

ÉCOS E SOTAQUES DO LOCAL: O INSUSTENTÁVEL SONHO DA RADIODIFUSÃO DE PROXIMIDADE

MADALENA OLIVEIRA

madalena.oliveira@ics.uminho.pt

ONDAS DE CURTO ALCANCE

O declínio do conceito de comunicação social de massas acontece mais ou menos em simultâneo com a consolidação da radiodifusão de proximidade. Com um propósito que contrariava a ideia de disseminação de informação para um público excessivamente indiferenciado, as iniciativas locais de emissão radiofónica lançaram um movimento de promoção do conceito de comunidade equivalente ao que hoje se encontra no espírito das redes sociais. Continuando um processo de regionalização da comunicação iniciado pela imprensa local, que desde cedo procurou dar visibilidade à vida da pequena geografia das regiões, as rádios locais deram um impulso decisivo para a fragmentação das audiências e para a diferenciação da oferta de conteúdos.

A situação crítica que as rádios locais atuais experimentam, não apenas em Portugal como em muitos outros países ditos desenvolvidos, esconde a responsabilidade que estes projetos tiveram na multiplicação dos centros de produção de conteúdos e dos canais de difusão de informação e entretenimento. As duas últimas décadas do século XX foram exemplares na história dos média tanto do ponto de vista tecnológico como em termos de dinamismo e diversidade. Para além dos canais privados de televisão em sinal aberto, que apareceram na década de 1990, e da criação de novos títulos de imprensa, como o Independente e o Público, por exemplo, o final do século foi particularmente animado por uma profusão sonora incomparável a qualquer outro momento da história da rádio.

A literatura sobre meios de comunicação social regional é relativamente abundante, embora com especial dedicação ao jornalismo regional e, muito particularmente, à imprensa. É, no entanto, na rádio que o fenómeno da proximidade excede a expressão exclusivamente jornalística. Com grelhas de programação irregulares, mas também irreverentes, as pequenas emissoras locais e regionais deram ao ouvido não apenas a notícia do fim da rua mas também a música mais popular.

Despretensiosas, as rádios locais que nasceram das rádios piratas não têm na sua origem grande ambição comercial. Na generalidade, apareceram como projetos pobres em termos de recursos, sendo também, em muitos casos, bastante humildes do ponto de vista da programação. Foi, no entanto, com a alma dessa simplicidade, desde logo tecnológica, que as rádios locais se transformaram no símbolo de uma geração que convidou os grandes meios de comunicação de massas a uma maior abertura à expressão do cidadão comum. Embora relativamente escassa, a produção científica sobre rádios locais é mais ou menos unânime no reconhecimento de que a estas iniciativas modestas se deve um conjunto de princípios inovadores no campo mediático. Por um lado, a ideia de proximidade que reúne em si mesma não apenas a adjacência física e geográfica ao local abrangido pela emissão como também uma pretensa aproximação ideológica, política e cultural aos destinatários das transmissões. É aquilo que Luís Bonixe classifica como “um discurso alternativo ao produzido à escala global pelos meios de comunicação de massas” (Bonixe, 2006: 158). Por outro lado, a noção de participação, tanto da rádio na vida quotidiana das localidades como dos ouvintes, de forma relativamente assídua, na partilha de informações e na dinâmica de animação. Num livro em que se referem à regionalização da comunicação social, Patrice Cavalier e Olivier Morel-Maroger reconhecem que a rádio participou, a partir dos anos 1970, numa rede descentralizada que aspirava a “dar conta

da atualidade regional e local e fazer das rádios descentralizadas um lugar de expressão privilegiado para os cidadãos, as associações e os eleitos” (Cavalier & Morel-Maroger, 2005: 38).

Ao contrário da formalidade discursiva dos meios de âmbito nacional, as rádios locais permitiram-se uma certa coloquialidade na linguagem, que não se envergonhou de sotaques ou de regionalismos. É, aliás, uma das marcas distintivas destas emissoras a ausência de preocupação com padrões linguísticos e fonéticos. Com pronúncia familiar, também a este nível o som das rádios locais se revelou mais próximo das pessoas do que qualquer outra produção de âmbito nacional.

Apanágio da rádio em geral, o caráter intimista da linguagem manifestou-se também com mais acento nas emissoras locais ou regionais. Pela sua familiaridade com os lugares, os costumes, os dizeres e as rotinas locais, os locutores destas rádios foram também a revelação da vantagem de falar ao microfone como as pessoas mais comuns. Com os projetos das chamadas rádios livres, a rádio deixou de ser dos grandes artistas ou animadores para ser também de gente das pequenas cidades. Deixou de ser dos profissionais de carreira para ser feita por curiosos, pessoas com “boa voz” e de perfil “conversador”. E passou a ser uma caixa de ressonâncias musicais mais populares, ao invés das frequências nacionais mais conservadoras e convencionais.

Na natureza das rádios locais estão impressas marcas que não deixariam indiferente a relação do público com os meios de comunicação social. A história da radiodifusão de proximidade em Portugal conta-se como uma experiência que, emergindo da clandestinidade, se tem feito de linguagem simples e descomplexada, com propostas de programação especialmente vocacionadas para a promoção musical. Regulados por legislação própria, publicada inicialmente em 1989, os operadores de radiodifusão local definem-se por um caráter maioritariamente generalista, o que não os alheou da produção

de novidade e de conteúdos originais, dirigidos e participados, por exemplo, por comunidades estrangeiras residentes em Portugal. Embora de modo mais acidental do que estruturado, os projetos locais de rádio tiveram (mais do que terão hoje) um impacto muito significativo quer a nível cultural quer a nível económico. Graças à publicidade, tornaram visível o pequeno comércio e as empresas de pequena e média dimensão. Do mesmo modo, deram a conhecer grupos culturais, associações locais e coletividades desportivas. Ainda que despropositadamente, prepararam o poder e as instituições locais para a defesa de uma identidade própria, hoje projetada por programas de televisão itinerantes. No fundo, as rádios locais, criaram nos agentes locais uma sensibilidade para a construção de uma imagem pública.

Com limitações de ação que decorrem de uma reduzida capacidade financeira, as emissoras locais e regionais destacaram-se nos últimos 25 anos por um trabalho que, apesar de relativamente discreto, motivou as pequenas localidades a olharem para si próprias. Completando a atividade da imprensa regional, normalmente de periodicidade semanal, as rádios locais insistiram na análise da vida descentrada de Lisboa e do Porto, ao colocar em registo diário na ordem da atualidade as questões de economia, cultura e política não nacional. Dado este investimento em enfoques mais particulares, estes órgãos de comunicação criaram espaços públicos novos, mais ajustados à real dimensão dos problemas e das fortunas das cidades e vilas de menor escala.

Em Portugal, como um pouco por toda a Europa pelo menos, a radiodifusão local ou regional está fortemente vinculada a movimentos de expressão livre. Agarrados à promessa da simplicidade tecnológica e do modesto investimento necessário ao lançamento e à manutenção dos projetos, os mentores dos serviços locais de rádio fundaram um novo paradigma comunicacional que, apesar de virtuoso em muitos aspetos, não demorou muitos anos a revelar-se

frágil e, em certo sentido, insustentável. Neste capítulo refletimos sobre os fatores e as condições que concorreram para o ponto de quase falência a que já chegaram, ou estão a chegar, muitas das três centenas de frequências locais atribuídas em Portugal. Numa abordagem exploratória, examinamos as potenciais razões por que as ondas de radiodifusão local se propagaram não apenas num espectro de curto alcance radioelétrico como também com relativamente breve longevidade.

O SENTIDO E AS FRONTEIRAS DO LOCAL

De acordo com a legislação portuguesa (Lei nº 54/2010 de 24 de dezembro), a definição da área de cobertura dos serviços de radiodifusão considera quatro categorias: internacional, nacional, regional e local. No que respeita à categoria local em concreto, as fronteiras são determinadas pelos limites próprios de “um município ou conjunto de municípios e eventuais áreas limítrofes, de acordo com as exigências técnicas à necessária cobertura daqueles, no continente, ou uma ilha com vários municípios, nas regiões autónomas” (Artº 7º da Lei nº 54/2010). Do ponto de vista formal, o conceito de local restringe-se, portanto, a uma delimitação exclusivamente administrativa, que toma de empréstimo as medidas próprias do ordenamento do território. Sendo omissa à ideia de comunidade, este entendimento restringe a classificação de rádio local à amplitude da cobertura do sinal. Só discretamente a ideia está vinculada ao tipo de conteúdos transmitidos.

Embora a tipologia dos serviços de programas radiofónicos, segundo a lei, distinga apenas duas categorias – temática e generalista –, em dois momentos específicos a Lei da Rádio sugere uma expectativa de programação específica para as rádios locais. No ponto dois do Artº 11º, determina-se que “os serviços de programas de âmbito local que integrem uma cadeia (...) devem transmitir um mínimo de oito horas de programação própria, não decomponível

em mais do que seis blocos de emissão, entre as 7 e as 24 horas”. A referência a programação própria não seria, só por si, suficiente para classificar a programação como local. Com efeito, o facto de produzir programação própria não significa focar os conteúdos produzidos na esfera local de emissão da rádio. Só a leitura do ponto três do Artº 32º completa a ideia de que uma emissora local tem obrigações programáticas para com a área geográfica em que se inscreve. Diz a lei neste detalhe que “constitui ainda obrigação dos serviços de programas generalistas ou temáticos informativos de âmbito local a difusão de programação, incluindo informativa, com relevância para a audiência da correspondente área de cobertura, nomeadamente nos planos social, económico, científico e cultural” (nº três, Artº 32º da Lei nº 54/2010).

Não obstante esta clarificação, resulta ainda assim relativamente ambígua a referência a “programação com relevância para a audiência” abrangida pela emissão. Em rigor, a lei é pouco explícita no estabelecimento de critérios locais para a definição da programação. Ainda que seja possível interpretar o pressuposto da relevância como dizendo respeito a um enfoque nos assuntos públicos respeitantes ao local em que se exerce a atividade radiofónica, a noção de relevância não se esgota num enfoque exclusivamente geográfico.

Num livro sobre as transformações em curso no setor das rádios locais no Reino Unido, Guy Starkey explica que, mais do que a propriedade da estação, para as audiências é a natureza dos conteúdos e “o quanto eles se distinguem dos conteúdos produzidos para outras pessoas noutras comunidades” o que realmente importa em termos de distintividade da programação (Starkey, 2011a: 85). Distinguindo a classificação geográfica da programação, este autor britânico lembra, por outro lado, que “os conteúdos podem ser locais mesmo quando o processo que os gera é remoto” (2011a: 85). Por este prisma, uma rádio poderia ser local sem estar instalada fisicamente em termos de produção na área a que a sua programação diria diretamente respeito.

Não obstante a dimensão do conceito sugerida também por estas advertências, no contexto português, uma emissora define-se como local se o seu sinal for emitido no raio geográfico definido por lei para a classificação local e se, transmitindo em cadeia, respeitar os mínimos de programação própria estabelecidos. Na aceção legal, são, portanto, mínimos os pressupostos que regulam o carácter local da atividade de radiodifusão. Se para a música portuguesa a lei chega a definir quotas obrigatórias, no âmbito da informação e da restante programação, não há nenhuma indicação do grau de implicação local (e do que deve entender-se por implicação local) que oriente a produção das emissoras.

A qualidade do que é local (o que em inglês é referido como *localness*) não tem em Portugal uma tradução de operacionalização publicamente conhecida. Tomá-la como um conhecimento implícito daqueles que fazem as rádios locais é um risco que fragiliza a capacidade de escrutínio público e do próprio regulador acerca da adequação ou não dos conteúdos emitidos à classificação atribuída. Neste ponto, é exemplar a atuação da Ofcom (a entidade reguladora do Reino Unido), que disponibiliza *online*¹ linhas orientadoras sobre o que pressupõe essa qualidade do que é local. Com a pretensão de completar o que não está definido na legislação, a própria Ofcom reconhece que estas linhas de orientação não são regras, mas admite-se que tais considerações ajudem a analisar os resultados das estações. Baseado nas expectativas dos ouvintes, o guia tomado em consideração pela Ofcom clarifica, por exemplo, o que é e o que não é “material local”, o que significa “produzido localmente” e o que devem ser os serviços informativos locais.

Embora a reflexão proposta neste capítulo não tenha outro propósito senão o de indagar as possíveis razões da debilidade dos projetos locais de radiodifusão, que carecem, portanto, de uma

¹ Ver <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/radio/localness/localness-guidelines>

análise e comprovação empírica, arriscamos admitir que um dos fatores da perda de expressão das rádios locais estará precisamente preso à perda de sentido do que é ou não local. A insuficiente produção de matéria informativa local e um compromisso cada vez mais ténue com os agentes locais (certamente também por razões de ordem económica) não estarão a contribuir para que as rádios locais continuem a ser relevantes nas regiões em que se inscrevem nem para que elas funcionem em regime complementar relativamente aos outros meios.

A PRIORIDADE DO TRIVIAL E DO POPULAR

Em linhas gerais, o esquema de programação das rádios de âmbito local segue mais ou menos o esquema de programação das rádios nacionais. Com variações próprias do estilo, das condições e dos objetivos específicos de cada emissora, de um modo geral a oferta de conteúdos passa pela transmissão de informação, pela emissão de programas desportivos (normalmente sobre o desporto local) e pela difusão de música, podendo haver programas de entrevista, de debate, de antena aberta à participação dos ouvintes e também emissões em direto de acontecimentos normalmente de natureza cultural ou desportiva. Se hoje este tipo de grelha de programação é mais ou menos comum, nas décadas de 1980 e 1990, do ponto de vista da organização dos conteúdos emitidos, as rádios locais destacaram-se essencialmente em três aspetos: por um lado, pela abertura da antena a informação considerada secundária pelos órgãos nacionais. Por outro, pela difusão de música popular e por um tipo de programas que chegaria a quase todas as rádios locais, os programas de discos pedidos. Finalmente, pela promoção generalizada dos espaços abertos à participação do ouvinte por telefone. Embora esta fosse uma possibilidade já utilizada com relativa frequência nas emissoras nacionais, foram as rádios locais que a tornaram numa prática recorrente na programação radiofónica.

Apesar de a produção de grandes reportagens ser muito reduzida e de o investimento em ações jornalísticas de grande fôlego ser muito mais ocasional do que a realidade propiciaria (muito por falta de orçamento), as rádios locais estão na base de uma nova perspectiva sobre a informação. Dando expressão a critérios de noticiabilidade que combinam a proximidade geográfica com a relevância – algo que os jornais regionais/locais já faziam –, as emissoras locais deram ao pequeno acontecimento a visibilidade coletiva que não seria alcançável em mais nenhum meio. É às rádios locais que se deve aquilo que, num capítulo sobre a radiodifusão local e a produção de notícias, Andrew Crisell chamou de “new stratum of news” (Crisell, 2005: 31). Para o autor de *Understanding Radio*, as rádios locais passaram a dar espaço ao que parecia demasiado comum para aparecer nos média nacionais, ao que seria “demasiado trivial, demasiado ‘secundário’ e muitas vezes insuficientemente visual para aparecer nas televisões regionais; e demasiado efêmero para a imprensa local” (Crisell, 2005: 31).

O triunfo das rádios locais, aquilo que fez com que elas se tornassem numa espécie de “antena da vida quotidiana” (Cavalier & Morel-Maronger, 2005: 41), é indissociável da capacidade de noticiar o que se passa localmente. Em *Local Radio Journalism*, Paul Chantler e Sim Harris sustentam que a informação “é uma das poucas coisas que faz com que uma estação local seja distintiva e próxima das pessoas” (Chantler & Harris, 1997: 5). Para além de um papel central na informação sobre os acontecimentos que diretamente afetam os ouvintes, os microfones das emissoras locais tiveram (ou têm ainda) também um papel ímpar na divulgação de novos talentos que nem sempre têm acesso imediato a um meio de expressão nacional.

Conjugando o princípio de atenção à atualidade local com uma sensibilidade para as manifestações artísticas mais populares, que muitas vezes nascem nos meios mais pequenos, as rádios locais são reconhecidas pela projeção de fenómenos musicais emergentes. Como explica Andrew Crisell, os operadores locais descobriram que

“o conteúdo que daria mais audiência e atrairia a maior repercussão publicitária seria a música popular, um fenómeno cujas origens e manifestações foram altamente locais” (Crisell, 2005: 23). Graças a esta perceção, as rádios locais herdaram das rádios piratas uma competência de apresentação e promoção cultural que muito contribuiu, por exemplo, para o próprio desenvolvimento da indústria discográfica. Por um lado, pelo incentivo sentido por muitos artistas para criar novos trabalhos. Por outro, pela familiarização dos ouvintes com novas músicas e pelo estímulo à compra de discos, numa altura em que o vinil deu lugar ao Compact Disc, um formato bem sucedido do ponto de vista comercial, graças ao valor acessível, à qualidade do som registado e à popularização dos leitores de CD nas aparelhagens domésticas e nos automóveis.

Ao contrário das grandes cadeias de rádio, cujas *playlists* estão condicionadas por imperativos comerciais que impõem uma seleção musical ditada pelos chamados *top music*, as rádios locais afirmaram-se por escolhas alternativas, com uma oferta mais variada e menos constrangida em termos de gostos-padrão. Embora algumas rádios se possam distinguir por uma identificação com determinado tipo de música (o *jazz* ou o *rock*, por exemplo), a banda sonora de uma boa parte das emissoras locais está particularmente associada à música popular portuguesa, às vezes também à música folclórica. Antecipando o que hoje fazem as televisões em programas de registo popular, as rádios locais constituíram-se, inclusive, como o primeiro meio de comunicação social promotor de um estilo que ficou conhecido como *música pimba* e que chegou a ser conotado com raízes mais rurais que urbanas.

Ao promover “música local para pessoas locais”, para falar nos termos de Charles Fairchild (2012), as estações locais contribuíram para tornar “a música local mais compreensível e tangível e, portanto, mais aberta e acessível” (Fairchild, 2012: 164). A inscrição de novos artistas de música nos círculos comerciais é, por isso, devedora, em

parte, do papel que estes órgãos tiveram, com a especial capacidade de implicar os próprios ouvintes. Com duas ou três edições diárias, de uma ou duas horas, os programas de discos pedidos deram ao ouvinte a possibilidade de participar nas escolhas musicais de segmentos da programação. Estes programas, que funcionam como uma espécie de *jukebox* e que incluem em alguns casos dedicatórias para outros potenciais ouvintes, tiveram o seu auge na rádio na década de 1930 (Legorburu Hortelano, 2008: 131), mas voltaram a ser um êxito nos anos 1980 e 1990 nas emissoras locais. Para além de animarem períodos específicos da programação das estações, serviam também como uma espécie de barómetro das expectativas e dos gostos da audiência, regulando o estilo musical da emissora.

O apelo à participação dos ouvintes por telefone não se restringe, no entanto, a escolhas musicais. Também os passatempos e pequenos concursos, que nasceram nos meios audiovisuais a partir da rádio, foram uma fórmula mágica para as emissoras locais. Por vezes atribuindo como prémio bilhetes para atividades culturais, este tipo de programas é ainda hoje, embora menos do que no passado, um estímulo à efetiva relação dos animadores com os ouvintes. Por outro lado, o sentimento de proximidade relativamente às rádios locais e o reconhecimento de um certo poder representado por estes órgãos fez com que, em situações de perigo, os telefonemas de pedido de auxílio para os bombeiros ou para a polícia fossem acompanhados de telefonemas para a rádio. Em direto ou em *off*, a prestação de informações, a denúncia de um facto ou de uma situação, o relato de casos pessoais e a conversa com os animadores em programas mais intimistas puseram em evidência uma espécie de contrato de confiança que tem tanto de racional quanto de emocional.

As singularidades da programação local – que, durante mais de duas décadas, corresponderam com sucesso ao que as pessoas esperariam de um órgão de comunicação próximo – são hoje desafiadas por um contexto novo, definido pelo acesso generalizado das

peças a conteúdos informativos e de entretenimento – exatamente o que não existia quando desabrochou o fenómeno das rádios locais. Na reunião de todos os meios, a Internet, onde “o local coexiste com o global” (Cébrían Herreros, 2007: 236), oferece, ainda que sob formas descaracterizadas porque muito menos sonoras, tanto a informação próxima, como a música de eleição pessoal, como ainda espaços de interação. O trivial e o secundário das notícias da cidade misturam-se no Facebook com as ligações ao resto do mundo; os discos pedem-se como *audio on demand* e a interação oralizada dá lugar à partilha de imagens e palavras avulsas nas redes sociais. Embora as necessidades de socialização sejam mais ou menos as mesmas a que as rádios locais procuraram responder, as respostas da Internet e das novas tecnologias de modo mais genérico reclamam uma capacidade de reinvenção que não tem sido fácil desenvolver.

A INSOLVÊNCIA DO AMADORISMO E DO MODELO ECONÓMICO

Embora muitos operadores locais tenham iniciado a atividade de radiodifusão com quadros profissionais de dimensão razoável, muitos dos projetos que deram lugar às três centenas de frequências licenciadas em 1989 nasceram no contexto de um grande amadorismo relativamente à comunicação social. Neste domínio, poderá hoje reconhecer-se que uma das condições que tornaram os projetos de radiodifusão local fascinantes é, ao mesmo tempo, uma das razões da sua insustentabilidade técnica. Nos sótãos, nas garagens ou nas lojas de edifícios comerciais onde se instalaram, as emissoras locais são desde o início produzidas por grupos profissionais restritos, frequentemente auxiliados por colaboradores sem formação específica, muitas vezes sem vínculo formal à empresa. De acordo com um estudo realizado pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social, o setor da radiodifusão local “caracteriza-se pela existência de colaboradores voluntários que por gosto ou por *hobbie* fazem animação de rádio sem qualquer contrapartida remuneratória” (ERC, 2009:

136). É a estes colaboradores, que vão à rádio fazer um ou outro programa, que muitas rádios deverão a possibilidade de emitir 24 horas por dia. Sem esse contributo e sem recurso a modos de emissão automática, algumas não teriam condições para assegurar uma emissão integral.

O movimento das rádios piratas despertou em muitas pessoas uma vontade de experimentar e de fazer rádio. Com motivações que nem sempre passaram por fazer da locução de rádio uma profissão, muitos animadores que compuseram o quadro de vozes das emissoras locais nunca chegaram a desenvolver carreira nos média. Outros profissionalizaram-se, alguns mesmo com o intuito de procurar melhores oportunidades em meios de âmbito nacional. Salvo algumas exceções, as rádios locais portuguesas empregam núcleos muito pequenos de trabalhadores, entre jornalistas, animadores, comerciais, técnicos e administrativos. Poucas integram profissionais especializados em publicidade, embora muitas façam inclusive produção de *spots* publicitários (de pequenos anunciantes sem capacidade de recurso a agências de publicidade e meios).

Em 1989, quando se iniciaram as emissões legais das estações locais, a formação universitária em Portugal tinha apenas uma década, tendo os primeiros licenciados chegado ao mercado de trabalho em 1984. Não havia, no país, profissionais com formação superior em número suficiente para preencher as potenciais vagas existentes nas empresas. O recurso a quadros de pessoal mais ou menos amadores não teve, no entanto, como razão única a insuficiente disponibilidade de profissionais credenciados. Estava na natureza das rádios locais esse carácter exploratório e experimental, essa descoberta de novas vozes e essa índole propensa a uma certa informalidade. Nalguns casos pouco estáveis, estes quadros de animadores e jornalistas puseram em evidência o entusiasmo suscitado pela multiplicação de antenas. Com frequência, as memórias dos primeiros anos destes operadores são retratadas pelo espírito inovador e por uma

certa excitação de que hoje já quase não se encontra equivalente. Com poucos recursos técnicos, em instalações por vezes exíguas, os novos radialistas da década de 1980 formaram-se especialmente diante do microfone e graças a cursos especializados oferecidos pelo Cenjor (Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas), que, tendo sido criado em 1987, é praticamente contemporâneo da radiodifusão local legal, e pelas associações do setor, a Associação Portuguesa de Radiodifusão, criada em 1987 como Instituto das Rádios Locais, e a Associação de Rádios de Inspiração Cristã, que apareceu em 1991.

O lado romântico das rádios locais descreve-se pelas circunstâncias em que foram criadas e pelo contexto social, político e cultural que as encorajou, mas também pela dedicação, assalariada ou não, das pessoas que as sonharam e lhe foram dando existência ao longo dos anos. Com uma organização interna de complexidade variável, por relação à dimensão das empresas, as funções dentro das rádios locais são pouco propícias à especialização, quer em termos de programação quer em termos de informação. Se a versatilidade dos profissionais foi uma das condições de existência para estas emissoras, hoje a ausência de competências especializadas pode ser um dos fatores da perda de distintividade num panorama mediático ampliado e de acesso global.

Do ponto de vista da propriedade, as rádios locais criadas em 1989 apareceram sob a forma de pequenas empresas ou cooperativas, normalmente originárias do meio onde se vieram a instalar. Assente maioritariamente na angariação de publicidade, o modelo de negócio destas empresas esbarrou desde cedo com o problema da dimensão do país. Com um mercado estreito para sustentar a concentração de emissoras verificada em alguns municípios ou conjuntos de municípios, as rádios locais deram sinal de fragilidades económicas logo desde os primeiros anos da década de 1990. Como explica Sandra Marinho, o licenciamento das rádios locais deu lugar

a um novo problema, o da sua colonização por emissores mais fortes (Marinho, 2000: 100). A revisão do quadro de regulação do setor legitimou sucessivas alterações na paisagem de radiodifusão desenhada em 1989. Seguiram-se processos de alteração de propriedade, com o encerramento de algumas estações e a associação de outras.

No estudo em que faz a radiografia da radiodifusão local em Portugal, publicado em 2009, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social revela que 82% das 189 rádios consideradas no retrato da caracterização económico-financeira têm faturação inferior a 200.000 € e custos de pessoal que representam praticamente metade do orçamento (ERC, 2009: 116-125). Este estudo demonstra ainda que “o preço médio de um anúncio transmitido por uma rádio de âmbito local é de 15 euros”, que pode ser reduzido para seis euros na aplicação de uma taxa de desconto de 60%, contra os 198 euros de preço médio numa rádio de âmbito nacional, que pode ser reduzido para 40 euros, em função da aplicação de descontos na ordem dos 80% (ERC, 2009: 126).

Numa altura em que o investimento publicitário na radiodifusão hertziana tende a decrescer (ERC, 2009: 150), aumentam as dificuldades dos pequenos operadores que se veem obrigados a acordos de alienação parcial ou total das frequências a grupos económicos de maior dimensão. Ainda que do ponto de vista legal se possa continuar a contabilizar estas frequências como locais, várias dezenas de estações locais têm alterado os seus projetos iniciais, transformando-se em repetidores de sinal de outras rádios. Com prejuízo para a produção de conteúdos de enfoque local e consequentemente para a atração de anunciantes, a colonização das frequências locais, que já havia começado na década de 1990, transformou-se nos últimos anos numa ameaça para o sentido do local. O investigador britânico Guy Starkey explica que “a diminuição do sentido de local [*localness*] está a ocorrer de várias maneiras, mas na essência pode ser racionalizada no facto de estações de rádio comerciais de propriedade local,

de origem local e de gestão local estarem a cair no controlo de grupos nacionais e até internacionais de média, que colocam em situação de desvantagem as comunidades” (Starkey, 2011b: 156). É isso que segundo o autor pode ditar a “morte antecipada” da radiodifusão de proximidade, sendo que “a regulação da propriedade e do conteúdo, bem como a prestação de apoio financeiro poderiam ser essenciais para evitar que a rádio local se tornasse global” (Starkey, 2011b: 172).

Como reconhece Pedro Portela, “a rádio hertziana assumiu como preocupação a comunicação dirigida às comunidades locais” (2011: 63). Ao fim de 25 anos de radiodifusão de proximidade em regime legal, os valores inerentes ao desejo de dar expressão a comunidades locais continuam atuais. Com a profusão da Internet, também a rádio se vê desafiada por imperativos globalizantes, que não apagam, no entanto, a necessidade de conjugar o local com o distante que se faz próximo graças às redes de comunicação sem fronteiras. A história das rádios locais é sobre este ponto uma lição que se desperdiçará se, em termos de regulação e de inovação, da sua insustentabilidade comercial não se encontrarem novas vias para a reabilitação dos sons locais no espaço público. O modelo de radiodifusão comunitária, para que a Lei nº 54/2010 só muito ligeiramente dá abertura e um sistema de financiamento baseado em regimes de *crowdfunding* são, quiçá, possibilidades a explorar com esperança.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonixe, L. (2006). As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico. *Comunicação & Cultura*, 1, 157-169.
- Cavalier, P. & Morel-Maroger, O. (2005). *La radio*. Paris: PUF.
- Cébrían Herreros, M. (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad*. Barcelona: Editorial Fragua.
- Crisell, A. (2005). Local radio: attuned to the times or filling time with tunes?. In B. Franklin & D. Murphy (Eds.), *Making the local news: local journalism in context* (pp. 22-33). New York: Routledge.

- ERC (2009). *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local*. Lisboa: ERC
- Fairchild, C. (2012). *Music, radio and the public sphere. The aesthetics of democracy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Legorburu Hortelano, J. M. (2008). Programas de participación de la audiencia. In M. Alcudia Borreguero (Eds.), *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos* (pp. 123-139). Barcelona: Editorial Fráguas.
- Marinho, S (2000). Um percurso da rádio em Portugal. In M. Pinto (Ed.), *A comunicação e os média em Portugal, 1995-1999: cronologia e leitura de tendências*. Braga: Instituto de Ciências Sociais/Universidade do Minho.
- Portela, P. (2011). *A rádio na Internet em Portugal. A abertura à participação num meio em mudança*. Ribeirão: Húmus
- Starkey, G. (2011a). *Local radio, going global*. London: Palgrave Macmillan.
- Starkey, G. (2011b). “Directo e local nunca mais? As comunidades de ouvintes e as tendências de globalização na propriedade e produção de rádios locais. *Revista Comunicação e Sociedade*, 20, 157-172.