

## Uma reflexão crítica sobre as rádios livres e o mundo digital<sup>1</sup>

Felipe Parra<sup>2</sup>

**Resumo:** Estas são reflexões<sup>3</sup> sobre como os conceitos e características das rádios livres se (re)configuram em um mundo pautado pelas tecnologias emergentes. Em específico, pretende-se tecer ideias sobre como as potencialidades dessas emissoras clandestinas analógicas podem ser utilizadas/adaptadas no ciberespaço. As resultantes mostram que as novas formas de disseminação de informações sonoras digitais criam modelos de negócio e de produção inéditos que possuem certas características presentes nas rádios livres.

**Palavras-chave:** Comunicação radiofônica. Rádios livres. Ciberespaço. Rádio Digital. Podcast.

---

### 1 Introdução

A rádio livre é como uma espécie de fósforo que você risca e logo tudo pega fogo. (GUATTARI; ROLNIK, 2014, p. 47).

A epígrafe selecionada demonstra metaforicamente o impacto que as rádios livres podem ter em uma sociedade. Ao oferecer a oportunidade para o cidadão comum falar pelo espaço eletromagnético sem sofrer censuras (MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, 1986), esses veículos de comunicação subvertem as lógicas impostas pelo monopólio das telecomunicações. Essa maneira de se expressar por meio da radiodifusão teve seu início em meados da década de 1960. França e Itália testemunharam o nascimento dessas emissoras clandestinas<sup>4</sup> que experimentam novas modalidades da democracia. Diante disso, as rádios livres ficaram conhecidas

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado ao Grupo de Trabalho Mídia e Cidade do XVI Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, Universidade de Sorocaba – Uniso – Sorocaba, SP, 26 setembro de 2021.

<sup>2</sup> Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM ECA-USP). Bolsista do CNPq – Brasil. São Paulo | SP | Brasil. ORCID: 0000-0002-4160-3065. E-mail: [felipe.parra@usp.br](mailto:felipe.parra@usp.br).

<sup>3</sup> Este trabalho é o desenvolvimento do texto intitulado *Impressões sobre os conceitos e características das rádios livres em um mundo globalmente conectado pelas tecnologias emergentes*. Tal material foi apresentado no 5º Simpósio Nacional do Rádio. A mídia sonora na disputa pela legitimidade da informação, realizado nos dias 4, 5 e 6 de maio de 2022, na cidade de São Paulo, pela Universidade Anhembi Morumbi.

<sup>4</sup> Antes da era digital, as rádios livres ocupavam ilegalmente o espaço eletromagnético controlado pelo monopólio das telecomunicações por meio de transmissores de rádio e outros aparelhos de som caseiros (MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, 1986).

mundialmente por sua forma peculiar de produzir e difundir ideias diferentes das emissoras convencionais.

Com o advento das tecnologias emergentes, essas mídias foram colocadas de lado nas discussões acadêmicas. Ao se debruçar sobre as pesquisas elaboradas no campo da Comunicação sobre a temática, nota-se que há poucos estudos sobre como as rádios livres se (re)configuram em um mundo pautado pelas inovações tecnológicas. Diante do fato, emerge outras possibilidades de ressignificação das rádios livres em um mundo globalmente conectado com a internet.

Baseado na premissa apresentada, este texto tem como objetivo tecer conceitos sobre as rádios livres e o rádio na era digital, no intuito de suturar ideias para dissertar sobre tais questões. Em específico, tenta-se observar e experimentar as potencialidades comunicacionais do rádio no ciberespaço para verificar se existem elementos das rádios livres nesse novo ambiente.

O percurso metodológico se desenvolve pelo levantamento bibliográfico de registros acadêmicos sobre o tema. A investigação científica também conta com informações de diferentes meios de comunicação. Ao cruzar tais conteúdos, é possível refletir profundamente sobre o rádio e suas perspectivas na web.

Efetuados os apontamentos preliminares, a escrita se divide em três tópicos: Rádios livres: conceitos e características; O rádio na era digital; O rádio no ciberespaço e o conceito de rádios livres: desdobramentos, na tentativa de apresentar reflexões acerca da mídia radiofônica de forma clara e coerente para o leitor. Tal subdivisão contribui para a exibição de conceitos, perspectivas e estratégias acerca da pesquisa que se desenvolve.

## **2 Rádios livres: conceitos e características**

Desde a década de 1920 há reflexões sobre as potencialidades do rádio para além dos modelos comerciais impostos a mídia. Bertolt Brecht (2005) foi o primeiro pensador a observar a capacidade desse meio de comunicação de ultrapassar o limite de reprodução da informação. Assim, o rádio se transforma em um aparelho de comunicação da vida pública. Especificamente, o rádio se desprende da condição de reproduzidor de pensamentos e passa a oferecer a capacidade de produção da mensagem.

Nesse sentido, qualquer um pode ouvir e se expressar pelo espaço eletromagnético por meio da radiodifusão.

Essa nova lógica aplicada ao meio transforma o rádio em um instrumento de diálogo entre sociedade e governo (SANTORO, 1981). Tal potencialidade faz com que seja possível criar discursos radiofônicos incompatíveis com os interesses de grupos, empresas e/ou marcas que controlam essa mídia.

Os pensamentos apresentados são a base teórica que orienta as rádios livres. Por meio dessas mídias, o ouvinte adquire a capacidade de produzir conteúdos radiofônicos da forma que quiser, sem sofrer censuras. Diante disso, nota-se que as rádios livres são veículos de comunicação clandestinos que surgem espontaneamente e estimulam a livre expressão pelo espaço eletromagnético (MACHADO; MAGRI; MASAGÃO, 1986). Um canal gerido de forma democrática e não hierárquica. Essa informação ganha destaque ao verificar que o princípio norteador dessas emissoras clandestinas é fazer com que o ouvinte se torne um participante ativo. Dessa forma, a rádio livre encoraja o sujeito a assumir o papel de programador, DJ ou locutor. O cidadão interessado em falar pode utilizar a mídia como bem entender. Desempregados, adolescentes, mendigos, donas de casa, prostitutas, trabalhadores, pessoas ligadas a movimentos sociais etc. tem o mesmo direito de se expressar pelo rádio. Independente do assunto, esse deve ser colocado no ar, livre de censuras. É a mensagem radiofônica sendo produzida e difundida por pessoas que não eram especialistas do rádio. Na perspectiva de Luiz Artur Ferraretto (FERRARETTO; PRATA, 2020), a ideia de rádio livre remete a organização de um movimento social que produz conteúdos criativos e livres de forma mais horizontalizada e colaborativa. As particularidades apontadas mostram que a diversidade de ideias substitui a monotonia de uma rádio controlada pelo monopólio das telecomunicações. Esse sistema de gestão se reflete na programação dessas emissoras. Múltiplas vozes e ideias reverberam no espaço eletromagnético. Assim, pode-se transmitir música clássica, canções políticas, monólogos, poesias, depoimentos, slogans de manifestações, pensamentos interiores, leituras críticas de jornais etc. Portanto, mais do que representar uma determinada comunidade, a rádio livre é o canal do povo feito pelo povo.

O interesse dessas atividades não é lucrar com a mídia. A ideia é fazer rádio como quiser, da forma que quiser. O foco de tais ações se concentra em abastecer o

rádio com informações produzidas por qualquer membro da sociedade. Logo, para se manter no ar, algumas rádios contam com doações voluntárias de colaboradores e simpatizantes. As contribuições variam de valores em dinheiro a equipamentos doados. Os custos de produção e difusão das mensagens no rádio são mínimos, pois a tecnologia do rádio analógico é relativamente simples e barata de se construir e operar.

É possível averiguar que o alcance das transmissões dessas iniciativas é um fator secundário. O esforço dessas emissoras clandestinas se concentra em difundir a informação para pequenas comunidades. Contudo, a ideia de um conceito na cabeça a um microfone na mão presente nas rádios livres (FERRARETTO; PRATA, 2020) apresenta formas criativas para solucionar essa dificuldade. Isso ocorre pela retransmissão de conteúdos. Esse tipo de comunicação ultrapassa o limite de transmissão das rádios locais. Mesmo que a emissora tenha uma potência ínfima, a mensagem pode ser repetida por outras rádios. Isso gera uma rede de informação entre os realizadores que pode cruzar as fronteiras do país.

Para além do sedimentado modelo comercial aplicado ao meio de comunicação, as rádios livres reverberam novas possibilidades para a mídia que infringem as normas aplicadas pelo monopólio das telecomunicações. Essa afirmação adquire notoriedade ao observar que essas ações são utilizadas para auxiliar na divulgação da cultura e dos problemas enfrentados por movimentos (ecológicos, políticos, humanitários etc.) e minorias (étnicas, de gênero etc.). Tal atividade evidencia a versatilidade dos usos e apropriações do rádio. A prática retratada tem caráter social e se distancia dos interesses econômicos das corporações que controlam as rádios convencionais.

Outra característica desses meios de comunicação é intermitência das transmissões. Não há um padrão definido para o funcionamento das rádios livres. Algumas transmitem de acordo com a vontade de seus colaboradores (algumas horas por semana, aos fins de semana etc.). Outras que, por estarem atreladas a movimentos e lutas muito específicas, surgem e desaparecem de acordo com aparecimento de problemas sociais (condições de trabalho, questões ambientais, direitos humanos, entre outros). Geralmente, quando tais reivindicações são atendidas ou há um acordo entre as partes envolvidas, as rádios desaparecem das ondas eletromagnéticas. Então, pode-se dizer que a descontinuidade de emissão dessas rádios livres varia de acordo com cada iniciativa.

Eminentemente, ao aplicar novas lógicas a esse meio de comunicação, as rádios livres exibem formas de democratização da mídia. Ao criar oportunidades para que o cidadão se expresse no ar, as emissoras clandestinas rompem as lógicas impostas ao rádio por modelos estatais. Tais questionamentos podem expandir para outras áreas da vida humana. Talvez essa forma diferente de se fazer rádio crie subsídios para que a sociedade conteste políticas implementadas (econômicas, sociais, entre outras), a vida cotidiana, o trabalho, o lazer etc.

### **3 O rádio na era digital**

Para refletir sobre as rádios livres em um mundo pautado pelas tecnologias emergentes, é necessário pensar como o rádio se adequa em um cenário caracterizado pela frenética velocidade com que as coisas se atualizam. Diante disso, opta-se em pensar sobre o ciberespaço e suas particularidades. Nesse sentido, nota-se que a rede mundial de computadores cria uma ambiência de compartilhamento e produção de conteúdo jamais vista. Pela perspectiva de Pallot e Prinz (2007), vivemos em um contexto de *webemergência*. A palavra *webemergência* está ligado a dois conceitos. O primeiro se refere a convergência das mídias por meio da tecnologia, onde a voz, o telefone, os dados, programas, os estímulos sonoros e os visuais se concentram em uma única rede. Ou seja, as informações produzidas pelo sujeito com o auxílio de ferramentas digitais se concentram em um ambiente comum.

Já o segundo corresponde a expressão proposta na Teoria Filosófica dos Sistema e das Ciências denominada “emergência na web” que descreve o desenvolvimento de sistemas complexos auto-organizados. Isto é, o surgimento de uma entidade virtual gerada espontaneamente quando dois ou mais elementos trabalham em colaboração.

É possível perceber que a ideia possui aproximações com o conceito de complexidades tecnológicas. Em específico, as complexidades tecnológicas são múltiplos componentes biológicos e tecnológicos interligados que estão em constante mutação para que a interatividade, a mobilidade e a conectividade com o ciberespaço sejam possíveis. Essa dinâmica que se estabelece entre o humano e a máquina cria um espaço *on-line*, onde se desenvolve a cibercultura.

Muniz Sodré (2014) amplia o conceito ao sugerir que tal tendência consiste em uma junção das práticas culturais com o espaço público, impulsionado por processos tecnológicos de comunicação. Por meio disso, constitui-se novo tipo de organização social, denominado bios virtual, que engloba o sujeito, seus hábitos e a sociedade, pautados pelas tecnologias emergentes. Esse sistema opera por meio das inovações tecnológicas, na tentativa de organizar a sociedade.

O *bios virtual* implica, assim, uma totalidade espacial virtualizada ou um “fato social total”, (expressão do antropólogo Marcel Mauss para designar um fato que permeia as instâncias econômicas, políticas e culturais de uma sociedade), mas com duração continuada de uma forma de vida, um *bios*, característico de um novo tipo de ordem social, ao qual a designação de “sociedade de controle” pode ser adequada, em especial quando se pensa nesse *bios* como parte das estratégias de indução social dos dispositivos técnicos de controle da *zoe* (a vida “nua”, natural, animal). Em outras palavras, trata-se de um novo tipo de atrator ou operador social, mais temporal do que espacial, movido a tecnologia avançada (SODRÉ, 2014, p. 142-143).

Para o autor, o bios virtual é um novo sistema que controla a sociedade e o sujeito contemporâneo por meio das inovações tecnológicas. Uma norma que abrange de forma as múltiplas esferas da contemporaneidade. Em síntese, o bios virtual equivale a um agente social estimulado pelas tecnologias emergentes. Ao verificar as ideias apresentadas, percebe-se que os conceitos convergem para a mesma sensação: a (re)configuração da Comunicação contemporânea promovida pela atuação das tecnologias emergentes na sociedade atual.

Essa transformação nas formas de gerar e consumir informação desenvolve suas próprias leis que influenciam diretamente as mídias tradicionais como a TV, o rádio, o jornal etc. Ao mudar o paradigma comunicacional estabelecido no século passado, a mudança descrita também traz novos desafios e potencialidades as formas convencionais de difusão da informação e de monetização da mídia.

Ao pensar sobre o rádio na atualidade, verifica-se que, ao adquirir possibilidades comunicacionais a partir do contato com as tecnologias emergentes, a mídia se desvincula de seus equipamentos de transmissão e recepção. De acordo com Luiz Artur Ferraretto e Nair Prata (2020) a condição *sine qua non* do rádio é e sempre será o som. Nesse sentido, pouco importa como é feita a difusão dessa mensagem e/ou se essa respeita os moldes normalizados impostos ao meio de comunicação. Perante ao fato, percebe-se que os componentes necessários para que esse meio de comunicação

existisse não são mais necessários no ciberespaço. O que importa no ambiente digital são as informações sonoras, e não seus modos de disseminação. Pela perspectiva de Eduardo Meditsch (2010), o rádio se transforma de uma instituição social para uma criação cultural. Isto é, a mensagem radiofônica passa a ser produzida e difundida por meio de ferramentas tecnológicas que são acessíveis a todos que utilizam o ciberespaço. Essa popularização das inovações computacionais acelera a obsolescência das formas convencionais de se fazer rádio. Outro fator desencadeado por essa transição do analógico para o digital é a descentralização da produção radiofônica. Em termos práticos, as mensagens sonoras passam a ser criadas e difundidas por qualquer um que saiba utilizar os recursos oferecidos pelas tecnologias emergentes. Assim, o monopólio das telecomunicações perde a exclusividade de gerar discursos.

Um exemplo disso é o aumento da produção de *podcasts*. Eminentemente, o podcast é uma forma de criar e difusão de áudios pela internet. Essa nova maneira de produzir e consumir conteúdos radiofônicos disponibiliza esse material na *web*. Isso permite que qualquer pessoa conectada ao ciberespaço ouça as informações apresentadas no momento que desejarem. Na visão de Malagy Prado (2012, p. 452), “[...] o podcast surge como um meio de democratização do rádio, que dá voz a quem antes só poderia ser receptor da mensagem. Agora somos milhares de “concessionários” da voz espalhados pelo mundo [...]”. Atualmente, nota-se transformações na forma de se fazer podcast. Os conteúdos começam a ser transmitidos ao vivo e captados por câmeras de vídeo. Ao se pensar na produção de podcasts em 2021, a mensagem em áudio adquire suportes imagéticos que auxiliam na contextualização da interação que ocorre durante a programação.

Essa nova forma de se fazer rádio oferece possibilidades de fazer programas de áudios de forma criativa. Ao se libertar dos padrões impostos pelos meios de comunicação de massa, as produções sonoras podem falar sobre qualquer tema das mais variadas formas. Assim, podemos encontrar no ambiente digital podcasts que contam histórias, relatam casos do cotidiano, fazem bate-papo, informam a população sobre um determinado assunto, apresentam conceitos educacionais, realizam debates, comentários, entrevistas (VICENTE; SOARES, 2021) etc.

Vale ressaltar que este texto se concentra no podcast como principal forma de se fazer rádio no ciberespaço devido a sua popularização. Nos últimos anos, a produção e

circulação de podcasts no Brasil teve significativo crescimento em 2020. Nesse período, quase 40% da população brasileira entre 15 e 65 anos tiveram contato com esse tipo de mídia durante a pandemia de COVID-19 (LOVISI, 2021).

Para complementar as informações, a pesquisa realizada pela Globo em parceria com o Ibope (GLOBO, 2021) apontou que 57% dos entrevistados começaram a ouvir podcasts durante a crise sanitária global. Outro dado relevante corresponde ao fato de 43% dos brasileiros que consomem essa mídia a ouvem de uma a três vezes por semana.

Ao verificar tais estudos, nota-se a relevância que os podcasts ganharam no âmbito nacional. Tal perspectiva é validada ao observar estudo desenvolvido pela plataforma CupomValido.com.br, com dados da *Statista* e do Ibope sobre a popularidade dos podcast nos países (ÁUDIO, 2022). Atualmente, o Brasil ocupa a terceira posição no ranking de países que mais consomem podcasts no mundo. Suécia e Irlanda ocupam a primeira e a segunda colocação respectivamente. A pesquisa também revela que a mais de 40% dos participantes do estudo alegam ter ouvido pelo menos um podcast no último ano.

Outro fator a considerar é a transformação no sedimentado modelo de negócio imposto ao rádio. A transição da mídia para o ambiente digital também afeta diretamente as formas de monetizar as produções radiofônicas. É possível perceber essa dinâmica ao observar as lógicas das plataformas aplicadas às mídias.

De acordo com Rafael Grohmann, (2020), a plataforma é um ambiente digital privado modulado por programas que gerencia a produção, interação, sociabilidade, valor, capital, circulação e controle da informação difundida. Um espaço na rede mundial de comutadores que auxilia o sujeito a criar e compartilhar conteúdos sonoros, imagéticos e audiovisuais. Essas facilidades oferecidas ao usuário estimulam a participação das pessoas nessa rede particular. Simultaneamente, a plataforma monitora as informações geradas por meio dos algoritmos. Especificamente, os algoritmos são sequências de sentenças matemáticas lógicas programadas para realizar tarefas de coleta, organização, comparação, separação, divulgação, combinação e monetização de dados (FÍGARO, 2021). Com base nas ideias apresentadas, observa-se que o algoritmo utilizado nas plataformas é um instrumento tecnológico que facilita a gestão e difusão de conteúdos. Ao pensar na produção de conteúdos radiofônicos no digital, estar fora

dessa lógica significa não usufruir das ferramentas digitais. Talvez isso faça com que o produtor de conteúdo tenha dificuldades de disseminar a informações digitais criadas.

Essa (re)configuração nas formas de produção, circulação e monetização de informações radiofônicas tencionam os modelos tradicionais de exploração econômica do rádio. Desse modo, há a descentralização dos lucros obtidos com as mensagens geradas. Na contemporaneidade, a renda que era exclusivamente do monopólio das telecomunicações é dividida com produtores independentes. Nesse contexto, é totalmente plausível que usuários do ciberespaço obtenham rendimento financeiro ao criar seus próprios discursos.

Obviamente, há resistência de certos grupos, marcas e empresas a esses novos padrões impostos pelas inovações tecnológicas. Pela perspectiva dessas instituições tradicionais, conservar as lógicas de mercado tradicionais é uma questão de sobrevivência. Contudo, é possível observar a frenética produção de informações digitais diariamente, sem controle. Esse fato pode indicar que qualquer esforço para conter o desenvolvimento das normas do ciberespaço seja um esforço inútil. Segundo Meditsch (2010), esse tipo de empreendimento que sustentava as rádios comerciais há quase um século estão com os dias contados. Assim, as regras convencionais propostas pela velha mídia se esvaem diante das atualizações impulsionadas pelas tecnologias emergentes.

#### **4 O rádio no ciberespaço e o conceito de rádios livres: desdobramentos**

Ao se imbricar com as potencialidades comunicacionais do ambiente digital, a radiodifusão se desprende dos formatos tradicionais consolidados nas rádios comerciais analógicas. Há novas/outras possibilidades de utilizar conteúdos radiofônicos na atualidade. Tanto nas formas transmissão quanto na produção da programação.

Tal premissa instiga pensadores a refletir especificamente sobre esse meio de comunicação. Na visão de Ortriwano (1998), o ambiente digital fornece subsídios para qualquer um falar aquilo que quiser. Mensagens audiovisuais, imagéticas, textuais e sonoras são trocadas por todos que usufruem das tecnologias emergentes. Na perspectiva da autora, percebe-se que, atualmente, não há necessidade de emitir mensagens pelas ondas eletromagnéticas. Marcelo Masagão (2019) reitera a ideia ao

declarar que é possível exercer a comunicação de diversas formas por meio da rede mundial de computadores. As tecnologias emergentes propiciam formas práticas de criação e intercâmbio de mensagens sem infringir a lei. Um recurso legal que permite a difusão imediata da informação de forma global. Diante das propostas, verifica-se que as ideias confluem para um mesmo sentido: o rádio passa a ter mais autonomia e liberdade para produzir e difundir informações sonoras.

A inovação da radiodifusão no ciberespaço faz com que a mídia desenvolva relações com características presentes nas rádios livres do século passado. Entre elas está a autonomia em criar conteúdos sonoros. Ao pensar sobre os podcasts, Magaly Prado (2012) enfatiza que a mídia surge como um meio de democratização do rádio. Esse processo permite que o ouvinte também fale. Devido a esse fator, nota-se que hoje é possível reverberar suas ideias sem a necessidade de concessões do tradicional monopólio das telecomunicações. Dessa maneira, pode-se escapar da “contestação da rádio livre que afronta a organização, o modelo das emissoras comerciais e as formas de concessão” (SANTORO, 2018). Ou seja, ao romper com os modelos tradicionais, o rádio digital revive um dos princípios das rádios livres: o de fazer conteúdos sonoros sem a necessidade de ser um especialista no assunto.

Isso abre possibilidades para usos criativos da radiodifusão. Pela perspectiva de Luiz Artur Ferraretto (FERRARETTO; PRATA, 2020), é viável pensar em um rádio experimental que dialogue com a arte, com a pantomima, com o teatro etc. Essa argumentação ganha relevância ao ouvir podcasts que constituem uma miríade de conteúdos em áudio disseminados pelo ciberespaço. As locuções podem se aproximar de uma linguagem mais coloquial. As pautas se tornam flexíveis para abordarem temas diversos da forma que quiser. O bate papo despojado e sem uma temática definida ganha espaço na mídia. As radionovelas ressurgem para contar histórias atuais de aventura, terror, suspense, comédia etc. Jogos lúdicos são difundidos por meio de mensagens radiofônicas. As possibilidades são diversas.

Outra peculiaridade do rádio digital que se aproxima das rádios livres é a difusão de informações para um público específico. Antes, esse público era determinado pela abrangência que a emissora clandestina era capaz de cobrir (rua, bairro ou cidade). Essa restrição se dava por dois motivos. O primeiro é a falta de recursos financeiros para a compra de equipamentos mais potentes. Geralmente, essas iniciativas contavam com

aparelhos rudimentares utilizados para diversão. Já o segundo corresponde as possíveis represálias da Polícia Federal e do Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL). Quanto maior a abrangência de uma emissora clandestina, maiores são as possibilidades dessa ação ser autuada pelas autoridades governamentais<sup>5</sup>. Devido a isso, essa limitação na transmissão fazia com que essas atividades fossem ouvidas por uma determinada comunidade.

Hoje não há esse tipo de restrição pois a abrangência é global. Todavia, a quantidade de informações em áudio reverberadas na rede mundial de computadores é consideravelmente maior do que as antigas rádios livres. Nesse sentido, pode-se verificar a pluralidade de mensagens radiofônicas presentes no ciberespaço. Cada iniciativa reverbera um determinado assunto, no intuito de atingir determinado nicho. Um esforço que busca criar vínculos com o ouvinte. Na visão de Prado (2012), hoje temos muitos produtores de conteúdo falando para poucas pessoas interessadas em um determinado assunto. Portanto, a luta não é mais contra a retaliação do monopólio das telecomunicações. O embate é entre as múltiplas iniciativas que disseminam informação sonora pela web.

Com base nos conceitos apresentados, nota-se que, em alguns aspectos, o rádio pautado pelas tecnologias emergentes se assemelha às rádios livres. Contudo, há perspectivas que apontam para um esgotamento do conceito de rádios livres no ambiente digital. Nair Prata (FERRARETTO; PRATA, 2020, p. 5) pontua que “um dos elementos definidores das rádios livres era a ausência da concessão governamental. E um dos pressupostos das novas plataformas digitais é justamente o contrário disso, com a presença visceral da liberdade de expressão e também de emissão”. A proposta evidencia que a internet, como uma ferramenta livre do controle do monopólio das telecomunicações, supre o papel das rádios livres.

Para validar esse pensamento, é necessário refletir sobre como se configura a liberdade de expressão na rede mundial de computadores. Com esse foco, Maria Cristina Castilho Costa (2018) demonstra que, o conceito de liberdade de expressão representa o direito de denunciar, criticar e expressar seus ideais políticos e ideológicos.

---

<sup>5</sup> O artigo 183 da lei 9472/97 determina que é proibido desenvolver clandestinamente atividades de telecomunicação no Brasil. A pena prevista é de dois a quatro anos de reclusão, aumentada da metade se houver dano a terceiro, e multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais). Disponível em: <<https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/103340/lei-geral-de-telecomunicacoes-lei-9472-97#art-183>>. Acesso em: 24 jul. 2019.

Ao observar a rede mundial de computadores, nota-se que esse não é um espaço totalmente público nem privado. Um ambiente híbrido onde se estabelece novas relações, entre as pessoas por meio das máquinas e novas noções de distâncias. Portanto, a liberdade de expressão no ciberespaço está relacionada com a possibilidade de consumir, produzir e compartilhar as informações que circulam. Assim, pressupõem-se que a web seja um espaço onde as ideias são veiculadas livre de censura.

Contudo, percebe-se que corporações criam suas próprias plataformas para oferecer serviços ao sujeito que interage com o ciberespaço em troca de informações pessoais e controle da informação. Da reflexão sobre a internet como um espaço utópico livre das concessões governamentais, Meditsch (2010) argumenta que outros grupos, empresas e marcas ocupam o espaço deixado pelos obsoletos modelos de negócios. Competidores de peso geram estratégias para lucrar com essa (re)configuração dos meios de comunicação. Nesse sentido, há uma transição de poder entre o monopólio das telecomunicações e as empresas multinacionais de serviços on-line e software. Ao pensar sobre o rádio digital, o controle sobre as informações disseminadas se atualiza de acordo com interesses privados. Essa afirmação adquire relevância ao verificar que corporações digitais como o Google, o Youtube, o Meta etc. produzem seus próprios espaços na internet no intuito de gerir e fazer circular grande mercadoria da atualidade: a informação digital.

Para administrar tais dados, as empresas criam algoritmos e programas de vigilância da informação (denominados *bots*). Tais ferramentas tecnológicas podem inspecionar o fluxo de dados da rede e, até mesmo, bloquear mensagens contrárias a política corporativa adotada em uma plataforma. Essa prática é usada na maioria das redes sociais. Quando o áudio, vídeo ou imagem não está de acordo com as políticas da empresa, o conteúdo pode ser removido sem aviso prévio. Assim, torna-se mais fácil monitorar, conter, saber quem produziu e difundiu mensagens com ideias contestatórias. Obviamente tal recurso é necessário para censurar/punir informações que violam direitos autorais, disseminam discursos de ódio, fazem apologias ao racismo, a homofobia, a pedofilia etc. Porém, é possível fazer com que esses instrumentos tecnológicos contenham a veiculação de informações digitais incompatíveis com os interesses financeiros da empresa detentora da plataforma.

Diante das argumentações, verifica-se que, no espaço eletromagnético, é necessário que a Polícia Federal ou o DENTEL detecte a localização da rádio livre para tomar medidas repressivas contra seus realizadores. Um trabalho feito por seres humanos que demanda tempo. Já na plataforma, qualquer mensagem que não esteja de acordo com interesses privados pode ser instantaneamente reconhecida e contida. Outro fator são as maneiras de rastreamento contra os realizadores dessas ações. Para utilizar das potencialidades das tecnologias emergentes, cada aparelho tecnológico comercializado (computadores, *tablets*, celulares etc.) tem seu número de identificação. Isso auxilia na punição de pessoas que infringem as regras impostas pela política corporativa da empresa proprietária da plataforma.

Com base nas reflexões apresentadas, nota-se que há um limite para a liberdade de expressão dentro das plataformas. Uma espécie de censura digital que rege as informações digitais propagadas na web. As plataformas (redes sociais, canais de streamings etc.) oferecem praticidades aos seus usuários e, ao mesmo tempo, lucram com informações pessoais e controlam o que será divulgado. Nesse sentido, instaura-se uma nova forma de censura mais eficiente do que as velhas regras impostas aos meios de comunicação.

Nessa nova (re)configuração da comunicação, o rádio digital parece operar como a metáfora de uma ponte sobre o rio, que une algumas características das rádios livres com as lógicas de mercado encontradas nas emissoras comerciais. Em termos específicos, as fronteiras delimitadas entre essas divisões binárias tornam-se porosas, efêmeras e transpostas devido às potencialidades apresentadas pelo ciberespaço.

Da relação entre as formas distintas de se fazer rádio, emerge uma maneira híbrida. Homi K. Bhabha (2013) denomina essas dinâmicas de “espaços intersticiais”. Há, também, a alternativa de relacionar contexto descrito com o conceito de acoplagem, formulado por Humberto Maturana (1998). É possível, ainda, associar tais inovações na produção e difusão radiofônica a ideia de contingência que, segundo Ulrich Gumbrecht (1999), engendra uma conexão simultânea. Das ideias apresentadas, verifica-se que os pensamentos convergem: da junção entre formas distintas de se fazer rádio surge uma nova premissa que contém elementos de ambas as propostas.

De acordo com Homi K. Bhabha:

Privado e público, passado e presente, o psíquico e o social desenvolvem uma intimidade intersticial. É uma intimidade que questiona as divisões binárias através das quais essas esferas da experiência social são frequentemente opostas espacialmente (BHABHA, 2013, p. 38).

Da emergência do ciberespaço, rádios livres e emissoras convencionais estabelecem relação por meio do rádio digital. Essa intimidade intersticial torna as fronteiras demarcas entre essas maneiras de criar e disseminar conteúdos radiofônicos porosas e transpostas. Sendo assim, rádio digital desloca a linha divisória para permitir o agenciamento/negociação entre as polaridades. Desse processo, surge uma proposta híbrida que possui elementos de ambos os lados.

Com isso, é possível verificar que, o rádio no ambiente digital possui características presentes nas rádios livres. Contudo, essas peculiaridades são agregadas a outras perspectivas que geram inovadoras possibilidades para a mídia. Uma nova abordagem que permite certa liberdade para produzir e difundir conteúdos radiofônicos.

## **5 Considerações finais**

As reflexões presentes neste artigo científico não pretendem fornecer resultantes conclusivas sobre o objeto de estudo. Nesse sentido, as ideias desenvolvidas correspondem as impressões iniciais sobre as características e os conceitos atrelados às rádios livres que podem estar presentes no contexto contemporâneo.

Contudo, pode-se verificar que a (re)configuração dos meios de comunicação estimulada pela velocidade com que as tecnologias emergentes se atualizam cria novas oportunidades de lucrar com informações digitais. Ao pensar especificamente no rádio digital, observa-se que a mídia desenvolve novas lógicas e negocia/agencia perspectivas e princípios polarizados pelo convencional monopólio das telecomunicações. A mensagem radiofônica se desprende tanto das ferramentas tradicionais de produção e difusão como dos modelos de negócios impostos. Isso faz com que o rádio se aproxime das características e conceitos clássicos das rádios livres. Simultaneamente, as novas regras que regem a radiodifusão agregam elementos encontrados nas rádios comerciais ao meio. Da relação, surge uma forma híbrida de se fazer rádio que fornece certa liberdade para o sujeito se expressar e, ao mesmo tempo, consegue vantagens econômicas e controle sobre as informações em áudio propagadas no ciberespaço.

## Referências

ÁUDIO DIGITAL EM ALTA: BRASIL ESTÁ ENTRE OS PAÍSES QUE MAIS CONSUMEM PODCASTS. SindiRádio, 2021. Acesso em: <<https://sindiradio.org.br/noticias/item/audio-digital-em-alta-brasil-esta-entre-os-paises-que-mais-consumem-podcasts.html>>. Acesso em 06, jun. 2022.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

BRECHT, Bertolt. Teoria do rádio (1927-1932). In: MEDITCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos volume 1**. Florianópolis: Insular, 2005. p. 35-45.

COSTA, Maria Cristina Castilho. Liberdade de expressão e campanhas eleitorais. In: COSTA, Maria Cristina Castilho; BLANCO, Patrícia (Orgs.). **Liberdade de expressão e campanhas eleitorais**. Brasil 2018. São Paulo: Palavra Aberta, 2019. p. 11-37.

FERRARETTO, Luiz Artur; PRATA, Nair. Rádios livres e web rádios: as perspectivas teóricas de Luiz Artur Ferraretto e Nair Prata sobre a linguagem radiofônica na contemporaneidade. [Entrevista concedida a] Felipe Parra e Luciano Victor Barros Maluly. **Radiofonias – Revista De Estudos Em Mídia Sonora**. Mariana, v. 11, n. 3, p. 1-11, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radiofonias/article/view/4452/3653>>. Acesso em: 2 fev. 2021.

FÍGARO, Roseli. O ingrediente secreto dos algoritmos: a produção de dados dos trabalhadores. **JORNAL NEXO**, [S. l.], 11 mar. 2021. Disponível em: <<https://pp.nexojornal.com.br/ponto-de-vista/2021/O-ingrediente-secreto-dos-algoritmos-a-produ%C3%A7%C3%A3o-de-dados-dos-trabalhadores>>. Acesso em: 10 nov. 2021.

GLOBO. Podcasts e a crescente presença entre os brasileiros. Gente, 2021. Acesso em: <<https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>>. Acesso em 06, dez. 2021.

GROHMANN, Rafael. A comunicação na circulação do capital em contexto de plataformização. **Liinc em Revista**, [S. l.], Rio de Janeiro, v.16, n.1, p. e5145, 2020. DOI: 10.18617/liinc.v16i1.5145. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/5145>>. Acesso em: 10 nov. 2021.

GUATTARI, Félix; ROLNIK Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 2013.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Em 1926**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

LOVISI, Pedro. Popularidade do podcast sobe no isolamento social. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 ago. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2021/08/popularidade-do-podcast-sobe-no-isolamento-social.shtml>>. Acesso em: 10 nov. 2021.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres**: reforma agrária no ar. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MASAGÃO, Marcelo. Entrevista concedida a Felipe Parra. São Paulo, 10 fev. 2019.

MATURANA, Humberto Romesín. **Ontologia da realidade**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MEDITSCH, Eduardo. A informação sonora na webemergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de Carvalho (Orgs.). **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Senac São Paulo, 2010. p. 203-238.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Interatividade entre rosas e espinhos. **Revista Novos Olhares**, São Paulo: ECA-USP, v.1, n. 2, p.13-30, 1998.

PALLOT, Marc; PRINZ, Wolfgang. Ecospace. Towards an integrated collaboration space for eprofessionals. In: **International Conference on Collaborative Computing: Networking, Applications and Worksharing**, 2007. Atlanta, GA, USA. DOI: 10.1109/COLCOM.2006.361868. Disponível em: <<https://ieeexplore.ieee.org/document/4207540>>. Acesso em: 10 nov. 2021.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

SANTORO, Luiz Fernando. Rádios livres: o uso popular da tecnologia. **Revista Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 3, n. 6, p. 97-103, 1981.

\_\_\_\_\_. Relatos sobre rádios livres e comunitárias na Europa e no Brasil por Luiz Fernando Santoro. [Entrevista concedida a] Felipe Parra. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 54-65, 2018.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

VICENTE, Eduardo; SOARES, Rosana de Lima. Rádio ambulante e a tradição do podcast narrativo no radiojornalismo norte-americano. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 18, n. 1, p. 257-269, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2021.77031>. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/77031>>. Acesso em: 10 nov. 2021.