

O rádio em Cachoeira

Marizangela Maria de Sá



O rádio em Cachoeira



REITOR

Fábio Josué Souza dos Santos

VICE-REITOR

José Pereira Mascarenhas Bisneto



Editora UFRB

SUPERINTENDENTE

Rosineide Pereira Mubarack Garcia

CONSELHO EDITORIAL

Ana Lúcia Moreno Amor

Josival Santos Souza

Luiz Carlos Soares de Carvalho Júnior

Maurício Ferreira da Silva

Paulo Romero Guimarães Serrano de Andrade

Robério Marcelo Rodrigues Ribeiro

Rosineide Pereira Mubarack Garcia (presidente)

Sirlara Donato Assunção Wandenkolk Alves

Walter Emanuel de Carvalho Mariano

SUPLENTES

Carlos Alfredo Lopes de Carvalho

Marcílio Delan Baliza Fernandes

Wilson Rogério Penteado Júnior

EDITORA FILIADA À



Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

Marizangela Maria de Sá

O rádio em Cachoeira



Editora UFRB
Cruz das Almas - Bahia
2021

Copyright©2021 by Marizangela Maria de Sá
Direitos para esta edição cedidos à EDUFRB.

Projeto gráfico, capa e editoração eletrônica:

Antonio Vagno Santana Cardoso

Revisão e normatização técnica:

Leomir Santana

A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio,
seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9.610/98.

S111r

Sá, Marizangela Maria de.

O rádio em Cachoeira / Marizangela Maria de
Sá. Cruz das Almas, BA: EDUFRB, 2021.
160p.; il.

Este Livro é parte da Coleção 15 Anos da UFRB
– Vol. 1.

ISBN: 978-65-88622-98-8.

1.Rádio – Emissoras – História. 2.Rádio –
Comunicação social. 3. Recôncavo (BA) – Análise.
I.Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. II.Sá,
Marizangela Maria de. III.Título.

CDD: 384.54

Ficha elaborada pela Biblioteca Central de Cruz das Almas - UFRB.
Responsável pela Elaboração - Antonio Marcos Sarmento das Chagas (Bibliotecário - CRB5 / 1615).
(os dados para catalogação foram enviados pela usuária via formulário eletrônico).

Livro publicado em 30 de setembro 2021.



Editora UFRB

Rua Rui Barbosa, 710 – Centro
44380-000 Cruz das Almas – Bahia/Brasil

Tel.: (75) 3621-7672

editora@reitoria.ufrb.edu.br

www.ufrb.edu.br/editora

www.facebook.com/editoraufrb

Agradecimentos

À Letícia Oliveira pelo apoio de sempre no processo de escrita. Aos amigos Professor Doutor Luiz Flávio Goldinho e o Professor Doutor Sérgio Mattos, pelas valiosas contribuições. Aos entrevistados pela paciência e disponibilidade. A Murilo Pinto Silva Santos pela parceria.

Apresentação

Mesmo com a chegada das novas tecnologias digitais o rádio continua representando um espaço significativo para manutenção de hábitos, valores e manifestações artísticas e intelectuais, principalmente nas cidades do interior, a exemplo de Cachoeira, município que integra a região do Recôncavo da Bahia, no qual esse meio se apresenta como o principal veículo de comunicação para obter notícias factuais do município. Ele foi capaz de transpor tanto as barreiras geográficas como ampliou a capacidade de percepção, acesso à informação, entretenimento e à cultura para milhões de pessoas. O rádio deixou marcas expressivas no ambiente social que permanecem imbuídas nas memórias daqueles que até hoje se sentem muito bem acompanhados por este veículo de comunicação.

No Brasil, o rádio está presente na vida de 89% da população residente nas principais regiões metropolitanas, aproximadamente 52 milhões de pessoas. Segundo pesquisa Kantar IBOPE Media, referente a 2017, as pessoas passam, em média, 4h36min sintonizadas diariamente em alguma emissora, o que representa cerca de 20% do seu dia. A audiência doméstica continua predominante (58%), porém, não se pode ignorar a velocidade do crescimento da escuta por meio de dispositivos móveis (14%) e dos computadores (4%). Na Bahia, o rádio surgiu quase que conjuntamente à própria instalação do veículo no Brasil em 1922 no Rio de Janeiro, uma vez que a Rádio Sociedade da Bahia AM, foi fundada em 1924, sendo a terceira emissora implantada no país (NETO, 2009). Em Cachoeira, o primeiro serviço de alto-falantes foi implantado em 1945, e denominava-se *A Voz da Cachoeira*, fundada pelo senhor Osvaldo Cortes Nunes de Oliveira.

A obra trata-se de uma pesquisa que identifica, descreve e analisa como as transformações socioculturais e tecnológicas

impactaram no desenvolvimento do rádio e qual sua importância na preservação da cultura da cidade de Cachoeira, assim como a influência do poder político na programação das rádios locais. Trata-se de um estudo qualitativo de caráter descritivo, utilizando-se das lembranças dos moradores e de radialistas locais através da metodologia da história oral. Assim foi possível elucidar como o rádio passou por mudanças significativas ao longo da história da cidade, e concluir que as três emissoras existentes são dependentes das verbas do poder municipal e que a divulgação da cultura local ainda aparece timidamente em suas programações, apesar de terem contribuído para a formação de um “gosto musical” entre os membros da comunidade cachoeirana.

Sumário

| | |
|---|-----|
| As transformações do rádio | 13 |
| O rádio..... | 13 |
| O surgimento do rádio..... | 16 |
| Adaptações e atualidade..... | 21 |
| O município de Cachoeira | 35 |
| Histórico de Cachoeira..... | 37 |
| Os meios de comunicação..... | 43 |
| A decadência de Cachoeira..... | 47 |
| O rádio em Cachoeira..... | 52 |
| Rádio poste: sobrevivência..... | 53 |
| Rádio Comunitária: influencia política..... | 65 |
| Primeira radiodifusão comercial FM..... | 71 |
| A luta para sobreviver..... | 76 |
| História e memória | 89 |
| O saudosismo do alto-falante..... | 89 |
| Interferência política..... | 100 |
| Considerações finais | 141 |
| Referências | 149 |
| Sobre a autora | 159 |

As transformações do rádio

Este capítulo tem como objetivo aprofundar a discussão relacionada aos conceitos-chave da pesquisa. Buscaremos compreender o conceito de rádio, seu surgimento e as transformações que vem sofrendo ao longo dos anos para permanecer vivo e presente no cotidiano dos brasileiros. Na primeira seção abordaremos o conceito de rádio, no segundo trataremos uma breve história do rádio, e no terceiro abordaremos o surgimento das novas tecnologias e as transformações do rádio para sobreviver diante das mudanças tecnológicas.

O rádio

Mesmo com o surgimento das novas tecnologias, o rádio vem sobrevivendo devido à sua capacidade de interatividade, dinamismo e pluralidade, que ajudaram a transformá-lo no veículo preferido dos brasileiros. Atualmente (2019) existe uma ampla gama de alternativas para a recepção das transmissões radiofônicas, que vão desde os aparelhos convencionais a celulares, computadores, players de MP3, entre outros. Suas ondas sonoras podem ser médias, tropicais e curtas ou frequência modulada. Existem também as estações on-line que servem como suporte a alternativas sonoras como *podcasting*.

Podemos pensar o rádio como um veículo dinâmico de comunicação eletrônico, um receptor ou equipamento de transmissão que usa a sonora para transmitir músicas, notícias, entrevista, entretenimento e informações das mais variadas. Além de proporcionar um espaço de comunicação, no qual seus ouvintes podem interagir de maneira direta. Devido às suas peculiaridades, são inúmeras as definições sobre o que é o rádio.

Para Luiz Artur Ferraretto o rádio é:

Um meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnética para transmitir a distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas. Podemos acrescentar ainda que ele faz parte do serviço de radiodifusão, que é a emissão de ondas de radiofrequência modulada por meio de ondas eletromagnéticas (FERRARETTO, 2007, p. 23).

No livro *Rádio: teorias e práticas* (2014), Ferraretto acrescenta que, de início, os suportes não hertziano como *webradio* ou os *podcastings* não eram aceitos como radiofônico. Porém, atualmente essa tendência já é aceita por entender que o rádio tem uma linguagem comunicacional peculiar e plural, mesmo sob o efeito da internet, a radiodifusão sonora continua sendo rádio, só deixou de ser apenas radiodifusão sonora.

Eduardo Meditsch (2010), guiado pela sua comparação do rádio com o jornal, e na junção do cotidiano dos ouvintes e da sociedade como todo, posicionou o conceito de rádio da seguinte forma:

Há mais de uma década, começamos a questionar o conceito de rádio atrelado a uma determinada tecnologia, procurando demonstrar que melhor do que isso seria pensar o rádio como uma instituição social, caracterizada por uma determinada proposta de uso social para um conjunto de tecnologias, cristalizadas numa instituição. Consideramos hoje melhor ainda pensar esta *instituição social* como uma *criação cultural*, com suas leis próprias e sua forma específica de mediação sociotécnica, numa analogia ao que propõe a ciência do jornalismo para definir o jornal. Assim como a existência de um jornal não se restringe ao calhamaço de papel de impresso que foi publicado hoje, nem ao que foi publicado ontem, mas se vincula a uma ideia objetivada e apoiada numa instituição social, que permeia e supera a edição de cada dia, a existência de uma emissora de rádio em particular, e do rádio em geral como instituição, não pode mais ser atrelada a natureza dos equipamentos de transmissão e

recepção utilizadas para lhe dar vida, mas sim à especificidade do fluxo sonoro que proporciona e às relações socioculturais que a partir dele estabelecem (MEDITSCH, 2010, p. 204).

Conforme Meditsch (2010), o termo rádio extrapola seu significado inicial de emissão de ondas eletromagnéticas moduladas, no qual a transmissão e a recepção eram seu principal objetivo. Para ele o rádio precisa ser pensado a partir de um contexto social e cultural que se estabelecem a partir dele. Para Ferrareto (2014) o termo *rádio* compreende diferentes manifestações: podem ser de antena hertziano, formas tradicionais de transmissão via ondas magnéticas; on-line, reúne todas as emissoras que operam por meio da internet e os podcasts, uma forma de propagação via rede de arquivos ou série de arquivos de áudios com linguagem radiofônica.

O rádio, mesmo sofrendo várias adaptações, não deixou de ser um veículo de comunicação que propaga informações sonoras em tempo real. No entanto, mesmo com as alterações ocorridas no ambiente comunicacional advindo pela internet e seus derivados, o rádio cartesiano tradicional segue como principal produtor e distribuidor de conteúdo. De acordo com Ferrareto (2014), essas emissoras se apresentam como prestadoras de serviços que fornecem informação sonora ao seu público a partir de uma outorga legal por parte do governo.

As que se configuram em empresas voltadas à obtenção de lucro representam a parcela hegemônica do rádio brasileiro, carreando para si a maior quantidade de ouvintes. Além destas, existem as que historicamente se dedicaram ao conteúdo educativo e, nas últimas décadas, advogam para si o qualitativo de culturais. São em geral, ligados ao Estado ou Universidades. Há ainda as comunitárias, que devem formatar a cidadania e a diversidade por um rádio construído coletivamente (FERRARETO, 2014, p. 9).

Nesta mesma linha de pensamento, Zuculoto (2010) chama atenção para as rádios públicas que ganharam força entre as emissoras

no início do século XXI. Segundo a autora, para ser conceituada como uma rádio pública no Brasil é necessário preencher alguns critérios consensuais como financiamento, gestão e programação pública. A Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (ABRAÇO) defende que apenas estas emissoras são públicas efetivamente. No entanto, as rádios estatais, educativas, culturais e universitárias também passaram a se declarar públicas, este movimento ganhou força a partir de 1990.

O surgimento do rádio

O rádio não surgiu como meio de comunicação para as massas, porém, como um veículo das elites, visto que o preço do aparelho era muito caro e só quem tinha um alto poder aquisitivo poderia comprá-lo. Inicialmente, o propósito do rádio era ser um veículo educativo e cultural, sua programação era muito seleta com recitais de poesias, concertos, palestras culturais e durante o horário musical ouvia-se ópera (ORTRIWANO, 1998).

Lia Calabre (2014) acrescenta que, embora inúmeras experiências tenham sido realizadas em vários países, desde os primeiros anos do século XX, o serviço de transmissão de radiodifusão só foi legalizado nos Estados Unidos em 1920, quando surgiu, na cidade de Pittsburgh, Pensylvania, a emissora KDKA, considerada a pioneira nas transmissões radiofônicas naquele país. O novo meio de comunicação foi um sucesso e, conseqüentemente, houve um *boom* no setor radiofônico. E as empresas norte-americanas que vendiam equipamentos e aparelhos de rádio logo iniciaram o processo de expansão para outros países.

No Brasil, o rádio foi apresentado em 1922 durante os festejos do Centenário da Independência Brasileira. A primeira transmissão causou o espanto e a curiosidade de todos os presentes. E do seu sucesso resultou a primeira rádio Brasileira, fundada em 1923, por

Roquette Pinto e Henry Morize, batizada de Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (CALABRE, 2014). Uma emissora com objetivo educativo e cultural, sem fins lucrativos e que tinha o seguinte *slogan*: “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil.”

Para efeito de informação vale salientar que, de acordo com o escritor e jornalista Hamilton Almeida, a pioneira no Brasil foi a Rádio Clube de Pernambuco, pois sua fundação ocorreu em 1920. Para o jornalista, a diferença entre as duas emissoras consistia na programação, pois diferente da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a Rádio Clube de Pernambuco não tinha uma programação definida e suas transmissões aconteciam de maneira esporádica. Por isso os estudiosos não a reconhecem como a primeira rádio do Brasil. Conforme o escritor, a Rádio Clube de Pernambuco completou 100 anos no dia 05 de maio de 2019 (ALMEIDA, 2019, p.4). Na Bahia a primeira rádio surgiu em 24 de março de 1924, a Rádio Sociedade da Bahia, fundada por Agenor Augusto de Miranda e Cesário de Andrade.

As primeiras rádios que surgiram traziam em sua nomenclatura a palavra “clube” ou “sociedade”, visto que alguns idealistas que acreditavam na potencialidade da rádio começaram a formar clubes e associações criando as primeiras emissoras. Contudo, até o final de 1920, poucas pessoas tinham acesso ao rádio devido ao alto valor dos aparelhos e à cultura popular ainda não tinha espaço na sua programação. A população de poder aquisitivo mais baixo só veio ter acesso ao aparelho e se tornar ouvinte do novo meio de comunicação após a Revolução Industrial, em 1930.

Devido à essa movimentação, no início de 1930, o rádio começou a sofrer severas transformações, principalmente com a crise econômica que se instaurava no país. Para sobreviver as rádios passaram a depender dos anúncios, passando de emissoras amadoras para comerciais. Mas tinha um detalhe, elas precisavam

conseguir anunciantes e, para isso, teriam que conquistar o maior número de ouvintes e aumentar a audiência, o que forçou uma mudança no conteúdo da programação das rádios para alcançar, também, as classes mais populares.

A introdução de mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era “erudito”, “educativo” e “cultural” passa a transforma-se em popular, voltado ao lazer e diversão. O comércio e a indústria forçaram os programadores a mudar a linha: para atingir o público, os “reclames” não podiam interromper concertos, mas passaram a pontilhar entre execuções de música popular, horários humorísticos e outras atrações que foram surgindo e passaram a dominar a programação (ORTRIWANO, 1998, p. 15).

No dia 1º de março de 1932 foi publicado o Decreto de nº 21.111, que regulamentava a publicidade na programação radiofônica. Com a oficialização da publicidade, as emissoras começaram a se organizar enquanto empresas que precisavam gerar e obter lucros. Colocando os interesses mercadológicos como principal objetivo. A preocupação com a educação foi deixada de lado.

Os empresários perceberam que o rádio seria um eficiente meio para divulgação dos seus produtos, o barateamento dos aparelhos receptores e o fato de não precisar de um público alfabetizado foram primordiais para o sucesso popular do rádio, que se consolidou como um eficiente meio publicitário, além de se identificar como veículo de expressão popular e de integração nacional. Assim, o rádio deixou de ser um mero veículo de informação e entretenimento e também passou a desenvolver funções ligadas ao desenvolvimento econômico e político.

Com isso, o rádio passaria por uma nova reestruturação, principalmente a partir da intensa centralização do poder executivo gerado por Getúlio Vargas. Para atender às novas atribuições advindas com o processo de industrialização e urbanização,

começaria a transitar em outro nível de realidade nacional e atender a necessidades coletivas com um viés voltado para o entretenimento, informação e manipulação da opinião.

Para cumprir melhor o seu papel, o rádio não pode mais viver de improvisação. Precisa mudar, para poder fazer face de nova situação. Estrutura-se como empresa, investe a passa a contratar artistas e produtores. Os programas são preparados com antecedência e a preocupação está mais voltada para conseguir cada vez maior audiência, popularizando-se, criando os primeiros ídolos populares. A linguagem radiofônica, aos poucos, vai sendo aprendida. Mais coloquial mais direta, de entendimento fácil, começa a invadir todas as emissões. Os programadores passam a ter horário certo e a programação, como um todo, é distribuída de modo racional no tempo (ORTRIWANO, 1998, p. 16).

Neste período, o rádio também passou a divulgar propagandas do governo, além de convidar políticos para falar ao vivo durante a transmissão de sua programação. A partir daí, as emissoras brasileiras começaram a definir suas linhas de atuação, encontrando o caminho e assumindo cada vez mais um papel importante na política e na economia do país.

No cenário político brasileiro, foi Getúlio Vargas o primeiro governante a ver no rádio a importância de utilizá-lo como aliado na política. Porém dentro de uma perspectiva autoritária. Nesse sentido, o governo resolveu criar o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), ligado diretamente à presidência da república, que tinha como objetivo a censura dos conteúdos, não só radiofônicos como dos cinemas, teatros e jornais. Anteriormente, o governo já tinha criado o Departamento Oficial de Propaganda (DOP) e o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural.

Em relação ao DIP, Sérgio Mattos aponta que,

Sob o comando do DIP, jornais e revistas foram impedidos de circular, alguns tiveram várias

de suas edições apreendidas; jornais foram empastelados, desapropriados ou sofreram intervenções; o papel de imprensa era controlado; inúmeros jornalistas e intelectuais foram presos. As verbas publicitárias também foram usadas como elemento de pressão econômica, corrompendo jornalistas e proprietários de veículos. Algumas dessas práticas permaneceram mesmo após a ditadura Vargas, pois os jornais continuaram sendo invadidos, empastelados e jornalistas sendo presos pela polícia em várias cidades brasileiras (MATTOS, 2009, p. 155).

Assim como o rádio, neste período, outros veículos de comunicação também sofreram uma forte censura, e tudo que era publicado e divulgado passava pelo controle do DIP. As penalidades para quem ousasse enfrentar o sistema eram grandes, podendo ter suas emissoras fechadas.

Entre o meado e o final dos anos de 1930, o rádio começou a marcar fortes impactos sobre a sociedade brasileira. Com a expansão do rádio comercial, criou-se um elo com o ouvinte, mostrando que sua potência não estaria apenas nos anúncios e vendas de produtos, mas também na mobilização e integração do povo como membro ativo do país, consolidando-se como um instrumento de formação de identidade nacional (ORTRIWANO, 1998).

Na década de 1940, o rádio começou a fazer parte da chamada “época de ouro”. Esse foi um período marcado por uma concorrência acirrada entre as emissoras para atrair cada vez mais um número maior de anunciantes, a programação foi modificada e passou a ter um formato mais variado e popular com o objetivo de ampliar a quantidade de ouvintes, incluindo os analfabetos.

Em virtude da guerra pela audiência, as verbas publicitárias destinadas às emissoras de rádio e jornais impressos passaram a ser planejadas e debatidas, pois, com a disputa entre os veículos, os anunciantes queriam decidir onde era mais rentável alocar seus anúncios. Para Ortriwano (1998) o Instituto Brasileiro de Opinião e

Pesquisa (IBOPE), fundado em 13 de maio de 1942, foi fundamental neste período para o rádio, pois divulgava os números da audiência das emissoras, e os anunciantes investiam naquelas que tinham maior audiência.

A partir de 1947, em busca da maior audiência, as emissoras começaram a investir, principalmente, nas programações esportivas e jornalísticas. Conforme Ortriwano (1998), a *Rádio Panamericana*, de São Paulo, foi a primeira a investir nesses segmentos, incluindo novidades nas transmissões esportivas e conseguindo liderar a audiência. Já na programação jornalística, o destaque ficou com *O Repórter Esso*, da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que permaneceu no ar durante 27 anos, informando em primeira mão as principais notícias do Brasil e do mundo. Também se destacaram *O Grande Jornal Falado Tupi*, e *o Matutino Tupi*, ambos da Rádio Tupi de São Paulo, os quais encerraram suas atividades em 31 de janeiro de 1977.

Com a chegada da televisão e das novas tecnologias, as emissoras de rádio precisaram modificar sua programação e se adaptar às novas tecnologias. As programações esportiva, política e musical ainda continuam sendo os carros-chefe das programações radiofônicas, que atualmente (2019), não estão situadas apenas nos velhos rádios à pilha, mas também na plataforma da internet e nos mais diversos aparelhos móveis e tecnológicos.

Adaptações e atualidade

A era de ouro do rádio terminou em 1950 com a chegada da televisão no Brasil. O novo meio de comunicação nada mais era do que uma extensão do conteúdo e programação do rádio, a diferença era a imagem, por isso, boa parte dos funcionários das emissoras de rádio foi aproveitada na TV.

Assim como o rádio, a televisão, quando surgiu, não foi um produto acessível a todas as camadas sociais, devido ao alto custo

dos aparelhos poucas pessoas tinham acesso ao meio. Conforme Mattos (2009), só após o crescimento do consumo dos produtos industrializados se consolidar no mercado os aparelhos de televisão ficaram economicamente viáveis. As emissoras começaram a competir pelo faturamento publicitário com o intuito de aumentar o lucro. Assim como o rádio, a TV também teve que adequar sua programação para aumentar a audiência.

Agora o rádio estava à frente de um novo desafio: enfrentar a concorrência com a televisão. Ele precisava mudar sua linguagem para atender às novas necessidades e começou a focar nas particularidades regionais, principalmente em nível de informação. Com um faturamento menor, foi necessário fazer alguns cortes e adaptações, tanto em produção como em equipamentos, funcionários técnico e artísticos.

De acordo com Ortriwano (1998, p. 21), “o rádio aprendeu a trocar os astros e as estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública”. Para a autora, foi na área da eletrônica que o rádio encontrou um forte aliado, que permitiu que ele apresentasse e explorasse seu potencial: “seu transistor começa a revolucionar o mercado” (ORTRIWANO, 1988, p. 22). O componente eletrônico surgiu em 23 dezembro de 1947, pelas mãos dos cientistas norte-americanos John Bardeen, Walter Brattain e William Schokley, vencedores do Prêmio Nobel de Física em 1956.

Agora o rádio parte para uma comunicação mais fácil e rápida com serviços interligados a outros avanços tecnológicos. Com esta evolução, os ouvintes não precisariam mais ficar presos em casa para ouvir a programação radiofônica, ele agora poderia ser transportado facilmente para qualquer lugar e ser ouvido a qualquer hora.

A chegada do transistor também deu uma acelerada nas produções jornalísticas do rádio, pois as notícias podiam ser

transmitidas ao vivo e as entrevistas podiam ser realizadas fora do estúdio. “O transistor deu ao rádio sua principal arma de faturamento: é possível ouvir o rádio a qualquer hora e em qualquer lugar, não precisando mais ligá-lo às tomadas” (ORTRIWANO ,1998, p.22).

Devido à praticidade e agilidade, o rádio passou a ser cada vez mais usado, as entrevistas e as notícias podiam ser transmitidas ao vivo. Com isso, o radiojornalismo ganhou destaque na programação radiofônica, além das novas programações, como os serviços de utilidade pública e meteorologia.

Com o surgimento da nova tecnologia, também foi ampliada a frequência modulada FM, que começou a operar no Brasil na década de 60. De acordo com Del Bianco (1993), no primeiro momento, as FM's surgiram com uma programação mais musical, as músicas eram ambiente para escritórios e hospitais. As primeiras emissoras a adotar o novo gênero foram a Rádio Imprensa, do Rio de Janeiro e a Rádio Eldorado, de São Paulo.

Del Bianco (1993) destaca ainda que, a rádio FM no Brasil, até a metade da década de 1970, não tinha muita importância e nem alcance popular. Primeiro, por ter um alcance limitado, os empresários de rádio consideravam que teriam prejuízo financeiro, haja vista que o objetivo era alcançar o maior número de ouvintes. Segundo, os aparelhos que tinham capacidade para essas faixas custavam caro e poucas pessoas tinham acesso, e terceiro, o estilo da programação musical não atraía os ouvintes e nem despertava o interesse dos anunciantes.

A consolidação das FM's só aconteceu quando despertou o interesse dos militares e políticos. A partir daí, o governo traçou estratégias para a distribuição de concessões e permissões e buscou convencer os donos das emissoras quanto às vantagens técnicas e econômicas, além de estimular a reativação das indústrias nacionais de transmissões de receptores.

Com parte da estratégia governamental da interiorização da radiodifusão FM, apesar do alcance reduzido de suas ondas, servia a meta de dotar todas as cidades de uma estação. Desta forma, o governo esperava cobrir, em partes, às áreas de silêncio não atingidas pelas AM que possuíam potência inferior a 2KW (DEL BIANCO, 1993, p.140).

No início da sua gestão em 1930, Getúlio Vargas já anunciava a importância que daria ao rádio na sua mensagem enviada ao Congresso Nacional, na qual anunciava o aumento do número de emissoras no país.

[...] o governo da União procurará entender-se, a propósito, com Estados e Municípios, de modo que mesmo nas pequenas aglomerações, sejam instalados aparelhos radiorreceptores, providos de alto-falantes, em condições de facilitar a todos os brasileiros, sem distinção de sexo nem idade, momentos de educação política e social, informes úteis aos seus negócios e toda a sorte de notícias tendentes a entrelaçar os interesses diversos da nação [...] a iniciativa mais se recomenda quando considerarmos o fato de não existir no Brasil imprensa de divulgação nacional. São diversas e distantes as zonas do interior e a maioria delas dispõe de imprensa própria, veiculando apenas as notícias de caráter regional. À radiotelefonia está reservado o papel de interessar a todos por tudo quanto se passa no Brasil (HAUSSEN, 2001, p. 40).

Apesar do aumento das concessões das FM's ter acontecido para atender a objetivos políticos, foi graças a essa movimentação que o setor de radiodifusão, que estava à beira de um colapso devido à divisão do bolo publicitário com a chegada da televisão, conseguiu se erguer financeiramente e os ouvintes ganharam uma programação variada e uma melhor qualidade de som, com músicas de diferentes estilos, uma linguagem informal e descontraída. O que animou o público jovem afastado das AM's, que investiam mais em uma programação voltada para as donas de casa.

Desde o seu surgimento oficial no Brasil em 1922, o rádio passou por inúmeras modificações e adaptações. Desde a chegada do transistor até a internet. Atualmente não podemos mais resumir-lo apenas a um serviço de radiodifusão ou a uma mera tecnologia que utiliza a oralidade para transmitir informações e entretenimento, até por existir novos agentes no processo de decodificação, a exemplo das imagens dos sites e blogs das emissoras de rádio, além das práticas por meio de podcasting que mudaram a forma de escutar o rádio, salientando que uma forma não exclui a outra.

Meditich (2007) já previa esta mudança quando afirmou que, mesmo numa época entendida como sendo “a era da imagem”, em que instituía fortemente, no senso comum, em que “os dias do rádio” iriam ficar no passado, o senso comum estava equivocado nesse aspecto e, apesar da sua invisibilidade, a audiência do rádio cresceu.

Ferrareto (2014) também foi um otimista em relação à existência do rádio ao dizer que a sobrevivência do rádio se deu graças a sua caracterização de companheiro e amigo do ouvinte. Ele sempre esteve presente no dia a dia, quebrando a solidão, seja nas grandes capitais, seja nas zonas rurais afastadas dos grandes centros urbanos ou durante o deslocamento por ônibus, carros, entre outros meios de transporte. O rádio está sempre presente no cotidiano dos seus ouvintes.

Conforme Paul Thompson,

O desenvolvimento dos meios cria ‘um novo meio de intimidade’, base para desenvolver um raciocínio que diferencia a (1) *experiência vivida*, adquirida no curso normal da vida diária, (2) *experiência mediada*, ou seja, da que se estabelece por meio da *interação mediada* ou da *quase interação mediada*. Pode-se, dessa maneira, advogar para o rádio tanto um papel pioneiro no plano da cultura da portabilidade como associada a mobilidade conferida, ontem, pelo receptor transistorizado e, hoje, pelo celular um poder significativo em termos de *quase interação mediada*, o que ajuda a

entender a sua caracterização como companheiro virtual (THOMPSON, 2002, p.181).

A dona de casa ou o viajante não se sentem sozinhos na companhia do seu velho e companheiro rádio. Ele tornou-se parte integrante do cotidiano dos ouvintes e transformou-se em um meio fundamental de informação e entretenimento. Mesmo tendo a oralidade como principal recurso, o rádio consegue ultrapassar as barreiras geográficas mesmo sem imagem, isso acontece quando ouvimos uma música que nos faz lembrar nossa terra natal, pois o rádio fala praticamente o idioma do ouvinte. Essa peculiaridade está na capacidade que o rádio tem de afetar as pessoas profundamente.

Para Del Bianco (2018) a integração do rádio com o cotidiano das pessoas acontece a partir do vínculo social, que se estabelece devido ao compartilhamento do modo de vida que envolve os patrimônios comuns como a língua, a música, eventos sociais de pessoas que têm o mesmo gosto por determinadas programações, diminuindo a distância entre os semelhantes. É um espaço de reconhecimento, visto que o ouvinte se reconhece como pertencente à dinâmica cultural da cidade, bairro, ou comunidade.

No Brasil, o espectro radiofônico apresenta diferentes modalidades de rádio, ou seja, rádios comerciais AM e FM, serviço de alto-falante ou rádios-poste, rádios comunitárias, web rádios, rádio web, rádios educativas, entre outras.

Quanto à modulação, Neuberger (2014) destaca que o rádio pode ser em AM (amplitude modulada) ou FM (frequência modulada), e as diferenças não se resumem apenas à forma de se utilizar as ondas sonoras ou o formato digital, mas também no conteúdo de cada um, o que determina, por sua vez, o público e os investimentos publicitários. Comparando os dois tipos de modulação, pode-se dizer que a FM está em vantagem em termos de entrada nas novas tecnologias digitais.

Entre a modulação FM também estão as rádios comunitárias (RadCom), emissora de rádio FM, de alcance limitado a no máximo ao raio de 1 km a partir de sua antena transmissora, com potência de transmissão irradiada máxima de 25 watts.

Conforme Peruzzo (1998) a rádio comunitária surgiu no Brasil em 1995 com objetivo de transmitir uma programação de interesse social ligada à realidade local e sem fins lucrativos, colaborando para expandir a cidadania, democratizar a comunicação, melhorar o nível cultural dos ouvintes e levar a debate temas relacionados às suas vidas.

As emissoras comunitárias também abrem espaço para que haja uma maior participação das pessoas que residem nas localidades, além de dar voz aos representantes de movimentos sociais e outras organizações coletivas, ou seja, seus fundamentos são baseados em uma comunicação libertadora.

Peruzzo (1998) também destaca que existem emissoras que se intitulam como comunitárias, a exemplo das rádios ligadas às igrejas católicas, evangélicas e as universitárias que têm nos seus princípios e práticas cotidianas um trabalho voltado para melhoria da comunidade. “Mas a rádio comunitária não deve ter dono. Ela deve pertencer à comunidade. Em última instância, a rádio comunitária típica é aquela que a comunidade reconhece sendo sua e por isso a protege e dela participam ativamente” (PERUZZO, p. 71).

Também existem as emissoras que se dizem comunitárias, mas fogem totalmente da sua finalidade. Por ter um baixo custo e serem fáceis de manejar, algumas pessoas adquirem a concessão e utilizam seus serviços para fins políticos, religiosos ou financeiros.

As finalidades de uma rádio comunitária são claras e a lei federal brasileira 9.612/98, apesar de todos os seus limites, prevê mecanismos que estimulam o cumprimento de tais propósitos, por exemplo, quando exige a formação de um conselho comunitário composto por, no mínimo cinco entidades locais. A autorização

para funcionamento de uma rádio comunitária sai em nome de fundações e/ou associações, a programação deve ser de interesse social e facilitar o acesso não discriminatório ao cidadão (PERUZZO, 1998, p. 72).

Desviar as rádios comunitárias da sua finalidade é tirar da população a perspectiva de uma comunicação pública, pois ela não é só informação e entretenimento, é um meio facilitador do exercício dos direitos e deveres dos membros da comunidade, é a fala dos sem voz.

Ainda de acordo com Peruzzo (1998), as rádios comunitárias surgiram a partir das rádios livres. Este movimento surgiu no Brasil nos anos 70, em decorrência do regime militar, quando as concessões das emissoras estavam nas mãos de grupos privilegiados que serviam ao regime. A primeira vivência desse tipo de rádio aconteceu em 1970 na cidade de Vitória (ES), com a Rádio Paranoia. Seus idealizadores foram dois jovens irmãos com quinze e dezesseis anos. O mais novo ainda chegou a ser preso.

A segunda surgiu em Sorocaba em 1976, a Rádio Spectro. Depois surgiram tantas outras. Só em Sorocaba foram registradas quarenta emissoras neste perfil. E no final do regime militar, no início da década de setenta, as rádios livres começaram a surgir com mais força, difundindo-se por todo território brasileiro. Os idealizadores desse tipo de rádio eram jovens que estavam cansados das programações das rádios oficiais. Sem nenhuma pretensão política ou social, eles só queriam enviar recados e curtir um som diferenciado.

Depois foram surgindo algumas emissoras que traziam questões mais voltadas para economia do país. Também surgiram as rádios de sindicatos e movimentos comunitários. Os bancários utilizavam os serviços de alto-falante móvel para fazer suas reivindicações. As rádios livres, mesmo sem pretensões políticas, foram uma manifestação contra o sistema antidemocrático dos meios de comunicação de massa no Brasil. Foi uma tentativa de conseguir a liberdade de expressão (PERUZZO, 1998).

A regulamentação dessas emissoras aconteceu em 10 de abril de 1995 durante uma audiência entre os representantes das rádios livres com o então Ministro das Comunicações, Sérgio Motta, que reconheceu publicamente a existência de uma grande quantidade de emissoras de baixa potência em todo país e assumiu o compromisso de regulamentar seu funcionamento.

A autora acima citada chama a atenção para dizer que a existência das rádios livres e comunitárias está baseada nas experiências de rádios populares como serviço de alto-falantes ou rádio poste, que teve seu auge nos anos 80. O serviço é regulado por jurisdições municipais e precisa somente de alvará de funcionamento, diferentemente das rádios convencionais (comerciais, educativas ou comunitárias) que precisam de concessão do Governo Federal para o seu funcionamento legal.

A transmissão de programas através de alto-falantes foi, e continua sendo em muitos lugares, o veículo de comunicação a que as organizações comunitárias tiveram acesso para poderem levar suas mensagens aos habitantes de determinadas localidades. São chamados de “rádio do povo” ou de “rádio popular” (PERUZZO, 1998, p. 5).

No entanto, os serviços de alto-falante surgiram bem antes do regime militar de 1964, principalmente nas cidades do interior ligadas a igrejas, lojas e prefeituras. Eles ainda continuam existindo, mas com um formato diferenciado na sua programação. Geralmente prestam serviços de utilidade pública e anúncio comercial. Com a queda dos alto-falantes surgiram as demais modalidades.

Como podemos perceber, o rádio vem sofrendo transformações desde o seu surgimento. No entanto, foi a chegada das novas tecnologias que mais alterou a sua história. As modificações do rádio ficaram mais latentes na década de 1990 com a multiplicação dos sites de emissoras na internet, quando a sintonia das rádios começou também a ser feita nos computadores e dispositivos móveis.

De acordo com Nair Prata (2007),

Justamente por causa da tecnologia a história do rádio é marcada por dois momentos de intensos debates acerca de sua existência no futuro. O primeiro grande debate aconteceu na década de 50. Com o surgimento da televisão, acreditava-se que o rádio iria acabar, já que o novo veículo que nascia, além do som, tinha também imagem. Hoje, neste início do século XXI, um novo debate toma conta dos profissionais da radiofonia e do meio acadêmico: A internet vai engolir o rádio? Os novos e modernos formatos em áudio podem ser definidos como rádio? Os novos gêneros de rádio que surgem na web vão acabar com o modelo tradicional que todos nós conhecemos? (PRATA, 2007, p.1).

Com os avanços tecnológicos, outra vez, o futuro do velho rádio é questionado. A insegurança acontece todas as vezes que estamos diante de um novo fenômeno, o que é natural, pois ainda não sabemos o que está por vir. Meditsch (2001) explica como ficarão as mídias com a chegada da internet.

O velho fantasma da extinção do rádio ronda mais uma vez os nossos estúdios, trazendo angústias e incertezas a seus profissionais e gerando confusão entre os estudiosos do meio. Agora, a ameaça se chama internet, o fenômeno que parece querer subjugar o mundo nesta virada do milênio, devorando todas as mídias que o antecederam, até mesmo a televisão, até há pouco tão garbosa no seu domínio sobre a civilização (MEDITSCH, 2001, p. 1).

Se passando 20 anos da previsão de Meditsch (2001), o rádio conseguiu provar que sobreviveu à chegada da internet e que não foi devorado por essa nova ferramenta. As novas tecnologias promoveram uma revolução na história do rádio, mas não foi o seu fim. Ele mais uma vez teve que se readaptar diante do novo, e o rádio do século XXI vai além da voz e audição.

A possibilidade de se ligar à rede mundial de computadores depende de onde esse público se

encontra e do seu gosto por determinado veículo. O rádio era transmitido em ondas hertzianas. Agora, com a internet e com as novas tecnologias, ganhou um espaço mais amplo. A transmissão se dá também na rede mundial de computadores e permite que possa ser ouvida em outras plataformas como o computador, notebook, celular, Ipad, tablets e na própria televisão por assinatura. Ouvir uma rádio pelo celular tornou-se comum. É, sem dúvida, o radinho de pilha moderno. Portanto, o rádio continua sendo importante (MUSTAFA, 2016, p. 10).

Na era da internet, as pessoas não apenas ouvem rádio, agora têm um arsenal de elementos como textos, fotos, vídeos e desenhos. Com isso, uma explosão de informações vindas de todas as partes. A comunicação agora é feita via uma rede de computadores. “Na era da globalização a tecnologia destrói barreiras de tempo e distância, e torna-se possível a troca de informações entre pessoas por meio de redes de computador, informações essas que variam desde textos verbais até vídeos” (SILVA, 2001, p. 7).

A partir da chegada da internet, Prata (2007) busca caracterizar as novas mídias através das tecnologias. A primeira como Radiofonia analógica: emissoras que realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas; e a segunda como Radiofonia digital: emissoras de rádio hertzianas com transmissão digital e internet; emissoras de rádio com existência exclusiva na internet ou webrádios.

As Hertzianas, com existência na web, são as chamadas rádios web, pois são emissoras que têm transmissão através de modulação das ondas eletromagnéticas e também estão na plataforma da internet através de sites próprios das emissoras, ou blogs, em que permite a transmissão ao vivo da programação ou ouvi-la depois, além de outras informações textuais e abrir playlist.

Por Webrádio compreende-se aquelas que existem unicamente na web e só pode ser acessada através de uma URL (*Uniform*

Resource Locator). Elas têm uma *homepage* na internet por meio da qual podem ser acessadas as outras páginas da emissora. Além dos hiperlinks que levam para outros sites que abrigam programação desenvolvida pela rádio.

Várias novidades são oferecidas pelas webrádios, como serviço de busca, previsão do tempo, *chats*, *podcasts*, biografias de artistas, receitas culinárias, fóruns de discussão, letras cifradas de músicas, etc. Há também fotografias na *homepage* e nas outras páginas, tanto imagens publicitárias, quanto fotos de artistas e de funcionários da emissora. Há também vídeos e infografia (PRATA, 2007, p. 12).

As webrádios também disponibilizam uma opção para ouvir as transmissões radiofônicas mesmo depois de ter encerrado a programação. Além de oferecer vários canais de áudio, diferente das rádios hertzianos.

No Brasil, a webrádio chegou no dia 05 de outubro de 1998, três anos depois de ter chegado aos Estados Unidos. A rádio Totem foi a primeira rádio brasileira a existir apenas na web. Podemos dizer que sua chegada representou a ruptura de tudo relacionado ao velho modelo de radiodifusão. A começar pelas concessões, imagens, interação em tempo real, além da presença do bom e velho radinho (PRATA, 2007).

Mas a pesquisa realizada pelo Levantamento do Kantar Ibope aponta que os chineses superam os brasileiros em relação a ouvir rádio online. A média mundial está em 66%, enquanto os chineses representam 83,5% dos pesquisados. Os brasileiros são 81,5%, enquanto França, Reino Unido e Estados Unidos representaram 54,8%, 54,8% e 55,4%, respectivamente. A pesquisa DIMENSION 2018¹ divulgou ainda que 91% dos brasileiros ouvem rádio. Dados também revelam que os brasileiros são os que mais ouvem rádio, enquanto os franceses aparecem em segundo.

1 DIMENSION 2018 é o estudo anual do Kantar Ibope Media sobre as principais tendências e inovações que moldam o mundo dos meios de comunicação e o planejamento de mídia.

Isso indica que mesmo com advento das novas tecnologias e com a digitalização do rádio, o preferido dos brasileiros continua sendo o bom e velho rádio sonoro. A oralidade ainda está enraizada na sua tradição, traços culturais tão presentes em vários segmentos sociais não seriam rompidos com a inserção de alguns componentes sensoriais inseridos nos novos aparelhos digitais. Por isso, Hobsbawm (1995) aponta o rádio como um importante veículo de comunicação e integração entre as pessoas. Ele foi o primeiro meio a falar particularmente com cada cidadão.

O rádio continua sendo o meio de comunicação preferido de milhares de brasileiros e o principal meio de comunicação e o mais ouvido em algumas cidades, como no caso de Cachoeira, na Bahia, na qual sua audiência é predominante e sua existência de suma importância para a população local como propagador da cultura e o principal meio de obter notícias locais, tanto jornalísticas como esportivas. Então, o fim do rádio não será agora!

O município de Cachoeira

Nesta parte dissertaremos sobre a história, economia e os meios de comunicação do município de Cachoeira. A primeira seção apresenta o município de Cachoeira, a segunda um breve histórico do município, seu desenvolvimento e decadência econômica, e por último o auge da mídia impressa, tendo em vista que Cachoeira foi o município baiano que mais publicou títulos de jornais que circularam no século XIX.

Localizado à margem esquerda do Rio Paraguaçu, no Recôncavo da Bahia, o município de Cachoeira ocupa uma área de 395,21 km² e faz divisa com os municípios de Conceição da Feira (norte), Santo Amaro e Saubara (leste), Maragogipe, Muritiba e Governador Mangabeira (oeste). Cachoeira fica a 110 km de distância de Salvador (capital do Estado) e a 46 km de Feira de Santana (segunda maior cidade da Bahia). O acesso à cidade pode ser feito via Santo Amaro pela rodovia BR-324/BA-026, via distrito de Belém de Cachoeira pela BR-101/BA502, via Muritiba pela BR-101/BA-492 e através da BR-101, via distrito de Capoeiruçu e São Félix e através do Rio Paraguaçu que já foi um importante porto fluvial. Comunidades circunvizinhas ainda usam o rio para passeio ou para fazer compras em outros municípios próximos.

Figura 1: Município de Cachoeira.



Fonte: Google Imagem (2018).

Segundo dados do IBGE, Cachoeira possui três distritos, sendo eles: Belém da Cachoeira, Santiago do Iguape e Cachoeira (Sede), além de povoados distribuídos por todo o seu território. Detentora de uma arquitetura predominantemente em estilo barroco, formada por seus belos casarões e igrejas, Cachoeira apresenta-se como uma beleza de grande valor do patrimônio histórico do Brasil, por preservar seus antigos casarões que representa um período importante para história do país. Além de ser considerada a maior expressão do estilo barroco da região do Recôncavo da Bahia.

Em 1971, Cachoeira foi tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) como Monumento Nacional. Seu casario, igrejas e prédios históricos resguardam a imagem do Brasil Império. Conforme Santos (2009), o objetivo do tombamento foi conservar as características dos imóveis, zelando pelos valores culturais e históricos, como também impedir a especulação imobiliária.

No entanto, alguns bens já tinham sido tombados de maneira individual na década de 1940. Entre os monumentos e espaços públicos tombados pelo IPHAN na cidade, destacam-se a Capela de Nossa Senhora D' Ajuda; o Conjunto do Carmo; as igrejas do Rosarinho, Nossa Senhora do Monte, Matriz de Santiago do Iguape e Matriz de Nossa Senhora do Rosário; Paço Municipal (Casa de Câmara e Cadeia); Chafariz Público (Chafariz da Praça Dr. Aristides Milton); Casa natal de Ana Nery (atual Museu Hansen Bahia); Engenho Vitória (sobrado, capela, crucifixo, senzala e banheiro); e o Convento de Santo Antônio de Paraguaçu (igreja e ruínas).

De acordo com dados do último censo demográfico realizado pelo IBGE, em 2018, a população do município de Cachoeira era de 33.861 habitantes, sendo que desses, 15.639 residem na zona rural e 16.387 na zona urbana do município. Segundo o IBGE (2010), a densidade demográfica do município era de 81,03 hab/km².

Histórico de Cachoeira

À margem esquerda do Rio Paraguaçu, em 1693, foi criada a freguesia de Nossa Senhora do Rosário do Porto da Cachoeira, que mais tarde, em 1698, foi elevada à categoria de Vila de Nossa Senhora do Rosário do Porto da Cachoeira. A economia no município começou a se desenvolver a partir da criação da construção de diversos engenhos de açúcar na região, com isso, a Vila de Nossa Senhora do Rosário do Porto da Cachoeira tornou-se um grande centro açucareiro. Também em terras mais próximas, outras culturas ganharam destaque, como o tabaco (fumo) (MELLO, 2001, p. 113).

Por estar localizado em ponto privilegiado do Rio Paraguaçu, o município de Cachoeira tornou-se um ponto de ligação estratégico entre o sertão e a cidade de Salvador, assumindo um papel fundamental no processo de interiorização do desenvolvimento para o sertão e estabelecendo-se como o porto de vazão mais importante da produção dos engenhos construídos às margens do Paraguaçu para a cidade de Salvador. Com isso, o movimento de embarcações crescia nas margens da vila, não só para o embarque do açúcar e do fumo, como para embarque e desembarque de passageiros e das mercadorias vindas do Reino.

Devido à sua importância econômica e localização geográfica, cerca de 30 municípios da Bahia pertenceram à província Vila de Nossa Senhora do Rosário do Porto da Cachoeira, entre eles; São Félix; Maragogipe; Muritiba; Governador Mangabeira; Cruz das Almas; Cabaceiras do Paraguaçu; Conceição do Almeida; D. Macedo Costa; São Felipe; Sapeaçu; Castro Alves; Conceição da Feira; Santo Estevão; São Gonçalo dos Campos; Amélia Rodrigues; Maria Quitéria; Irará; Ipirá; Feira de Santana, entre outras. Ou seja, Cachoeira era uma pequena metrópole, dentro das suas simetrias, seguindo um padrão de vida das capitais da província. Isso até o final do século XVII. “Em suas lojas, no seu movimentado centro

comercial, encontrava-se de tudo que se refere à moda, quer feminina ou masculina. Eram perfumes vindos de Paris, as jóias, e os tecidos de seda ou de veludo” (MELLO, 2001, p. 41).

No que concerne ao Brasil, Cachoeira foi de fundamental importância para a história, pois foi de Cachoeira que partiram as primeiras lutas armadas contra a opressão portuguesa. A província baiana foi palco de vários conflitos políticos e militares, decorridos, principalmente, pelos sentimentos contra os portugueses que eram disseminados naquela época.

Para Mello (2001) desde a Conjuração dos Alfaiates em 1798 a situação já era tensa na Bahia, devido às ideias radicais que defendiam a independência da República e a libertação dos escravos. Devido ao grande fluxo portuário entre Recife e Bahia no século XX, essas ideias revolucionárias foram disseminadas rapidamente. O que culminou na Revolução de 1817 em Pernambuco. Considerado um movimento regionalista influenciado pelos pensamentos revolucionários franceses.

Em 1820, devido à condição de abandono que se encontravam em Portugal, após a vinda família real para o Brasil, um grupo de lusos revoltados dão início à Revolução Liberal do Porto. Por ser considerado um movimento liberal e constitucionalista, no Brasil vários liberais da camada urbana aderiram aos ideais antiabsolutistas.

Devido à forte pressão imposta pelo movimento, os portugueses foram obrigados a deixar o Brasil e retornar a Portugal, o que aconteceu em 1821 quando D. João VI transfere para D. Pedro todos os seus poderes e o nomeia Regente do Brasil. No primeiro ano o Regente do Brasil já mostra sinais de rompimento com a corte na possibilidade de eminência das lutas pela independência.

Conforme Mello (2001), os brasileiros que também estavam descontentes com a nomeação de Brigadeiro e Madeira de Melo para o Governo de Armas na Bahia, começaram a formar outro movimento de resistência, pois esses entendiam a nomeação como ilegal. Então, o

movimento formado por militares e civis cobravam a retirada de Madeira de Melo. Este, porém, se recusava a fazer qualquer tipo de acordo, o que resultou em uma ofensiva das tropas portuguesas que tomaram o forte de São Pedro e os quartéis da Palma e da Mouraria em Salvador.

Para o autor, a ocupação e o controle das tropas portuguesas à capital baiana provocou um grande êxodo dos brasileiros que residiam na capital em direção ao Recôncavo em busca de maior segurança. Diante disso, como medida de segurança, no dia 20 de junho de 1822, Madeira Melo enviou uma escuna canhoneira para ficar no Rio Paraguaçu próximo às cidades de Cachoeira e São Félix, o que gerou pequenos conflitos na região.

Diante da situação, autoridades, coronéis e oficiais brasileiros se reuniram no dia 25 de junho daquele mesmo ano em Cachoeira para responder a carta consulta a cerca da aclamação de D. Pedro como Regente do Brasil. Após a reunião, definiu uma posição favorável ao príncipe, o que foi documentado imediatamente. A comemoração da aclamação foi realizada na Igreja Nossa Senhora do Rosário, na qual foram ouvidos os primeiros tiros contra a Vila de Cachoeira, que vinham das canhoneiras dos portugueses com objetivo de deter o movimento. Portugueses que residiam na Vila também começaram a atirar das sacadas dos casarões, causando a reação imediata dos brasileiros.

Cachoeira se tornou palco de três dias de batalhas entre portugueses e brasileiros. Devido à atuação dos batalhões patrióticos formados por combatentes tanto da capital (que abandonaram os quartéis em direção ao Recôncavo) como do interior, compostos por gente da região organizada como voluntários, e entre esses homens muitos que haviam participado da Revolução Pernambucana de 1817. O combate terminou com a derrota dos lusos.

Areação dos brasileiros foi imediata e esta região do Recôncavo se tornou palco de três dias de batalha entre portugueses e brasileiros. Por surpresa, os lusos acabaram derrotados devido à atuação dos

batalhões patrióticos formados por combatentes tanto da capital (que abandonaram os quartéis em direção ao Recôncavo) como do interior, compostos por gente da região organizada como voluntários, e entre esses homens muitos que haviam participado da Revolução Pernambucana de 1817. Este episódio marca o início da guerra pela independência na Bahia (SANTOS, 2009, p. 68-69).

Esse episódio determina o início da guerra pela Independência da Bahia. Para garantir que não houvesse ofensivas dos portugueses e a aclamação de D. Pedro pudesse acontecer em outras vilas, foi composta uma junta interina provisória que se ampliou com a adesão da maioria das regiões do Recôncavo. Em agosto do mesmo ano, foi criado um conselho formado por autoridades, militares e civis que atuassem não só nas Vilas do Recôncavo, mas em toda província baiana.

Desde que foi instalado em Cachoeira, o conselho desempenhou diversas atividades administrativas e ações políticas e militares para retirar os portugueses de Salvador. Certamente o Recôncavo baiano se tornou a maior base de resistência contra as tropas portuguesas.

No segundo momento da guerra pela independência o comando das forças milicianas e de voluntários passa para o general francês Pedro Labutut, enviado por D. Pedro I para comandar o Exército Pacificador que daria seguimento a guerra até 2 julho de 1823. A composição do Exército Pacificador era mista e agregava soldados regulares e voluntários, brancos pobres, negros libertos e escravos enviados por seus senhores (SANTOS, 2009, p. 71).

Mello (2001) destaca que entre as ilustres figuras que tiveram um papel fundamental nas lutas iniciais pela independência do país, está o Barão de Belém (Rodrigo Antônio Falcão Brandão) e Maria Quitéria de Jesus. Ela, nascida em Cachoeira, ficou conhecida como a mulher soldado nas lutas pela independência da Bahia e do Brasil. Ela ficou interessada pelo movimento a partir das notícias

dos acontecimentos de 25 de junho de 1822 na Vila de Cachoeira, apresentando-se ao batalhão de voluntários vestida de homem e lutando bravamente em vários conflitos.

A guerra pela independência brasileira na Bahia terminou no dia 02 de julho de 1823 com a vitória da Marinha e do Exército do Brasil com a ajuda dos batalhões patrióticos estabelecendo a separação política entre Brasil e Portugal.

Em reconhecimento pela corajosa participação do município da Cachoeira em favor da sua proclamação, D. Pedro I programou uma visita à cidade, que aconteceu no dia 18 de abril de 1828. A visita foi regada a muita música, apresentações, repiques de sinos e queimas de fogos.

Mesmo antes do festejo oferecido ao príncipe, os sobrados e casarões da então Vila da Cachoeira já eram palco de animados bailes, em que as famílias dos senhores de engenho e os ricos comerciantes desfilavam suas joias e suas roupas finas e glamorosas.

No entanto, segundo Francisco José de Melo (2001), havia uma grande carência de casas de teatros na cidade, haja vista que ela já era considerada uma pequena metrópole, não só por sua sólida economia, como pelo seu aspecto cultural. Houve inúmeras tentativas para construções de casas de teatro no município, porém, todas sem sucesso. Só em 1923 foi inaugurado o primeiro Cine Teatro Cachoeirano, considerado na época a melhor casa de espetáculo do interior da Bahia.

Durante os primeiros séculos de sua origem, Cachoeira se tornou de forma rápida a cidade mais populosa e rica do Brasil, sendo assim uma das mais importantes do país. As instalações dos engenhos de açúcar e, posteriormente, a cultura do fumo em Cachoeira intensificaram as atividades de exportação. Isso valorizou o transporte marítimo fluvial, principalmente em Cachoeira, através do Rio Paraguaçu que ia ao encontro do oceano, depois da Barra do Paraguaçu.

Devido à sua importância e ao grande tráfego de pessoas, animais e mercadorias que congestionavam a cidade, logo surgiu a

necessidade de se pensar em outro meio de transporte que fosse mais rápido para o escoamento dos produtos que chegavam a todo o momento vindo de diversas partes da Bahia.

Em Cachoeira, pela sua importância comercial, exigia sua adequação aos meios de transportes mais rápidos, que facilitaria o escoamento dos seus produtos. Por esta razão, foram feitos vários apelos aos Ministérios competentes, que culminou na construção com a autorização para construção de uma ferrovia (MELLO, 2001, p. 86).

Foi em 18 de abril de 1864 que saiu a autorização para a construção da Estrada de Ferro Paraguaçu. Que ligaria Cachoeira à Chapada Diamantina, com linha para Feira de Santana. Com a implantação do setor ferroviário, surgiu também à necessidade da construção de uma ponte que ligasse Cachoeira à cidade de São Félix para contribuir ainda mais com as relações comerciais.

A primeira tentativa para construção da ponte aconteceu em 06 de outubro de 1819, por meio do Governador Conde de Palma, que determinou a construção de uma ponte de ferro, dando prazo de cinco meses para sua entrega. No entanto, sua inauguração só aconteceu no dia 07 de julho de 1885, com a presença do Imperador e foi batizada com o nome de *Imperial Ponte D. Pedro II*.

Ponte D. Pedro II.



Fonte: arquivo da autora (2018).

Os meios de comunicação

Antes da existência dos meios de comunicação, as notícias eram transmitidas de boca em boca. Na Bahia, o primeiro jornal publicado foi o *Idade de Ouro*, autorizado pelo príncipe regente no dia 14 de maio de 1811, embora ainda sob um forte regime de vigilância e censura. Só após a decisão de 28 de agosto de 1821 a censura foi abolida. Em Cachoeira até o final do século XVIII, em 1798, a comunicação era feita através dos serviços de Correios.

Em 1831, foram criadas as Agências Postais no Interior. Segundo Mello (2001), a cidade de Cachoeira foi uma das primeiras na Bahia a ser beneficiada com o serviço. A inauguração da primeira agência dos Correios no município aconteceu em 1832. Ainda conforme o autor, o primeiro malote expedido foi para a capital da província, porém, só em 1910 foram instaladas as caixas de ferro para coleta das correspondências. A estação telegráfica de Cachoeira era responsável pela coleta das cidades do interior até o norte de Minas Gerais.

Porém o progresso na cidade de Cachoeira não parava de crescer e os serviços telegráficos já não conseguiam dar conta da demanda e atender às necessidades do município. Foi quando foram implantadas linhas telefônicas para ampliar os serviços de comunicação. A estação foi implantada em 07 de julho de 1924, contando com três aparelhos telefônicos nas repartições designadas pelo intendente municipal e a gratuidade dos serviços dos aparelhos dentro da cidade, ligando Cachoeira à capital e às cidades de São Félix e Santo Amaro.

Mello (2001) diz que depois da chegada dos serviços telegráficos e telefônicos foi a vez da imprensa chegar à Cachoeira. Isso aconteceu no início do século XIX, em 1817, quando circulou o primeiro jornal de Cachoeira, denominado “*DAGUERRATIPO*”, produzido fora do município.

De acordo com Mello (2001), a primeira tipografia chegou a Cachoeira em 1823, enviada por D. Pedro I, abordo da escuna Seis de Fevereiro, seis anos depois da circulação do primeiro jornal cachoeirano, o *IMPRESA NACIONAL*. O primeiro jornal confeccionado na tipografia começou a circular em 1º de março 1823, o *INDEPENDENTE CONSTITUCIONAL*.

Nove anos depois, em 1834, saía o primeiro exemplar de *APOSTOLO CACHOEIRANO*, que defendia os ideais republicanos. Seu editor era Joaquim Tavares da Gama, que trazia em seus textos, escandalosas palavras para a época. Aos poucos foram surgindo outras tipografias e com isso foi aumentando o número de jornais que circulavam pela cidade. Em 1840, circulava o periódico *AMERICANO*, produzido na segunda tipografia, o qual circulou pela cidade durante 20 anos.

Diferente da informação trazida por Mello (2001) no livro *A história da cidade de Cachoeira*, Diniz (2008) pontua em seu artigo intitulado *Uma breve trajetória da imprensa no Recôncavo da Bahia durante o século XIX*, que o jornal *O Americano*, órgão oficial do Partido Liberal, foi criado em 30 de janeiro de 1867 e que circulava três vezes por semana até 1895, reunindo informação noticiosa, política, literária e comercial.

Segundo Mello (2001), entre o final do século XIX e o início do século XX, 132 jornais e quatro revistas (no entanto, só foi encontrado o registro de três revistas: *Revista das Senhoras*, 1881 a 1885, *Instrução e Recreio*, 1886 a 1887 e *Phenix*, 1929) já tinham circulado por Cachoeira, evidenciando a relevância cultural que a cidade tinha nestes períodos. Já o pesquisador Jeremias Macário afirma que até 1937 circularam 141 jornais na cidade de Cachoeira.

O *GUARANY* foi o primeiro jornal diário e surgiu em 1877, seu redator era Augusto Ferreira Motta, vereador de Cachoeira na época.

Depois o *GUARANY* lançou o segundo jornal diário denominado *PROGRESSO*. Em seguida foram lançados *GAZETA DE NOTÍCIAS* e *DIÁRIO DA CACHOEIRA*. Desses, O *GUARANI* foi o que mais durou, encerrando suas atividades em 1896.

Francisco José Mello (2001) destaca que o jornal *A ORDEM*, fundado por José Ramiro de Chagas, foi o mais importante em Cachoeira, devido à sua circulação em vários municípios da província, além de ter sido o que se manteve por mais tempo em atividade.

Entre os jornalistas mais atuantes nos primeiros anos do século XIX, o destaque vai para o jornalista Joaquim Tavares da Gama, que lutou durante 31 anos pelo jornalismo em Cachoeira, sendo fundador de oito jornais, na seguinte ordem: *O Independente Constitucional* (1825); *O Recopilador Cachoeirano* (1831/37); *O Cachoeirano* (1847/49); *O Almotacê* (1850/52); *O Argo Cachoeirano* (1850-52); *O Prelo* (1852/53); *O Defensor Cachoeirano* (1857/60); e *O Paraguaçu* (1859). Ainda no século XIX, a Vila de Cachoeira manteve 15 tipografias, nas quais foram impressos 90 títulos de jornais. Entre esses, 20 eram literários, e os demais, mesmo sendo noticiosos, mantinham uma coluna literária (MELLO, 2001).

No entanto, esse movimento de escritores literários não se restringia apenas aos homens, como pontua Mello:

A evolução cultural na cidade não era restrita somente aos homens, pois, em uma época onde a mulher era quase uma “escrava” do lar, duas damas da sociedade cachoeirana, ainda no império, eram redatoras da *REVISTA DAS SENHORAS*, um jornal instrutivo e literário. Essas duas damas talvez tenham sido pioneiras no jornalismo feminino Império. Chamavam-se Maria Cândida Rodrigues da Silva e Francelina A. Motta (MELLO, 2001, p. 94).

Segundo Diniz (2008), a *REVISTA DAS SENHORAS* circulou entre primeiro de fevereiro de 1881 e novembro de 1885. Sua

distribuição era semanalmente em formato tabloide com oito páginas, totalizando 182 números.

Nesta fase grandiosa do jornalismo em Cachoeira, vale destacar a manutenção de três jornais diários durante o período de dois anos, *O Guarany* (1877/96), *O Diário de Cachoeira* (1880/81) e *Gazeta de Notícias* (1880/81). Mello (2001) acredita que Cachoeira foi pioneira com jornais diários na imprensa do interior naquele período.

Este forte movimento cultural em publicações de jornais em Cachoeira foi fundamental para que ela se tornasse a primeira cidade do interior a ter e manter três jornais diários. O grande número de jornais literários contribuiu para a formação de uma elite intelectual composta de poetas e jornalistas, a exemplo de Pacheco de Miranda Filho, que chegou a publicar dois livros em Portugal: *Aerólitos* e *Casuarinas*, entre outros.

Na área de jornalismo, destacaram-se José Ramiro das Chagas; Augusto de Azevedo Luz; Nelson Silva; e Artur Marques. Fora da província, Ernesto Simões da Silva Freitas Filho, fundador do jornal *A Tarde*, e Manoel Paulo Mattos Filho, redator do *Correio da Manhã* do Rio de Janeiro, ocupando depois a Presidência da Associação Brasileira de Imprensa em 1928/29 e a presidência da Academia Carioca de Letras (MELLO, 2001, p. 94).

Cachoeira viveu por mais de dois séculos entre as cidades mais desenvolvidas da Bahia, tanto na parte econômica como na cultural. Seu declínio veio principalmente quando o transporte passou a ser via terrestre, e as fortes enchentes que castigaram a cidade por anos deixando prejuízos incalculáveis, com isso, aos poucos Cachoeira foi ficando sem seu principal meio de comunicação. Atualmente (2019) existe apenas um jornal impresso, *O Guarany*, com (y) diferente do Guarani com (i) do século XIX, com circulação mensal, de propriedade do professor Pedro Borges, e o blog da jornalista Alzira Costa, o site do jornal *A Cachoeira e A ponte*.

A decadência de Cachoeira

Como já relatamos anteriormente, Cachoeira no século XIX viveu o seu apogeu econômico, cultural e político. O crescimento industrial, a instalação de novos engenhos e alambiques, a fabricação de dezenas de rolos de fumos e a exportação em longa escala dessas mercadorias, deram um grande impulso à economia local, contribuindo para que a Vila de Cachoeira se tornasse o mais importante núcleo comercial do Estado da Bahia e o centro de grande fartura e riquezas. Cachoeira também era palco de comerciantes dos mais diversos produtos e lugares, além de ser o ponto de partida dos tropeiros vindo de toda parte do Brasil. Seu porto ancorava navios de diversos países, o que tornava as noites da cidade sempre movimentadas e suas festas umas das mais glamorosas, equiparando a sua vida noturna a de Salvador, capital baiana. Foi toda essa riqueza que elevou Cachoeira por dois séculos e meio a ser a maior potência econômica do Estado da Bahia.

Sua decadência teve início nos anos 30, nos quais vários fatores contribuíram para que a maior cidade da Bahia perdesse sua importância no cenário socioeconômico e político da Bahia. Com o desenvolvimento e reestruturação do sistema rodoviário estadual, o sistema ferroviário do município caiu em desuso e o transporte fluvial, feito através do Rio Paraguaçu, principal via de escoamento da produção do município e da região, perdeu sua importância e chegou a ser suspenso.

O decênio 1930-1940 iniciou no Recôncavo uma fase de grandes transformações na hierarquia regional. E a revolução dos meios de transporte foi uma grande indutora da referida mudança. Cachoeira seria afetada profundamente por esse processo, pois, se o vapor e a ferrovia fortaleceram sua posição como centro comercializador, a construção das estradas de rodagem e a extensão da rede ferroviária teria efeito diverso (FERNANDES; OLIVEIRA, 2012, p. 9).

Com isso, fábricas de tecidos, papel, charutos, aguardente, calçados, bebidas, entre outras, foram fechadas e as lavouras de fumo e cana-de-açúcar acabaram perdendo o lugar de destaque que tiveram por mais de dois séculos frente a outras regiões do país. Além dessa perda na economia, também vieram os danos deixados pelas enchentes, como a de 1792, na qual a cidade ficou paralisada por mais de duas semanas e seu comércio sofreu grande prejuízo. Depois teve a de 1839, ainda maior, que assolou a cidade de Cachoeira, registrando 100 desabamentos de casas e deixando várias pessoas mortas e feridas.

Outra inundação de grandes proporções foi a de 1911, que quase arrasou toda cidade, pois a força da água chegou a destruir a Ponte da Navegação Baiana e das Oficinas das Estradas de Ferro. O volume de água chegou a cobrir o lastro da Ponte D. Pedro II, destruindo 400 casas e os quatro jornais da época. Devido à enchente, os jornais *A Ordem*, *A Cachoeira*, *Pequeno Jornal* e *o Norte* suspenderam a impressão e circulação de exemplares (MELLO, 2011).

Cachoeira/Enchente de 1911.



Fonte: Facebook/Erivaldo Brito.

Quando estava se recuperando da terrível enchente de 1911, Cachoeira volta a passar por sequências inquietantes de

novas inundações que foram registradas nos anos de 1912, 1914 e 1915. Em 1940, a cidade voltou a sofrer outra vez, viria, então, a inundação de 1960, na qual a água invadiu quase toda a cidade e deixou o comércio mais uma vez arrasado e com fortes estragos, alguns irreparáveis, levando a população ao desespero. Diante dos prejuízos, vários comerciantes deixaram o município e foram se restabelecer em outras cidades. “Ainda não refeita dos prejuízos decorrentes das catastróficas enchentes de 1960, uma outra, em 1964, voltaria a atormentar a velha cidade. O que causou, ainda mais, o empobrecimento da Cachoeira” (MELLO, 2001, p. 128).

Ainda conforme o autor, um novo fato abalaria ainda mais a economia da cidade: o fechamento das fábricas de charuto Leite e Alves e Suerdieck, em 1967, deixando quase mil operários sem trabalho. Esses acontecimentos negativos contribuíram para o êxodo da população para outras cidades e o empobrecimento do comércio local.

Se não fosse suficiente, a população cachoeirana volta a sofrer com a última enchente do Rio Paraguaçu em 1988, quando viram os festejos natalinos transformarem-se em pesadelo com mais uma enchente, mas desta vez ocasionada por falhas humanas. Quando o governador Waldir Pires (PMDB) demitiu os funcionários treinados para o controle das vazões da Barragem Pedra do Cavalo por pessoas sem o menor conhecimento para aquele tipo de operação, permitindo que a cidade fosse mais uma vez arrasada. Durante a enchente quase todas as ruas foram alagadas e várias estabelecimentos comerciais destruídos.

Outro fator que contribuiu para o empobrecimento da cidade de Cachoeira foi a implantação da indústria automobilística no país, em 1957, na gestão do presidente Juscelino Kubitschek. O que seria o desenvolvimento para muitas cidades, foi o pesadelo para Cachoeira, porque, até então, a cidade era a única ligação entre Salvador e regiões do alto sertão da Chapada Diamantina, e as mercadorias

chagavam via transportes marítimos, e de Cachoeira eram levadas para outras cidades de trem (MELO, 2001).

Com a construção das rodovias, as mercadorias passaram a ser transportadas em caminhões. Com isso houve o fechamento da Ferrovia Leste Brasileira, ocasionando a demissão de várias pessoas, além de provocar o fechamento de vários hotéis e lojas comerciais, haja vista que a cidade deixou de receber a visita dos tradicionais caixeiros-viajantes.

De acordo com Mello (2001), os governos foram perdendo o interesse na cidade e a sede de órgãos públicos começaram a ser transferidos para outras cidades, a exemplo da Justiça do Trabalho, Receita Federal e Estadual, Telebahia, escritório da Coelba e Embasa.

Cachoeira/maior enchente em 1960.



Fonte: Arquivo Facebook/Erivaldo Brito.

Depois de tantas tragédias, em 1971, Cachoeira foi elevada à categoria de cidade Monumento Nacional. Com essa outorga, surgiu a esperança do progresso voltar à cidade, mas isso não aconteceu

apesar de uma pequena evolução na economia da cidade, pois as maiorias dos benefícios que acompanham o título não saíram do papel.

Atualmente, a cidade sedia o Centro de Artes, Humanidades e Letras (CAHL) da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), criada pela Lei 11.151 de 29 de julho de 2005, fruto do desmembramento da Escola de Agronomia da Universidade Federal da Bahia (UFBA) com sede e foro no município de Cruz das Almas.

A UFRB recebe estudantes vindos de diversas partes da Bahia e do Brasil. Neste processo de dinamização, a implantação da Universidade possibilita novas trocas entre grupos (alunos, professores e comunidade geral) tanto da cidade envolvida como de outras de fora. Além do atrativo de ter educação de nível de superior, que tanto estimula a população local como a pessoas de outras partes do país. A chegada da UFRB ao município também deu um novo impulso à economia da cidade que, com a chegada de novos consumidores, ganhou novos hotéis, aumentou da procura de casas de aluguel, bares e restaurantes, e o comércio passou a ser mais dinâmico, oferecendo novos produtos.

Atualmente (2019), o CAHL conta com dez cursos de graduação relacionados com as potencialidades da região: Comunicação Social – Jornalismo; Comunicação Social – Publicidade e Propaganda; Licenciatura em História; Museologia; Cinema e Audiovisual; Artes Visuais; Serviço Social; Bacharelado em Ciências Sociais; Licenciatura em Ciências Sociais; e o Tecnológico em Gestão Pública. O centro conta também com três Programas de Pós-Graduação: Mestrado Profissional em História da África, da Diáspora e dos Povos Indígenas; Mestrado em Ciências Sociais; e o Mestrado em Comunicação, recomendado para funcionamento pela CAPES em janeiro de 2017; além de um Programa de Doutorado Interinstitucional (DINTER), firmado com o Programa de Pós-Graduação em Serviço

Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Dessa maneira, o CAHL cumpre a sua vocação histórica e os seus compromissos institucionais pautando-se no respeito à diversidade acadêmica, política e ideológica².

A rádio em Cachoeira

Este capítulo versa sobre a história do rádio no município da Cachoeira, desde a primeira rádio poste até a chegada dos novos formatos radiofônicos, que surgiram com advento das novas tecnologias, a exemplo da rádio web. Esse resgate da história foi realizado a partir das lembranças de ex-radialistas, proprietários de emissoras e locutores que ainda estão na ativa.

Le Goff (1990) chamava atenção sobre a importância do estudo da memória quando afirmava que “o estudo da memória social é um dos modos fundamentais de abordar os problemas do tempo e da história, relativamente aos quais a memória está ora no retraimento, ora em transbordamento” (LE GOFF, 1990, p. 4260). Para ele a memória é um elemento essencial do que se costuma chamar de identidade individual ou coletiva.

Segundo Pollak (1992, p. 2), “a priori, a memória parece ser um fenômeno individual, algo relativamente íntimo, próprio da pessoa”, mas os estudos empreendidos por Maurice Halbwachs (2006) apontam que, mesmo que visivelmente particular, a memória remete a um grupo; o sujeito carrega em si a lembrança, que está sempre compartilhando na sociedade, já que “nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos” (HALBWACHS, 2006, p. 30).

Se considerarmos o caráter psicológico da memória, é instintiva a ideia de que “lembrar” de algo requer a existência de um

2 Informação: <http://www.ufrb.edu.br/cahl/cahl>

acontecimento. Assim, a memória seria nosso armazenamento de informações. Para Thompson (1992) tanto a memória dos sujeitos anônimos quanto do sujeito entrevistado, ao contar histórias sobre o passado, era uma alternativa perfeita para história social. O que oportuna uma transformação da memória das pessoas envolvidas direta ou indiretamente.

Por isso, utilizou-se o método da história oral, pautada na definição de Alberti (2004), que destaca que o encanto do vivido é uma das principais razões do sucesso acadêmico da história oral. As entrevistas de História Oral “têm valor de documento, e sua interpretação tem a função de descobrir o que documentam” (ALBERTI, 2004, p. 19). A escolha deu-se, considerando o descuido dos donos das rádios com a documentação relacionada à memória desses veículos no município de Cachoeira e às condições precárias de preservação das poucas fontes escritas.

Nesta perspectiva, o presente capítulo apresenta quatro seções. Na primeira seção exponho a trajetória dos primeiros serviços de alto-falantes (implantação, momentos de glórias e dificuldades). Na segunda abordo a chegada da primeira rádio comunitária com transmissor FM. A terceira trata-se da implantação da primeira rádio comercial FM. Por último, a chegada da rádio web no município de Cachoeira e suas adaptações para sobreviver em um município em que nem toda população tem acesso à internet ou sabe fazer uso da ferramenta.

Rádio poste: sobrevivência

Segundo Peruzzo (1998), os serviços de alto-falante ou rádio poste no Brasil surgiram muito antes do regime militar de 1964, mas só alcançaram o auge nos anos de 1980, quando as associações e organizações comunitárias utilizaram esse veículo para levar informações à população de determinadas localidades.

O primeiro serviço de alto-falantes de Cachoeira, conforme o Dr. em antropologia Cacau Nascimento, surgiu em meados de 1938 com a Ordem Primeira do Carmo, através dos Carmelitas, onde o serviço anunciava notas de utilidade pública e atividades religiosas. Em 1945 os Carmelitas venderam os alto-falantes a Osvaldo Cortes Nunes de Oliveira, o qual implantou *A Voz da Cachoeira*. Em 1949 o mecânico Elias Cardoso de Jesus fundou a *Vozes da Primavera*, cujas transmissões alcançavam a vizinha cidade de São Félix, apesar do estúdio está sediado em Cachoeira.

Em uma entrevista concedida ao jornal *A Ordem*, em 1987, Elias Cardoso de Jesus relata que frei Lamberto, religioso do Convento do Carmo, em Cachoeira, vendeu-lhe um pequeno aparelho pelo valor de 1.500 réis. Como Elias Cardoso de Jesus já possuía conhecimentos técnicos, fez alguns ajustes para aumentar a potência do aparelho, além de posicionar algumas bocas do alto-falante na sede do Clube dos Operários, do qual ele era associado. A rádio passou a se chamar *Vozes da Primavera*, em homenagem a uma valsa de John Strau, a favorita de Elias Cardoso de Jesus.

Elias Cardoso de Jesus, cachoeirano de nascimento, trabalhava na Viação Férrea Federal Leste Brasileira (VFFLB), gostava de boa música e da área da comunicação. Segundo o amigo dele, o locutor Adilson Januário do Nascimento, 89 anos, Elias Cardoso de Jesus era conhecido como “Elias Paco Paco” e o serviço de alto-falante era, para ele, uma diversão, um *hobby*. Na época, Elias nunca imaginou que, passado algum tempo, ele compraria todos os outros serviços, inclusive o de São Félix, o *Esportiva do Paraguaçu*. Com isso, Elias Cardoso de Jesus anexou e ampliou a *Vozes da Primavera*.

Com a compra do serviço de alto-falante do município de São Félix e para facilitar a comunicação entre os locutores, Elias Cardoso de Jesus passou a chamar os serviços de *DPR-1 Rádio de Fusão*

Vozes da Primavera e *DPR-2 Vozes da Primavera*. Em depoimento a esta pesquisadora, Adilson Nascimento explicou que:

O estúdio era na cidade da Cachoeira, mas as transmissões eram feitas também para São Félix. Lá se chamava *DPR-2 Vozes da Primavera*. A fiação passava toda pela ponte centenária D. Pedro II, que liga as duas cidades, e muitas vezes a transmissão era feita ao vivo, ou seja, um radialista que estivesse em São Félix falava ao vivo de lá. Isso dava a impressão de ser realmente uma rádio. Os alto-falantes eram instalados através de fios de aço e muitas caixas de som, espalhadas pela maior parte da cidade, que transmitiam a programação ao vivo. Naquele tempo, chamávamos os alto-falantes de cornetas (NASCIMENTO, 2018).

Segundo Adilson Nascimento, a *Vozes da Primavera* tinha uma programação diversificada para agradar a todos os seus ouvintes.

Eu e o dono do serviço, Elias Cardoso, criamos um programa de calouros com auditório: “A tarde é Nossa”, que eu animava. A gente fazia com que as crianças fossem ao cinema também. O programa era feito no auditório do cinema e transmitido para toda a cidade. Ele teve a ideia também de criar o programa de calouros nos bairros, no qual transmitíamos ao vivo, parecia uma rádio de verdade (NASCIMENTO, 2018).

De acordo com o entrevistado os programas de calouros eram os de maior audiência, principalmente “O clube dos brotos”, no qual as crianças de 10 a 15 anos cantavam e faziam apresentações. Para os adultos tinha o programa de calouros “A Tarde é Nossa”, voltado para jovens e adultos, ou seja, a proximidade era o maior atrativo. O primeiro bairro a receber o programa de calouros ao vivo foi o Caquende e tornou-se o maior sucesso da emissora.

Pensando neste entendimento, trago Ferrareto (2001) para dizer que:

O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador das novas

esperanças; o consolador do enfermo; a gula dos sãos, desde que realizem com espírito altruísta e elevado (FERRARETO, 2001, p. 97).

De acordo com Adilson Nascimento, além dos programas de calouros, a *Vozes da Primavera* também noticiava aniversários, casamentos, falecimentos, noivados, batizados e “o que mais quisessem anunciar”. Ele também destacou a transmissão da copa de 1958, quando o Brasil foi campeão. A decisão foi entre Brasil e Suécia e o placar foi 5x2. A transmissão do jogo, realizada pela rádio Tupi, foi retransmitida simultaneamente em Cachoeira e São Félix. “A cidade ficou em festa, parecia carnaval” (NASCIMENTO, 2018).

Na entrevista que concedeu ao jornal *A Ordem*, 1987, Elias Cardoso de Jesus relatou que foi muito difícil manter o funcionamento do serviço de alto-falante *Vozes da Primavera* por 38 anos sem interrupção:

[...] na realidade, tudo o que eu ganhava da Leste eu jogava na rádio, comprando aparelhagens, discos, coleções inteiras, pois o dinheiro da propaganda e dos presentes sonoros não dava, o comércio aqui pro lado de propaganda sempre foi fraco. O que ganhava só dava para pagar o aluguel, a conta de luz e o que sobrava era pra agradecer o pessoal que trabalha comigo. Nunca ganhei um tostão da *Vozes da Primavera* (*A Ordem*, 1987, abril, p. 4).

Conforme Gisela Swetlana Ortriwano (1985), o uso de publicidade no rádio foi autorizado oficialmente por meio do Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932, limitando o tempo, no entanto, em 10% da programação. Depois, esse limite de tempo de publicidade passou para entre 20% e 25%, que é o tempo médio praticado nos dias atuais.

Segundo a reportagem do jornal *A Ordem*, mesmo não possuindo muitos recursos, Elias Cardoso de Jesus sempre buscou incentivar e atuar no meio artístico. Com o conjunto Paraguaçu, ele animava as

festas cachoeiranas, tais como as rezas de Santo Antônio, batizados, aniversários, entre outras comemorações. Ele também formou o primeiro trio elétrico de Cachoeira, que se chamava Primavera. No entanto, Elias Cardoso de Jesus disse “*sofrer um grande desgosto com trio elétrico*”.

Foi quando o tal Mascarenhas foi prefeito. Ele fez um contrato verbal comigo, me chamou na prefeitura e pediu minha colaboração, como cachoeirano, e eu fui na conversa, deixei de ganhar muito mais pra tocar lá fora. Aí, gastei um dinheirão para mostrar aqui que a gente tinha condições, que o meu trio não fazia vergonha a ninguém. Modifiquei a carroceria, mandei fazer nova pintura, contratei mais músicos, comprei novas aparelhagens, muito mais possante... pior é que na véspera da Micareta, o Ari mandou-me dizer que havia contratado um tal de Agostinho, o trio Marajó, que o meu era uma porcaria. Fui procurá-lo e ele me recebeu com duas pedras nas mãos, como é de costume quando é prefeito. Não teve jeito, fiquei no prejuízo e tomei um desgosto danado pelo trio (A Ordem, 1987, abril, p. 4).

Ainda conforme o jornal da época, já aposentado, sem qualquer apoio e sem propagandas, Elias Cardoso de Jesus (Elias Paco Paco) arrendou o serviço de alto-falante a Lelú³, um jovem morador de Cachoeira. Para não se afastar definitivamente do meio de comunicação, ele ficou na parte de assistência técnica, consertando e revisando os aparelhos para que o serviço de alto-falante não parasse e continuasse com o seu serviço de utilidade pública, valorizando a música brasileira. Elias Cardoso de Jesus fazia questão de só tocar músicas brasileiras, além de continuar levando alegria e diversão para os cachoeiranos. Sobre isso, Adilson Nascimento dá o seu depoimento: “As pessoas paravam embaixo do poste para ficar ouvindo nossas piadas e brincadeiras. Fazíamos

3 Na entrevista concedida ao Jornal A Ordem (1987) só constava o apelido Eleu. Não encontramos fonte de pesquisa ou entrevistado que soubesse o nome completo de Eleu. Assim, permaneceu o apelido no texto.

de um jeito que parecia rádio. Eu tomava curso de português por correspondência para não falar errado”.

De acordo com o relato de Adilson Nascimento (2018), o serviço de alto-falante era muito apreciado, pois além de ser uma forma de entretenimento, mantinha a população informada sobre o que acontecia na cidade.

Esse depoimento corrobora para que se possa entender melhor a análise de Barbero (2006) sobre a função e a influência do rádio:

Levando-nos, assim, à pista que rompendo a obsessão pelas estratégias da ideologia, nos permite indagar sobre como pôde o operário encontrar no rádio uma orientação para a existência das cidades, e o migrante, por sua vez, modos de se manter ligado à terra natal, e a dona de casa, um acesso às emoções que de outro modo lhe estão vedadas. E como isto acontece porque o rádio fala basicamente o seu idioma – a oralidade não é mera ressaca do analfabetismo, nem o sentimento é subproduto da vida para os pobres – e pode assim servir de ponte entre a racionalidade expressivo-simbólica e a informativo-instrumental, pode ser e é algo além de mero espaço de sublimação: aquele meio que para as classes populares 'está preenchendo o vazio deixado pelos aparelhos tradicionais na construção de sentido (BARBERO, 2006, p. 316-317).

O declínio da rádio *Vozes da Primavera* começou em 1989 com a última enchente que alagou a cidade de Cachoeira, quando o proprietário perdeu todo seu acervo de discos de vinil, além da nova aparelhagem para o trio elétrico.

Gileno deu a ideia para Elias modificar o trio modernizar, comprar um parecido com o de Dodô e Osmar, porém ele não quis, pois queria manter as cornetas, para que o trio se tornasse patrimônio histórico de Cachoeira. Quando Elias viajou, Gileno arrumou o trio para fazer uma surpresa a Elias, porém veio a enchente e acabou com tudo, inclusive com as coleções da *Vozes da Primavera* que era avaliada em milhões, pois eram LP de

vinil com músicas clássicas a exemplo do Lago do Cine, O Guarany, entre outros. As coleções que não foram destruídas com a enchente, foram roubadas (NASCIMENTO, 2018).

O cachoeirano Livaldo Alberto Leite Brito, músico e compositor, lembra com detalhe do último programa da *Vozes da Primavera* na década de 1980, quando ele e mais dois estudantes do Colégio Edvaldo Brandão faziam um programa voltado para os jovens.

O programa ia ao ar à tarde e era uma loucura, pois a gente lotava o estúdio de meninos e meninas e fazia brincadeiras, sorteios de brindes e colocava os sucessos da época. Mas também dávamos notícias de Cachoeira que naquela época tinha muitos acontecimentos, grandes festas até uma festa de aniversário era notícia. Por ser próximo de Salvador e uma cidade portuária, Cachoeira recebia muitos intelectuais, estrangeiros de todos os países, então aproveitamos para falar mal do Regime Militar, da inflação que o país que estava vivendo e por isso, éramos ameaçados, a polícia corria atrás da gente para bater, pois não podia falar mal do regime. Também sofríamos ameaças de acabar com nosso programa. Eu fazia parte do movimento estudantil O Grito dos Estudantes do Colégio Estadual da Cachoeira e lá nós debatíamos muito as questões do Regime Militar e depois falávamos no programa (BRITO, 2018).

Segundo Napolitano (2014), em 1954 um movimento entre civis e militares deflagrou em uma crise política, a qual resultou no suicídio de Getúlio Vargas. Em 1964 este mesmo movimento se uniu para derrubar o presidente João Goulart, dando um golpe de Estado, tramado dentro e fora do país.

A *Vozes da Primavera* foi ao ar durante 45 anos ininterruptos, entrando em silêncio em 1995 com a morte do seu fundador. Depois da morte do seu proprietário, a *Rádio Primavera* teve todo seu acervo destruído na última enchente que aconteceu na cidade de Cachoeira em 1988. Segundo o tesoureiro Gilson Agrário, o acervo da *Rádio*

Primavera estava guardado no Prédio da Santa Casa de Misericórdia de Cachoeira, porém, foi todo destruído durante a enchente.

O terceiro serviço de alto-falante do município de Cachoeira, o *Espacial*, foi instalado em 1980, pelo radialista Gilberto Franco e estava localizado na Rua 25 de Junho. Depois mudou de nome e passou a se chamar *Franco Publicidade*, permanecendo ainda, neste ano de 2018, em atividade.

A ideia de montar um serviço de alto-falante iniciou quando eu tinha entre 14 e 15 anos e comecei a trabalhar no serviço de alto-falante de Elias Cardoso na *Vozes da Primavera*, em 1977, de lá sai e fui para *Rádio Vox* na qual apresentava o carnaval de Cachoeira. Na *Rádio Vox*, trabalhei até 1980, quando resolvi criar o meu próprio serviço de alto-falante (FRANCO, 2018).

Logo, o ex-funcionário de Elias Cardoso de Jesus passou a ser seu concorrente. No entanto, diferente da *Vozes da Primavera*, que fechou em meados de 1985, a *Franco Publicidade* continua atuando, e neste ano de 2018 está completando 38 anos de funcionamento ininterruptos. Durante 18 anos os cachoeiranos só tiveram o serviço de alto-falante *Franco Publicidade* como opção de interatividade radiofônica.

Assim como Elias Cardoso de Jesus, Gilberto Franco também aponta que as duas maiores dificuldades para manter um serviço de alto-falante em funcionamento em Cachoeira são a falta de patrocínio dos comerciantes e a interferência política.

A publicidade é um produto que não é bem valorizado na cidade. Eu tinha dois carros de som e por um período deu para manter, mas depois apareceram outros concorrentes e não deu mais, pois a hora [dos anúncios] ficou muito barata. Na verdade, essa região é muito fraca para investimento em comercial e publicidade. A mesma dificuldade também é encontrada nas rádios FM (FRANCO, 2018).

Mesmo sendo um veículo de comunicação importante para o município, Gilberto Franco afirma que é muito difícil sobreviver de

provento derivado de serviços de rádio em Cachoeira, por não haver investimentos e nem participação efetiva dos comerciantes. Mesmo o serviço de alto-falante oferecendo uma programação semelhante a das emissoras AM e FM, música e noticiário, divulgando informações locais, estaduais e nacionais, o serviço de alto-falantes não consegue incentivar os anunciantes locais. “O valor de uma hora de publicidade continua o mesmo de 15 anos atrás. Tudo bem que há alguns anos era melhor, pois não tinha tanta concorrência. Eu consegui adquirir alguns patrimônios com a publicidade, mas trabalhando sozinho e durante 20 anos”, explica Gilberto Franco.

Para superar as dificuldades existentes no município e manter qualquer veículo de comunicação, Gilberto Franco acredita que o caminho é inovar sempre e acompanhar o surgimento das novas tecnologias.

Eu sempre gostei do novo e de tecnologia, por isso, sempre tive uma visão à frente dos demais donos de rádios. Mesmo sendo dono apenas de uma rádio poste, eu fui o primeiro na cidade a informatizar o estúdio. Antes mesmos das emissoras de rádio difusão FM, eu sempre gostei do progresso, tanto que já estou com um projeto para ampliar o serviço na Web e criar um blog. Para uma emissora de rádio ter sucesso, além de acompanhar os avanços tecnológicos, ela também precisa ter uma boa programação, pois agora os ouvintes não querem só uma programação musical, eles também querem informação (FRANCO, 2018).

Gilberto Franco garante que mesmo com as mudanças decorrentes dos avanços tecnológicos, a rádio poste vai continuar prestando serviço à comunidade, divulgando informações que ajudam a manter a população informada, além de preservar a cultura local, tendo em vista a participação ativa dos ouvintes, seja enviando um *alô* para seus amigos, ou pedindo músicas e divulgando seus respectivos aniversários. Ele acredita que o que diferencia a rádio da

TV é justamente a aproximação e interação que os ouvintes têm com os locutores.

Em seu depoimento, Franco ressaltou que driblar a interferência dos gestores políticos na programação das rádios ainda é um problema que faz com que esses veículos de comunicação não consigam ser totalmente livres, apesar da Constituição Brasileira de 1988 garantir essa liberdade. O art. 220 da Constituição garante que a “manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição”, e no art. 5º assegura que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou licença”.

Refletindo a partir desta perspectiva, podemos afirmar que o coronelismo definido por Victor Nunes Leal, em 1949, referindo-se aos fazendeiros que recebiam a patente militar no período imperial, ainda permanece em Cachoeira.

O “coronelismo” é, sobretudo um compromisso, uma troca de proveitos entre o poder público, progressivamente fortalecido, e a decadente influência social dos chefes locais, notadamente os senhores de terra [...] Desse compromisso fundamental resulta as características secundárias do sistema “coronelistas”, como sejam, entre outras, o mandonismo, o filhotismo, o falseamento do voto, a desorganização dos serviços públicos locais (LEAL, 1997, p. 40).

A partir desta configuração política surgiu também o termo coronelismo eletrônico, em alusão à dependência dos trabalhadores rurais em relação aos coronéis. Esses se valiam da condição de serem donos das terras e obrigavam seus colaboradores a votar no candidato que eles apoiavam. Criando uma situação que ficou conhecida como “voto de cabresto”.

No coronelismo eletrônico, dada à importância dos veículos de comunicação, os antigos coronéis se transformaram em coronéis

eletrônicos, pois em lugar da propriedade rural usam agora os veículos de comunicação como forma de extensão dos seus poderes para garantir seus votos.

Este sistema de favoritismo ainda prevalece nas rádios de Cachoeira, o que fica evidente no depoimento de Franco (2018).

Eu sempre procurei manter a minha rádio poste só com apoios comerciais sem apoio político para poder ter um pouco mais de liberdade. Até quando fui eleito vereador em 1988, na constituinte, eu procurei separar as coisas, não misturava a rádio com a política. Porém, mesmo assim, é complicado. Por isso, evito convidar políticos para debaterem aqui, pois sempre é uma guerra. Já sofri muito com perseguições de políticos, principalmente, quando era vereador e o prefeito era de grupo A ou B. Já tentaram fechar a *Franco Publicidade* várias vezes, mas não conseguiram. Essa perseguição a gente sofre em todos os meios de comunicação. Eu já fui demitido de outras emissoras de rádios por pedido de políticos A e B. Muitas emissoras de rádios são fechadas [ou sofrem punições e suspensões] todos os dias por interferência de políticos. Infelizmente, este é um país que se diz democrático, mas eu não vejo democracia, vejo um país capitalista, no qual as pessoas valem o bem que possuem, então não podemos falar em liberdade de expressão, o que houve foi uma pequena melhoria em relação ao período da ditadura. Nem para fazer *jingle* eu uso a minha voz, mesmo de maneira profissional, pois vão logo dizer que estou apoiando tal candidato (FRANCO, 2018).

Para Gilberto Franco essa perseguição política também se estende aos ouvintes, pois muitos deles têm medo e quando vão fazer a reclamação relacionada à administração do gestor do município não querem se identificar. Esse abuso de poder dos políticos, segundo o entrevistado, também dificulta o crescimento e ampliação dos meios de comunicação no município de Cachoeira:

Eu estou no ramo há 40 anos. Tenho registro de radialista desde 1978. O número da minha DRT é 1901, ou seja, entre jornalistas e radialistas

só existiam naquela época, 1901 profissionais registrados na Bahia. Mesmo assim, nunca consegui uma concessão para obter uma rádio comunitária, pois as concessões estão nas mãos dos políticos, das igrejas e dos grandes empresários. Quando a *Magnífica* fechou, eu tentei obter a concessão, pois já tinha tentado antes mesmo da igreja, e não consegui da primeira vez, pois o projeto jurídico e técnico era muito caro e não tinha nenhuma influência política. Achei que, com o fechamento poderia conseguir, pois tenho uma rádio poste há mais de 38 anos prestando serviço à comunidade. Seria justo que me dessem a concessão da rádio, mas como neste país você tem que ter muito dinheiro ou influência política, mais uma vez, não consegui (FRANCO, 2018).

O Brasil também subscreveu o Pacto de San José da Costa Rica, que foi oficializado durante a Convenção Americana sobre Direitos Humanos, em 1969. Esse pacto prega o exercício de liberdade de pensamento e expressão. De acordo com o pacto, tal exercício “não pode estar sujeito à censura prévia, mas a responsabilidades ulteriores, que devem ser expressamente fixadas em lei” e que “não se pode restringir o direito de liberdade de expressão por vias e meios indiretos, tais como abuso de controles oficiais ou particulares de papel de imprensa, de frequência radioelétricas ou de equipamentos e aparelhos usados na difusão de informação, nem por quaisquer outros meios destinados a obstar a comunicação e a circulação de ideias e opiniões”.

Apesar de todas as dificuldades enfrentadas com a manutenção de sua rádio poste, Gilberto Franco conseguiu a subsistência da sua família com o dinheiro proveniente dela. Porém o proprietário da *Franco Publicidade* confessou que está pensando em transferir a propriedade da rádio para seus filhos (Fábio, Vagner e Gabriel), para que, dessa maneira, esse veículo possa continuar passando de uma geração para a outra.

Rádio Comunitária: influencia política

A *Rádio Magnífica* foi a primeira emissora com transmissor FM da cidade de Cachoeira, tendo sido implantada no ano de 1998, ou seja, 75 anos depois da inauguração da primeira rádio em Salvador, à 110 quilômetros de distância. A *Rádio Magnífica* era uma rádio comunitária vinculada à igreja católica que obteve sua licença em 1998 e funcionou até o ano de 2000. De acordo com o radialista e ex-diretor da rádio Alan Bacelar, o prazo para a licença da rádio comunitária se esgotou no ano de 2000, porém ela continuou operando de forma “pirata”, até que houve uma denúncia anônima, que provocou o fechamento da primeira rádio com transmissor. O empresário e ex-locutor da emissora Ivanildo Paulo da Conceição Neri conta como aconteceu o fechamento da Magnífica:

Os técnicos da ANATEL, chegaram no meio da programação dizendo que a emissora estava ilegal. Eu estava no ar. Eles desligaram os equipamentos. Depois fizeram outra denúncia, disseram que nós reabrimos a rádio. Os técnicos da ANATEL voltaram e dessa vez lacraram tudo e levaram todos os aparelhos (NERI, 2018).

Quando funcionam sem autorização do Governo Federal, essas rádios são classificadas como piratas ou clandestinas, pois são consideradas ilegais com base na Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, e no Decreto-lei 236 de 1967, os quais proíbem a instalação ou utilização de telecomunicações sem autorização oficial.

A *Rádio Magnífica* só voltou a funcionar após dois anos. Nesse período a população ficou sem nenhum serviço de radiodifusão FM em Cachoeira, haja vista que a *Rádio Paraguassu FM*, a primeira radiodifusão comercial, só foi fundada em 2003. Em 2002 a *Rádio Magnífica* obteve novamente a concessão e voltou a funcionar.

Em 20 de fevereiro de 1998, com a Lei n 9.612, as rádios comunitárias passaram a ter existência legal. Operando em frequência modulada k,

com transmissores de baixa potência (até 25 watts) e antenas não superiores a 30 metros de altura. Estas emissoras devem atender a comunidade na qual estão instaladas, difundindo ideias, elementos culturais tradições e hábitos locais, além de estimular o lazer, a integração e o convívio, prestando ainda serviços de utilidade pública (FERRARETO, 2001, p. 50).

Para Ivanildo Paulo a Rádio Magnífica mesmo se apresentando como rádio comunitária, era muito conservadora e fugia dos aspectos de uma rádio com tais características.

Inicialmente a programação era só música e parte religiosa. Só que eu sabia que rádio comunitária tinha que está ligada à comunidade. Então eu brigava com o padre, pois, não podíamos falar de outras religiões que não fosse a católica. Eu dizia para ele que a rádio era comunitária que tinha que abrir espaço para o povo, que se o senhor abrir mal o povo vai vir aqui falar. Mas o padre não queria, era só para tocar música e transmitir a missa (NERI, 2018).

Peruzzo (2007) diz que para uma emissora radiofônica merecer ser chamada de comunitária precisa permitir a participação ativa e autônoma das pessoas da comunidade e de representantes de movimentos sociais, além de outras formas de organização coletiva na programação, como também no processo de criação, no planejamento e na gestão do veículo de comunicação. Ou seja, ela é pautada em princípios da comunicação libertadora e que tem como objetivo a ampliação da cidadania.

Ivanildo Paulo da Conceição Neri relatou que sempre sentiu falta de notícias relacionadas ao município, pois as únicas informações locais que a *Rádio Magnífica* transmitia eram a missa e o esporte. Entretanto, mesmo expondo a situação ao Padre Hélio César Leal Vilas-Boas, cônego geral de Cachoeira, ele continuava irredutível com a possibilidade de mudar a programação da emissora.

Então eu dizia: padre, vamos fazer diferente. Vamos falar de notícias da cidade, das comunidades, dos bairros. Não precisa fazer parcerias com prefeitura nem com personalidades políticas para que possamos ganhar independência, mas ele nunca me deu voz e nem vez, neste sentido (NERI, 2018).

Para Peruzzo (2007) as rádios comunitárias são aquelas que transmitem uma programação de interesse social vinculada à realidade local, sem fins lucrativos, contribuindo para aumentar a cidadania, democratizar o conhecimento, melhorar a educação informal e o nível cultural dos ouvintes sobre temas diretamente relacionados às suas vidas. “A rádio comunitária não deve ter dono. Ela deve pertencer à comunidade” (PERUZZO, 2007, p. 69).

Apesar disso, o ex-diretor da *Rádio Magnífica*, Alan Bacelar, acredita que a rádio tenha cumprido seu papel de comunitária, pela razão de ter sido a primeira rádio com modulação FM no município. “Ela cumpria seu papel de comunitária, pois as pessoas tinham um sentimento de pertencimento pela emissora, pelo fato dela ser a primeira emissora FM. Era aberta para todos, independentemente de religião” (BACELAR, 2018).

Nesta perspectiva, Peruzzo (1998) pontua que existem rádios com baixa potência com diferentes interesses que se intitulam como sendo comunitárias ou como as emissoras religiosas, vinculadas a setores das Igrejas Católica e Evangélica, que são sustentadas por suas mantenedoras e pela venda de anúncios. Algumas fazem programação absolutamente religiosa e outras acrescentam programas de cunho educativo, informativo e cultural, o que as aproxima das características de emissoras comunitárias.

Ao falar de baixa potência, Alan Bacelar pontuou que existe um impasse na relação dos ouvintes com a rádio comunitária, devido alcance da emissora, pois antes da chegada de uma FM comercial na cidade, os ouvintes procuravam mais os serviços da rádio quando

perdiam um documento ou queriam divulgar um evento, mas devido ao fato da comunitária ter uma baixa potência de alcance, eles migravam para a comercial. Outro problema era o fator financeiro. Como a rádio não tinha muitos anunciantes e eram poucas as doações, não tinha estrutura financeira e nem de pessoal para ir até as comunidades ouvir o povo.

Partindo desta concepção, Peruzzo (1998) afirma que as rádios comunitárias possuem potencial para contribuir no desenvolvimento social e na construção da cidadania, pois elas pertencem, são operadas, dirigidas e organizadas pela comunidade. “Na rádio comunitária quem fala e quem ouve é a comunidade, sem os mediadores diplomados [...]. E saberá buscar no mercado os profissionais, quando deles sentir necessidade” (PERUZZO, 1998). Para a autora, as rádios comunitárias democratizam o poder comunicacional, dando espaço para que as próprias pessoas da comunidade possam treinar e adquirir conhecimentos e noções técnicas de como falar no rádio e produzir programas.

De acordo com Alan Bacelar, durante sua gestão, ele buscou ampliar a programação da *Rádio Magnífica*, desde a jornalística até a cultural, quando os ouvintes podiam falar e fazer suas reivindicações, porém, tais reivindicações precisavam ser imparciais e não polemizar.

A gente evitava abrir espaço para polêmicas e massificações de um determinado assunto. Abriamos espaço para reivindicações, principalmente nos programas jornalísticos, *Manhã de notícias e Primeira página*, mas não com essa linha editorial mais polêmica, isso pode ter feito com que os ouvintes achassem que a rádio tinha uma linha partidária ou servia à gestão de A ou de B. No entanto, também abriamos espaços para que as pessoas falassem da cultura local, dos artistas, que as associações divulgassem informações que fossem do interesse público, dando espaço para as questões locais (BACELAR, 2018).

Para Peruzzo (1998) as emissoras comunitárias devem oferecer uma programação interativa com a participação direta do povo no microfone. É garantindo o acesso do público ao veículo de comunicação, o que caracteriza a mais completa forma de interatividade. Dentro da programação da *Rádio Magnífica* também tinha um quadro cultural, criado pelo radialista Roque Sena, que contava a história do município de Cachoeira.

Eu resolvi criar um quadro que falasse da história de Cachoeira, pois as pessoas que moram aqui, não conheciam sua própria história. Então comecei a fazer pesquisas e a trazer elementos que contavam a história da cidade. O quadro cresceu e foi um sucesso. Pena que as pessoas não sabem usar a rádio comunitária como se fosse delas. Sempre convidei os alunos de Jornalismo da UFRB para fazerem estágio aqui, mas era difícil eles aparecerem (SENA, 2018).

Alan Bacelar pontuou que é muito difícil manter uma rádio comunitária em uma cidade do interior, desde a liberação técnica até os custos com equipamentos e estrutura, as quais possuem um valor muito elevado, além da limitação de alcance, a qual perde-se muito da fatia publicitária, pois os anunciantes não querem fazer anúncios, haja vista que não terá o mesmo alcance de uma FM comercial. Mesmo com o avanço da regulamentação do setor com a criação da Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, as rádios comunitárias ainda são bastante limitadas neste sentido, pois a lei permite uma potência de no máximo 25 Watts e antena não superior a 30 (trinta) metros.

Para Alan Bacelar, outro fator que interfere no desenvolvimento das rádios comunitárias no interior é a interferência dos políticos no processo comunicacional, fazendo com que tanto os ouvintes como os locutores se sintam limitados a falar de determinados problemas da comunidade por medo de sofrer perseguição por parte desses agentes públicos.

É muito perceptível o medo que as pessoas têm em fazer determinadas reivindicações. Elas sentem medo de perseguição política. Às vezes elas vinham fazer alguma reclamação do descaso da gestão pública, mas não queriam se identificar e nem de falar no ar. Ligavam e faziam a reivindicação, mas pediam para não divulgarmos o nome. Isso se deve ao fato de que a maior fonte de renda da cidade vem de empregos na prefeitura, em que as pessoas, ou seus familiares, ocupam cargos comissionados. Então elas se sentem acuadas. Isso repercute até na emissora, pois se ela recebe um patrocínio da prefeitura e vem alguém com reivindicações de cunho partidário e a gente abre espaço, essa perseguição se estende a ela. Isso não acontece só com as comunitárias, mas com todas as emissoras. Infelizmente não sentimos que vivemos em uma democracia (BACELAR, 2018).

O ex-radialista Roque Sena, que comandava o programa jornalístico *Manhã de Notícias*, na Rádio Magnífica, confirma a denúncia de Alan Bacelar ao afirmar que mesmo os ouvintes gostando de participar da programação da emissora, eles não queriam ser identificados ao falar de assuntos referentes aos problemas da cidade ou da administração pública por medo de represálias.

Em 2012, venceu a outorga de funcionamento da *Rádio Comunitária Magnífica FM*. Ao tentar renovar em 2014, a *Magnífica* teve sua concessão negada e parou de funcionar. De acordo com Alan Bacelar, o motivo da negação para a continuidade do funcionamento da rádio deve-se ao fato da outorga da rádio ter sido concedida à Obra de Assistência Paroquial de Cachoeira (OAPC), um órgão superior à rádio, de cunho financeiro, religioso e não global.

O art. 11 da Lei 9.612/98 explicita que a detentora da autorização não poderá manter ou estabelecer qualquer vínculo que a subordine a qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais. No entanto, Bacelar afirma que esta inconformidade existe desde a

primeira outorga concedida e não entendeu porque só em 2012 eles alegaram esse motivo para cassar a concessão.

A rádio funcionou durante dez anos de forma legal com autorização do Ministério das Comunicações, no entanto, na hora de renovar a outorga, o mesmo Ministério que já tinha concedido antes, não concedeu mais por um motivo que já existia há dez anos. Mesmo que no primeiro momento, esta autorização tenha sido devido à intervenção política, esse Ministério deveria ter orientado a igreja a criar uma associação para a rádio, mas não houve essa orientação e no segundo momento, já diferente, não obtivemos mais a outorga. A OAPC recorreu da decisão argumentando que a inconformidade já existia, porém, todas as respostas foram negativas (BACELAR, 2018).

Peruzzo (1998) aponta que boa parte das rádios comunitárias ainda encontra-se nas mãos de grupos privilegiados como políticos, igrejas católicas e evangélicas. Contudo, ficou perceptível durante as entrevistas a importância que a Rádio comunitária *Magnífica* teve para a população cachoeirana. Mesmo não cumprindo todas as diretrizes que compõem uma rádio comunitária, ele teve um papel impar no que concerne à cultura local, pelo fato da população senti-la como parte integrante da comunidade.

Primeira radiodifusão comercial FM

A *Rádio Paraguassu FM* foi a primeira rádio comercial de Cachoeira, instalada no dia 25 de maio de 2003, fruto da primeira abertura de concessão para radiodifusão FM comercial no município, através do Governo Federal. Conforme Haussen (2001), no Brasil, a primeira rádio comercial foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, criada por Roquette Pinto e Henrique Morize, a qual iniciou suas transmissões oficialmente em 1923 e tinha como objetivo o interesse nacional, além de uma finalidade educacional.

A *Paraguassu FM* pertence ao grupo do empresário e ex-deputado federal Pedro Irujo. Com uma potência de 5 (cinco) Watts, ela cobre 26 cidades, incluindo municípios do Recôncavo, Feira de Santana e Território do Sisal. De acordo com Alene Lins (2008), o grupo Pedro Irujo tem a concessão de oito emissoras de rádio: a Itapoan FM, em Salvador, que pertence a Luiz Pedro, filho de Pedro Irujo; a Nordeste FM e a Subaé AM, em Feira de Santana; na cidade de Ipiaú tem a Rádio Educadora AM; em Jacobina a Rádio Serrana FM e a Rádio Clube Rio do Ouro AM; a Rádio Dias D'Ávila FM, na cidade de Dias D'Ávila, região Metropolitana de Salvador; e a Paraguaçu FM, em Cachoeira.

Esta prática de outorgar concessões de rádios e TVs a grupos políticos fere o Código Brasileiro de Telecomunicações, criado há 57 anos. No entanto, esta é uma prática que se perpetua ao longo dos anos. Em 1998, Peruzzo (1998) já chamava a atenção para denunciar que no Brasil existiam menos de 5.000 emissoras comerciais AM e FM, dessas, três mil pertenciam a políticos, enquanto que as demais eram ligadas a famílias de empresários das comunicações vinculadas a políticos.

Segundo o radialista Nivaldo Lancaster, atualmente, 2018, a *Paraguassu FM* conta com dois locutores e tem uma programação diversificada com notícias locais, regionais e nacionais, além da parte musical que inclui também músicas locais como samba de roda e reggae. “Sempre procuramos dar espaço para os ouvintes, seja com informações da cidade ou para divulgar seus trabalhos, apesar dos ouvintes cachoeiranos não procuram com tanta frequência o serviço da rádio” (LANCASTER, 2018).

No quesito divulgação de atividades culturais, o locutor Carlos Menezes pontua que os artistas locais não procuram mais a rádio para divulgar seus trabalhos. Ele atribui essa não procura ao fato dos artistas de Cachoeira e do Recôncavo terem que trabalhar em outras

atividades para manter suas famílias. “Infelizmente os artistas do Recôncavo não têm como viver apenas dos seus trabalhos artísticos” (MENEZES, 2018).

Para os locutores a rádio busca manter uma programação visando sempre a interação do ouvinte com o veículo de comunicação, no entanto, essa interação ainda é muito limitada, principalmente na programação jornalística, pois os ouvintes são temerosos em debater sobre algum assunto que envolva o poder público, ou em fazer alguma reivindicação. Os dois atribuem esse temor ao medo que eles têm de sofrer perseguição política. Nesse sentido, a maioria quando vai fazer alguma reivindicação pede para não ter seu nome divulgado.

Em Cachoeira as pessoas ouvem muito o rádio, mas não participam, não cobram e nem exigem nada do poder público, e quando resolve cobrar ou reivindicar não querem se identificados, pois temem represarias políticas. O locutor também não pode falar (LANCASTER, 2018).

Nivaldo Lancaster sinaliza que as emissoras de rádio também sofrem dificuldades para manter-se financeiramente devido ao baixo número de anúncios comerciais. Mas o grupo vem driblando a crise para manter a rádio em funcionamento há 15 anos.

O locutor Carlos Menezes tem o mesmo entendimento do colega com relação ao comportamento dos ouvintes da *Paraguassu FM* em Cachoeira:

Os ouvintes às vezes vêm aqui e fala de algum descaso da gestão pública, quando a gente diz que vai abrir o microfone para ele falar, ou ele diz que não quer falar e se identificar, ou ele não faz a reivindicação e muda todo discurso. Na verdade eles querem que nós falemos. Infelizmente essa é a triste realidade que hoje vive Cachoeira e região (MENEZES, 2018).

Para auxiliar neste entendimento, vale citar Ortriwano (1985) quando diz que a exploração da radiodifusão se desenvolveu de

maneiras distintas de acordo com os processos históricos do país e com o objetivo que cada grupo de poder lhe destinou. Para ela, o processo de exploração da radiodifusão pode ser dividido em dois grupos: 1) Um sistema de posse autoritário, no qual o monopólio é do Estado, que explora o rádio de maneira direta com a criação de uma empresa pública para essa finalidade; 2) Um sistema pluralista de exploração, em que as emissoras estatais e privadas convivem entre si e são exploradas comercialmente.

Dentro do sistema pluralista a autora chama a atenção para sua subdivisão quanto ao formato de atuação do veículo: a) Teoria da responsabilidade social, a qual prioriza a informação ao entretenimento, com o objetivo de impulsionar as vendas, através da veiculação da publicidade; b) Teoria liberal, que tem a mesma finalidade da teoria da responsabilidade social, porém, tem a responsabilidade de descobrir a verdade, estando o conteúdo da rádio sujeito a mecanismo de controle.

De acordo com Ortriwano (1985), a política adotada no Brasil é da Teoria Social, em que o Estado procura estabelecer mecanismos que garantam o uso social dos meios de comunicação, porém, tornando-se responsáveis pelo conteúdo das programações e suas consequências. Radiodifusão é uma empresa comercial no qual o interesse principal é a propaganda, pois é da venda do espaço publicitário que vão surgir os recursos para sua manutenção. Por isso, é preciso ter maior audiência para poder conquistar mais anunciantes.

Na busca pela audiência, a Rádio *Paraguassu FM* investe na programação musical. Esse tipo de programação se estabelece como o principal programa da emissora, e também é o de maior duração dentro da rádio. De acordo com o radialista Carlos Menezes, a programação da rádio se baseia, principalmente, no que o ouvinte gosta. Devido a isso, as músicas tocadas são as mais variadas e aquelas que estão fazendo mais sucesso no momento. Segundo

ele, “fazemos uma programação baseada no que está ocorrendo nas grandes rádios das capitais, como Salvador, São Paulo e Rio de Janeiro, mas principalmente, em cima dos pedidos dos ouvintes”.

Para elucidar esta visão trazemos Caparelli (1986):

Antes, instrumento privilegiado da informação, de interpretação e, só em último lugar, do entretenimento, o rádio inverteu a posição e passou à condição quase exclusiva de instrumento de lazer. Seu papel de intermediário entre os acontecimentos e o público criou um novo tipo de informação e de interpretação: a informação-lazer e a interpretação-lazer (CAPARELLI, 1986, p. 84).

No Brasil, segundo Ticiani (2010), houve essa inversão de papel do rádio devido aos altos indicadores de analfabetismo. Dessa maneira houve uma grande aceitação do rádio que acompanhava a tendência norte-americana, um meio de lazer e difusão de propaganda.

No quesito informação do município, o radialista Carlos Menezes diz que geralmente tem duas ou três informações da cidade. Ele vincula esse pequeno número às dificuldades e à burocracia para checar as informações.

A gente tinha muita dificuldade de obter informações, principalmente no pelotão de polícia, pois você fala com um soldado, que manda falar com o comandante e ninguém encontra o comandante, ou procura o delegado. É muito difícil fazer rádio no Recôncavo devido à dificuldade para checarmos as informações, devido ao medo que as pessoas têm de falar e a uma total insegurança. Espero que isso mude, que os políticos mudem e que a população tenha mais conhecimento. Aqui no meu programa “Bom Dia Cidade”, eu sempre procuro trazer coisas educativas, dicas sobre saúde e educação. Quando você leva conhecimento, o conhecimento muda tudo (MENEZES, 2018).

De acordo com Ortriwano (1985), o surgimento do rádio, no primeiro momento, foi colocado como uma ferramenta de propagação

da educação e informação, no entanto, acabou se rendendo ao entretenimento que é financiado pelos empresários. Para Ticiani (2010), apesar de algumas emissoras apresentarem programações focadas no entretenimento, desviando-se parcialmente do objetivo para o qual foram criadas, elas ainda continuam a favorecer a produção regional, o que possibilita o tratamento e a divulgação dos problemas locais e regionais. Essa diversificação na produção de conteúdo faz-se necessária para alcançar um público variado.

No caso da *Rádio Paraguassu FM*, a programação musical é o carro chefe da rádio, dando pouco enfoque às notícias locais. Segundo os radialistas, isso ocorre devido ao pequeno quadro de funcionário que não consegue dar conta de apurar todos os fatos.

A luta para sobreviver

Com o avanço das tecnologias digitais surgiram novos fenômenos comunicativos como as rádios web, que começaram a surgir na década de 1990 quando os sites de emissoras de rádio convencionais começaram a se multiplicar na internet. Com a expansão das rádios rumo às novas plataformas digitais, não houve apenas uma reconfiguração das práticas comunicacionais radiofônicas, mas o surgimento de novos atores e fenômenos comunicacionais. Como foi o caso da rádio web *Olha a Pititinga*, em Cachoeira, que surgiu em 2014 como um projeto do empresário Ivanildo Paulo da Conceição Neri.

A ideia da rádio web *Olha a Pititinga* começou quando eu ainda trabalhava na *rádio Magnífica FM*. Desde o início da rádio eu estive a frente na administração. No entanto, lá eu percebi a necessidade que tínhamos de ter notícias da cidade, então, eu senti a necessidade de montar um jornal que falasse dos problemas da cidade, criei um jornal com o nome *Pititinga*, devido ao fato de sempre vender muita pititinga na cidade, e a pititinga era vendida fresca. Então, peixe fresco e notícias frescas. No entanto, devido aos

custos só tiveram três edições. Sete anos depois retornei com o projeto que gerou 100 edições. Neste período estava sofrendo um processo de afastamento da *Magnífica FM*, pois comandava um programa jornalístico e comecei a fazer crítica à gestão política da cidade. Como eu trabalhava como voluntário atribui minha saída à questão política. Como sentia necessidade de falar das notícias da cidade e não tinha concessão para abrir uma emissora, decidi montar a rádio web *Olha a Pititinga* (NERI, 2018).

Fica evidente no depoimento de Ivanildo Paulo Neri que a programação local passou a ser selecionada estreitamente para servir aos interesses eleitorais do chefe de governo da cidade. Provavelmente isso aconteça devido à influência que os políticos têm na hora de liberar as concessões e licenças para funcionamento das emissoras de rádio. O que se configura como coronelismo eletrônico: a aliança dos papéis de clientes e patrões.

Para Capparelli e Santos (1986) a prática de clientelismo entre o estado e os meios de comunicação de massa é uma característica que existe desde a formação dos meios de comunicação. O sociólogo Karl Marx, em 1861, chamava atenção para o fato de que os jornais londrinos não representavam a opinião do povo, mas dos políticos que lhe proporcionavam benefícios.

Em relação às rádios web, Neuberger (2014) afirma que existe uma diferença conceitual do que seja a “*rádio na web*” e a “*rádio web*”. No primeiro caso são as emissoras que disponibilizam o sinal de áudio na rede, intensificando a abrangência e a cobertura do sinal, já no segundo caso não possui espaço físico, existindo apenas na web.

Mesmo se intitulando como rádio web, a *Rádio Olha a Pititinga* foge um pouco do conceito, pois o proprietário montou um estúdio no qual entrevista as autoridades locais, empresários, entre outros. Sua programação é transmitida ao vivo diretamente do estúdio. Outra peculiaridade da rádio é que sua programação também é transmitida

nos alto-falantes que se encontram espalhados nos principais pontos da cidade, além de uma moto acoplada com caixa de som que circula pelas cidades de Cachoeira e São Félix, transmitindo a programação jornalística que, segundo o empresário Ivanildo Paulo, é carro-chefe da sua emissora.

Diante da necessidade de interagir com a população local e aumentar a audiência, o empresário Ivanildo Paulo precisou reinventar o formato tradicional da radio web, pois diante da realidade social de Cachoeira ficaria muito difícil comunicar-se com a maioria da população existindo apenas na plataforma Web.

Pensando a rádio neste processo de transformação, Ferrareto (2010) é oportuno ao citar Roger Fidler (1997) quando ele diz que o processo de mudança surge no momento em que o meio percebe a necessidade de interagir com as inovações sociais e tecnológicas, essas pressões são políticas e concorrenciais.

Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos. E quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando (FERRARETO, 2010 apud FIDLER, 1998, p. 07).

Segundo Ivanildo Paulo, para chegar até a maioria dos ouvintes cachoeiranos foi necessário ampliar a rádio para outros meios que não fosse só a plataforma web.

Eu não tinha conseguido concessão para abrir uma rádio, então resolvi montar uma rádio web com recursos próprios, porém, eu queria levar as informações para a comunidade e sabia da dificuldade das pessoas para ter sinal de internet ou celulares conectados, então fechei parceria com algumas rádios postes, como *Franco Publicidade*, os de São Félix e Capoeiruçu para que eles transmitissem a programação da *Olha a Pititinga* ao vivo nos alto-falantes. Com a rádio web eu

conseguiria que os moradores de Cachoeira que estivessem fora da cidade acompanhassem as notícias do seu município e os que se encontravam aqui ouviriam também através das caixas de som. Só que foi crescendo tanto que precisei ampliar e colocar um carro e uma moto com caixas de som para circular pela cidade e zona rural. Depois as pessoas começaram a pedir uma caixa de som para Praça Milton Santos que não tinha, então deixei a moto parada na praça transmitindo a programação (NERI, 2018).

Neste caso o entrevistado sentiu a necessidade de ir além do viés tecnológico e teve que utilizar não só os novos recursos como os antigos, por exemplo, os alto-falantes. Na união dos dois surgiu um terceiro que foram os veículos acoplados com caixas de som. Percebemos que para sobreviver os meios radiofônicos são compelidos à adaptação e à evolução, mas sem esquecer os antigos formatos, tudo isso para privilegiar os ouvintes locais e regionais.

O local é um espaço simbólico de proximidade que se insere em um espaço geográfico e que “na sociedade digital também pode limitar-se a valores compartilhados por uma comunidade de pessoas que vivem em distintas localidades do planeta” (HAUSSEN apud LÓPEZ, 2010, p. 158). Assim, ao mesmo tempo em que notícias são locais, também passam a ser globais.

Hausen (2010, p. 158) acrescenta que “neste cenário complexo as emissoras de rádio constroem as suas programações, investem em tecnologia e nos profissionais, sempre tendo em vista o seu objetivo maior que é a conquista do público”. Partindo desta perspectiva, Ivanildo Paulo Neri optou por investir na programação jornalística, focado nas notícias locais, o que seria, no seu entendimento, o diferencial da *Rádio Web Olha a Pititinga*.

Falar de Cachoeira é outra coisa. Quando estava na *Rádio Magnífica* sempre disse ao padre que se falássemos da nossa comunidade as pessoas iriam nos ouvir mais, a audiência aumentaria e teríamos mais anunciantes. Por isso, o programa

jornalístico *Olha a Pititinga* é o carro-chefe da rádio, pois ele traz notícias locais e as pessoas gostam de ouvir, com isso aumentou a audiência e tenho mais apoios comerciais (NERI, 2018).

De acordo com o entrevistado, a grade de programação diária da *Olha a Pititinga* é pautada em atividade dedicada quase exclusivamente à informação que é apresentada através de notícias, reportagens, entrevistas, debates e comentários, sendo raros os programas que incluem música.

Nessa perspectiva, Haussen cita López (2010) e argumenta que a informação local do terceiro milênio precisa ser uma informação de qualidade, diversificada, participativa e que situe o ouvinte no âmbito em que está localizado o veículo de comunicação, para aquilo que for narrado seja do interesse do público local.

Na busca pela informação de qualidade e de interesse local, Ivanildo Paulo pontuou que para ter a liberdade de falar sobre todos os acontecimentos da cidade, inclusive da administração pública local, precisou manter o funcionamento da rádio sem nenhum apoio político.

Não foi fácil criar uma rádio sem apoio nenhum. No início, eu senti uma pressão muito forte por parte do poder da administração pública: começaram a querer desacreditar a minha rádio, dizendo que eu não era preparado que não tinha credibilidade, no entanto, minha audiência só crescia e meus ouvintes foram minha barreira. Com o aumento da audiência, os comerciantes começaram a pagar por mais anúncios, ou seja, iniciei com dois anunciantes, hoje tenho mais de 40. No entanto, nenhum de cunho político. O prefeito da gestão passada veio me oferecer dinheiro, eu não quis, disse que ele podia ficar com o dinheiro dele. Que a rádio estava aberta para as notas de utilidade pública e para informações que melhorasse a vida do povo. Para ele, foi uma surpresa, pois estavam acostumados com o sistema de barganha para controlar as informações. Como eles fazem na Rádio Paraguassu, mas eu não condeno, sei que

eles precisam do apoio político para sobreviver, eu não dependo da rádio para pagar minhas contas, não sei, se eu dependesse, se eu aceitaria barganha. Esse controle da notícia existe desde *A Vozes da Primavera*, seu Elias recebia apoio do prefeito e só falava aquilo que ele permitia. Esse é o diferencial da *Pititinga*, a gente está revolucionando, estamos obrigando a Rádio *Paraguassu* a falar dos problemas da cidade e da administração pública. Aqui as pessoas têm vez e voz, isso fez com que as outras rádios também dessem voz ao povo. Isso é efeito da *Olha a Pititinga*. As Rádios aqui eram compradas, cada governo pagava e comprava (NERI, 2018).

De acordo com Ortriwano (1985), o veículo rádio sempre despertou interesse dos políticos, pois esses entendiam que era uma maneira de dirigir e controlar a opinião pública. Por isso, o controle das programações das emissoras sempre esteve em pauta. Isso é perceptível desde o Governo do Presidente Getúlio Vargas, quando ele transferiu o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, que era ligado ao Ministério da Educação, para o Ministério da Justiça, esvaziando assim a pasta. Segundo a autora, isso, sem dúvida, fez parte de um esforço para colocar os meios de comunicação de massa a favor do Poder Executivo.

Também foi através do rádio, em 1937, que Vargas comunicou à população a instalação do Estado Novo e da Nova Constituição, e os comunistas aproveitaram para criar um pretexto para o golpe, forjando documentos contra ele na tentativa de tomar o poder.

Neste pensamento do controle político sobre os meios de comunicação, o comunicador Ivanildo Paulo pontuou que desde a criação da *Rádio Web Olha a Pititinga* buscou manter-se distante deste sistema de controle. Para isso, mantém sua rádio sem nenhum financiamento vindo do Poder Executivo e Legislativo, focando em conquistar a credibilidade dos seus ouvintes, segundo ele, o seu público seria sua muralha para vencer a perseguição da administração pública local.

O fato da minha rádio falar e ser aberta à comunidade fez com que meus ouvintes me blindsassem, pois ouvintes se sentem parte da rádio e dizem “se mexer com ele está mexendo comigo”. Quando os técnicos da Anatel chegaram aqui no dia 13 de abril para fechar a rádio, os ouvintes saíram das suas casas e vieram aqui para a porta da rádio perguntar o que estava acontecendo. Eu que tive que contê-los e explicar o que estava acontecendo, mas aí, eu vi a minha responsabilidade também. Muitos estão reclamando, pois os técnicos levaram o aparelho que eu tinha e eles não conseguem mais ouvir a programação no rádio, queriam até fazer protesto na Câmara Municipal, mas expliquei que eu estava errado em querer fazer uma rádio de frequência sem autorização. Mas fiz isso, também, pois sei que se houvessem manifestações a gestão municipal iria ficar com mais raiva e sede de vingança contra mim e minha rádio, e iria sofrer mais perseguições ainda. Não diretamente contra a rádio, pois ela é Web, mas contra meu restaurante, que já tentaram fechar várias vezes. Mas depois desse episódio, a gestão passou a me respeitar e deixam eu falar. E agora tudo que eu divulgo na rádio a gestão busca resolver para dar a resposta. Nunca tantas coisas foram resolvidas em um curto espaço de tempo, pois entenderam que lutar contra mim é lutar contra a comunidade (NERI, 2018).

Para Kroth (2010) o fato de o rádio ter o poder de transmitir uma percepção de cotidianidade por meio da facilidade de deslocar e recriar a realidade dá ao meio a capacidade de construir vínculo com sua audiência, sua recepção é marcada pela paixão e identificação. “[...] essa é uma rede de relações que se constrói em torno de um sentido comum, de uma experiência compartilhada e, nesse sentido, ela se institui a partir das coisas efêmeras e momentâneas” (PAIVA, 1995, p. 44).

Dentre os veículos de comunicação, o rádio pode ser considerado o campeão na construção de vínculo junto aos seus ouvintes, pois sua relação de fato é marcada por uma paixão que se

dá graças a sua interatividade e dinamismo, mesmo que exista um controle na participação de interação dos ouvintes.

Ortriwano (1998) destaca que a interatividade é controlada, pois a participação do ouvinte é limitada a pequenas intervenções, seja por telefone, seja ao vivo e sempre controlada pelas perguntas do locutor. A autora diz ainda que isso não mudou com a chegada das novas tecnologias, que só ampliaram os meios de participação. No entanto, o controle é sempre do emissor e nunca do receptor. “O rádio antes de ser um meio de comunicação de massa, era um meio interativo de comunicação, que se viu limitado em sua capacidade bidirecional à medida que se constituía o sistema econômico de sua exploração” (ORTRIWANO, 1998, p. 13).

Trazendo essa discussão da autora para realidade das emissoras de rádio do município de Cachoeira, isso é bem latente, tanto na RádioWeb *Olha a Pititinga* quanto na Rádio Paraguassu o controle de quem vai falar e sobre o que vai falar ainda continua nas mãos dos radialistas. Mesmo os ouvintes que têm o microfone aberto, é o radialista vai continuar a controlar o debate através das perguntas.

Foi a importância das rádios relacionadas ao controle social e ao sistema econômico de exploração que despertou o interesse da classe política brasileira nos meios de comunicação. Desde o governo de Getúlio Vargas buscou-se ampliar o meio para que todos tivessem acesso. Segundo Haussen (1992), foi Getúlio Vargas quem aumentou o número de rádios no país naquela época com o intuito de que todos os cidadãos, independente de cor, sexo, idade, sem nenhuma distinção, tivessem um momento de educação e política social.

Mas este tipo de controle faz com que as rádios deixem de cumprir seu papel social, tornando-se meros meios de lazer, de entretenimento, sem maiores consequências. Mesmo aquelas que

tentam fugir deste controle sofrem com as perseguições políticas, como continua relatando Ivanildo Paulo ao dizer que o maior problema das rádios em continuar funcionando e fazer seu papel deve-se a perseguição política.

O principal motivo dos fechamentos das rádios são as perseguições políticas, eu sou muito perseguido por não aceitar o controle deles e só não me tiraram do ar ainda devido à fidelidade dos meus ouvintes, pois estou cobrando do poder público para fazer seu papel (NERI, 2018).

De acordo com Ortriwano (1998), o meio rádio carece de estar estreitamente ligado à realidade do ouvinte, mas não de forma meramente decorativa. Ele precisa estar não só influenciando, mas modificando essa realidade.

Todas as nossas instituições ideológicas acreditam que sua missão principal seja manter intranscendente o papel das ideologias, de acordo com um conceito de cultura segundo o qual sua configuração já está terminada e a cultura não tem necessidade de nenhum esforço criador continuado (BRECHT, apud ORTRIWANO, 1998, p.20).

Os meios radiofônicos em Cachoeira são importantes no que concerne à transmissão das notícias locais, haja vista que estes são os meios de comunicação que a maioria da população utiliza para obter notícias da cidade, no entanto, este monopólio, causado pela existência de poucos veículos de comunicação na cidade, faz com que esses meios influenciem mais do que modifiquem a realidade local. Essa afirmação pode ser feita a partir dos depoimentos dos entrevistados.

Ainda pensando na ideia de controle e de papel dos veículos de comunicação, Ivanildo Paulo relatou que é autodidata, não possui curso de radialista e nem de jornalismo e que não pretende fazer nenhum curso por acreditar que é seu jeito de falar que faz com que os ouvintes se identifiquem com ele e com a programação da rádio.

Afirma que todas as técnicas que aprendeu sobre o rádio se deram na esfera da prática:

Eu não quero fazer curso, pois não quero seguir técnicas e padrões que me deixem engessado, as pessoas gostam do jeito que eu falo, os ouvintes se sentem mais vontade. Prefiro dar oportunidade para quem queira aprender, o pessoal da UFRB de jornalismo (NERI, 2018).

Em relação à programação, Ivanildo Paulo pontuou que divide as pautas com suas duas colaboradoras, mas que o foco principal são as notícias da cidade e sempre procura checar as informações passadas pelos ouvintes, pois percebe que na maioria das vezes chegam de maneira exageradas, mas que eles também pautam o que será notícia no programa jornalístico.

Enquanto comunicólogo e dono da emissora, Ivanildo Paulo da Conceição Neri não pretende se especializar na área em que atua por entender que isso o afastaria dos seus ouvintes e, conseqüentemente, diminuiria a sua audiência. Para ele, quanto menos capacitado ele for, mais próximo estará do seu público ao falar o mesmo idioma que eles.

Nesta perspectiva, Ortriwano destaca que

A rádio não é pensada como um canal através do qual se transmitem conteúdos, mas como um espaço no qual diferentes atores desempenham diferentes papéis, produzindo o sentido em conjunto. Em consequência, nesta concepção já não se pensa em emissores ativos e receptores passivos, mas que ambos adquirem um papel produtivo (HAYE apud ORTRIWANO, 1988, p. 23).

O ouvinte deixa o papel de mero receptor e passa a ser agente ativo no processo de produção, estando presente na elaboração e estratégia comunicacional. Para o proprietário da *Rádio Olha a Pititinga*, esta participação direta na seleção das informações foi uma das estratégias utilizadas para conseguir manter a emissora em funcionamento, além da busca por mais anunciantes, tendo em

vista que ele não quer depender do apoio de órgãos governamentais. Além disso, procurou sempre focar na parte cultural da cidade, pois o município é rico em manifestações culturais e o trabalho que a emissora desenvolve fortalece os artistas locais.

Mais uma vez Ortriwano (1998) cita Haye para destacar que uma das correntes promissoras é exatamente aquela que se aproxima das experiências culturais, pois os “meios não são instrumentos, mas também não são meros produtores culturais. Os meios são também produtores e modeladores de cultura” (ORTRIWANO apud HAYE, 1988, p. 23). Para a autora, o rádio é uma das maneiras que faz com que as pessoas produzam cultura.

Dentro das produções culturais incluídas na programação da *Rádio Olha a Pititinga*, Ivanildo Paulo destacou o fato do candomblé ser muito forte no município, no entanto, essa religião de matriz africana tem pouco espaço nos meios de comunicação.

Aqui a maioria da população tem um pé no candomblé, mas pouco se fala ou discute o tema, por isso, criei um quadro dentro da programação da rádio, na qual convido pai de santo para falar sobre o tema. Isso foi uma revolução. Também busco convidar pastores das igrejas evangélicas e informações da católica, apesar de o padre não passar mais informações para mim depois que sai da rádio a pedido do gestor da época (NERI, 2018).

Ainda citamos Ortriwano (1998) para reiterar que os programas futebolísticos, religiosos, principalmente os que tratam de cultos afro-brasileiros, os programas de música sertaneja, entre outros, têm um tratamento mais direto, apresentando mensagens simples que são muito apreciadas pelos ouvintes. Diferente das mensagens de programas que tratam de economia, política, administração ou músicas eruditas, provavelmente pela questão não fazer parte do cotidiano da maioria da população.

É necessário salientar que o rádio é um veículo de comunicação que transmite mensagens, que tem objetivos definidos e que seu conteúdo, segundo trabalhos de vários pesquisadores, influencia no comportamento dos seus ouvintes. Por isso, sempre chamam autoridades religiosas ou pessoas especializadas nos temas para mediar o debate, pensando na credibilidade que o mensageiro transmite.

Segundo Ivanildo Paulo, apesar de sua emissora ser cadastrada como Rádio Web, ele busca seguir o padrão estabelecido para rádios comunitárias e populares, procurando direcionar sua programação quase que exclusivamente voltada para a comunidade, abrindo espaço para que as pessoas possam ter suas vozes ouvidas. Conforme Peruzzo (2007), existem muitas emissoras que não se denominam enquanto rádio comunitária, mas trazem nas suas programações conteúdos comunitários, e se revelam comunitárias em seus princípios e práticas cotidianas, prestando bons serviços à comunidade em que está inserida.

Muitas emissoras de rádio, mesmo não sendo classificadas como comunitárias, buscam ter uma participação efetiva com os problemas da comunidade na qual está inserida. Procurando dialogar com os seus ouvintes de maneira interativa e participativa, para que estes se sintam parte da rádio. O dono da Rádio web *Olha a Pititinga* vem buscando manter um modelo mais próximo das rádios comunitárias, com uma programação mais voltada para as notícias locais, diferente da rádio comercial *Paraguassu FM*. A rádio web, também tem procurado dar mais espaço aos ouvintes, fazendo com eles se sintam parte do processo de produção e tenham pela rádio o sentimento de pertencimento, além de buscar fortalecer a cultura local.

História e memória

Este capítulo tem como objetivo abordar a história do rádio em Cachoeira a partir das lembranças dos ouvintes. Dissertaremos sobre a importância do rádio e como os radiouvintes entendem as modificações que este veículo vem sofrendo ao longo do tempo. Para tal, buscamos entrevistar moradores do município de Cachoeira com idade a partir de 50 anos.

Pensando na mobilidade do tempo e espaço, Abrahão (2011) pontua que a memória é relembrar o passado com os olhos do presente, permitindo prospectar o futuro, ou seja, ela se relaciona entre o passado-presente e o futuro de forma tridimensional.

O saudosismo do alto-falante

De acordo com Hall (1993), mapas culturais são sempre acionados quando queremos entender os significados do mundo social. “Uma quantidade comum de conhecimentos que cria determinados consensos sociais e que é maior do que aquilo que divide a sociedade. Eles formam os enquadramentos sociais - as interpretações acerca do mundo natural e social sobre o qual o ser humano atual” (HALL, 2014, p. 8).

O pensamento de Hall, supracitado, casa muito bem com o sentimento de saudosismo entre os moradores do município de Cachoeira quando acionados em relação à programação do serviço de alto-falante comandado por Elias Cardoso de Jesus (Elias Paco Paco). Mesmo com as divergências das lembranças em relação ao papel de uma emissora de rádio e a sua função no município, é perceptível o sentimento saudosista da programação do serviço de alto-falante comandado por Elias Cardoso. Para o pesquisador Luiz Cláudio Dias Nascimento (Cacau Nascimento), 65 anos:

A programação do seu Elias era muito engraçada, pois ele era uma figura folclórica (risos). Seu Elias falava ao vivo: alô DPR 2 tire seu fio de cima do meu que está dando microfonia no meu. Todos riam na praça. Além do que o serviço de alto-falante *Vozes da Primavera* servia como uma escola de comunicadores para alguns cachoeiranos, tanto na parte técnica como na locução. Depois de adulto essas pessoas mudavam para Salvador e trabalhavam em grandes emissoras de rádio da capital a exemplo da rádio Sociedade, Cultura, Excelsior. Teve Paulo que foi trabalhar na TV cultura como locutor de esporte e faz muito sucesso. E aprendeu na rádio Primavera. Na copa de 1970, Brasil x México, seu Elias reuniu vários locutores para fazer a resenha esportiva sobre a copa. Mesmo sem muita tecnologia, apenas com alto-falantes pendurados em postes e com um pequeno alcance. Mas eles faziam a resenha como se estivessem falando para o país todo. Seu Elias gritava ao microfone: Zagallo me ouça Zagallo, se você não mudar esse jogador perna pau vamos perder a copa. Eles apelavam para Zagallo como se estivessem ao vivo com Zagallo. Isso as pessoas sentadas nos bancos das praças e na barbearia faziam a maior gozação (NASCIMENTO, 2019).

A copa do mundo de futebol de 1970 foi marcada por um período crítico, pois o país estava passando pelo regime militar e tinha Emílio Garrastazu Médici como presidente. Após o fracasso de 1966, o futebol brasileiro passou por um período de instabilidade, vários técnicos treinaram a seleção brasileira. Em 1968 Zagallo assumiu o comando técnico da seleção pela primeira vez. Porém, logo perdeu o cargo para o jornalista João Saldanha.

Sob o comando de Saldanha a seleção brasileira conseguiu seis vitórias, fez 23 gols e sofreu apenas dois. No entanto, segundo o jornal *El País*, isso não impediu que o técnico fosse trocado a pedido do presidente militar Médici. Saldanha foi demitido e o cargo voltou para Zagallo, pois o presidente não admitia um militante do extinto Partido Comunista em um cargo de visibilidade. Apesar disso, a

seleção foi muito bem formada e ganhou a copa de 70 no México. A programação da Rádio *Primavera*, de Elias Cardoso de Jesus, também ficou marcada nas lembranças da faturista da Santa Casa de Misericórdia de Cachoeira, dona Jorlanda Oliveira Rodrigues (71 anos). Segundo ela:

Na rádio poste saia de tudo: era mensagem para aniversariante, era aviso de velório, mensagem de namorados, notícias da cidade e tocava muita música boa. Seu Elias era um homem legal e divertido, e todos se divertiam com ele. Tinha um programa de calouros dia de domingo que era nossa diversão do final de semana. Uns iam para cantar, outros para dançar, outros para recitar poesias. Então, ele conseguia reunir muita gente e nós, cachoeiranos, gostávamos muito. Seu Elias também tinha um trio elétrico e fazia o carnaval. Era muito bom ver o povo todo fantasiado. Tinha fantasia de todo tipo. Brincávamos, comíamos muita pipoca e também namorávamos muito (risos). E assim era nossa alegria em Cachoeira. Cachoeira foi uma cidade muito boa e divertida” (RODRIGUES, 2019).

Elias Paco Paco



Fonte:Jornal a Ordem (1987).

Conforme Del Bianco

O vínculo social que estabelece com o modo de vida envolve o compartilhamento de patrimônios comuns como a língua, a música, o trabalho, os esportes, as festas, a amizade entre pessoas que partilham o gosto por determinados programas. É um espaço de reconhecimento de ouvintes como pertencentes à dinâmica cultural da cidade, bairro ou comunidade, tornando-os mais próximos e semelhantes (BIANCO, 2018, p. 112).

Essa intimidade entre a rádio e os ouvintes é construída graças à linguagem que por meio do som aguça a imaginação na construção da imagem do que se ouve, além de resgatar o vínculo entre as pessoas da comunidade. O rádio é um espaço não só de informação e conhecimento, mas, principalmente, de entretenimento, por isso ele tem a capacidade de propiciar um ambiente de proximidade, acolhimento e intimidade com seus ouvintes de forma peculiar. A particularidade desta relação se encontra na capacidade que o rádio tem de tocar as pessoas profundamente, “oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor locutor e o ouvinte” (MCLUHAN, 2000, p. 336).

Neste sentido, o rádio resgata vínculos e lembranças entre pessoas do mesmo grupo, “a memória dessa experiência vivida tem uma dimensão individual que se integra à memória coletiva, entendida como aquela que compreende todas as reminiscências em comum que pertencem aos membros de um determinado grupo social” (HALBWACHS, 2013, p. 45).

Este pensamento de Halbwachs fica evidente nas lembranças dos entrevistados em relação à *Rádio Vozes da Primavera*. O ato de lembrar é individual, mas a experiência é coletiva, por estar relacionada com o meio do qual eles fazem parte. Isso fica evidente na entrevista do professor de história aposentado, Erivaldo Carneiro do Rosário, popularmente conhecido por “professor Carneirinho”, 72 anos, ao relatar suas lembranças relacionadas à *Rádio Vozes da Primavera*.

Lembro-me do programa de calouros que seu Elias Cardoso tinha na *Vozes da Primavera*. Esse programa descobriu vários artistas e contava com o apoio de vários segmentos da sociedade cachoeirana. As pessoas participavam cantando, tocando baterias, violão. Seu Elias conseguia com os comerciantes prêmios para os vencedores. Os shows aconteciam tanto no estúdio da rádio, como no cinema. O cinema lotava e as pessoas batiam palmas e ficavam todas entusiasmadas. Devido ao sucesso do programa, seu Elias resolveu montar um trio elétrico e ele me convidou para tocar bateria no trio elétrico, pois, eu já tocava no programa de calouros. E trio tocava durante as festas de carnaval. Naquela época as festas eram divertidas, pois não tinha violência e nem drogas, só lança perfume que não era considerado droga. Depois de tocar no trio elétrico do seu Elias, eu recebi vários convites para tocar em outros trios, como em Salvador e trio elétrico da Rádio Vox de Muritiba. A Rádio *Vozes da Primavera* realizava um trabalho cultural e social muito bom para aquela época. E graças a seu Elias que montou a rádio poste, pois se não fosse ela, nós não teríamos acesso a nada (ROSÁRIO, 2019).

Peruzzo (2009) ressalta que a programação radiofônica no Brasil, durante o período de 1920 até o início de 1960, era pautada nas telenovelas, nos programas de auditório, programas humorísticos e de variedades. Os ouvintes tinham no rádio um meio de diversão e entretenimento. Em Cachoeira não era diferente, a população cachoeirana utilizava o serviço de alto-falante para se divertir em uma época em que esse era o único meio de comunicação sonoro que existia na cidade. O rádio poste foi uma alternativa de comunicação social na década 1950 e resiste até os dias atuais.

É perceptível que ao narrar as lembranças e experiências que tiveram com a programação da *Rádio Vozes da Primavera*, todos os entrevistados destacam o programa de auditório como algo que marcou aquela geração.

Durante as entrevistas foi notório o saudosismo em cada relato a respeito do que acontecia no auditório durante o programa.

Mesmo com poucos recursos, o serviço de alto-falante tornou-se o melhor laser da população naquela época, como relata o professor Raymundo Alberto Ferreira de Cerqueira.

A rádio poste do seu Elias quebrou o silêncio que havia nas ruas de Cachoeira. Os alto-falantes espalhados pelos postes da cidade mudou toda a rotina da população, passamos a ouvir músicas de qualidade nos bancos das praças. Também tinha o programa de calouros aos domingos, no qual todos esperavam para ir apresentar-se. Eu com mais dois colegas imitávamos o trio Irakitan que naquela época fazia muito sucesso. Como a população predominante da cidade era negra e sofríamos muita discriminação, então o programa de calouros dava oportunidade para que mostrássemos nossos talentos e depois fossemos convidados para outros programas fora de Cachoeira. Essa época foi um momento histórico libertador. Através da Rádio Primavera nós também ficávamos sabendo do que acontecia no estado e no país. Foi a Rádio do seu Elias que anunciou que o Presidente Juscelino Kubitschek viria a Cachoeira (CERQUEIRA, 2019).

Podemos salientar que a Rádio Primavera conseguiu dar voz aos cachoeiranos, atendendo aos anseios da comunidade quebrando o silêncio, como citou o professor, Raymundo Cerqueira, em sua entrevista, além de se tornar um instrumento de mobilização social. Da rádio poste também surgiram grandes radialistas e artistas da terra que fizeram sucesso como salienta o Dr. em Estudos Étnicos Africanos, Luiz Cláudio Dias Nascimento, conhecido popularmente por Cacau Nascimento.

Da rádio poste do seu Elias Paco Paco surgiram grandes jornalistas, como o ex-deputado e jornalista Jorge Ramos. Então a rádio de seu Elias foi muito importante. Antes de ser um ferroviário, ele era músico, por isso, o apelido de Elias Paco Paco, pois ele tirava uma de maestro e ensinava a garotada a tocar, então ele dizia: no terceiro paco bate. Vamos paco, paco, paco. (risos), daí surgiu o apelido, Elias Paco Paco. No entanto, ele não gostava do seu apelido. Mesmo tendo outras

atividades, seu Elias amava a comunicação, era o seu tesão. Por isso, nós temos um grande respeito por ele e por sua família, principalmente pela contribuição que ele deu para nossa formação intelectual, artística e cultural. Nós ouvíamos, durante todo o dia, músicas caribenhas, clássicas nortes americanas e as clássicas nacionais. Eu tenho essa formação musical refinada, não porque meu pai era um intelectual, mas era o que eu ouvia nas ruas de Cachoeira. Ele também incentivava e descobria novos talentos com o seu programa de auditório. Para incentivar os ouvintes a participar, ele pedia patrocínio no comércio para premiar os primeiros colocados. Os prêmios iam desde uma galinha de granja a um sabonete palmolive (risos), o primeiro colocado ganhava uma galinha de granja, naquele tempo uma galinha de granja era muito cara, foi logo quando apareceu as galinhas de granjas e tudo quando surge de início é muito caro, poucas pessoas tinham acesso. Então surgiram grandes artistas, alguns fizeram sucesso como Edson Gomes, Tereza e seu sobrinho Carlinho que foram os primeiros bateristas do trio Araketu, entre outros (NASCIMENTO, 2019).

O provedor da Santa Casa de Misericórdia de Cachoeira, Luiz Antônio Costa Araújo, popularmente identificado como Lú Cachoeira, também destacou que a rádio poste *Vozes da Primavera* foi uma grande escola para muitos profissionais que atuaram e ainda atuam nos meios de comunicação.

Peruzzo (2009) delinea bem quando afirma que a veia popular na comunicação é a porta na qual entram as alternativas para a própria comunidade. “A primeira corrente ao qual podemos chamar de popular é a alternativa e comunitária, e é constituída por iniciativas populares” (PERUZZO, 2009, s/p). Neste contexto, a iniciativa de Elias Cardoso em montar um serviço de alto-falante foi uma alternativa concreta para amplificar as vozes da população de Cachoeira, além de contribuir com a formação cultural e intelectual dos ouvintes.

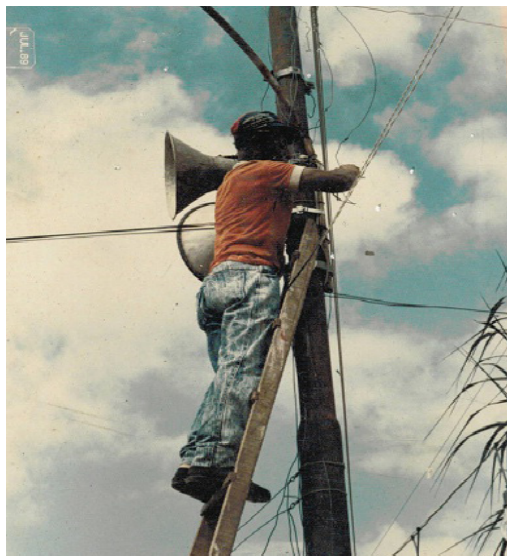
Cacau Nascimento também destacou o empenho de Elias Cardoso para que a população tomasse conhecimento dos atos

cívicos que aconteciam na cidade, como as datas magnas de 25 de junho e 13 de março. Além de fazer chamadas anunciando o acontecimento cívico, ele também transmitia a programação ao vivo para que as pessoas que não pudessem ir, ou não soubessem ler, ouvissem das suas janelas ou sentadas nos bancos das praças.

Pode-se inferir que o serviço de alto-falante cumpriu um destacado papel social em Cachoeira, promovendo um processo de integração entre a comunidade e o meio de comunicação. O serviço transformou-se em uma parte integrante do cotidiano com a presença constante nas principais ruas da cidade, transformando-se em um meio fundamental de informação e entretenimento. Quem também destacou o papel social e cultural da Rádio Primavera foi o atual presidente da Lira Ceciliana Filarmônica de Cachoeira (2019), José Luiz da Anunciação Bernardes, 58 anos.

O rádio foi veículo que surgiu e foi muito bem aceito em Cachoeira, principalmente por ter um maior alcance de pessoas, pois se você não tinha leitura e nem escrita, era através do rádio que essas pessoas sabiam das notícias. Elas recebiam mensagens e também passavam informações. Então vem seu Elias uma pessoa altamente curiosa e montou um serviço de alto-falante DPR1 *Vozes da Primavera*. Neste período só tínhamos o jornal, *A Cachoeira*. Então a Rádio da Primavera era um canal de comunicação que podíamos ouvir, mesmo sem possuir um aparelho de rádio. Ele tinha um programa chamado “turbilhão de melodia” que era transmitido ao meio dia. Tocava bolero e músicas clássicas. A programação era bem diversificada: tinha jogo de futebol, tinha uma programação que a música era dedicada, as pessoas pediam a música e dedicavam para outras pessoas. Lembrando que manter este sistema de comunicação naquela época era muito caro, e seu Elias, um ferroviário mantinha isso com os recursos próprios. Até um trio Elétrico ele criou” (BERNARDES, 2019).

Elias Cardoso instalando cornetas.



Fonte: Arquivo pessoal, Luiz Cláudio Dias.

Segundo Luiz Carlos Nascimento (Cacau), Elias Cardoso de Jesus era negro e de uma família de São Gonçalo dos Campos, dedicado à religião de matriz africana.

Seu Elias também era parente do cara que matou o grande “facínora” que existiu aqui em Cachoeira, chamado Lucas da Feira, um quilombola da resistência escrava aqui na Bahia. Em Cachoeira teve carnaval, graças a seu Elias que montou um trio elétrico com um gerador velho que fazia mais barulho que os instrumentos tocados em cima do trio (risos). Mas que atraía muita gente com belas fantasias para as ruas de Cachoeira, e vinham pessoas de várias cidades prestigiarem o carnaval. Com o fim da Rádio *Vozes da Primavera* também se foi o carnaval de Cachoeira. Naquela época só tinha carnaval em Cachoeira e Maragogipe. O de lá permanece até hoje. Mas, infelizmente, seu Elias só teve seu trabalho reconhecido, depois que ele morreu, só aí a população se deu conta da importância social do trabalho da *Vozes da Primavera*, pois antes ninguém ligava. Apesar de Cachoeira sempre ter tido uma ligação muito

forte com a comunicação social, desde o tempo dos frades, devido à importância econômica que a cidade tinha para a Bahia e Brasil (NASCIMENTO, 2019).

Ainda segundo o Luiz Carlos Nascimento, Elias Cardoso de Jesus era uma figura curiosa e muito engraçada, apesar de não ter muito estudo e conhecimento técnico, era um comunicador que conseguia alcançar todas as classes sociais de Cachoeira.

Entende-se por comunicador radiofônico:

Figura central da programação de emissoras de rádio em que predomina a transmissão ao vivo. É o responsável pelo diálogo imaginário – e com dose significativa de coloquialidade – estabelecido pela estação de rádiocom o ouvinte [...] No rádio popular, apresenta-se como um companheiro, a voz do radinho de pilha, lado a lado com a dona-de-casa, o motorista de táxi ou o idoso solitário (FERRARETTO, 2010, p. 312-313).

A professora doutora Nélia Del Bianco, autora de vários livros sobre a história do rádio no Brasil, também acrescenta que o apresentador é o personagem principal que estabelece laços de identificação com a audiência. “O comunicador transforma tudo o que diz no rádio em ‘seu, sua, é para você’. Mais do que se dirigir aos ouvintes de forma íntima e pessoal, eles transformam uma audiência de anônimos em pessoas conhecidas, que partilham a mesma experiência cotidiana” (BIANCO, 2018, p. 119).

Conforme as lembranças dos entrevistados, sem dúvida, Elias Cardoso (Paco Paco) colaborou para o reconhecimento e identificação cultural entre os cachoeiranos. Halbwachs (2013) afirma que a memória não tem progresso, resiste enquanto seus personagens vivem ou se lembram. Logo, não é algo finalizado e acabado, cristalizado, e ganha atualidade à medida que se vive cotidianamente a experiência de audição como podemos notar na entrevista de José Luiz da Anunciação Bernardes.

À noite a Rádio Primavera tocava grandes clássicos musicais, era música da melhor qualidade. Cachoeira sempre teve essa efervescência cultural, tanto que a Lira está fazendo 150 anos e seu Elias foi um agitador cultural neste sentido. O seu programa de calouros deu oportunidade para que muitos artistas fossem ouvidos por milhares de pessoas, a exemplo de Edson Gomes. Ele já cantava nos jardins da cidade e era conhecido como Tim Maia, devido ao vozeirão. Também cantava no programa de calouros de seu Elias, na qual mais pessoas puderam conhecer sua voz e suas músicas. Ele nem tinha pretensão de ser artista. Naquela época nem tinha o reggae e ele começou a cantar reggae e foi isso que mudou a vida dele. Então ouvíamos Bob Marley tocando na Rádio do seu Elias. E, Edson Gomes, mesmo não entendendo nada de inglês, começou a cantar reggae. Seu Elias tinha um gosto sofisticado pela música, pois era músico da Lira e da Minerva, lá ele teve acesso a boas músicas (BERNARDES, 2019).

A partir do relato do entrevistado, o rádio é visto como um instrumento de lazer que tem a capacidade de melhorar o nível de vida dos ouvintes já que ele tinha acesso a uma boa música. Ao lembrar-se da programação da Rádio Poste, os entrevistados se reconheceram e se identificaram como pessoas que habitam o mesmo lugar e compartilham da mesma experiência em um modo de vida com interesse e gosto em comum.

Quem também compartilha dessa experiência durante o período do alto-falante é o professor poliglota e proprietário do jornal *O Guarany*, Pedro Borges: “Elias era entusiasta da comunicação, mesmo com pouca instrução montou um serviço de alto-falante que conseguia movimentar esta cidade. Principalmente com o programa de calouros”.

Neste contexto, a memória afetiva ainda presente nas lembranças dos entrevistados marca a Rádio *Vozes da Primavera* como uma espécie de membro familiar que regula a dinâmica do cotidiano que informa, diverte e faz companhia.

O sentimento de pertencimento é a crença subjetiva numa origem comum que une distintos indivíduos. As pessoas pensam em si mesmo como membros de uma coletividade na qual expressam valores, medos e aspirações. Esse sentimento de pertencimento tem relação com a noção de participação. Na medida em que o ouvinte tem espaço para se expressar, sente-se ator da ação em curso, parte do processo de comunicação radiofônica. O rádio é de tal forma presente na vida que assume outros papéis: de amigo, de companheiro, de companhia (BIANCO, 2018, p. 118).

Ao compartilharem suas experiências comuns de vivência diárias ligadas ao meio radiofônico e seus locutores, as pessoas criam laços de proximidade ao ponto de considerá-los como membros da família, e o rádio o companheiro de todos os dias.

Interferência política

Depois de 40 anos com os serviços de alto-falante, surge em 1989, no município Cachoeira, a primeira emissora com transmissor: a *Rádio Magnífica FM*. Essa era uma rádio comunitária vinculada à Igreja Católica. As rádios comunitárias são radiodifusão sonora, em Frequência Modulada (FM), de baixa potência (25 Watts), que prestam serviços à comunidade, abrindo espaço real para toda a população. Desta forma, não pode ter fins lucrativos e nem governamentais. Porém, vale salientar que, na prática, nem sempre estas regras são cumpridas. Como aponta Luiz Cláudio Dias Nascimento:

A rádio do seu Elias, *Vozes da primavera*, desenvolvia de fato um papel social de comunitária na cidade, pois, além da programação musical, jornalísticas, tinha uma parte da programação que era dedicado para que as pessoas noticiassem os aniversários das pessoas que moravam na zona rural e enviar mensagens para elas sem pagar nada. Também tinha o programa do professor Curtis um astrólogo da cidade que dava consulta espiritual. As pessoas enviavam cartas

contando seus problemas e o professor Curtis passava os banhos, chás, rezas e aconselhava. Ela fazia o papel de comunitária, pois além dos programas sociais, ela não tinha vínculo com a política. A programação era voltada para notícias, religiosidade, esporte e música. É bom falar que este modelo da rádio do seu Elias foi reproduzido pelas demais rádios que foram surgindo em Cachoeira. Muitas coisas da programação da Rádio *Magnífica* era como seu Elias fazia. Mas pensando no sentido que, uma rádio comunitária tem que servir à sua comunidade, a *Magnífica* não cumpriu esse papel, além de ter uma programação voltada para os católicos. Mesmo os locutores que lá trabalhavam seguiam o mesmo perfil do seu Elias na rádio *Vozes da Primavera* (NASCIMENTO, 2019).

Para dialogar com as falas do entrevistado busquei as contribuições de Peruzzo (1998), em que a autora diz que a origem das rádios comunitárias está baseada nas experiências de rádios populares de alto-falantes, também conhecidas como rádio poste, cujo auge ocorreu nos anos 1980, no Brasil.

A transmissão de programas através de alto-falantes, foi, e continua sendo em muitos lugares, o veículo de comunicação a que as organizações comunitárias tiveram acesso para poderem levar suas mensagens aos habitantes de determinadas localidades. São chamados de 'rádio do povo' ou de 'rádio popular' (PERUZZO, 1998 p. 5).

Cacau Nascimento relatou ainda que a emissora *Magnífica* montou um programa jornalístico no qual o locutor Roque Sena buscava debater temas políticos, no entanto o programa não obteve êxito, pois o padre Hélio orientava sobre o que podia e o que não podia falar da gestão municipal. Segundo ele, o padre recebia verba da prefeitura de Cachoeira.

Quem também citou o vínculo entre a Rádio Comunitária *Magnífica* e o poder político foi o ex-vereador e prefeito de Cachoeira, Carlos Pereira. Segundo ele, em entrevista a esta pesquisadora, no

período em que foi vereador do município de Cachoeira, de 2008 a 2012, a Câmara Municipal de Cachoeira mantinha um contrato com a Rádio Comunitária *Magnífica* para que as sessões solenes da Câmara fossem retransmitidas, além de entrevistar os vereadores da casa e divulgar suas ações.

Conforme os preceitos das rádios comunitárias, elas não podem ter vínculo com políticos e não podem atender a interesses particulares, sendo que a gestão tem que ser coletiva e voltada para comunidade. O lucro desse modelo de rádio não pode ser destinado a seu proprietário, mas sim revertido em benefícios da própria emissora. O conteúdo ofertado deve ser de interesse público local, centrado nas informações de qualidade, além de prestar serviços de utilidade pública.

Ainda neste contexto, o jornalista e advogado Romário Costa Gomes falou da impossibilidade de se ter uma rádio livre e independente em Cachoeira, devido à situação econômica lastimável e deficitária do comércio local, em que a riqueza é concentrada nas mãos de uma única família.

A cidade de Cachoeira sofre com a concentração de riqueza do poder político e econômico nas mãos de uma única família que é a família dos Pereira, que são nocivos à cidade, pois eles comandam a prefeitura e tem o comércio mais forte da cidade e nesta condição, como uma rádio ou um jornal pode sobreviver sem servir a eles? Se a publicidade maior vem justamente deles. A situação é muito grave para os meios de comunicação em Cachoeira. Porque enfraquece completamente esses veículos. Veja, a Rádio *Paraguassu*, não se fala nada de mal naquela rádio da gestão municipal, pois eles subvertem a rádio. A rádio *Web Olha a Pititinga* é que, esporadicamente faz alguma denúncia, mas é uma rádio que tem um curto alcance, pois nem na zona rural chega. E a Rádio *Magnífica* se dizia comunitária, mas cumpriu seu papel de maneira razoável, pois o padre (Hélio) pertencia a um

grupo político e aí, quem era do grupo do padre tinha espaço na rádio e quem não era não tinha (GOMES, 2019).

Para Macunane (1999) o controle do discurso da elite política reproduzida nos meios de comunicação depara-se na particularidade da relação que se estabelece entre a imprensa e cada um dos personagens políticos, determinando como a informação dos fatos é transmitida às audiências externas, ou seja, as informações são passadas para a população com base na relação dos profissionais do veículo de comunicação com essa elite governante.

Até aqui os entrevistados Romário Costa Gomes e Luiz Cláudio Dias Nascimento pontuam que existe uma influência do grupo político dominante sobre a produção e divulgação das notícias relacionadas à administração municipal da cidade, em uma tentativa de manipulação da informação para os ouvintes. O que também corrobora com a entrevista do advogado José Luiz Bernardes:

A rádio *Magnífica* não cumpria seu papel, pois não era uma rádio da comunidade, ela estava inserida na comunidade, mas era uma rádio da igreja e tinha um papel de catequese. O que no meu entendimento é normal, desde que fique claro o seu papel. Como acho que não deveria ter tanto controle para ter-se uma concessão de uma rádio de pequeno alcance, cada um deveria ter a sua rádio particular sem interferir no sinal do outro, mas o governo burocratiza para censurar e ter o controle dos meios de comunicação e só admitir os parceiros e os aliados políticos. Aí, damos um salto, e vem a internet, uma alternativa que foge completamente da legislação brasileira e foge do controle do Estado, pois eles podiam barrar as rádios de frequência modulada, mas não podia barrar a transmissão através das ondas da internet. Foi quando surgiu as rádios web, e o Ivanildo criou uma aqui em Cachoeira. Ivanildo me lembra seu Elias Cardoso, na sua criatividade e a chama dos olhos em gostar de comunicação. Pois ele não vive da rádio, ele tem um outro meio de sobrevivência, Ivanildo é um militante da comunicação de Cachoeira, desde jovem já

aprendia o ofício na rádio Magnífica. Por isso, a rádio dele ganhou audiência em Cachoeira. Atualmente [2019] é mais ouvida e comentada, ganhando para rádio comercial *Paraguassu*. Rádio Web *Olha a Pititinga* é a rádio que dá notícias de Cachoeira. Se você quer saber notícias nacionais, você assiste o jornal nacional, se eu quero notícias do estado, assisto um canal estadual, mas se eu quero saber notícias de Cachoeira, eu vou ouvir a rádio Web *Olha a Pititinga* (BERNARDES, 2019).

Contudo, algumas rádios mesmo não sendo comunitárias em sua classificação, fazem esse trabalho junto à comunidade na qual está inserida, como relatou José Luiz Bernardes em relação à rádio Web *Olha a Pititinga*, visto que busca debater sobre os problemas da comunidade, diferentemente de uma rádio comercial. Cicilia Peruzzo explica essa nuance quando afirma que, “a rádio comercial nunca fala da realidade do povo, mas sim de outras coisas, de outras realidades, justamente para estorvar a luta popular pela transformação da sociedade que vivemos” (PERUZZO, 1991, p.162).

Para o professor Raymundo Cerqueira, uma emissora de rádio só consegue fazer um trabalho de utilidade para a população quando ela consegue sobreviver apenas do comércio, sem depender do dinheiro político.

A rádio poste tinha uma programação diferente das rádios atuais, pois ela tinha patrocínio apenas do comércio e dos ouvintes que pagavam para enviar alguma mensagem ou nota de falecimento. Esse dinheiro mal dava para pagar a manutenção básica da rádio, mas a programação era autônoma. Mas, mesmo assim, alguns políticos não satisfeitos com o que ouviam na rádio, mandavam cortar ou roubar os fios dos postes. A rádio *Magnífica* também tentou seguir uma programação voltada para a população, assim como a rádio Web *Olha a Pititinga* está fazendo atualmente, mas também tem sua nuance partidária com a prefeitura. Apesar de que às vezes ele faz algumas denúncias, para deixar mais sutil sua relação política. Pois quando alguém vai falar alguma coisa que ele percebe que vai ferir o interesse dele, ele muda a linha da

conversa. Ele é bom em fazer isso, pois teve um bom professor o Cônego Hélio Leal Vilas Boas, fundador da rádio *Magnífica* (CERQUEIRA, 2019).

As rádios que seguem a linha das comunitárias buscam auxiliar o ouvinte na prática da cidadania, ampliando as possibilidades da população lutar por seus direitos junto ao Estado e à sociedade. Porém, Nunes (2001) chama a atenção para o uso comercial ou político partidário das rádios, fazendo com que essas emissoras representem um perigo à legitimação desses espaços alternativos de expressão das classes populares.

Já para o professor Erivaldo Carneiro do Rosário, a Rádio *Magnífica* cumpriu bem o seu papel de rádio comunitária dentro do município de Cachoeira.

Mais sofisticada do que a Rádio *Vozes da Primavera*, a *Magnífica* na parte cultural e religiosa, cumpria à risca o seu papel. O pároco que cuidava da rádio sempre ouvia a programação e se fosse divulgado algo que entrasse em discordância com a finalidade da rádio ele mandava logo retirar do ar ou não falar mais sobre o assunto. Nós lamentamos muito a desativação da rádio, pois aquelas orações àqueles momentos bons para nossas almas, pois hoje em dia está muito difícil, pois temos hora para tudo menos para cuidar da alma. A parte cultural também era muito boa, pois tocava boas músicas, agora só tocam essas músicas horrorosas, desrespeitosas com palavras de baixo calão. Eu com meus 71 anos, sinto muita falta da *Rádio Magnífica* (ROSÁRIO, 2019).

O professor Raymundo Cerqueira acrescentou ainda que alguns populares gostariam de utilizar os meios de comunicação locais para denunciar o descaso da gestão do prefeito, Tato Pereira⁴ para com o município, mas são obrigados a ficar calados, visto que as principais fontes de geração de emprego da cidade estão concentradas nas mãos da família Pereira, o comércio e a prefeitura.

4 A autora procurou o atual Prefeito Tato Pereira, diversas vezes, porém, não obteve êxito devido a falta de horário na agenda dele.

As Ciências Sociais adaptaram o termo coronelismo aos meios de comunicação para falar da relação de clientelismo entre o Estado e os meios de comunicação e dessa junção surgiu o termo coronelismo eletrônico. Suzy dos Santos e Sérgio Capparelli (2005) já faziam essa leitura relacionada ao clientelismo entre os meios de comunicação e os políticos quando diziam que,

A prática de Clientelismo entre Estado e meios de comunicação de massa é uma característica aparente desde a formação da imprensa. Em 1861, Karl Marx já denunciava que os jornais londrinos não representavam a opinião popular, mas a voz dos políticos que lhe dariam benefícios. Na verdade, o clientelismo é práxis da esfera política que sequencialmente se insere na comunicação de massa por conta do seu intrínseco caráter estratégico. Assim como a corrupção, o clientelismo é apontado como uma patologia dos sistemas democráticos (SANTOS e CAPPARELLI, 2005, p. 3).

Essa relação cliente e patrão, diferente do que parece, costuma ser desigual, pois implica na subordinação de um em detrimento ao interesse do outro, desta forma não pode ser considerada como um benefício recíproco. Durante o regime militar muitos meios de comunicação que se colocavam como porta-vozes do regime foram beneficiados com esta relação de clientelismo, a exemplo da Rede Globo de Televisão.

Bayman (2001) também destaca que no Brasil o clientelismo, a patronagem e o patrimonialismo ganharam os principais meios de comunicação falada, a exemplo da televisão e do rádio, os quais se constituíram como um dos traços determinantes do poder oligárquico nacional. Em Cachoeira, conforme os entrevistados, esta relação de clientelismo ainda é muito forte entre os meios de comunicação e gestão municipal, como também destaca, Cacau Nascimento.

A Rádio Paraguassu quando chegou a cidade de Cachoeira veio com uma proposta de falar das

coisas da cidade, da cultura, política, turismo e dar visibilidade do município a toda região. No entanto, não cumpriu nada disso. Passou a fazer uma jogada de criticar a gestão pública para que o prefeito oferecesse dinheiro para não falar mal da gestão dele. Todos na cidade sabem que desde que foi fundada a *Paraguassu* recebe dinheiro mensal da prefeitura (NASCIMENTO, 2019).

Discutindo esta prática de radialistas falarem mal de uma gestão para obter vantagens, o ex-prefeito Carlos Pereira pontuou que isso é muito comum em nível de Brasil, mas que durante sua gestão ele não cedeu a esse tipo de chantagem. Assegurou ainda que, antes da sua gestão, radialistas de determinada emissora falavam mal da gestão do prefeito para obter vantagens e quando conseguia passava a falar bem da gestão. Isso acontecia muito em Cachoeira.

Quem também faz essa observação em relação ao sistema de clientelismo existente na programação das emissoras de rádio é a faturista da Santa Casa de Misericórdia da Cachoeira, dona Jorlanda Rodrigues:

Depois que acabou a Rádio *Vozes da Primavera* eu perdi o gosto de ouvir rádio em Cachoeira, pois a programação das rádios está voltada para política, mas uma política destrutiva. Eles falam o que convém e sobre aqueles que não pagam, ou seja, se você me paga, eu não falo mal de você, mas vou falar mal do outro que não paga nada. Esse tipo de programação não traz nenhum tipo de benefício para a população e nem ajuda a melhorar na cidade. Eu acho que jornalismo é aquele que fala a verdade. Os radialistas daqui falam muitas fofocas, não vão nem checar a informação e falam o que querem, mesmo sem prova. Aqui funciona assim (RODRIGUES, 2019).

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas brasileiros, nos artigos de 1 a 7, a relação do jornalista com a comunidade deve subordinar-se às seguintes premissas:

O acesso à informação pública é um direito próprio à condição de vida em sociedade, que não pode

ser impedido por nenhum tipo de interesse. A divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade. A informação divulgada pelos meios de comunicação pública se pautará pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo (ABI, 2019).

Para além disso, o código também coloca que:

A apresentação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares, cujas atividades produzam efeito na vida em sociedade, é uma obrigação social. A obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação e a aplicação de censura ou autocensura é um delito contra a sociedade e da Conduta Profissional do Jornalista (ABI, 2019).

E por último aponta para o fato de que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação” (ABI, 2019).

Conforme Mattos (2000), em relação ao sistema de clientelismo e troca de favores entre o governo e os setores de comunicação como moeda de troca no Brasil, isso vem desde o Governo Sarney, no período que corresponde entre os anos de 1985 e 1988, quando o então presidente concedeu um grande número de concessões de rádio e TV para setores ligados a parlamentares federais, os quais ajudaram a aprovar a emenda que lhe deu mais cinco anos na presidência.

O professor Pedro Borges também destacou a existência e o funcionamento da prática da chantagem nos meios de comunicação da Cachoeira.

A rádio *Paraguassu*, por exemplo, tem sua programação limitada e não fala nada relacionado à cidade, então não envolve muito a comunidade, tudo já é direcionado. A rádio *Web Olha a Pittitinga* fala um pouco da cidade, mas também de maneira bastante limitada, pois eles têm interesses pessoais

e econômicos. Também existe a dependência da verba pública e como eles recebem, precisam limitar o que é divulgado. Todos os radialistas aqui dependem do poder político, então, eles não reclamam de nada, pois estão totalmente ligados ao poder político que é o que sustenta. Isso só não existiu em Cachoeira no período da rádio do Elias Paco Paco, pois a política tinha outra formação e o prefeito era um cidadão que não tinha inimigos na cidade e andava sempre pelas ruas. Diferente do atual que se ouvir qualquer coisa que as rádios transmitam contra ele, já manda o pessoal cortar qualquer contribuição que a prefeitura esteja dando ao meio (BORGES, 2019).

As consequências dessa prática se projetam sobre toda a existência política do país, atuando desde a esfera federal até a municipal, provavelmente, isso se dê pela falta de uma fiscalização que barre tais ações, mesmo que legalmente a Constituição estabeleça, em seu art. 223, que o Poder Executivo possa outorgar concessão, permissão e autorização para o mencionado serviço, ao mesmo tempo em que conserva a eficácia do acomodado ato à deliberação do Congresso Nacional.

Para o professor Pedro Borges, nem mesmo a Rádio Magnífica, que se intitulava rádio comunitária, e que tem em sua essência atender à comunidade a qual está inserida, conseguiu se livrar dos acordos políticos com a gestão municipal, passando a servir mais aos interesses da prefeitura do que aos da população. Para ele não existe possibilidade de uma comunicação independente no município da Cachoeira.

A rádio Paraguassu, Olha a Pititinga, Gilberto Franco, Coligado, todos eles recebem e dependem de dinheiro da gestão municipal, ou seja, eles vivem dos valores que a prefeitura destina a cada um por mês. Infelizmente, todos os meios de comunicação radiofônicos da cidade estão a serviço do prefeito. A rádio *Olha a Pititinga* conseguiu ampliar sua comunicação depois que passou a ter a prefeitura como sua cliente. O dono é uma pessoa boa, até queria fazer uma rádio

independente, mas precisa se sustentar e manter seu restaurante. Mesmo com suas limitações, a rádio Web *Olha a Pititinga* ainda consegue ter uma melhor programação, pois, a Rádio do ex-deputado Pedro Irujo é totalmente dependente da Prefeitura (BORGES, 2019).

Como já foi citado em outros capítulos, a Rádio *Paraguassu* pertence ao grupo do empresário e ex-deputado federal Pedro Irujo. Ela atinge a vários municípios da região com uma potência de 5 (cinco) watts. Após o falecimento do ex-deputado quem assumiu a administração das emissoras de rádios foi seu filho, Luiz Pedro Rodrigues Irujo.

Segundo informações do Ministério da Comunicação, só na Bahia, 65 emissoras pertencem a políticos em exercício ou a seus parentes. Esta prática de concessões concedidas a parlamentares contraria a Constituição Federal no seu art. 54, o qual define que deputados e senadores não poderão no exercício de seus cargos “firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público”.

O artigo seguinte ainda traz que o descumprimento do artigo anterior implica na perda do mandato do parlamentar. Contudo, dados mostram que no Brasil é grande o número de parlamentares e familiares destes que são donos ou mesmo sócios de empresas que obtêm concessões.

Santos (2005) aponta que na Bahia o ex-senador Antônio Carlos Magalhães e sua família tinham uma relação de proximidade com os meios de comunicação baianos. Além da TV Bahia, a retransmissora da TV Globo em Salvador está em nome da sua esposa, filhos e netos. A mesma família ainda detinha o controle de uma TV em Feira de Santana, outra em Vitória da Conquista e da rádio Antena 1, em Ribeira do Pombal.

A influência do poder político nas emissoras de rádio é percebida por todas as camadas sociais de Cachoeira, como é evidenciado na fala do feirante Ivan Santos.

Eu gosto da programação das rádios, além das músicas eles divulgam algumas notícias, mas eles não divulgam tudo que o pessoal quer saber, por não ser do interesse deles divulgar, acho que eles têm medo. Às vezes a rádio Pititinga estava divulgando assunto do prefeito que não deveria, aí, o prefeito chamou a Polícia Federal, aí a polícia foi lá e fechou a rádio Olha a Pititinga. Mas depois o dono da rádio juntou os documentos e abriu a rádio de novo. Quando o povo vai nas rádios para falar eles primeiro analisam o assunto para depois dizer se a pessoa pode falar ou não. Se for coisa que vai prejudicar a rádio, eles não deixam divulgar, no caso se for sobre o prefeito. Isso prejudica um pouco a população. A rádio *Paraguassu* não fala nada da cidade e também não fala o que a gente precisa saber. A gente prefere ouvir a Pititinga que fala mais da cidade (SANTOS, 2019).

A partir das entrevistas podemos dizer que em Cachoeira mesmo as emissoras que existem na plataforma da internet e que não dependem de concessão política para funcionar também usam seu meio de comunicação como moeda de troca para servir a interesses políticos. Desta forma, o que deveria servir à comunidade passa a ser instrumento de determinado político, a partir da prática do clientelismo.

A entrada de novos atores no mercado da comunicação era uma esperança para diminuir as relações de clientelismo entre o estado e os detentores dos meios de comunicação, pois, a população passou a ter maior conhecimento sobre o progresso dos procedimentos dos políticos, reduzindo a dependência a um único meio para obter respostas sobre o acesso aos serviços e bens oferecidos.

Como pontuam Santos e Capparelli (2002, p. 04), “a rede de clientelismo que configura as comunicações brasileiras passa por distintas formas de associações de interesses, apadrinhamentos

e parentescos. O que pode parecer um mercado concorrencial, às vezes, revela-se uma espécie de divisão de bolo entre amigos.” Nesta perspectiva, José Luiz Bernardes explica, na concepção dele, qual o motivo para que as emissoras de rádio dependam tanto do dinheiro do gestor municipal.

A Rádio *Paraguassu* poderia ser uma rádio que fizesse a diferença em Cachoeira, por se tratar de Rádio FM com capacidade maior de alcance. Mas para isso, ele teria que investir mais, porém, por se tratar de uma rádio comercial, que visa ao lucro, aí, que entra a prefeitura e a câmara que pagam, mas só pode divulgar o que é do seu interesse. A negociação da prefeitura com os veículos de comunicação é feita diretamente com o prefeito. Durante três anos que atuei como secretário de cultura na gestão de Carlos Pereira, ninguém nunca me consultou se deveria contratar essa ou aquela emissora. Pois o prefeito nunca abriu mão disso, para eles, isso é o poder. É o prefeito que paga, é ele que assina o cheque, até o tesoureiro que assina com ele, assina porque ele manda. O prefeito quem decide o valor que cada rádio vai receber. Juridicamente não poderia, mas na prática é assim que funciona e os caras da rádio tem conta para pagar e aceitam o que ele oferta. Junto com a propaganda vai anexado o comprometimento político. Não estará escrito, às vezes nem é dito, mas quem aceita sabe a condição qual é. E quando não fazem o que é para fazer, o prefeito não diz nada, simplesmente manda suspender o contrato. No segundo mês o cara da rádio volta a procurar o prefeito e voltar ao acordo. E a partir daí, só será divulgado o que não for contra ao interesse do prefeito. Isso nunca foi novidade em lugar nenhum no Brasil e em Cachoeira, não seria diferente (BERNARDES, 2019).

Conforme a entrevista do ex-prefeito Carlos Pereira, toda negociação feita com as emissoras de rádio era através de licitação, e sua assessoria de imprensa era quem cuidava de todo o trâmite, como também passava os informes e agendava as entrevistas do prefeito e secretários nas emissoras. Segundo o ex-prefeito, o único

contrato da prefeitura era com a Rádio Paraguassu, por ser a única FM na cidade, tinha concessão de funcionamento e que preenchia todos os requisitos legais para participar de uma licitação.

No Brasil a validade das concessões dadas à TV e rádio é de 10 anos, porém, conforme o Código Brasileiro de Telecomunicações, as concessões podem ser renovadas “por períodos sucessivos e iguais, se os concessionários houverem cumprido todas as obrigações legais e contratuais, mantido a mesma idoneidade técnica, financeira e moral, e atendido o interesse público”.

Essa renovação automática e todo processo burocrático que rege a renovação faz com que não haja uma análise cuidadosa sobre o cumprimento do papel dessas rádios, ou seja, se ela atendeu ou não ao interesse da comunidade e se é melhor para sociedade que a outorga permaneça em suas mãos. Esta situação fica ainda mais tensionada com o decreto de 1983, o qual garante às emissoras que “caso expire a concessão ou permissão, sem decisão sobre o pedido de renovação, o serviço poderá ser mantido em funcionamento, em caráter precário”, ou seja, mesmo que a emissora não esteja em dia com a documentação ela pode continuar funcionando.

O processo de tramitação para sair o resultado da outorga dura em média sete anos, durante esse período a emissora de rádio continua funcionando, o que facilita o modelo comercial dos meios de radiodifusão e sustenta o clientelismo entre o estado e o setor privado de comunicação, além de fortalecer o coronelismo eletrônico. Como descreveu durante a entrevista Luiz Antonio Araújo:

Quem iniciou o coronelismo das emissoras de rádio na Bahia foi o ex-governador, Antônio Carlos Magalhães quando ele entrou no Ministério das Comunicações e desmontou todo formato correto das concessões para as rádios comunitárias e passou a distribuir concessões para prefeitos aliados e outros políticos. E as rádios comunitárias deixaram de cumprir seu papel na essência. Aqui em Cachoeira teve a Rádio Magnífica, que o

padre Hélio por ter OAPC se antecipou e pleiteou o edital para obter uma rádio comunitária. Nesta época no Ministério já não tinha mais o rigor e a fiscalização para saber se dava para liberar uma linha dessas, tanto que ele obteve a concessão ferindo um dos preceitos das rádios comunitárias, pois ela não pode ser subordinada a outro órgão maior como seria o caso da OAPC. E nem a sociedade fez parte do conselho de programação da rádio, o que ficaria responsável para montar a programação e distribuir funções. A rádio que seria para servir a comunidade serviu como instrumento da igreja católica para transmitir as missas, o que não podia, pois aqui temos o candomblé e evangélicos, então todos teriam que ter o mesmo espaço, ou não ter programação religiosa. A única contribuição da rádio *Magnífica* para a comunidade foi a formação de profissionais da área do rádio. Do resto, ela sofria influência política e não era democrática, virou mais um canal da prefeitura. Com as denúncias das rádios comunitárias piratas, quem venceu foi as grandes empresas (ARAÚJO, 2019).

A partir das evidências coletadas pode-se inferir que é a política que define a imagem que os ouvintes têm das emissoras de rádio e a quem elas servem. No entanto, as concessões, por serem públicas, pertencem à sociedade e as emissoras deveriam servir a população, mas na prática os políticos e os empresários agem como se fossem donos das emissoras de rádio e TVs e as usam para interesses particulares.

Assim, as informações são passadas para os ouvintes com base na relação que a emissora de rádio tem com os políticos. Gómez (1997, p. 66) aponta que as notícias podem ser entendidas como um processo social no qual atores sociais fazem circular seus discursos, constituindo âmbitos de exercício e disputa de poder.

Para Gómez (1997), as notícias são criadas a partir dos interesses dos grupos que detêm o monopólio decisório na sociedade. E esses atores políticos buscam se relacionar com os donos das emissoras de rádio na busca pela formação de sua “imagem” junto à

opinião pública, por entender que esse veículo é um meio eficiente para influenciar as pessoas. Então o rádio passa a ser eficaz não só no estímulo do consumo, mas também das ideologias políticas.

No entanto, conforme Luiz Antônio Araújo, durante a gestão do seu pai, Salustiano Coelho de Araújo, nos anos 1990, à frente da Prefeitura de Cachoeira, ele buscou usar o sistema radiofônico de maneira mais democrática, em que os ouvintes pudessem falar do governo de forma livre. Segundo Luiz Antônio Araújo,

Durante a gestão de Salú a rádio de maior alcance era a rádio Vox em Muritiba, então nós fizemos um roteiro das ações do governo. Fechamos com um radialista que já tinha sido vereador, até fazendo oposição ao governo de Salú. Ele ficou responsável para ser a voz e fazer toda diagramação do programa de maneira que gerasse uma programação participativa, onde a população pudesse ser livre para falar o que achava da gestão de Salú. Ninguém era proibido de falar, independente de elogiar ou criticar. Também na gestão de Salú resgatamos o jornal *A Cachoeira*, porém com uma linha editorial diferente, pois não trazia nada do tipo: Salú é o melhor prefeito. Trazia um resgate Histórico da cidade, informação sobre educação, a implantação das creches e as merendas escolar, falava do projeto cidadão Calolé. Pois Cachoeira era o refúgio dos intelectuais, então era para falar da Cachoeira dentro de uma visão social e antropológica. Quem escrevia para as colunas era a jornalista Alzira Costa e um sociólogo amigo meu. Então você vai encontrar nesta época como tem que ser uma gestão democrática com esses meios de comunicação. E tínhamos como fotógrafo, Azenor Godinho, um dos maiores da Bahia (ARAÚJO, 2019).

Ainda sobre a discussão de um formato de gestão democrática com os meios de comunicação, destacamos também a entrevista do ex-prefeito Carlos Pereira, na qual ele pontua que:

Fui Prefeito da cidade da Cachoeira, entre 2013 a 2016, e neste período a gente tinha contratos com algumas rádios locais, como a Rádio *Paraguassu*

e a Rádio Ovox. Na qual fazia a publicidade da Prefeitura. Era o nosso principal meio de comunicação com a população cachoeirana, tanto para prestar conta das ações e investimentos da prefeitura, como para saber dos anseios e questionamentos da população em relação à gestão. Através deste meio, tanto eu, como os secretários davam as respostas necessárias para o povo. Tínhamos uma frequência de a cada 15 dias irmos aos programas das rádios para falar ao vivo com a população, por isso, os microfones eram abertos para que quaisquer cidadãos cachoeirano que quisessem falar com o prefeito ficassem livres para fazer qualquer pergunta ou tirar dúvidas. Nenhum popular nunca foi proibido de falar qualquer ato da minha gestão, seja ele bom ou ruim. Independente do contrato que a Prefeitura mantinha com a emissora. Sempre encarei de maneira saudável os questionamentos e reivindicações, acreditava que era uma forma de melhorar a gestão. Nunca interferi na programação das rádios e nunca disse a nenhum locutor para fechar o microfone para ninguém, por ter um contrato com qualquer emissora de rádio (PEREIRA, 2019).

No modelo de programação citado pelo ex-prefeito podemos classificar o que Ortriwano (1985) chama de rádio de mobilização: um formato que busca tornar o ouvinte participante da transmissão, mantendo um ritmo sempre dinâmico.

Ainda durante a entrevista, Carlos Pereira frisou que os contratos com as rádios aconteciam por meio de processo licitatório e que não mantinha nenhum tipo de contrato extra com as demais emissoras que não fosse através de licitação.

Para Haussen (2014, p. 01)

Rádio, cultura e política caminharam juntos na construção da identidade nacional brasileira. Desde os seu início, o veículo serviu de expressão às diferentes manifestações culturais do país, principalmente através da música, do esporte e da informação. Mas, possibilitou, também, outros usos, como o político e, também mais recentemente, o religioso.

Ainda sobre o papel das rádios, o feirante Manoel de Jesus Rodrigues destaca que as rádios locais representam uma maneira de se obter notícias da cidade, principalmente para quem tem um trabalho pesado e não dispõe de tempo para assistir televisão.

Eu gosto muito da programação das *rádios* daqui, pois sou apaixonado por rádio e as daqui sempre dão notícias da cidade e tocam boa música. Os radialistas também falam a verdade sobre o que acontece na cidade e cobram as coisas da prefeitura. Para mim, o que eles fazem é certo e não tem muito que reclamar do governo mesmo, ele paga certo aos funcionários e o povo vem me pagar também, pois tem lugar que não está pagando e para o comércio isso ruim. Eu gosto de ouvir as *rádios* para saber das notícias. Ouço notícias em todas elas. Ouço com Rob Junior, depois Ivanildo Paulo, Lancaster e os outros. Com a *rádio* eu consigo trabalhar e me manter informado. Quando acontece alguma coisa, eu já sei pelo rádio, é rapidinho. O rádio é meio mais prático. Pelo celular eu não sei de notícias, pois não tenho tempo de mexer e pela televisão também não tenho tempo e quando chego em casa à noite, já estou muito cansado. No rádio não, enquanto estou vendendo, estou ouvindo, arrumando minha mercadoria no final da tarde e continuo ouvindo, não preciso parar meu trabalho para ouvir o rádio. O rádio não empata em nada até dirigindo estou ouvindo o rádio (RODRIGUES, 2019).

Nunes (2000) contribui para essa discussão acerca do papel do radialista versos ouvintes e políticos:

Política, rádio e expectativas populares estão intrinsecamente relacionados. É se norteando pelas expectativas populares que o homem (comunicador), com base no conhecimento profundo da linguagem própria do seu veículo (rádio, no caso) constrói um discurso “político”, publicizando-o a si mesmo através da própria mediação/ intervenção/ acompanhamento dos fatos acontecidos na sociedade (NUNES, 2000 p. 4).

Esse é um dos interesses do político na figura do radialista: quanto maior a audiência do seu programa e a credibilidade que ele

passa para os ouvintes maior será sua influência junto ao ouvinte, o que pode transformar-se em votos.

Nunes (2000, p. 19) aborda a discussão acerca da carreira especificamente política, e analisa que a delegação de poder é transferida do ouvinte para o radialista, quando o último “é elevado à categoria de ‘delegado do ouvinte’”, transportando-se posteriormente para o campo político.

A entrevista do empresário e vereador Enio Cordeiro (DEM) corrobora para entendermos como funciona o processo de relação entre os políticos, meios de comunicação e radialistas no âmbito do poder legislativo em Cachoeira.

Sou vereador de primeiro mandato em Cachoeira. Decidi entrar na política por acreditar em um projeto de uma nova política. Sobretudo para a cidade da Cachoeira e mudar essa política de arranjos que é feita aqui. Apesar de que não é algo que acontece especificamente na cidade, mas dentro do sistema político. Geralmente os perfis dessa administração do executivo, são adotados dentro da moralidade como cada uma se constitui dentro da realidade política local. Nós enquanto vereadores e políticos agentes, precisamos levar a informação não só dos trabalhos que nós desenvolvemos e prestamos a sociedade, mas também tudo aquilo que é desenvolvido no decorrer do mandato. Então a forma mais democrática de levar estas informações é através da imprensa local e de cidades vizinhas, devido ao fato da Cachoeira ser bem centralizada, algumas rádios de outros municípios também chegam até aqui, como as rádios de Muritiba e Cruz das Almas. Eu não pago nada a nenhum veículo de comunicação e não tenho problema nenhum em aceitar convite dos radialistas e responder a qualquer questionamento que seja feito. Embora, exista manobra do poder executivo. Porém, a liberdade de imprensa existe para que os indivíduos possam publicitar aquilo que eles acreditam, sem barreiras ou restrições e coações. Apesar de que algumas emissoras as vezes não dão oportunidade a alguns colegas de falarem (CORDEIRO, 2019).

Conforme Bourdieu,

Para que a dominação simbólica se institua, é preciso que os dominados compartilhem com os dominantes esquemas comuns de percepção e de apreciação através dos quais eles se percebem como se os percebe; e que, dito de outra forma, seu conhecimento e reconhecimento encontrem seu princípio em disposições práticas de adesão e submissão que, por não passarem pela deliberação e decisão, escapam à alternativa entre o consentimento e a coerção (BOURDIEU, 1996. p. 13-14).

Para o Bourdieu (1996) nem sempre uma aceitação corresponde a uma submissão ou um debate seja percebido como coerção, isso devido ao revezamento das posições de poder ocupado pelos membros do sistema, em que os papéis ao mesmo tempo em que parecem definidos aparecem confusos.

Ainda de acordo com o vereador Enio Cordeiro, as restrições só acontecem quando a pauta é relacionada ao chefe do executivo, pois antes de iniciar a entrevista o radialista já quer saber qual assunto será discutido no ar. No seu entendimento, esta é uma maneira de restringir os temas a serem debatidos. Para ele, é desnecessário esse tipo de questionamento em um Estado democrático e restringir a fala de um representante do povo é o mesmo que calar a voz da população.

Compreendemos que cabe aos veículos de comunicação descrever, divulgar e/ou estimular tais relações que alcancem a concentração de poder em uma esfera ou outra. No entanto, Foucault (2012) em sua análise não considera o poder como um fenômeno de dominação densa e homogênea de um indivíduo sobre o outro, e defende que

(o poder) não é algo que se possa dividir entre aqueles que o possuem e o detém exclusivamente e aqueles que não o possuem e lhe são submetidos. O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. [...] O poder funciona e se exerce em rede. Nas

suas malhas, os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer esse poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. [...] o indivíduo não é o outro do poder: é um dos seus primeiros efeitos. O indivíduo é um efeito de poder e, simultaneamente, ou pelo próprio fato de ser um efeito, seu centro de transmissão. O poder passa através do indivíduo que ele constituiu (FOULCAULT, 2012, p. 284 – 285).

Ainda debatendo sobre “poder”, o vereador Enio Cordeiro (DEM) faz o seguinte relato:

Infelizmente hoje em nossa cidade eu vejo que ainda existe um domínio e o poder concentração de que você não pode falar muito e que você tem que ser limitado no que vai falar qual assunto você vai adentrar. Mas nós enquanto vereadores e representante do povo nós podemos falar, seja na tribuna, gabinete ou nas emissoras de rádios, seja aonde for, caso contrário, não teria sentido termos um mandato e não poder ser representante do povo. E aqui ainda insistem em manter as restrições. Recentemente houve uma situação e, eu não estava na cidade e um eleitor me ligou contando a situação e pediu que fizesse o contato com rádio para explicar a situação. Automaticamente, liguei para emissora, e o radialista logo perguntou sobre o que eu queria falar e qual era a minha pauta. Eu acho desnecessário esse tipo de pergunta, até devido ao momento onde havia divergência e, eu, tinha direito de me defender. Mas na nossa cidade alguns locutores vivem de politicagem e coloca quem trabalha contra o povo, pois vivem da politicagem. Isso tipo de comportamento é cruel e perverso. Quando mandam restringir e coagir por deter o poder econômico e político dentro da cidade. Não estamos mais no militarismo, precisam entender que estamos que vivemos na democracia (CORDEIRO, 2019).

Segundo a maioria dos entrevistados, em Cachoeira as emissoras de rádio por estarem atreladas a uma lógica comercial e o chefe do executivo por entender que o rádio é um veículo de manipulação da opinião pública, ele procura estar presente de

diversas maneiras. E, como os anúncios comerciais são escassos na cidade, os proprietários das emissoras de rádio buscam preencher as lacunas deixadas pelos comerciantes com os acordos feitos com os políticos. Então quanto mais dependente dos recursos políticos for a emissora, mais submisso será o radialista. Isso de alguma maneira torna-se quase inevitável com a necessidade da emissora e radialistas estarem atrelados a uma rede de relações políticas.

Nesta perspectiva, podemos trazer o debate de Bourdieu (1997) em relação à discussão sobre a televisão também para o rádio nos aspectos negativos da hipótese comercial, que leva a uma tentativa de despolitização do meio. Nesta mesma discussão, Barbeiro (1994) pontua que as emissoras quando se tornam dependentes dos anúncios para sobreviver, demonstram uma fragilidade econômica e uma fraqueza empresarial. Contudo, as pessoas reconhecem que sem os recursos financeiros da prefeitura seria praticamente impossível fazer rádio em Cachoeira.

Para o presidente da Câmara de Vereadores de Cachoeira, Josimar Barbosa dos Santos de Sousa, os cachoeiranos estão mais interessados em política, por isso as emissoras de rádio estão debatendo mais sobre o tema, mesmo sofrendo algumas restrições.

Hoje em dia as pessoas estão mais atentas à política e mais interessadas no tema. Tanto que o Ivanildo do Olha a Pititinga disse que audiência da rádio web é maior nos dias que ele transmite ao vivo a sessão da Câmara. E depois reprisa durante o dia toda a sessão. Com isso, ele consegue um número maior de anunciantes. Pois a Câmara não tem nenhum contrato com nenhuma emissora de rádio, diferente da gestão municipal que tem contratos altíssimos com os veículos de comunicação da cidade. A verba que a Câmara recebe é um duodécimo que é utilizado para as despesas da casa. Nós precisamos ter uma assessoria de comunicação, então contratamos uma jornalista. Em relação às emissoras de rádio, até foi pensado em fazer contrato, porém, atualmente, não temos. Mas temos uma relação

boa com os meios de comunicação. Quando solicitamos um espaço para divulgar qualquer ação, somos atendidos. Os proprietários de rádio disponibilizam o espaço, pois o debate político hoje dá audiência, então é interessante para eles. Principalmente agora que temos uma situação atípica no legislativo, onde conseguimos formar uma oposição composta pela maioria dos vereadores, pois antes a oposição era formada por dois ou três vereadores. E, excepcionalmente, a presidência da Câmara no primeiro biênio foi da oposição e o segundo também (SOUSA, 2019).

De acordo com as entrevistas dos vereadores, fica perceptível como a imprensa modifica as relações das forças políticas locais e como as emissoras de rádio e os políticos exercem influência mútua. Gomis (1988) alerta para a relação existente entre o sistema político e a imprensa, costumando ser o principal fornecedor de informações para ela.

Na contramão a tudo que tem sido destacado pelos entrevistados, o ex-prefeito Carlos Pereira durante a entrevista destacou que a população cachoeirana é testemunha de que durante a sua gestão ele não manteve nenhum tipo de influência sobre a programação das emissoras de rádio local.

Podem investigar, pois eu nunca mantive uma relação ditadora com as rádios, sempre deixei muito livre. Todos os vereadores que era de oposição ao meu governo nunca foram barrados para falar e sempre fizeram as suas cobranças, principalmente através da Rádio Web *Olha a Pititinga* que sempre teve mais esse perfil de falar da gestão e cobrar, algumas até de forma injusta, feitas pelo próprio dono da emissora, que trazia questionamentos que não eram verdadeiros. Mas sempre recebi de maneira tranquila e quando podia fazia questão de ir à emissora e falar a verdade, mas nunca influenciei a programação dos meios de comunicação para que só fosse ao ar o que fosse de interesse da nossa gestão (PEREIRA, 2019).

O presidente da Câmara de Cachoeira, Josmar Barbosa dos Santos de Sousa, também destacou a forte interferência do atual

líder do executivo, Tato Pereira, na programação dos veículos de comunicação em Cachoeira.

Eu entendo que exista uma importância em divulgar o trabalho da gestão municipal para que a população tenha conhecimento do que se faz com o dinheiro público. Mas o que existe e me incomoda é que o prefeito usa os meios de comunicação para se auto promover, o que é crime, inclusive. Atualmente até que ele deu uma diminuída, mas toda sexta-feira ele estava em um programa da Rádio *Paraguassu FM*, no programa do radialista Lancaster, que é o programa de maior audiência no município, pois a rádio tem um maior alcance por ser uma comercial FM, e o prefeito estava lá todas as sextas-feiras, das 8 às 9 horas, ou seja, 1 hora de auto promoção. Isso já foi até objeto de denúncia. Mas faz parte do jogo, digamos assim. Até quando inaugura uma obra, algo feito com o dinheiro público, ele usa para se auto promover, e passa para ser veiculado em todos os tipos de mídias possíveis, e o prefeito se intitulando como o melhor prefeito do Brasil. Ele se aproveita muito da mídia, a mídia aqui é... democrática (risos) (SOUSA, 2019).

Os meios de comunicação, mesmo considerados democráticos, vêm se constituindo como um verdadeiro monopólio dos políticos em um país considerado democrático. O Brasil vai na contramão, e o espaço que era para servir à comunidade torna-se, em sua maior parte, objeto de oligopólio da classe empresarial e política, a serviço de seu exclusivo interesse de classe.

Para Comparato

Nos países em que vigora claramente o regime oligárquico sob aparências democráticas, como é o caso do Brasil, a exploração dos mais importantes órgãos de comunicação de massa é feita por grupos empresariais privados, estreitamente afinados com os interesses de sua classe, que controla o governo nacional e o Parlamento. Nesses países, o desenrolar das eleições mais importantes faz-se sempre sob a influência decisiva da propaganda veiculada pela grande imprensa, pelo rádio e, sobretudo, pela televisão (COMPARATO, 2001, p.11).

Para o autor os meios de comunicação passaram a ser o verdadeiro espaço público de deliberação da agenda política. São esses meios, junto com os governantes, que decidem qual tema será discutido. Comparato (2001, p. 10) também afirma que a “emissão de ondas hertzianas aumentou a capacidade de comunicação simultânea, para alcançar a multidão dos iletrados, primeiro em lugares fixos e depois em qualquer lugar, mediante aparelhos portáteis”.

O depoimento do vereador Enio Cordeiro casa bem com o que Comparato (2001) fala sobre a capacidade de alcance que a rádio tem em detrimento a outros veículos de comunicação.

Infelizmente, devido ao baixo valor do duodécimo da Câmara e as restrições regimentais, nós, do legislativo, não temos condições de fazer parcerias com os veículos de comunicação, principalmente as rádios, para que pudéssemos divulgar nossos trabalhos. O antigo presidente da Câmara, Júlio Cesar, tentou junto com o colegiado fazer uma parceria com a Rádio *Paraguassu* FM, não deu certo, pois a Rádio colocou algumas restrições e não pudemos. Pois dentro do regimento da Câmara diz que podemos divulgar os trabalhos da casa. Então, devido às barreiras contratuais, tivemos que buscar outra maneira de divulgar nossos trabalhos que não fosse a rádio. Então passamos a transmitir as sessões ao vivo através do site da Câmara e depois fizemos uma parceria com a Rádio Web *Olha a Pititinga*. Porém, sabemos que não tem a mesma abrangência de uma Rádio FM. O radialista Lancaster, da Rádio *Paraguassu*, transmitia algumas de nossas falas no seu programa do dia seguinte à sessão. Porém, quando nós do legislativo passamos a cobrar mais da gestão municipal e passamos a dar mais embasamento às nossas falas e devido à audiência começou repercutir em todo município. O prefeito da cidade começou a sentir incomodado e pegou um espaço que era nosso e comprou de maneira contratual. Mais uma vez o prefeito ofuscou a nossa fala e proibiu as pessoas de ouvir e participar dos debates do que está acontecendo na cidade. Pois ele sabia que para as pessoas terem acesso aos debates da sessão, ou teriam que vir à Câmara ou ouvir através do site. Nem

todos tem acesso à internet e as sessões são realizadas à noite, então a maioria das pessoas não vem (CORDEIRO, 2019).

Para dialogar com o que o vereador relata, buscamos as discussões de Comparato (2001), o qual discute que um debate só seria público se tivesse a participação do povo nas sessões da Câmara, se esses, de fato, acompanhassem as discussões. Mas o debate parlamentar em si não é importante para democracia, pois ele não consegue alterar minimamente a intenção de votos. “Jamais se viu um partido da situação mudar de opinião sobre uma questão política, diante dos argumentos apresentados pela oposição, e vice-versa” (COMPARATO, 2001, p. 11).

Para o autor o espaço público de deliberação passou a ser os meios de comunicação.

O verdadeiro espaço público de deliberação política passou a ser, assim, aquele oferecido pelos veículos de comunicação de massa. São eles – rectius, os seus controladores – que decidem sobre a divulgação ou não das questões discutidas e votadas no Parlamento. São eles que, de fato, propõem à discussão parlamentar grande número de questões, tornadas em seguida objeto de comissões parlamentares de inquérito, ou de projetos de lei (COMPARATO, 2001, p. 11).

Partindo deste entendimento, podemos entender o interesse cada vez maior dos políticos nas emissoras de rádio, principalmente em Cachoeira onde o rádio é praticamente o único meio de se obter notícias do município, sendo o veículo de comunicação mais ouvido pela população local.

O vereador Enio Cordeiro ainda relata que no município, mesmo com o surgimento das redes sociais, ainda existe uma grande concentração de poder do Executivo e uma politicagem forte por via dos meios de comunicação.

A imprensa não é liberada para que ela possa fazer o papel dela que é informar a população sobre

o que de fato acontece na cidade. Pois quando mostramos dados da péssima administração do poder executivo, esses dados não são divulgados pela maioria dos programas de rádio. Pois o prefeito não quer que a população tenha conhecimento dos fatos, e os meios de comunicação para não se indispor com o prefeito, não fazem seu trabalho. E prestam serviço apenas para o prefeito, pois só divulgam o que é bom da gestão, para que as pessoas acreditem que a administração é boa. Então, como é que nos calam, calam o povo e a imprensa? Da forma que já percebeu, pagando (CORDEIRO, 2019).

Desta forma é incompatível afirmar que a liberdade de expressão só pode acontecer através dos meios de comunicação, haja vista que estes são explorados pelos políticos, que agem como se esses meios fossem sua propriedade e usam-nos para interesses particulares. A população tem direito de tomar conhecimento sobre o que os governantes legislam e aprovam, tanto no Poder Executivo como no Legislativo. Este debate deveria partir dos meios de comunicação social, porém o que temos em Cachoeira, de acordo com os entrevistados, é um debate falseado sobre a vida política e econômica da população.

No município de Cachoeira, conforme as entrevistas, a situação em relação ao chefe do executivo e aos meios de comunicação se tornou ainda mais grave, pois o grupo político que comanda a cidade também é o grupo que tem a maior fatia do poder econômico, visto que é dono da maioria das casas comerciais existentes na cidade. Assim, tanto os meios de comunicação como a população são reféns desse sistema. Como relata o presidente da Câmara de Vereadores de Cachoeira.

Eu nunca votei no grupo Pereira, não por ter problemas pessoais com eles, mas por entender que eles já detêm a maior parte do poder econômico que é gerado na cidade e ainda ter o poder político. Desta forma o poder fica todo concentrado em uma única família. Mas hoje

temos mais esperança que isso possa mudar, principalmente com as redes sociais. Veja o caso das eleições para presidente do Brasil. Nós mudamos, pode até ser para pior, mas isso gera uma esperança que o povo não aceita mais ser comandado durante anos por um mesmo partido. Então nós vamos mudar até acertar, só não podemos aceitar esse continuísmo do errado. Não dá para viver o tempo todo a mercê desta política clientelista, onde eles se aproveitam da vulnerabilidade econômica das pessoas para fazer assistencialismo em troca de voto. Isso sem contar as cooptações de lideranças para se tornarem cabo eleitoral por qualquer valor. Já fizemos denúncias, mas o prefeito sempre se safa. Nem o plano de governo ele consegue cumprir pelo menos 20%. No dia da mentira nós compartilhamos durante a sessão o plano Pinóquio. E teve resultado, pois as pessoas na rua comentavam e compartilhavam nas redes sociais. Isso acontece, pois ele passa quatro anos irrigando a miséria da população para se aproveitar dessas situações de vulnerabilidade social na hora de se reeleger. Por isso, é difícil ir contra esse sistema, pois quem está à frente é uma pessoa que detém o poder econômico e o poder político e que, para permanecer com esses poderes é capaz de tudo (SOUSA, 2019).

Porém, na concepção do ex-prefeito Carlos Pereira, tanto ele como o seu tio e atual prefeito, Tato Pereira, sempre tiveram a intenção de gerar emprego para a população cachoeirana. Apesar do discurso de algumas pessoas ser contrário, pelo fato dele e o tio terem comércio na cidade, o que no seu entender é um pensamento errôneo.

Quanto mais emprego for gerado, maior será o poder de compra da população, ninguém quer colocar uma empresa em uma cidade com a economia fraca, pois a chance de dar errado é bem maior. Então essa visão é muito equivocada. Na minha gestão abriram vários estabelecimentos comerciais na cidade como a pousada do Pai Tomás, armazém Sousa, Subway, entre outras. Eu ficava feliz como gestor, empresário e cidadão. Também acredito que se nosso grupo não tivesse feito com que a cidade evoluísse não teríamos

essa aceitação. Eu acho que o gestor que não conseguir gerar renda e emprego, ele terá grande dificuldade de aceitação, que inclusive foi uma bandeira levantada da gestão atual foi justamente gerar emprego, e se ele não conseguir fazer isso, terá uma resposta negativa por parte da população, além do perfil de coronel que Tato tem (PEREIRA, 2019).

Santos e Capparelli (2005) citam Robert Gay para apresentar duas formas de clientelismo: o clientelismo autoritário que é pautado na ameaça e na possibilidade de punição e o semi-clientelismo que é pautado na possibilidade de sedução e nas promessas de vantagens.

Diante do relato do presidente da Câmara de Cachoeira e do ex-prefeito Carlos Pereira, pode-se dizer que o prefeito da cidade exerce os dois modelos de clientelismo no município. Ainda sobre a manutenção da miséria da população para obtenção de vantagens, o Vereador Enio Cordeiro faz a seguinte observação:

É muito ruim para a cidade quando você tem um gestor que detém os dois principais poderes como o político e o econômico. Recentemente eu fui mentor de trazer uma fábrica de ki-suco para Cachoeira, devido a forças políticas e econômicas, o gestor municipal entendeu que talvez uma fábrica vinda a Cachoeira através de um vereador, isso daria conotação e visibilidade ao vereador, principalmente por não concordar com tudo que faz na gestão, além de gerar outra fonte de renda para população e os outros empresários do município também queriam. Você percebe o quanto é pequeno e mesquinho esse tipo de pensamento e que o gestor não pensa no seu povo. Isso foi negligenciado pelo prefeito. E de certa forma, teve o apoio dos veículos de comunicação, pois isso era um debate para ser massificado, mas as emissoras de rádio não deram a importância que o assunto pedia. E omitiram da população uma situação que era do interesse dos cachoeiranos. Eu lutei para trazer essa fábrica, mas enquanto vereador tenho minhas limitações. Passei o bastão para ele, com tudo pronto. Só bastava ele fazer a parte dele enquanto gestor. Se o prefeito não fosse tão egoísta, saberia que

isso daria visibilidade à gestão dele. Infelizmente a fábrica foi para outra cidade e bem menor do que Cachoeira (CORDEIRO, 2019).

Na entrevista, Carlos Pereira destacou que tudo na vida tem início meio e fim, e que a família dele está completando 16 anos na administração de Cachoeira e que os Pereira contribuíram muito com desenvolvimento do município, mas não têm pretensão de um poder vitalício.

As relações de poder são organizadas pelo sistema ideológico à iminência de acordo com o período e as necessidades sociais. O surgimento da humanidade é permeado pela ação de lideranças, nos mais diversos setores e contextos. Nos meios de comunicação essas relações são consideradas, “sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidos nessas relações” (BORDIEU, 2002, p. 11). Desta forma, cabe aos meios de comunicação estimular ou não as relações que resultem na concentração de poder em uma esfera ou outra.

Outra entrevista que discute como funciona a relação do poder político e os meios de comunicação no município da Cachoeira foi a do tecnólogo em gestão pública e ex-assessor do ex-prefeito do município Carlos Pereira, e atual assessor do presidente da Câmara de Cachoeira, Cleber Brito.

A forma como os meios de comunicação são utilizados em Cachoeira foge completamente da sua função, pois estão mais a serviço dos poderes públicos do que da população. O viés da programação é mais política e serve ao poder executivo. Foge do objetivo de informar as pessoas sobre o que de fato está acontecendo na administração pública, onde e como está sendo investido o dinheiro público. Isso eu percebo tanto como cidadão como colaborador da administração pública. No período de 2014 a 2016 houve uma pequena mudança nesta relação, pois quem cuidava da parte dos meios de comunicação

era uma jornalista que buscava passar para os veículos de comunicação as ações do prefeito da época, Carlos Pereira. Também existem falhas dos locutores das rádios, pois eles divulgavam notícias da gestão sem ir certifica-se que aquilo de fato estava acontecendo e ficavam no *dizem isso, ouvir dizer aquilo, mas nada concreto*. Parece que só querem polemizar para obter vantagens ou só depois deixar que a pessoa envolvida se explicasse (BRITO, 2019).

Na interpretação de Carvalho (2005) o poder do coronel na cidade acontece da seguinte maneira:

O governo estadual garante, para baixo, o poder do coronel sobre seus dependentes e seus rivais, sobretudo cedendo-lhe o controle dos cargos públicos, desde o delegado de polícia até a professora primária. O coronel hipoteca seu apoio ao governo, sobretudo na forma de votos. Para cima, os governadores dão seu apoio ao presidente da República em troca de reconhecimento por parte deste de seu domínio no Estado (CARVALHO, 2005, p. 132).

Para o autor existia uma troca de interesse entre os coronéis e os políticos, entre eles criava-se uma relação mutua de interesses em comum. Contradizendo essa relação de cliente e patrão, Cleber Brito ainda ressaltou que o ex-prefeito Carlos Pereira via nas notícias das rádios uma forma de colaboração com a gestão, pois quando os locutores faziam alguma denúncia sobre qualquer coisa que a gestão deixou de fazer, o prefeito, assim que sabia, mandava o secretário responsável fazer.

Carlos Pereira não via as informações sobre a gestão como uma perseguição política. Ele entendia que a rádio estava divulgando para que a gestão tomasse providencias, pois mesmo a cidade sendo pequena não tem como ele tomar conhecimento de tudo que acontece e nem a população ir informar diretamente a ele ou aos secretários. Para o prefeito da época, esses informes eram uma maneira de melhorar a administração. Atualmente, o que estamos vendo

é uma interferência forte do poder executivo na programação das rádios, sobretudo da principal rádio que é a Paraguassu, por ser a única FM da cidade e tem um maior alcance. Hoje ela tem dois programas jornalísticos, um no período da manhã e outro meio dia. O de meio dia eles ainda fazem algumas leituras de blogs e redes sociais que divulgam notícias da cidade, mas no das 7 às 9 horas é bem direcionado, pois só fala bem do gestor municipal. Tanto do de Cachoeira como o de Santo Amaro. Essa é minha percepção, enquanto ouvinte e cachoeirano (BRITO, 2019).

O poder político, neste caso, une o monopólio da força econômica e da força simbólica, suprimindo informações que sejam diferentes daquelas que atestam a legitimidade da sua gestão. Assim, cauciona seu controle sobre o conjunto da vida coletiva. O que vai contra o princípio de que o direito fundamental à informação, bem como a liberdade cidadã de expressão, é exercido hoje através dos veículos de comunicação de massa.

No entanto, no município de Cachoeira os contratos para uso de manipulação dos meios de comunicação ainda é muito comum, como pontua o advogado e ex-vereador José Luiz da Anunciação Bernardes.

A compra de espaço de emissora é uma prática muito comum. O radialista e o dono das rádios estão querendo pagar as suas contas, então chega o prefeito e faz uma proposta vantajosa, ele não vai recusar. Quando eu fui vereador no período em que Raimundo Leite e Zé Fernandes foram prefeitos, e naquela época já tinha pessoas que trabalhavam na emissora de rádio que ganhava mais que um médico, que logicamente, é uma das profissões mais bem pagas em qualquer município. Isso os radialistas que tinham uma maior popularidade entre os ouvintes. Naquela época, esse radialista tinha um contrato de mais de dez mil por mês, e o médico recebia oito mil. Isso levando em conta que o serviço do médico é algo essencial. Porém o radialista tinha um papel político importante para as eleições municipais. Ele era porta voz do gestor e não do município. Eu

estou dizendo, pois vi isso no Tribunal de Contas. Claro que o Tribunal não fez esse paralelo, mas eu, como vereador fiscalizador, fiz. Isso ainda falando de uma coisa meio que “sadia”, pois poderia acontecer do cara ganhar dez e devolver cinco ao prefeito. Isso se chama lavagem de dinheiro. Se o radialista não denunciar e nem o COAF, é claro a lavagem de dinheiro. Apesar de que, neste caso específico, conhecendo o radialista, duvido que ele tenha devolvido um real (risos) (BERNARDES, 2019).

Para Nunes a figura do radialista na estratégia político é

A estratégia é o uso de táticas de aproximação do político da realidade cotidiana da população. Introduzi-lo na casa do eleitor, torná-lo conhecido, familiar. É o caso dos políticos ou dos comunicadores que usam a mídia (rádio, televisão ou jornal), para aferir o movimento das expectativas dos eleitores e que vão modificando sua proposta política original de acordo com as transformações pelas quais vão passando os desejos do eleitorado (NUNES, 2015, p. 230).

O radialista, a partir do seu conhecimento próprio de comunicador do rádio, constrói um discurso projetando sua imagem a ponto de ganhar o respeito e a credibilidade dos seus ouvintes, tornando-se objeto de desejo dos políticos que pagam cada vez mais caro por tê-los como seu aliado. Proclamando assim outra função que foge à essência do rádio que é atender ao interesse público.

Como o serviço que o jornalismo pode prestar é a produção e circulação de informações, servir ao interesse público significaria colocar à disposição do público os repertórios informativos necessários para que ele possa influenciar a decisão política e a gestão do Estado, para que possa fazer-se valer na esfera política. Servir ao interesse público é servir à cidadania, no sentido de possibilitar que a coisa pública, o bem comum, seja decidido e administrado segundo o interesse geral da sociedade (GOMES, 2009, p. 80).

No papel de ex-vereador do município da Cachoeira, José Luiz da Anunciação Bernardes afirmou em entrevista que os radialistas

sempre faziam perguntas capciosas aos vereadores que eram oposição à gestão municipal. Isso na época que só existia uma emissora de rádio comunitária e um jornal impresso na cidade, o jornal *O Guarany*. Para o entrevistado as rádios são negócios, e como qualquer empresa que faz investimentos ela quer obter lucro. Então ela só vai produzir e reproduzir o que gera capital. “Essa história que rádio é um meio de divulgação cultural e integração regional, é balela. A programação da Rádio *Paraguassu* é toda com artistas de fora. Seria bom que eles tivessem uma visão cultural, mas não têm” (BERNARDES, 2019).

Neste sentido, Mattos afirma que

As emissoras de rádio devem atuar como elemento de integração regional, capaz de destruir barreiras, preconceitos e de reduzir distâncias, transmitindo a sensação de que os espaços entre os lugares estão cada vez menores. Como instrumento de integração regional, o rádio é o mais eficiente meio democrático de divulgação de cultura e utilidade pública. Isto porque este veículo pode e deve exercer o papel de resistência contra a alienação dos valores culturais, preservando os valores e peculiaridades regionais e garantindo a diversidade cultural (MATTOS, 2003, p. 64-66).

Para o autor, o rádio deveria ser o principal canal imparcial de informação para a população, além da função de integração. Já para o presidente da Filarmônica quem deveria cumprir o papel de prestar serviço à população cachoeirana e contribuir para a integração regional seriam as rádios públicas.

Quem deveria cumprir o papel de uma rádio voltada para atender à população de forma imparcial deveria ser as rádios públicas. Em Cachoeira esse papel deveria ser da UFRB, até por ser uma universidade pública. Pois cobrar imparcialidade de uma rádio comercial do setor privado é o mesmo que esperar a ressurreição de um Elias (O profeta Elias foi um profeta conhecidos da Bíblia, citado tanto no Antigo Testamento quanto no Novo). Pois os mecanismos são outros. A

UFRB tem um estúdio, um curso de comunicação, com alunos de todas as cidades do Recôncavo, com uma estrutura que é dela, não precisa pagar aluguel e que tem professores que não ganham tão mal quanto os do ensino médio e não sabe aproveitar toda essa estrutura. É uma lástima que eles não saibam aproveitar a importância política que a UFRB tem para Cachoeira. Infelizmente me parece que vivem fechados no gueto e se tornam tão insignificante politicamente que não elege nem vereador. O que esse pessoal da UFRB vem fazendo politicamente por Cachoeira há dez anos? Qual o motivo de não colocar uma rádio na UFRB? Gostaria de saber (BERNARDES, 2019).

A legislação brasileira de radiodifusão não especifica conceitualmente sobre o funcionamento das rádios universitárias, dos setores públicos ou privados. A legislação só faz referência ao fato de que elas possuem competência para existir e que estão na modalidade de rádios educativas, podendo ser AM ou FM. No entanto, Ferrareto (2000) afirma que não é fácil obter concessões para rádios universitárias devido aos procedimentos legais, os quais ele lista:

Sem fins lucrativos, as rádios educativas são mantidas pela União, governos estaduais ou municipais, fundações constituídas com esta finalidade e universidades. O procedimento para obtenção de um canal difere do das emissoras comerciais, embora os primeiros passos sejam semelhantes: 1º - Verificar, no Plano Básico de Distribuição de Freqüências, se há um canal educativo disponível para a localidade onde se pretende instalar uma emissora. 2º - Se não há, é necessário encaminhar um pedido de análise ao Ministério das Comunicações, junto com uma proposta de viabilidade técnica elaborada por um engenheiro habilitado, demonstrando a possibilidade de inclusão do canal. 3º - A outorga do serviço de radiodifusão educativa não depende da publicação de edital. Basta, portanto, um requerimento ao ministro das Comunicações, anexando comprovação da disponibilidade de recursos financeiros. Pedido semelhante deve ser enviado à Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto, com as justificativas do ponto

de vista cultural, descrevendo ou incluindo: - carências educacionais existentes na área de abrangência da futura emissora; - existência na capital do estado ou na região de produção e utilização de programas (distribuição, recepção e avaliação); - potencialidade da capital do estado ou da região em fornecer os recursos humanos necessários, comprovando também a existência de cursos em áreas pertinentes à radiodifusão educativa; - programação para os 12 primeiros meses de funcionamento da rádio; - estudo da estrutura provável da emissora em que se prevê a participação direta dos municípios da área de abrangência da rádio a ser instalada; - parecer favorável da Secretaria Estadual de Educação sobre a instalação da emissora e a possibilidade de ser utilizada no ensino. 4º - Com o parecer favorável da Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto, o pedido é encaminhado ao ministro das Comunicações, a quem cabe decidir sobre a outorga. Os procedimentos, se seguidos à risca, encaminhariam a programação das rádios educativas a uma atuação mais pertinente às demandas e carências educacionais locais. No entanto, conforme já apresentado, a falta de fiscalização do compromisso assumido deixa margem para que essa atuação, mesmo que planejada, não se opere de fato (FERRARETO, 200, p. 49).

Geralmente as emissoras educativas buscam fazer uma programação diferente das rádios comerciais, buscando contemplar, principalmente, os grupos minoritários, trazendo assuntos relacionados a diferentes setores da população, reconhecendo a pluralidade cultural e democratizando a comunicação.

Nesta perspectiva, o ex-prefeito Carlos Pereira tem uma opinião diferente do presidente da filarmônica, José Luiz Bernardes, pois, no seu entendimento, todo esse processo de clientelismo existe devido à pequena quantidade de veículos de comunicação existente na cidade. Para ele o monopólio dos meios de comunicação faz com que todos fiquem reféns, tanto os políticos como a população.

Eu acho que nunca é bom a gente ficar refém de nada, são sempre bons termos muitas opções

e opiniões diferentes em espaços diferentes de comunicação, pois o monopólio dos meios de comunicação é muito ruim, pois aquilo que é dito naquele único jornal ou rádio se torna uma verdade absoluta e as pessoas recebem aquela informação como se fosse verdade e muitas vezes não é. Às vezes é só uma opinião de alguém ou do radialista e que não correspondem com a realidade dos fatos. Então é sempre bom ter outros meios que tragam outras versões dos fatos e tragam outras informações. Isso seria muito importante para a cidade e a população cachoeirana. Mesmo com a chegada das redes sociais, o rádio em Cachoeira ainda exercesse muita influência sobre a opinião da população, não mais como antes, mais ainda tem certa influência e poder sobre a opinião da população (PEREIRA, 2019).

Para alguns teóricos, a exemplo de Martín-Barbero (1997), a discussão sobre reduzir a dinâmica de produção do rádio e televisão a uma mera associação concentrada unicamente na relação de dominação e manipulação já está ultrapassada. No entanto, não é possível ignorar a questão da dominação e manipulação da imprensa em Cachoeira, uma vez que os próprios radialistas focam nestes elementos por entenderem que têm tal poder sobre os ouvintes.

Mas a população cachoeirana demonstra anseio pela existência de um novo meio de comunicação mais comprometido com o interesse geral da população, como no caso do professor Pedro Borges. Para ele seria uma grande conquista existir em Cachoeira um veículo de comunicação que não dependesse financeiramente da prefeitura e fosse capaz de ser independente.

Que maravilha seria o surgimento de meios de comunicação independentes do dinheiro da prefeitura. Mas infelizmente já tem 16 anos que o poder permanece nas mãos de uma mesma família, e por isso nada muda. Infelizmente em Cachoeira não tem uma pessoa com o poder econômico maior que o deles para retirar o poder das mãos da família Pereira. Qualquer veículo que seja comercial e busque um formato diferente

não vai encontrar apoio para isso. Por mais que a população reclame, mas quando é próximo das eleições os Pereiras dão um jeito de reverter. Também a população na sua maioria retira sua renda das casas comerciais que são deles ou da Prefeitura, por isso ninguém tem coragem de ir contra o sistema deles. A população cachoeirana vive sobre o domínio da família Pereira, e levará muito tempo ainda para essa realidade mudar. Eu tenho um jornal, O Guarany que não possui vínculo com o jornal *O Guarani*, que existiu em Cachoeira no século XIX, e por não aceitar tudo que o poder executivo dita, não recebemos nada de verba vinda da Prefeitura. Os meios de comunicação precisam ser ampliados em Cachoeira para sairmos desse monopólio. O coronelismo ainda impera por aqui (BORGES, 2019).

Geralmente a figura do coronel era ligada a pessoas que mandavam ou tinham o desejo de mandar em um determinado local ou cidade. Essas figuras “mandonas” eram sempre ligadas a políticos. Em Cachoeira o próprio coronel é também o político. Haja vista que todas as entrevistas apontam o atual prefeito Tato Pereira e sua família como os coronéis da cidade.

Mesmo não sendo o dono de nenhuma das emissoras de rádio no município de Cachoeira, o prefeito Tato Pereira exerce uma grande influência na programação desses meios, tornando-se o principal e mais influente cliente e pautando os assuntos, além de influenciar a participação dos ouvintes nas programações das rádios locais. Como abordou o entrevistado Luiz Cláudio Nascimento:

Cachoeira por ter sido um grande polo comercial possuiu um grande número de jornais escritos. Depois veio a falada. Mas a programação das rádios em Cachoeira segue ainda uma programação estilo a do seu Elias Paco Paco e seguindo a linha da TV Bahia que não fala mal da gestão do prefeito Netinho, pois a emissora é da família dele. Aqui em Cachoeira ele, os radialistas fazem do mesmo jeito, de um jeito amador, claro, pois o modelo de abordagem não mudou desde o tempo do seu Elias. Quando alguém liga na rádio

para fazer alguma denúncia, do tipo para informar que o poste da rua está sem lâmpada, ou que a rua está esburacada. Eles colocam como se essas fossem as únicas atribuições de um Prefeito. O radialista da rádio Web e da Rádio Paraguassu, eles não falam dos problemas sociais da cidade. Por exemplo, Cachoeira tem 33 mil habitantes e 7 mil pessoas com problemas mentais registradas no CAPS, ou seja, quase um terço da população tem problemas mentais. Mas tendemos a não mostrar nossos loucos e nossos deficientes. E mais de 60% da população vive de bolsa família. No entanto, desde a chegada da UFRB que o PIB da cidade aumentou significativamente, mas o IDH continua o mesmo percentual antes da chegada da UFRB. Ou seja, a cidade ficou mais rica e a população continua pobre. Mas ninguém fala isso, pois se falar o prefeito manda lhe bater. Eu já recebi várias ameaças por falar isso. E quando ligo na emissora de rádio para falar, o radialista quando percebe que é eu, diz “você só quer polemizar e desliga o telefone na minha cara” (NASCIMENTO, 2019).

Para Nunes (2015) a campanha eleitoral nos meios de comunicação não começa apenas próximo às eleições, mas durante todo o mandato do político. É através dos meios de comunicação que a imagem do político é construída, então sua imagem tem que ser a mais próxima possível da realidade da população local.

O candidato não pode surgir para a vida política apenas durante o período em que a campanha oficial regulamentar dura. Seu ingresso na vida política se dá de forma articulada, lenta; estratégias de marketing são pensadas e colocadas em prática. Há o agendamento de fatos envolvendo o suposto “candidato” ao ingresso à vida política, estreitam-se os laços que o ligam a determinados segmentos sociais, prepara-se a sintonização da proposta política do futuro candidato com as expectativas daquele grupo social que se identificará e se projetará nele. Ele passa a ser notícia, seus passos, suas atitudes, sua vida; tudo vira uma enorme vitrina e reflete seu passado e suas propostas para o presente e o futuro político (NUNES, 2015, p.230).

Para a autora tanto os políticos como os comunicadores usam os veículos de comunicação para criar uma relação de aproximação do político com a comunidade, tornando-o uma pessoa próxima, modificando assim suas estratégias políticas, adequando-as de acordo com as transformações pelas quais vão passando os desejos do eleitorado.

Para Romário Costa Gomes a volta do jornal *A Cachoeira* seria uma possibilidade de uma mídia independente. Segundo ele, “se conseguir reabrir o jornal *A Cachoeira* teremos na cidade um jornal independente, pois não dependo do prefeito, nem da Câmara e nem de empresários”. Já Erivaldo Carneiro do Rosário lamenta que a cidade de Cachoeira e os meios de comunicação tenham chegado a esse estado de esquecimento e degradação.

Cachoeira economicamente era a segunda em termos de econômico, políticos e culturais. Chegando a ser a mais próspera vila do Recôncavo e do Brasil, sendo muito cobiçada. Daí passou de freguesia à vila, de vila à cidade, recebendo vários títulos honoríficos, como o de cidade heroica e histórica, cidade monumento nacional. Mas infelizmente todos aqueles artigos que Emílio Garrastazu Médici assinou em 1971, elevando a Cachoeira ao título de monumento Nacional, nada foi cumprido, mesmo a cidade sendo tombada, pois os verdadeiros cachoeiranos que ocupavam cargos na política como deputados, senadores, entre outros, morreram, e nós não conseguimos mais eleger outros homens com a mesma competência e dedicação à Cachoeira, como os que se foram como Ernesto Simões Filho, Augusto Aristides Milton, entre outros. Hoje está muito difícil. Até que o prefeito atual traz alguns deputados para vir falar aqui, solicita e reivindica. Mas não consegue muita coisa. E os meios de comunicação estão limitados. Estamos falando de uma cidade pequena e que boa parte da população sobrevive do trabalho na prefeitura. O atual prefeito foi meu ex-aluno, então sempre converso com ele, sem precisar atacar ninguém. Mas não podemos negar que os meios de comunicação têm uma importância significativa para Cachoeira.

Mesmo com suas limitações, seria pior se não os estivéssemos. Pois não saberíamos de nada que acontecesse na cidade. Temos o jornal *O Guarany* que é distribuído gratuitamente. Principalmente durante as festas magnas na Câmara, e o professor Borges não recebe nada da Câmara. Então temos que agradecer ao professor Pedro Borges por termos um jornal escrito e o menino Ivanildo da Pititinga que é quem mais divulga notícias da cidade (ROSÁRIO, 2019).

O tombamento ao qual o entrevistado se refere é um instrumento de reconhecimento e proteção do patrimônio e pode ser feito pela administração federal, estadual e municipal. Em esfera federal o tombamento foi criado pelo Decreto Lei nº 25, de 30 de novembro de 1937. De acordo com o decreto, é tombado o conjunto de bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação é de interesse público, quer por seu atrelamento a fatos memoráveis da história do Brasil, ou por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico. Esses bens e imóveis depois de tombados ficam sobre a tutela do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). No caso de Cachoeira, a cidade foi tombada pelos seus serviços memoráveis à história e seu patrimônio arquitetônico.

Para o professor Erivaldo Carneiro do Rosário faltou a força de um político cachoeirano na esfera política de maior escalão para que a maioria dos benefícios que uma cidade tombada merece saísse do papel e chegasse até a heroica Cachoeira.

Considerações finais

Ao optar por estudar as rádios no município de Cachoeira busquei por evidenciar a importância deste veículo de comunicação para a população de uma das mais importantes cidades do recôncavo baiano, considerando as condições históricas e a conjuntura política e social. Contudo, não se trata apenas de um simples resgate da história do rádio em Cachoeira, apesar de ser fundamental entender o passado para melhor compreensão do presente, mas sim buscar compreender e analisar como os fenômenos de controle do poder político interferem na manutenção e sobrevivência dos meios de comunicação no município, frente ao seu papel social para com a comunidade local.

O objetivo foi identificar como as transformações socioculturais e tecnológicas impactaram no desenvolvimento do rádio, assim como sua importância na preservação da cultura e a influência do poder político na programação das rádios.

No que se refere aos fatores para a sobrevivência dos meios de comunicação em Cachoeira, a falta de publicidade e de patrocínio dos comerciantes locais destacam-se como os fatores mais citados pelos proprietários das emissoras de rádio e de jornais. A decadência econômica do município contribuiu para que os veículos de comunicação, principalmente as rádios, ficassem cada vez mais dependentes do poder executivo local. Conforme o jornalista e advogado Romário Gomes, o atual (2019) prefeito da cidade Tato Pereira e seu irmão Edson Pereira são proprietários de mais da metade das casas comerciais da cidade, fazendo com que a família Pereira seja a maior geradora de renda e emprego do município.

Nesta perspectiva, as emissoras que decidiram romper com os prefeitos da cidade não conseguiram manter-se em funcionamento,

como no caso da primeira rádio de Cachoeira, o serviço de alto-falante Rádio da Primavera, quando seu proprietário, Elias Cardoso, passou a manter o serviço só com propaganda e dinheiro próprio.

Já a primeira rádio com transmissor FM, a Rádio Comunitária Magnífica, quando seu diretor tinha um bom relacionamento com o gestor municipal, conseguiu manter a rádio funcionando durante 20 anos, mesmo a concessão sendo concedida à Obra de Assistência Paroquial de Cachoeira (OAPC), um órgão superior à rádio, de cunho financeiro, religioso e não global, o que é proibido para obter a outorga de uma emissora comunitária. Destacando que as concessões de uma emissora de rádio não são concedidas pelo prefeito, mas pelo Congresso Nacional. Neste caso, o destaque é para a influência política do mesmo.

Este contexto de poder político e econômico aponta para o aumento crescente da interferência do poder executivo na programação e manutenção das rádios em Cachoeira. Como as emissoras de rádio não conseguem se manter sem as verbas da prefeitura, este trabalho constatou que existe uma interferência direta e indireta do prefeito da cidade, que passou a ter um maior controle sobre a população e a programação radiofônica. É o prefeito quem determina o que é divulgado sobre sua gestão nos veículos de comunicação, além de pautar as notícias a serem divulgadas e os temas que os ouvintes podem debater.

Foi constatado também que essa interferência nos meios de comunicação não aconteceu apenas durante a gestão da família Pereira à frente da administração municipal. Historicamente essa foi uma prática exercida em todas as gestões anteriores. A diferença era que os antecessores só tinham o poder político, e o controle se limitava a impedir que os radialistas falassem mal de suas respectivas gestões. No caso do atual prefeito, o controle se torna maior, pois além de controlar a programação e os radialistas também tem certo

controle sobre a participação dos ouvintes. Esse sistema de controle do clã dos Pereira no comando da administração da Prefeitura Municipal de Cachoeira acontece há 16 anos com três mandatos, dois comandados por Tato Pereira e um pelo seu sobrinho, Carlos Pereira.

Os prefeitos de Cachoeira, a exemplo do ex-presidente Getúlio Vargas, perceberam a importância do rádio para formação da imagem de um político. Perceberam que controlando os veículos de comunicação poderiam influenciar a opinião pública, angariando maior quantidade de votos nas eleições. Para ter esse controle eles adotaram uma relação de clientelismo com as emissoras de rádio, passando a monitorar a programação e a narrativa usada pelos radialistas quando o assunto está relacionado ao prefeito da cidade ou à sua administração. Exemplo dessa prática é o fato de que o atual prefeito, Tato Pereira, tem uma hora de participação no principal programa da Rádio *Paraguassu FM*, comandado pelo locutor Lancaster.

Segundo o assessor de comunicação municipal, Murilo Santana, a prefeitura só mantém contrato com a Rádio *Paraguassu FM*, no valor de oito mil reais, que foi realizado através de processo licitatório. Porém, conforme o senso comum, a Rádio *Paraguassu FM* recebe dez mil reais, a RádioWeb *Olha a Pititinga* cinco mil reais e a *Franco Publicidade* três mil reais por mês para divulgar as notícias e temas de interesse da administração municipal e na promoção pessoal do prefeito.

Por meio das entrevistas realizadas e da observação direta da divulgação das programações radiofônicas, esta pesquisa também constatou que os radialistas adotaram um comportamento diferenciado com relação à prefeitura quando desejam obter um aumento dos valores mensalmente recebidos. Para conseguir aumentar os valores, as emissoras de rádio passam a atuar em sistema de ritual: em um momento falam bem da gestão e em outro falam mal. Ressaltando-

se que quando não existe mais uma satisfação com o valor pago pelo cliente voltam a abrir os microfones para as críticas, até que um novo acordo seja assinado. Infelizmente esta é uma de prática que não acontece apenas na cidade de Cachoeira, mas em vários outros municípios brasileiros. Assim a participação dos poucos ouvintes que participam da programação radiofônica elogiando ou criticando a gestão municipal não acontece de forma homogênea.

Em síntese, conclui-se que por ser detentora do poder econômico e político, a família Pereira, atualmente, tem tanto o controle das emissoras de rádio como de parte da opinião da população, isso devido ao fato, também, de que boa parte dos moradores possuem um parente ou amigo que tem sua renda proveniente de uma das fontes em que o prefeito da cidade comanda, o que dificulta qualquer possibilidade de mudança do atual cenário.

Outro fator que contribui para o pequeno número de veículos de comunicação na cidade de Cachoeira é a burocracia para obter-se uma concessão de funcionamento. De acordo com os proprietários das rádios, para conseguir uma concessão junto ao Governo Federal é preciso ter apadrinhamento político que facilite o trâmite burocrático, caso contrário é muito difícil se obter uma concessão. Ressaltando que em toda relação de parceria existe a obrigação de reciprocidade, isto inclui o cumprimento dos acordos e exigências feitas pelo cliente que está pagando, no caso de Cachoeira o prefeito é o principal cliente das emissoras de rádio.

Com relação à manutenção da cultura local o estudo mostrou que a divulgação da cultura e dos artistas locais ainda aparece de forma tímida na programação das rádios em Cachoeira. Segundo alguns radialistas, isso acontece devido ao fato dos artistas da terra não levarem o material de divulgação para as emissoras.

Cachoeira é um berço cultural que tem uma forte religiosidade, na qual a religião católica e a de matriz africana são predominantes. A religiosidade africana é representada principalmente pela Irmandade

da Boa Morte – uma sociedade fechada, formada por mulheres negras que mantêm vivas suas tradições. Conforme a professora doutora Renata Pitombo Cidreira (2015), a Irmandade da Boa Morte, também chamada de confraria ou devoção, nasceu a partir do desejo de mulheres negras alforriadas em adorar Maria.

Além das tradições religiosas a cidade de Cachoeira tem uma forte concentração de vários artistas, compositores, cantores, pintores e escultores. Outra manifestação cultural bastante forte em Cachoeira é o samba de roda, considerado pelo Ministério da Cultura como patrimônio imaterial brasileiro, que tem resistido e sobrevivido a novas modernidades e mantendo suas características originais.

Das três emissoras estudadas, a rádio *Paraguassu FM*, o serviço de alto-falante Franco Publicidade, e a RádioWeb *Olha a Pititinga*, esta última foi a que mais contribui para a manutenção da cultura local, pois boa parte da sua programação musical é composta por músicas regionais como o samba de roda e o reggae, além de convidar líderes religiosos para falar ao vivo sobre suas tradições.

No que diz respeito às transformações tecnológicas e seu impacto no desenvolvimento do rádio em Cachoeira observou-se que houve um impacto com a chegada das novas tecnologias advindas com a internet, sobretudo com a utilização das redes sociais, a exemplo do aplicativo de mensagens Whatsapp, que mudou a forma de participação dos ouvintes, que antes só participavam através de ligações telefônicas e agora participam e interagem com os programas ao vivo por meio do aplicativo.

A chegada das rádio web em Cachoeira também deu oportunidade para que o cidadão que não obteve a concessão de um canal de rádio por meio do Governo Federal pudesse ter seu meio alternativo de comunicação. No entanto, para sobreviver às dificuldades estruturais existentes em Cachoeira, como a falta de acesso à internet por parte da população e ao fato de que alguns grupos da terceira idade continuam fiéis ao bom e velho rádio à

ilha, a rádio web em Cachoeira fugiu do conceito estabelecido e ampliou seu formato para outros meios, a exemplo dos alto-falantes pendurados nos postes, um carro e uma moto com caixa de som acoplada circulando pelo centro da cidade.

Assim, a rádio web em Cachoeira não era ouvida apenas através da plataforma da internet, mas também nas praças, onde os ouvintes interagiam diretamente com o apresentador, dando oportunidade e voz aos que não tinham. O radiouvinte também passou a interagir em tempo real através do Whatsapp. Ao mesmo tempo em que o radialista apresenta uma informação ao público envia mensagens complementando a informação ou negando a veracidade da mesma. Esta expansão tecnológica impactou no desenvolvimento sócio cultural da cidade e mudou a forma e o estilo de fazer e ouvir o rádio, não só no município de Cachoeira mas também no Brasil.

Mesmo assim as emissoras de rádio em Cachoeira não cumprem o papel social de informar a população sobre a verdade dos fatos e nem desperta o senso crítico dos cachoeiranos a uma reflexão da realidade, evidenciando que existe um excessivo abuso do poder político através das emissoras de rádios, o que fragiliza a democracia, tornando-a algo utópico. As informações referentes à gestão pública são separadas minuciosamente, abrangendo o interesse do prefeito e do proprietário da emissora de rádio.

Devido à manipulação as notícias e boatos se propagam, ganhando repercussão e influenciando a opinião pública, pois as informações são transmitidas aos ouvintes de um modo que altera a realidade, o que faz com as emissoras de rádio não exerçam um papel de democracia, mas de manutenção do status quo da oligarquia política local.

Durante o levantamento histórico do município de Cachoeira, o estudo apontou que o autor Francisco José de Mello, no seu

livro *História da Cidade de Cachoeira*, afirma que durante o século XIX quatro revistas circularam em Cachoeira, porém, a pesquisa constatou, na verdade, a existência de apenas três: *Phenix* 1929, *Senhoras*, a qual circulou de 1881 a 1885, e *Instrução e Recreio*, de 1886 a 1887 (PIMENTEL, 1943).

Outro fator encontrado foi que a autora Rachel Severo Alves Neuberger, em seu artigo *Rádio-Poste no Recôncavo da Bahia: o Papel Comunitário do Serviço em Linha Modulada*, afirma que o primeiro serviço de alto-falantes em Cachoeira foi implantado em 1940 e chamava-se “*Vozes do Norte*”, porém, conforme o doutor em antropologia, Luiz Cláudio Dias Nascimento, o primeiro serviço de alto-falante surgiu em meados de 1938 com a Ordem Primeira do Carmo, através dos Carmelitas, o serviço servia para anunciar notas de utilidades públicas e atividades religiosas (NASCIMENTO, 2019).

Com relação ao objetivo geral proposto constatou-se que houve um impacto no meio radiofônico com a chegada das novas tecnologias, mesmo os radialistas ainda utilizando a velha forma de fazer rádio de Elias Cardoso. A internet modificou tanto o formato como o modo de ouvir e interagir com as emissoras de rádio em Cachoeira, porém, elas conseguem preservar a cultura local, mantendo vivas suas tradições na modernidade.

Contudo, as emissoras de rádio no município de Cachoeira ainda precisam evoluir no que concerne ao seu papel social para com a população, como agente de reflexão sobre a realidade social local e contribuindo para uma comunicação de fato democrática e transformadora. Mesmo a rádio web, que na plataforma da internet transforma o espaço comunicacional e amplia novos espaços, modificando a interação entre locutor e ouvinte, não consegue suscitar um campo de debate no qual a população possa participar de maneira ativa e nem dispor de informações livres de influências de outros setores como o poder executivo local.

Porém elucidou-se que a mudança do papel social das emissoras de rádio em Cachoeira só seria possível com o rompimento da relação de clientelismo com o poder executivo municipal, e a consequência desse rompimento seria o desafio de sobreviver em um município com um PIB per capita de R\$14.941,95, na qual sua principal geradora de fonte é a Prefeitura Municipal e o comércio local. Nessa ótica, percebe-se que aqui surge um leque de possibilidades para novos estudos que fomentem essa lacuna: quais os possíveis caminhos para a sobrevivência das rádios de Cachoeira com a cisão dessa relação de clientelismo? Uma possível direção seria a implantação de uma rádio universitária, com a participação da comunidade acadêmica e local que de fato cumprisse sua função social, sendo imparcial nas informações, haja vista que o Centro de Artes Humanidades e Letras (CAHL/UFRB) oferta o curso de jornalismo.

Na descrição e análise aqui apresentadas buscou-se resgatar a história do rádio em Cachoeira por meio de entrevistas com radialistas aposentados e da ativa e ouvintes, utilizando a ferramenta da história oral. Neste sentido, além da ferramenta da história oral também foram utilizados outros métodos que visaram a percepção, compreensão e a interpretação da realidade das emissoras de rádio local e qual a importância destes veículos para a população cachoeirana.

Este trabalho não pretende ser conclusivo e nem exaurir o assunto por completo, de outro modo, pleiteia contribuir para os estudos referentes a temáticas ligadas ao rádio e suas transformações. Enquanto levantamento histórico específico de emissoras cachoeiranas, com suas particularidades socioeconômicas, históricas e culturais, esta pesquisa se coloca como mais uma fonte de discussão e reflexão a respeito das transformações que o rádio vem sofrendo ao longo dos anos, cooperando assim para a produção de conhecimento no âmbito da comunicação.

Referências

AGRÁRIO, Gilson. **Entrevista concedida à autora em março de 2019.**

ALBERTI, Verena. **Ouvir contar. Textos em história oral.** Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

ALMEIDA, Hamilton. **Pernambuco celebra esta semana o centenário de dois veículos históricos: Rádio Clube e Jornal do Commercio.** *Jornalista & Cia.* Ed. 1.199- 3 a 9 de abril de 2019, p. 4. Disponível em: <http://www.jornalistasecia.com.br/edicoes/jornalistasecia1199rc03.ppdf>. Acessado em: 10/04 2019.

A ORDEM, **Jornal.** Abril de 1987.

APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico.** São Paulo, Atlas, 2009.

ARAÚJO, Luiz Antônio. **Entrevista concedida à autora em maio de 2019.**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** Disponível em: <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros>. Acesso em: 07 de maio de 2019.

BACELAR, Alan. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018.**

BARBERO, Martín Jesus. **Tecnicidades, Identidades, Alteridades: mudanças e opacidade da comunicação no novo século.** In: MORAES, Denise de (org). *Sociedade midiaticizada.* Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

_____. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ED). **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

BAYMA, Israel Fernando de Carvalho. **A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil**. Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação. www.eptic.he.com.br. Vol. III, n. 3, Sep/Dic 2001.

BEAUD, Stéphane; WEBER, Florence. **Guia para a pesquisa de campo: Produzir e analisar dados etnográficos**. Petrópolis, RJ: Vozes, Tradução: Sérgio Joaquim de Almeida. 2007.

BERNARDES, José Luiz da Anunciação. **Entrevista concedida à autora em abril de 2019**.

BOISSEVAN, Jeremy. **Apresentando “amigos de amigos: redes sociais, manipuladores e coalizões”**. In. FELDMAN-BIANCO, Bela. Antropologia das Sociedades Contemporâneas: métodos. São Paulo; Global. 1997.

BORGES, Pedro. **Entrevista concedida à autora em maio de 2019**.

BOURDIEU, Pierre. **Marginália. Algumas notas adicionais sobre o dom**. Mana Estudos de Antropologia Social, n. 2, v. 2.

BRASIL. **Lei nº 4.117, de 27 de Agosto de 1962**. Disponível em <http://www2.ccamara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4117-27-agosto-1962-353835-norma-actualizada-pl.html>. Acesso em 12 de setembro de 2018.

BRITO, Cleber. **Entrevista concedida à autora em maio de 2019**.

BRITO, Livaldo. A. L. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018**.

CALABRE, Lia. **A era do Rádio**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2004.

_____ **A história oral como ferramenta fundamental na reconstituição da história do rádio.** 2008.

_____ **Políticas públicas culturais de 1924 a 1945: o rádio em destaque.** Estudos Históricos, Mídia, n. 31, 2003.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: como entrar e sair da modernidade.** São Paulo: EDUSP, 2011. ed. 5.

CARVALHO, José Murilo de. **As metamorfoses do coronel.** Jornal do Brasil. Rio de Janeiro: 06 maio. 2001.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa.** 3ª ed. São Paulo: Summus, 1986.

CERQUEIRA, Raymundo Alberto Ferreira de. **Entrevista concedida à autora em março de 2019.**

CIDREIRA, Renata Pitombo. **As vestes da Boa Morte.** Organizado por... [et al.] – Cruz das Almas/BA: UFRB, 2015.

COMPARATO, Fábio Konder. **A democratização dos meios de comunicação de massa.** Revista USP, São Paulo, n. 48. Dezembro 2001.

CORDEIRO, Enio. **Entrevista concedida à autora em maio de 2019.**

DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. **FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar.** Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, São Pau, v. XII, n.20, p. 135-147, 1993.

_____ **Rádio e memória do cotidiano.** Versão inicial do artigo foi apresentada no XI Encontro Nacional de História da Mídia, ocorrido entre 8 e 10 de junho de 2017, na Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo.

FERNANDES. Rosali Braga; OLIVEIRA, Leila Cristina da Silva.

Evolução econômica do município de cachoeira (BA): do século XVI ao século XXI. 2012.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio, o veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2001.

_____ **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil.** Revista de Economía Política de las tecnologías de la Información y de la Comunicación. VolXVI, n 2.

FOULCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** 25ª ed. São Paulo: Graal, 2012.

FORTE NA NOTÍCIA. Disponível em: <https://www.fortenanoticia.com.br/cachoeira-vereador-enio-cordeiro-articula-vinda-de-fabrica-de-sucos-para-a-cidade/> acessado 18/05/2019.

FRANCO, Gilberto. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018.**

GOMES, Romário Costa. **Entrevista concedida à autora em abril de 2019.**

GOMES, Wilson. **Jornalismo e Esfera Civil: O interesse público como princípio moral no jornalismo.** In: Aula Inaugural do II Curso de Especialização em Estudos de Jornalismo da UFSC, Florianópolis, setembro de 2002.

GOMIS, Lorenzo. **Disgusto de los políticos con los medios.** La Vanguardia, 8 ago. 1988.

GÓMEZ, Héran E. **Las notícias como ámbitos de construcción de hegemonia discursiva.** Comunicação & Política, n. IV, v.1, nova série, 1997.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva.** Trad. de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **O jornalismo no rádio atual: Ouvinte interfere?** In: E o Rádio? Novos horizontes midiáticos. Org., Luis Arthur Ferraretto; Luciano Klöckner. Porto Alegre, 2010.

_____ **Rádio brasileiro:** uma história de cultura, política e integração. Texto publicado em Barbosa Filho, Piovesan e Beneton (orgs.) Rádio – sintonia do futuro. São Paulo, Paulinas, 2004.

HOBBSAWM, Eric J. **Era dos Extremos:** o breve século XX: 1914-1991. São Paulo, Cia das Letras, 1995.

JORNAL EL PAÍS. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/01/deportes/1498862110_086687.html/. Acesso em 17/06/19.

KLÖCKNER, Luciano. **E o rádio?:** novos horizontes midiáticos [recurso eletrônico] org.– Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

_____ **Rádio e política:** tempos de Vargas e Perón. Tese de doutorado apresentada ao Departamento de Comunicação e Artes da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1992.

LANCASTER, Nivaldo. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018.**

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto:** o município e o regime representativo no Brasil. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

LE GOFF, Jacques. **Memória.** In: LE GOFF, Jacques. História e Memória. Campinas-SP: Editora Contexto, 1990.

LINS, Alene da Silva. **Rádio no Recôncavo da Bahia – do alto falante às transmissões radiofônicas (um estudo de caso em Cachoeira e São Félix).** 2008.

MACUNANE, José Jaime. **Nas entrelinhas da notícia:** democracia, narrativa e conflito político nas páginas do 'Savana' e 'Domingo'. Travessia n. 1. p. 39-56, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MATTOS, Sérgio. **O contexto midiático.** Prefácio de José Marques de Melo. Salvador: Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, 2009.

_____ **O papel social do rádio:** a mão dupla da comunicação. In: CARMONA, Beth, et al. Rádio e TV com o instrumento s da cidadania. Salvador: IDERB, 2003.

_____ **A Televisão no Brasil:** 50 anos de história (1950-2000). Salvador: Editora PAS - Edições lanamá, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. **O ensino do radiojornalismo em tempos de internet.** Artigo apresentado no XXIV Congresso da INTERCOM – Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Campo Grande/MS: 2001.

_____ **O rádio na era da informação- teoria e técnica do novo radiojornalismo.** Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2007.

MELLO, Francisco José de. **História da Cidade de Cachoeira.** Editora Radami. 2001.

MENEZES, Carlos. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018.**

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Tecnologias e leis para o rádio no século XXI,** UERJ, 2015.

MUSTAFA, Izani. **As rádios públicas do Rio de Janeiro e as novas tecnologias do século 21: o que mudou na interação com os ouvintes e na produção de conteúdos?**.XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo. 2016.

NAPOLITANO, Marcos. **1964: História do Regime Militar Brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2014.

NASCIMENTO, Adilson Januário. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018.**

NASCIMENTO, Luiz Cláudio Dias. **Entrevista concedida à autora em abril de 2019.**

NERI, Ivanildo Paulo. C. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018.**

NETO, Perfelino. **Memória do Rádio**. Salvador: dez. 2009.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas: EDUFRB, 2012.

NUNES, Márcia Vidal. **Rádio e política: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996)**. São Paulo: Annablume, 2000.

RODRIGUES, Jorlanda. **Entrevista concedida à autora em maio de 2019.**

ROSÁRIO, Erivaldo Carneiro do. **Entrevista concedida à autora em abril de 2019.**

SANTOS, Ivan. **Entrevista concedida à autora em abril de 2019.**

SANTOS, Josmar Barbosa dos. **Entrevista concedida à autora em maio de 2019.**

SANTOS, Rubenilda Sodré dos. **Cultura política e participação no Recôncavo baiano hoje – uma análise sobre Cachoeira e São**

Félix. Salvador: UFBA/Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Dissertação de Mestrado, 2009.

SANTOS, Suzy. **Banco de Dados:** estrutura dos meios de comunicação no Brasil. Salvador: FJA, [1 CDROM], 2005.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. **Coronelismo, radiodifusão e voto:** a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org) Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. 1 ed. São Paulo: Paulus, v.1. 2005.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; DE ALMEIDA, Cristóvão Domingos; GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental:** pistas teóricas e metodológicas. Revista brasileira de história & ciências sociais, v. 1, n. 1, 2009.

SENA, Roque. **Entrevista concedida à autora em agosto de 2018.**

SILVA, Renato Caixeta. **Discutindo a interação em sala de aula via Internet:** análise de interações por correio eletrônico. In: MENEZES, Vera. Interação e Aprendizagem em ambiente virtual. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2001.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA; SECRETARIA DA CULTURA. **Panorama cultural da Bahia.** – Salvador: SEI, 2012.

OLIVEIRA, Jeremias Macário. **A imprensa e o coronelismo no sertão sudoeste.** Vitória da Conquista: Edições UESB, 2005.

ORTRIWANO. Gisela Swetlana. **Rádio:** interatividade entre rosas e espinhos. Novos Olhares nº 2. 2º semestre, 1998.

_____ **A informação no rádio:** os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. Summus editorial. 4ª edição. 1985.

PEREIRA, Carlos. **Entrevista concedida à autora em junho de 2019.**

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil**. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 1998.

_____. **Rádio Comunitária, educomunicação e desenvolvimento**. In: O retorno da comunidade: Os novos caminhos do social. Org., Raquel Paiva. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.

_____. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil**. Disponível em: http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/artigos/midia_local_e_interfaces.pdf. Acesso em 10 de maio de 2019.

PIMENTEL, Alfredo Vieira. **Anaes Arquivo Público da Bahia**. Volume XXIX, 1943.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social**. In: Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5 n.10, 1992.

PORTAL DO IPHAN. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/126> Acesso em 20 de maio de 2019.

PRATA, Nair Moreira Martins. **Webradio: Novos Gêneros, Novas Formas De Interação**. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação. Belo Horizonte Faculdade De Letras – UFMG, 2008.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado**. História oral. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TICANI, Daniela Pereira. **Rádio Regional e a cultura midiática – PRA-7 (1924 – 1963)**. In: E o Rádio? Novos horizontes midiáticos. Org., Luis Arthur Ferraretto; Luciano Klöckner. EdUPUCRS. Porto Alegre. 646 p., 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade: de Coleridge a Orwell**. Petrópolis: Vozes, 2011.

Sobre a autora



Marizangela Maria de Sá

Mestrado em Comunicação, Mídia e Formatos Narrativos (UFRB).

Graduação em Jornalismo (UFRB).

Graduação em Tecnologia da Segurança do Trabalho (UNISA).

Aluna especial no doutorado da Faculdade de Comunicação (UFBA).

E-mail: marizangela.pa@gmail.com

Este livro apresenta-se como uma análise bem elaborada de como as transformações socioculturais e tecnológicas afetaram de maneira significativa o desenvolvimento do rádio na cidade baiana de Cachoeira e de como o poder político local influencia na programação das emissoras de rádio presentes no município, remodelando, conseqüentemente, a relação quase que visceral da população cachoeirana com esse meio de comunicação. Este trabalho traz em seu cerne uma importante contribuição para os estudos relacionados ao papel do rádio enquanto meio de comunicação e informação tão relevante para a formação da opinião pública, além de possibilitar um entendimento mais aprofundado de como as mudanças socioculturais e tecnológicas impactaram nesse importante e tradicional meio de comunicação local.

Leomir Santana

ISBN: 978-65-88622-98-8



UF  **B**
Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia

15
ANOS

Coleção 15 anos da UFRB