nos anos 80, quando diversos meios de comunicação “radicais” se opunham à corrida pelas armas nucleares. Já outros autores preferem termos como “mídia cidadã” (RODRIGUEZ, 2001) ou “mídia alternativa” (ATTON, 2002). Na verdade, o desafio surge quando se tenta definir “comunidade”, um tema complexo e que está além do âmbito do presente artigo. Entretanto, há algumas considerações que precisam ser feitas a este respeito. Em primeiro lugar, a “comunidade” é frequentemente associada com a uma região geográfica, seja ela um bairro, uma vila ou uma cidade (JANKOWSKI, 2002, p. 5). Esta noção se aplica ao bairro de Pau da Lima, já que o mesmo se encontra circunscrito dentro de fronteiras geográficas. Naturalmente e, principalmente, diante da era digital, o conceito de “comunidade” vai muito além do aspecto geográfico, referindo-se também às “comunidades de interesse”, comunidades essas que podem estar geograficamente dispersas, mas que reúnem seus membros em torno de interesses culturais, sociais ou políticos comuns (Ibid). No entanto, não devemos esquecer que, enquanto, na maioria das vezes, interpretamos as “comunidades” como expressando apenas o que há em “comum”, elas também expressam “diferença”. Isto significa que as comunidades se encontram situadas em fronteiras constituídas por delimitações de práticas simbólicas como linguagem, vestuário, costumes e rituais que ao mesmo “contêm” e “diferenciam” (COHEN, 1985, citado em HOWLEY, 2005, p. 5).

Consequentemente, a tarefa de explicar o que se entende por “mídia comunitária” é igualmente desafiadora, dada a imensa variedade de iniciativas que existem em todo o mundo, sendo muitas delas de pequena escala e natureza transitória. Este impasse com relação a que termo adotar acabou por gerar um reconhecimento de que a complexidade da mídia comunitária não pode ser reduzida a uma questão meramente semântica. Clemencia Rodriguez (2001) afirma que utilizar o termo “mídia alternativa” implica em dizer que esta mídia é alternativa à alguma coisa. Ficamos assim restritos a um pensamento binário que posiciona, de um lado, a grande mídia e, do outro, os meios de comunicação alternativos. Com isso, restringimos o potencial destes meios a apenas um – o de oferecer resistência ao

poder da grande mídia – e não enxergamos as outras diversas instâncias em que atuam como agentes de transformação (RODRIGUEZ, 2001, p. 33).

Carpentier et al. (2003) propõem a incorporação da metáfora do rizoma desenvolvida por Deleuze e Guattari (1987) à teoria da sociedade civil, dando origem ao rótulo “mídia rizomática” (*rhizomatic media*). Tendo como base o contexto europeu, os autores demonstram que as ligações entre a mídia comercial, alternativa e pública são muito mais multifacetadas do que a literatura sugere. Eles então contrastam estas relações complexas e “rizomáticas” ao modo de pensamento ao qual se referem como “arbóreo”. Enquanto o arbóreo é “linear”, “hierárquico”, como uma “árvore”, o rizoma é “não-linear, anárquico e nômade”, “conectando qualquer ponto a qualquer outro ponto” (DELEUZE e GUATTARI, 1987, citado em CARPENTIER et al 2003, p. 61). Portanto, o que nos interessa é a percepção de que os meios de comunicação alternativos ou comunitários tendem a permear fronteiras entre o “comercial” e o “público”. Esta percepção certamente se aplica à minha pesquisa no bairro de Pau da Lima. Se interpretarmos algumas teorias de mídia comunitária literalmente, principalmente as produzidas dentro da tradição anglo-saxônica, poderemos ser levados a desconsiderar algumas das rádios de Pau da Lima como tendo uma natureza demasiadamente comercial, não se encaixando, portanto, dentro do conceito de rádio comunitária. Confrontados com esta questão, é essencial também manter em vista o panorama midiático no Brasil. Como vários autores têm apontado (FOX, 1988; MATOS, 2012), este panorama se caracteriza por um elevado grau de comercialização da mídia. Portanto, é apenas natural que isto se reflita também nas pequenas mídias locais, como as emissoras de rádio de Pau da Lima. Neste artigo, eu gostaria de argumentar que temos muito a perder se adotarmos uma abordagem simplista para o estudo das rádios comunitárias. Ao nos fixarmos no dilema sobre as mais adequadas definições, acabamos por ignorar os múltiplos e importantes papéis que estas rádios exercem no dia-a-dia dos moradores, bem como sua contribuição para facilitar auto-representações por parte dos mesmos. Tendo realizado um estudo que se baseia em métodos etnográficos, meu objetivo é adotar a perspectiva dos participantes da pesquisa o tanto quanto possível. Assim, alguns termos ao quais me refiro, como “rádio de poste”, por exemplo, são os mesmos a serem utilizados pelos moradores do Pau da Lima para descreverem as estações de rádio que existem no bairro.

Outra lacuna no conhecimento sobre as rádios comunitárias se manifesta através do número relativamente reduzido de estudos de recepção. John Downing (2003) acredita que é essencial haver uma maior integração entre os estudos de recepção e de comunicação alternativa e comunitária. O autor se diz surpreso que “tão pouca atenção tenha sido dedicada aos usuários da mídia alternativa já que, em certo sentido, os ativistas desta mídia representam o segmento mais ativo da ‘audiência ativa’. Isso nos levaria a imaginar que eles estivessem, acima de tudo, preocupados em saber mais sobre as maneiras em que os produtos de mídia produzidos por eles estão sendo recebidos e utilizados”. (DOWNING, 2003, p. 625-626). Existem, no entanto, algumas exceções. Na Austrália, um amplo estudo sobre as audiências das TVs e rádios comunitárias e aborígenes foi conduzido por Meadows et al. (2007). A escolha de métodos qualitativos teve a finalidade de desvendar quais são os motivos dos ouvintes sintonizarem nestas mídias (MEADOWS et. al, 2007, p. 18).

No Brasil, também foram realizados alguns estudos que estabelecem este diálogo entre os estudos de recepção e os estudos de mídia comunitária. Catarina Faria de Oliveira (2007) investiga a trajetória das rádios livres e comunitárias e as transformações pelos quais vêm passando os movimentos sociais populares. Ela observa que o “debate sobre estes movimentos não são mais realizados com ênfase nas temáticas tradicionais exploradas pela gênese do pensamento marxista. Eles passam a envolver o cenário do cotidiano e gradativamente o tema do consumo cultural” (FARIA DE OLIVEIRA, 2007, p. 263). A autora também oferece um útil contraponto entre os estudos de recepção latino americanos e britânicos. Ela explica que o corpo da literatura produzida no Reino Unido tende a ressaltar a “domesticidade”, simplesmente porque as pessoas lá tiveram acesso mais rápido e mais fácil às tecnologias como aparelhos de televisão (FARIA DE OLIVEIRA, 2007, p. 198). No entanto, na América Latina, tanto o acesso como as relações diárias com os meios de comunicação foram bem diferentes: “a escassez de rádio e, mais tarde, de aparelhos de televisão levaram as pessoas para fora de suas casas” (Ibid). Mesmo no Brasil de hoje, por exemplo, é bastante comum encontrar sistemas de alto-falantes nas ruas, perto das igrejas e mercados, e o hábito de assistir TV na casa dos vizinhos ou em praças públicas é bastante comum (Ibid). Faria de Oliveira também observa que só tomou conhecimento das limitações da abordagem “doméstica” britânica porque o foco do seu trabalho é o rádio ao invés da televisão (2007, p. 202). Assim que a autora deu início ao seu trabalho de campo, percebeu

que as idéias derivadas dos estudos de audiência de televisão não se aplicavam à dinâmica da escuta de rádio porque "ao contrário da televisão, a rádio não é um meio predominantemente doméstico e familiar" (Ibid).

Deste modo, esta pesquisa também se propõe a adotar uma perspectiva Latino Americana, que seja adequada às especificidades do meio "rádio", e utilizá-la num estudo etnográfico sobre a escuta diária das rádios comunitárias em Pau da Lima. De maneira semelhante ao que Faria de Oliveira observou com relação à natureza pública do rádio, em Pau da Lima pude observar a presença da chamada "rádio de poste", um grande número de alto-falantes nas ruas, próximos aos pontos de ônibus e mercados. Estes alto-falantes se sobreponham à "paisagem sonora" (SCHAFER, 1994) do bairro. Isto me levou a concluir que estar atenta à profusão de sons e sonoridades do bairro seria fundamental para a minha compreensão do papel das rádios comunitárias no mesmo. Ao ouvir a cacofonia do densamente povoado bairro de Pau da Lima, percebi imediatamente que seria preciso atender às condições em que a recepção das rádios se dava lá. Especificamente, o ouvir rádio neste contexto deve ser entendido como parte de um espectro contínuo e complexo de cultura auditiva.

As próximas seções deste trabalho se voltarão para os resultados da minha pesquisa etnográfica realizada em Pau da Lima por quatro meses entre 2007 e 2008 e mais um mês de acompanhamento em 2009⁷. O trabalho de campo consistiu de observações participativas nas ruas e casas do bairro, com visitas semanais a dez famílias selecionadas, além de entrevistas em profundidade com líderes comunitários, donos, funcionários e apresentadores de rádios comunitárias.

3. A paisagem sonora do Pau da Lima, a escuta da rádio de poste e as ligações com o comércio local

Num dia quente de sábado em novembro pedi a Regina, uma das participantes-chaves da minha pesquisa que me guiasse num "passeio sonoro" pelo Pau da Lima, descrevendo cada parte do bairro através dos seus sons. O passeio começou em frente ao Shopping Ponto Alto, na Avenida São Rafael. À medida em que a avenida se tornava mais estreita, depois do Hospital São Rafael, o tráfego se intensificava. Ficava cada vez mais difícil continuar

⁷ Este trabalho formou a base do meu doutorado concluído em 2010 pela Universidade de Westminster, Londres.

caminhando na calçada. Os elementos sonoros do ambiente consistiam predominantemente dos sons do trânsito: o motor dos ônibus, a aceleração dos carros e motos, ruídos de buzina. Eu e Regina nos distanciamos do hospital e entramos nas áreas mais comerciais de São Marcos. A quantidade de pequenas lojas aumentava, com diversas lojas que vendiam todos os tipos de produtos: mini-mercados, banquinhas de frutas e legumes, lojas de produtos eletrônicos, lojas de móveis e roupas. Também proliferavam salões de beleza, oficinas de automóveis, igrejas, lan houses, restaurantes e bares. (NOTAS DE TRABALHO DE CAMPO, 10/11/2007).

Através dos sons da avenida podíamos ter uma noção da competitividade que permeava o seu dia-a-dia. Como as calçadas eram estreitas, as pessoas tinham de competir fisicamente pelo espaço. Além disso, elas produziam sons que competiam uns com os outros, mas que, ao mesmo tempo conviviam em caótica harmonia. Os alto-falantes preenchiam o ar com música e vozes que anunciavam eventos, davam mensagens de utilidade pública ou promovem o comércio. Num país de forte tradição oral como Brasil, não era de surpreender que os apelos da avenida, com sua competição entre mercados, alto-falantes e transeuntes, fossem em sua maioria apelos sonoros. (NOTAS DE TRABALHO DE CAMPO, 10/11/2007).

Ao explorar os registros sonoros dos Estados Unidos antes da Guerra Civil, Mark Smith (2003) contrasta os "sons do progresso", ou os sons das atividades econômicas ao "silêncio da teares", ou o silêncio de depressão econômica (2003, p. 139). De forma semelhante, Regina descreve os sons dos alto-falantes e das pessoas "gritando" para vender produtos como os "sons que movem Pau da Lima", representando uma importante parte da dinâmica econômica do bairro. Ela continua:

Aos domingos, as lojas estão fechadas. É o único dia da semana em que a avenida fica quieta. À tarde, quando não está mais tão quente, o barulho começa a ficar mais alto em outras partes do Pau da Lima. Aí já não são mais os sons do ganha-pão, mas sim, os sons da diversão: pagode, arrocha, som bombando na caixa. (NOTAS DE TRABALHO DE CAMPO, 10/11/2007).

Regina cria uma distinção clara entre os "sons do ganha-pão" e os "sons da diversão", o que demonstra que os sons não apenas servem como marcadores de tempo, como também são uma indicação da maneira como a comunidade muda do modo de trabalho para o modo

de lazer. Ao ser examinada como sendo parte integral da paisagem sonora do bairro, podemos observar que a rádio de poste exerce um papel fundamental em sua dinâmica cultural, social e econômica. Ecoando as ideias de Faria de Oliveira (2007), neste artigo eu argumento que, no contexto dos bairros populares de Salvador, o conceito de rádio comunitária emerge das ruas, como um meio que é ouvido coletivamente, em ambientes públicos. Esta é uma perspectiva que se distingue bastante da tradição norte-americana e europeia em que o rádio é tratado como sendo um meio predominantemente “individual” e privado (DOUGLAS, 2004; HENDY, 2000; SCANNELL, 1996). O que se segue neste artigo é uma discussão sobre as razões que fazem os moradores identificarem a rádio de poste como a que representa a mais autêntica forma de rádio comunitária no bairro, assim também como o papel que exerce no cotidiano da comunidade.

Durante o período da pesquisa de campo, havia em Pau da Lima uma rádio de poste chamada Pop Som. A “rádio” havia sido fundada por Elson Simão Rocha, morador do Pau da Lima há mais de 25 anos. Era composta por 22 alto-falantes colocados em locais movimentados. Ao montar uma rádio de poste ao invés de uma rádio FM, Elson quis evitar o burocrático e demorado processo para obter a licença de rádio comunitária⁸. Enquanto que para obter autorização para uma rádio comunitária, ele precisaria lidar com a ANATEL, que centraliza todas as decisões em nível federal, para montar uma rádio de poste (ou sistema de linha modulada - LM), ele apenas precisaria de uma autorização da SUCOM⁹, um processo muito mais fácil e barato¹⁰.

A Pop Som empregava três moradores de Pau da Lima e ia ao ar de segunda a sexta, das 9h às 12h e das 15h às 18h, e aos sábados, das 9h às 12h. A emissora se caracterizava por uma eclética programação musical, tocando música sertaneja, axé, MPB e música pop internacional. Um dos apresentadores da emissora me explicou que os diferentes estilos

⁸ As rádios comunitárias têm uma lei de 1998 (Lei 9612/98). Entretanto, muitos críticos acreditam que a lei é ultrapassada, burocratizando excessivamente a regulamentação das rádios comunitárias. Isto contribui para que milhares de emissoras fiquem na ilegalidade. De acordo com a Anatel, havia 3.897 rádios comunitárias no Brasil em 2009. Já autores como Cícilia Peruzzo afirmam que, se levarmos em consideração as estações que ainda não estão legalizadas, este número pode ser muito mais elevado com mais de 10.000 emissoras (PERUZZO, 2004, p. 253).

⁹ Superintendência de Controle e Ordenamento do Uso do Solo do Município, órgão que faz parte da Prefeitura de Salvador

¹⁰ Marta Erhardt (02/06/2007) afirma que as rádios de poste (ou LM, linha modulada) representam uma eficiente alternativa às rádios comunitárias FM. Elas proliferam nos bairros populares e são fiscalizadas pela Sucom e podem funcionar com altura de até 70 decibéis.

musicais eram tocados de acordo com os diferentes "estados de espírito do dia" (entrevista, 19/10/2007). Isto foi confirmado pelo filho de Regina, Nelson, que tinha recentemente passado no vestibular de engenharia da Universidade Federal da Bahia.

A rádio de poste é a trilha sonora das ruas. Quando eu voltava do colégio, às 5, 6 horas... sempre tava passando.. acho que era a programação das 'lentinhas'. Passava muita música legal, com um som calmo, e geralmente era um MPB ou internacional e isso me fazia me sentir bem e em casa quando estava vindo de um dia puxado na escola (NOTAS DE TRABALHO DE CAMPO, 20/05/2009)

Podemos concluir que uma canção "calma" de MPB atua aqui como uma forma de "ruído desejado", marcando o final do dia de Nelson e facilitando sua transição "da escola para casa". Esta observação está de acordo com os pensamentos de Scannell sobre o caráter cotidiano do rádio (1996, p. 156). Quando toca uma música relaxante no final de um dia de trabalho, a rádio de poste se mostra ciente do ritmo diário dos ouvintes, também apresentando um bom conhecimento das rotinas do bairro. A diferença aqui é que este "ritmo diário" não se refere às experiências dos ouvintes em um ambiente doméstico, mas sim em um ambiente público, nas ruas. Portanto, é razoável argumentar que este aspecto é um dos motivos que fazem com que os moradores do Pau da Lima considerem a rádio de poste como sendo sua mais autêntica forma de rádio comunitária, mesmo que a mesma não se encaixe nas definições de rádio comunitária propostas pela literatura acadêmica e pela legislação.

De acordo com a ANATEL, as emissoras que obtêm a licença para operar como "rádios comunitárias" são as FMs que não têm fim lucrativo, nem caráter comercial, mas sim o objetivo "dar uma oportunidade para as comunidades locais", transmitindo suas idéias, cultura, tradições e hábitos sociais. A rádio comunitária deve oferecer ferramentas para a construção e integração da comunidade, estimulando as relações sociais, de lazer e cultura. Portanto, embora cumprisse diversas destas funções, tecnicamente, a rádio de poste Pop Som não se enquadrava dentro das interpretações mais rígidas de "rádio comunitária" porque: a) não oferecia um serviço de radiodifusão, mas sim de linha modulada; b) tinha um dono ao invés de possuir um modelo de gestão partilhado; c) tinha caráter comercial, sustentando-se

financeiramente com a venda de espaço publicitário aos comerciantes locais¹¹. O dono da rádio, Elson, mostrou-se bastante franco quando perguntado sobre a propriedade da rádio:

A Pop Som é sim uma rádio comunitária porque aborda questões que são do interesse de Pau da Lima, como, por exemplo, as formas de evitar o mosquito da dengue e a leptospirose, que são problemas comuns aqui. Eu sei muita coisa sobre essas questões porque vivi minha vida toda e criei meus filhos aqui. No entanto, se você me perguntar: ‘de quem é essa rádio?’ Eu vou te responder: ‘é minha’. Porque quem paga as contas sou eu. (Entrevista, 19/10/2007)

Por um lado, Elson afirmou que a Pop Som é uma emissora comunitária do Pau da Lima por ter sido resultado da iniciativa de uma pessoa (ele mesmo) que sempre viveu lá e que é, portanto, extremamente bem informada sobre as questões locais. Por outro, ele também fez questão de deixar claro que a rádio era de fato sua. Afinal, era ele quem tinha o fardo de pagar as contas no fim do mês. Em todo caso, os esforços de Elson pareciam ter sido reconhecidos em Pau da Lima. Ele era uma forma de celebridade local, sendo reconhecido por seu trabalho na rádio e como líder comunitário. Tendo estabelecido uma parceria entre a rádio e a Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura, Elson também sempre aproveitava para dar dicas de saúde na programação. Curiosamente, seu nome era frequentemente citado: "atenção, atenção, Elson está avisando: se hoje não é dia de coleta, não deixe o lixo na rua. Você vai receber uma bela multa da Prefeitura. Elson está avisando: dia de coleta é segunda-feira" (NOTAS DE TRABALHO DE CAMPO, 03/11/2007).

É interessante notar que apesar de estar associada com um indivíduo, o “dono” Elson, a Pop Som era prontamente identificada como “a rádio comunitária do Pau da Lima” pelos moradores. Um exemplo disto ocorreu em um dos meus primeiro passeios pelo bairro com uma alunas do curso de redação que dei em troca ao meu acesso à comunidade¹². Ao lhe perguntar: “você ouve a rádio comunitária?”, ela me respondeu: “a rádio comunitária é essa de poste, né? Ouço sim, sempre que vou lá em cima (na Avenida)”. Durante toda a duração da pesquisa de campo, esta resposta foi repetida por diversos moradores (NOTAS DE

¹¹ No período em que a pesquisa foi realizada a rádio cobrava 50 Reais por mês dos anunciantes locais para veicular dez comerciais por dia.

¹² Durante reunião com membros da Associação dos Moradores de pau da Lima, AMPLI, foi acordado que eu ficaria responsável por dar um curso de redação a alguns jovens do bairro em troca ao meu acesso à comunidade.

TRABALHO DE CAMPO, 10/10/2007). As opiniões de Dona Rosa, uma moradora de 52 anos que morava perto de um dos alto-falantes em São Marcos também refletia algumas das tensões envolvidos na escuta da rádio de poste:

Eu acho que a rádio de poste é uma forma de rádio comunitária porque ela funciona pro benefício do povo. Ele traz informações e ajuda os moradores quando eles precisam. Às vezes, as músicas irritam¹³. O lado bom é que eles abrem pra comunidade. Meu filho faz parte de um grupo de teatro e eles estão sempre falando com Robson [apresentador da Pop Som], pedindo para ele falar do Kiart [nome do grupo]. Eles sempre botam essas coisas no ar e não cobram. Eles cobram pros anúncios das lojas, acho justo. Se a rádio é só anúncio e não ajuda ninguém, acho ruim. Mas se tem um pouco de anúncio e serve pra informar a comunidade, tudo bem. (ENTREVISTA, 03/11/2007).

Desta forma, Dona Rosa parece estar de acordo com a opinião de que a Pop Som exercia a função de rádio comunitária, mesmo que não se encaixasse totalmente nas definições acadêmicas e legais. Para ela, o fato da Pop Som ter um modelo comercial de negócio e viver de receita publicitária não a desqualificava de receber o rótulo de "rádio comunitária". O que dava a Pop Som esta denominação era o seu hábito de manter a porta aberta para os moradores, que traziam anúncios de eventos e informações relevantes para o cotidiano do bairro¹⁴. Como ouvinte (e mãe), Dona Rosa ficava satisfeita ao ouvir divulgações sobre o grupo de teatro do qual seu filho fazia parte. Portanto, nada mais justo do que a emissora cobrar pelos seus anúncios. E mais, perguntou: “por que alguém como Elson que se dedica tanto a essa rádio não ia querer ganhar um dinheirinho com ela? Normal, né?” (NOTAS DE PESQUISA DE CAMPO, 03/11/2007).

Em resumo, o fato da rádio de poste ter um evidente lado comercial não era necessariamente percebido como sendo problemático pelos ouvintes. Dona Rosa, por exemplo, se mostrava consciente de que, assim como qualquer outra família, as famílias de produtores de rádio precisavam de “um meio de ganhar a vida”. Além disso, se levarmos em consideração o contexto brasileiro e as limitações da regulamentação da rádio comunitária, vender espaço publicitários para o comércio local desponta como uma uma solução lógica.

¹³ O tema da poluição sonora não é tratado aqui por questões de limites de espaço, mas é abordado em outros artigos.

¹⁴ Um exemplo que presenciei foi o da feira de saúde de Pau da Lima

No entanto, vale também lembrar que, para ser encarada de forma positiva, a emissora precisava ter um lado voltado para a comunidade.

Havia um outro aspecto que influenciava nessa reação de naturalidade diante do fato de produtores desejarem (e às vezes terem) retorno financeiro com as rádios comunitárias. Durante uma das minhas aulas de redação, uma aluna me disse que “esse negócio de trabalho voluntário era coisa de rico, pobre não podia se dar esse luxo” (NOTAS DE PESQUISA DE CAMPO, 24/10/2007). De fato, parecia-me que em bairros em que grande parte da população era economicamente desfavorecida, como o Pau da Lima, surgiam outras moedas além do dinheiro: a troca de recursos como favores, habilidades e tempo. Esta lógica de troca valia também para a minha própria dinâmica social na comunidade. Desde que iniciei minha pesquisa de campo, ouvia frequentemente a palavra “troca” com relação à minha própria presença no Pau da Lima (NOTAS DE PESQUISA DE CAMPO, 03/10/2007). Nada mais justo. Afinal, não são poucas as instâncias em que comunidades “pesquisadas” se sentem lesadas por pesquisadores por não terem obtido algo “em troca” de suas boas vindas, tempo, energia e recursos. No meu caso, como descrevi anteriormente, foi acordado em reunião com líderes de associações de moradores do bairro que eu daria um curso de redação para os jovens do bairro em reciprocidade ao investimento da comunidade em minha pesquisa. Esta abordagem foi fundamental para que reduzisse o senso de estranhamento inicial e obtivesse a confiança dos moradores. Passei então a ficar mais atenta com relação às maneiras com quais este princípio de reciprocidade permeava o dia-a-dia e as relações da comunidade. Valéria era uma moradora de 45 anos que morava no Recanto São Rafael e tinha liderado um esforço coletivo no bairro para reformar uma casa semi-abandonada e destruída pelas chuvas, e transformá-la numa “escolinha”, que passou a representar, de fato, uma das poucas opções para muitas famílias que moravam na área da baixada de São Rafael, uma das mais empobrecidas e inacessíveis do Pau da Lima. Não foram poucas as vezes em que caminhei com Valéria pelo bairro e tesmunhei os sistemas de reciprocidade estabelecidos entre moradores: um deles, um dos pais dos alunos da “escolinha”, ajudou a pintar a parede da escola em troca das muitas vezes em que deixava seus filhos aos cuidados de Valéria. Outro homem, que tinha uma pequena venda, fornecia verduras para que as professoras pudessem fazer a sopa da escolinha como forma de gratidão à ajuda que Valéria deu para que um parente conseguisse um emprego, e assim por diante (NOTAS DE TRABALHO DE

CAMPO, 06/10/2007). Entretanto, é importante ressaltar que não estou com isso afirmando que o senso de reciprocidade não permeie as relações de grupos sociais de poder aquisitivo mais alto, mas sim, que numa comunidade com escassos recursos financeiros, outras formas de recurso acabavam por ganhar destaque.

Esta dinâmica de reciprocidade também se fazia escutar nas paisagens sonoras do Pau da Lima. Em minhas observações participativas, percebi o quanto a alta densidade demográfica, além do arranjo físico das casas com suas finas paredes, facilitava uma troca constante de sons, músicas e diálogos. Valéria, por exemplo, às vezes conversava com a vizinha mesmo que estivesse cada uma em sua casa. Isto também se manifestava num grau de relativamente maior tolerância com a música e os sons uns dos outros¹⁵. Estando imersas nestas paisagens sonoras, as rádios também exerciam um papel fundamental como facilitadoras destas trocas que constantemente se davam entre moradores e moradores e moradores e apresentadores de rádio. Muitos abraços, por exemplo, eram enviados durante a programação para os “apoiadores culturais” da rádio. Também presenciei uma ocasião em que Robson, apresentador da Pop Som, pediu durante a programação que moradores se dirigissem a uma escolinha para doar materiais escolares. Estes foram apenas alguns de muitos exemplos.

Para concluir, minha pesquisa etnográfica sobre o papel das rádios comunitárias no dia-a-dia do bairro popular de Pau da Lima em Salvador revela uma cenário complexo e, por vezes, difícil de interpretar. Poderíamos enxergar os fortes vínculos entre o comércio e as rádios comunitárias como apenas mais uma variante da economia individualista capitalista. Na verdade, esta declaração não seria totalmente descabida. Estes vínculos, parcerias e trocas entre as rádios, os comerciantes locais e os ouvintes não eram sempre justos e tendiam a beneficiar alguns grupos mais do que outros. O fato da rádio de poste ter a maioria de seus alto-falantes localizados perto das avenidas principais, por exemplo, por si já era revelador por serem estas as áreas mais privilegiadas do bairro. Também é necessário admitir que muitas destas trocas tinham alguns fins lucrativos. Ao mesmo tempo, é preciso lembrar que, às vezes, quando o dinheiro é escasso, o dinheiro ganha importância. Porém, apesar de todas essas deficiências, ou melhor, imperfeições os rituais de troca nos quais a rádio comunitária

¹⁵ Pelo menos se fizermos uma comparação com os bairros de classe média e alta e principalmente com bairros de cidades européias.

participava ativamente adquiriam um significado especial, porque, talvez como um subproduto, acabavam por criar laços comunitários.

4. Considerações finais

Ao adotar uma abordagem etnográfica, muitas vezes nos confrontamos com um cenário permeado por imperfeições e com uma realidade que não pode ser facilmente interpretada. Isso se aplica ao próprio Pau da Lima, onde se encontra pobreza, violência e injustiça, mas também prosperidade, empreendedorismo e criatividade. Da mesma forma, também era esse o caso da Rádio Pop Som, que servia como uma ferramenta importante para a auto-representação, mas que, ao mesmo tempo, estava longe de ser uma perfeita, privilegiando os interesses de alguns grupos em detrimento de outros. Esta pesquisa indica que a rádio comunitária do bairro tinha uma natureza simultaneamente empoderadora e contraditória. Apesar de desempenhar um papel importante para dar "voz aos sem voz", a rádio, às vezes, também assumia um caráter individualista, comercial e até mesmo (em um menor número de casos) retoricamente manipuladora. Ao reconhecer isso, no entanto, não creio que devemos rejeitar as formas de rádio local que encontramos em Pau da Lima como expressões ilegítimas de rádio comunitária. O que gostaria de sugerir é que o setor é mais rico, complexo e diversificado do que tendemos a assumir na retórica dos discursos acadêmicos e legais em torno da mídia comunitária.

Também devemos lembrar que esta é uma consequência das maneiras em que a mídia privada comercial, a política e a religião estão entrelaçadas no panorama midiático brasileiro. Neste contexto, não seria natural ter a expectativa de que as rádios comunitárias se encaixassem num setor completamente distinto – secular, apolítico e, principalmente, não-comercial. Historicamente, a mídia brasileira tem uma tradição muito forte de orientação para o lucro, fazendo com que seja ainda mais difícil para a rádio comunitária fugir de um esquema comercial. Uma maneira de interpretar as fronteiras cada vez mais indefinidas entre a rádio comunitária e a rádio comercial de pequeno porte seria enxergá-la como estando corrompida e sofrendo de um ciclo vicioso de limitações. No entanto, gostaria de propor que vejamos este fenômeno a partir de um prisma mais otimista. Ao invés de interpretar a rádio

comunitária como sendo irremediavelmente comprometida, podemos concebê-la como sendo ágil, adaptável e capaz de manter pelo menos um pouco de sua essência, apesar de todos estes fatores restritivos. Uma implicação óbvia é que qualquer estudo futuro de rádio comunitária, principalmente no contexto dos bairros populares e favelas brasileiras deve fazer uma afirmação mais vigorosa do modelo híbrido e “rizomático” (CARPENTIER ET. AL., 2003) ao reconhecer que a rádio comunitária não pode existir em isolamento, intocada pelas várias forças sociais, econômicas, políticas e religiosas que existem ao redor.

Referências

- ATTON, C. **Alternative Media**. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: Sage, 2002.
- CARPENTIER, N; LIE, R; SERVAES, J. Community Media: Muting the Democratic Media Discourse? **Continuum**. 17(1), pp. 51-68, 2003.
- COHEN, A. **The Symbolic Construction of Community**. Cambridge: Tavistock, 1985.
- DELEUZE, G; GUATTARI, F. **A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987.
- FARIA DE OLIVEIRA, C. M. **Escuta Sonora: Recepção e Cultura Popular nas Ondas dos Rádios Comunitárias**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- DOUGLAS, S. **Listening In: Radio and the American Imagination**. Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 2004.
- DOWNING, J. Audiences and Readers of the Alternative Media: The Absent Lure of the Virtually Unknown. **Media, Culture and Society** 25, pp. 625-45, 2003.
- DOWNING, J; FORD, T. V; GIL, G; STEIN, L. **Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.
- ERHARDT, M. Linha Modulada é Alternativa à FM. **Jornal A Tarde**. 02 June, 2007. [online] Disponível no link: <http://www.atarde.com.br/cidades/noticia.jsf?id=756126> [Accessed 16 January 2010]
- FOX, E. (ed.). **Media and Politics in Latin America: The Struggle for Democracy**. London, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi: Sage Publications, 1988.
- HENDY, D. **Radio in the Global Age**. Malden: Polity Press, 2000.
- HOWLEY, K. **Community Media: People, Places and Communication Technologies**. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- JANKOWSKI, N. The Conceptual Contours of Community Media. Em: Jankowski N. W. and Prehn. O., (eds.) **Community Media in the Information Age: Perspectives and Prospects**. Cresskill, NJ: Hampton Press. pp. 3-16, 2002.
- LEWIS. P. Community Media: Giving a Voice to the Voiceless. Em: Lewis, P. M.

and Jones S. (eds.), **From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment**. Cresskill, NJ: Hampton Press, pp. 13-39, 2006.

Matos, C. **Media and Politics in Latin America: Globalization, Democracy and Identity**. London, New York: I.B. Tauris, 2012.

MEADOWS, M; FORDE, S; EWART J; FOXWELL, K. **Community Media Matters: An Audience Study of the Australian Community Broadcasting Sector**. Queensland: Griffith University, 2007.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos Movimentos Populares: A Participação na Construção da Cidadania**. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

PERUZZO, C. M. K.. **Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil**. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife-PE, 9 a 14 de setembro de 1998.

RIOS, R. B. **Lógica Territorial na Organização Socio-Espacial da Cidade de Salvador: Aplicando as Geotecnologias**. III Simpósio Regional de Geoprocessamento e Sensoriamento Remoto. 25-27 October 2006, 1-6. [online] Disponível no link: http://www.cpatc.embrapa.br/labgeo/srgsr3/artigos_pdf/018_t.pdf [Acessado em 8 March 2008]

RODRIGUEZ, C. **Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media**. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2001.

SCANNELL, P. **Radio, Television and Modern Life**. Oxford: Blackwell, 1996.

SCHAFFER, R. M. **The Soundscape: The Tuning of the World**. Rochester: Destiny Books, 1994.

SMITH, M. Listening to the Heard Worlds of Antebellum America. Em: Bull, M. and Back, L. (eds.), **The Auditory Culture Reader**. Oxford: Berg, 137-163, 2003.