

## **Consumo cultural e territorialidade no processo de migração do rádio AM para o FM<sup>1</sup>**

Mariane Cristine ANTUNES<sup>2</sup>

Claudia Irene de QUADROS<sup>3</sup>

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

O rádio está entre os veículos de comunicação de maior alcance em localidades onde o sinal digital de TV e internet não chega com qualidade. Um projeto de migração das rádios AM para a FM está em andamento no Ministério das Comunicações e prevê o desligamento da frequência AM em todo o país. Este artigo faz parte da dissertação em desenvolvimento “Nossas vidas sem o rádio: como a migração do AM para FM impacta o cotidiano do ouvinte em comunidades periféricas” no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, que procura entender como as populações periféricas de Curitiba e Região Metropolitana são impactadas com a migração das rádios AM para FM, em territórios (localidades) sem acesso à internet. A partir deste contexto, discutimos os conceitos de consumo cultural e territorialidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Migração do Rádio; Digitalização do Rádio; Consumo Cultural; Territorialidade

### **MIGRAÇÃO DO RÁDIO AM PARA FM, CONSUMO E TERRITÓRIO**

O rádio é um dos meios de comunicação com maior alcance em localidades com menor acesso à internet e um projeto de migração das rádios AM para a FM está em andamento no Ministério das Comunicações, que prevê o desligamento da frequência

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Comunicação e Formação Sociocultural da UFPR, email: marianeantunes13@gmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do PPGCOM - UFPR, email: clauquadros@gmail.com

AM em todo o país, até o dia 31 de dezembro de 2023. O processo de migração foi o encaminhamento encontrado pelo governo e por radiodifusores como solução para problemas antigos do AM, por exemplo, “a baixa qualidade do som, dificuldades técnicas/operacionais de recepção em dispositivos móveis, queda de faturamento e risco de fechamento de emissoras por falta de condições de manter a oferta do serviço” (PRATA; DEL BIANCO, 2018, p. 25). Com a migração das rádios AM para FM e a digitalização do rádio, quais serão os impactos nas comunidades periféricas e de que forma as pessoas que moram nestas regiões terão acesso à informação e a cultura.

Para o Ministério das Comunicações a migração das emissoras AM representa um salto na qualidade de áudio das programações e uma significativa economia com energia elétrica. Para os ouvintes, o argumento está na maior variedade e opções para se informar e entreter. Nesse sentido, busca-se saber quais serão os meios de comunicação e informação ofertados para as localidades sem cobertura da faixa FM, destinada aos centros urbanos. E ainda, de que maneira isso se dará nas localidades sem acesso à internet.

O acesso à informação é um direito, e entender as formas de acesso, principalmente nas comunidades periféricas, sem acesso à internet, é um desafio. Mais que um meio de comunicação, o rádio é um dos principais veículos de comunicação difusor de cultura e conhecimento em todo o país. Para muitos brasileiros, é a única ou principal fonte de informação, principalmente para aqueles que moram em regiões distantes dos grandes centros. A informação local deve ser tratada e reconhecida como necessária para o desenvolvimento de uma cultura da sociedade ou região específica do seu entorno, como espaço de trocas sociais e valores comportamentais, como instrumento de identidade da população. “Num mercado cada vez mais disputado, o jornalismo é uma das poucas coisas que distinguem as emissoras locais de todas as outras” (CHANTLER; HARRIS, 1998, p. 21). “O meio de comunicação local evidencia assuntos que tratam de pautas relacionadas à proximidade com o bairro e a comunidade em geral” (PERUZZO, 2005, p.56). Devido ao modo de emissão da AM, é possível ouvir a programação de rádios à distância, centenas de quilômetros dependendo da propagação. Tal fato não mais ocorrerá com o modo de emissão FM porque nesse modelo de emissão o sinal é distribuído acompanhando o relevo de uma determinada localidade, em média 50 quilômetros, salvo quando o sinal é distribuído por satélite.

Segundo o Governo Federal, a migração das rádios de uma faixa para outra é uma antiga reivindicação das rádios comerciais, que dentre outros benefícios terão maior clareza de áudio e poderão explorar seu negócio com maior eficiência. Em paralelo, a convergência digital, que a cada dia mais ganha força e adeptos, talvez seja a grande tendência para o futuro da radiodifusão (TV e Rádio) bem como do meio pelo qual efetivamente se propagará seus respectivos conteúdos. Com o avanço da internet por banda larga no Brasil e no mundo e a mudança comportamental, principalmente dos jovens, acostumados a carregar seu "mundo" no celular, a discussão da migração de rádios AM para FM, se faz necessária de modo a acompanhar as novas tendências da tecnologia da informação.

Ao analisarmos os processos de mudança e tecnologia ao longo da história, relacionadas ao rádio, do seu surgimento, ao seu papel atualmente, percebemos que o meio se modifica, se adapta e se transforma, mas mantém o seu caráter social como meio de difusão de informação, entretenimento e cultura. No início, ele foi utilizado como meio propagador de cultura e passou a ser usado como ferramenta de informação. Com o surgimento da internet e o mundo ao alcance dos dedos, muda-se a oferta de produtos e serviços, o consumo e a forma como a informação chega a cada indivíduo, tendo um perfil mais individual do que coletivo. O rádio deixa de ocupar o local de destaque na sala das famílias, e passa a estar nos aparelhos digitais, como celulares, computadores, entre outros meios digitais, mas ele segue fazendo parte do dia a dia de milhares de pessoas em todo o mundo.

A pesquisa, que terá como título NOSSAS VIDAS SEM O RÁDIO: Como a migração do AM para FM impacta o cotidiano do ouvinte em comunidades periféricas, tem como objetivo geral entender como as populações periféricas de Curitiba e Região Metropolitana são impactadas com a migração das rádios AM para FM, em territórios (localidades) sem acesso à internet. E específicos: Investigar os principais meios de acesso à informação das populações em localidades periféricas de Curitiba e RMC sem acesso à internet; Entender de que forma a migração das rádios AM para FM impacta o acesso à informação e entretenimento dessas populações; e; Debater sobre as mudanças de comportamento ocasionadas pela mudança de tecnologia, assim como, seus hábitos relacionados.

A metodologia planejada para a dissertação consiste na revisão da literatura sobre a história do rádio e suas mudanças de tecnologia ao longo da história. Além do estado da arte da pesquisa, também buscamos, por meio da História Oral e História de Vida, entrevistar moradores de localidades periféricas sem acesso à internet. Neste artigo, nos concentramos no conceitos de consumo cultural e territorialidade a partir deste contexto.

Os estudos de recepção apresentam diversas abordagens teórico-metodológicas, desenvolvidas a partir da visão cultural dos meios de comunicação. Alguns autores destacam-se pelas suas ideias, como por exemplo, o Consumo Cultural, desenvolvido por Nestor Garcia Canclini. O objetivo do Consumo Cultural é desenvolver uma teoria sociocultural do consumo para explorar os processos de comunicação e recepção dos produtos. O consumo é definido por Canclini como o “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos” (Canclini, 1993. p. 88). Canclini localiza o consumo como integrante do ciclo de produção e da circulação dos bens. Para explicar o conceito de consumo, o autor propõe a articulação de seis teorias, sob o argumento que nenhuma é autossuficiente. A primeira teoria define consumo como “lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital”, que prevalece entre autores marxistas e privilegia a racionalidade econômica. Essa teoria compreende as estratégias de mercado pela visão dos produtores. A segunda teoria, o define como “lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social”, que enfoca a razão sócio-política interativa, onde o consumo é visto como consequência de suas demandas pelo consumidor, e como lucro pelo produtor.

Já a terceira teoria, o define como “lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos”, que considera o consumo como distinção social, resultado de modos diferenciados de uso e apropriação. Enquanto a quarta teoria considera o consumo como um “sistema de integração e comunicação” e trata o consumo como fator integrador de classes.

A quinta teoria fala do “cenário de objetivação dos desejos”, que apresenta uma visão irracional do consumo, concebendo-o como fruto do desejo, e por fim, a sexta teoria define o consumo como um “processo ritual”, que entende o consumo como um ritual coletivo através do qual são selecionados e fixados significados sociais, muito além da satisfação de necessidades e desejos. (CANCLINI, 1992. p. 68).

O rádio e seus espaços locais trazem para o debate social assuntos que, geralmente, fogem das discussões da grande mídia, ou seja, contribuindo para a mobilização social em torno de problemas que afetam diretamente a vida das pessoas e muitas vezes são negligenciados por governantes. “O rádio local é colocado como mediador entre as demandas da população e as instâncias governamentais” (MEDEIROS, 2020, p. 369).

O caráter social do rádio está relacionado à divulgação e à troca de ideias que podem ser radicais e que levam a novas crenças e valores, promovendo assim diversidade e mudanças – ou que talvez reforcem valores tradicionais para ajudar a manter a ordem social por meio do status quo; facilita o diálogo entre indivíduos e grupos, promovendo a noção de comunidade; e mobiliza recursos públicos e privados para fins pessoais ou comunitários, especialmente numa emergência (MCLEISH, 2001, p. 20-21). Assim, o rádio dá sentido aos acontecimentos da comunidade, reforçando culturas, costumes e identidades. O autor reforça que essa identidade foi sendo construída pelas rádios e demarcavam nas suas próprias designações à localidade para a qual emitiam. O rádio, sobretudo os de emissão local e regional, tem esse olhar voltado ao seu entorno, seja por seus aspectos técnicos e sociais, seja pela produção do conteúdo transmitido. Mesmo hoje em dia, emissoras de muitos municípios país afora são os únicos meios de comunicação responsáveis pela divulgação de informação, e nesse sentido se encontram as notícias de cunho local. Essa mídia local, muito mais identificada com o rádio, conhece a cultura, as diversidades e peculiaridades da sua região, utilizando uma linguagem que melhor se ajusta ao seu público e à comunidade.

E com a migração, como o consumo cultural será afetado? É importante ressaltar a necessidade de entender o papel e como será a forma de consumo da informação pelo rádio AM nessas comunidades que não dispõem de outros meios de acesso a informação e entretenimento.

Políticas públicas de acesso à informação devem ser pensadas no curto, médio e longo prazo, como forma a garantir o acesso à informação e à cultura, direito de todos.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. **Migração AM-FM. 2020.** Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/migracao-am.html>. Acesso em: 04 ago. 2021.

ARNHEIM, Rudolf. **Estética Radiofônica**. Trad. Esp. de Manuel F. Blanch. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

BIANCO, N. R.; PRATA, N. **A construção da política pública brasileira de migração do rádio AM para o FM**. Florianópolis: Insular, 2018, p. 25-38.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 17. ed. rev. e atual São Paulo: Paz & Terra, 2016.

CASTRO, José de Almeida. **História do Rádio no Brasil**. 2014. Disponível em <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23526-historia-do-radio-nobrasil>. Acesso em 04 ago. 2021.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo, Ed. Edusp, 1997.

CHAGAS, Cenira. **Radiodifusão no Brasil: poder, política, prestígio e influência**. São Paulo: Atlas, 2012.

CHANTLER, Paul, HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus Editorial, 1998.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Um roteiro para compreender o rádio em sua fase de convergência**. São Paulo: Summus, 2014

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2016. Cap. 1. p. 9-11.

LOBATO, Elvira. **Antenas da floresta: a saga das TVs da Amazônia**. 1a ed. – Rio de Janeiro: Objetiva, 2017. p. 18.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo, Summus, 2001

MEDEIROS, Rafael Ferreira. **A função social do rádio local entre desertos de notícia e zonas de silêncio: reverberações da migração AM-FM**. Revista Âncora, v.7, N.1, 2020.

MEDITSCH, Eduardo, AA Ribeiro. **O futuro no passado: o rádio e a TV digitais na contramão da webergência**. P.147. 2007 - Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/793>. Acesso em 27 ago. 2021.

PERUZZO, C. N. K. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005.