

## **A comunicação pública radiofônica local na Andaluzia, Espanha: do ontem ao hoje – desafios na promoção da cidadania na mais populosa região espanhola<sup>1</sup>**

**Manuel Miguel Chaparro Escudero<sup>2</sup>**  
UMA – Universidad de Málaga (Espanha)

**Orlando Maurício de Carvalho Berti<sup>3</sup>**  
UESPI – Universidade Estadual do Piauí  
UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

### **RESUMO**

É feito um estudo reflexivo e exploratório sobre o fenômeno das rádios públicas locais (que é praticamente ímpar em termos mundiais) na Espanha. Trata-se de um estudo de caso das emissoras na região da Andaluzia (sul espanhol). Mostra-se como ocorrem os processos comunicacionais de promoção de cidadania nessa parte da Península Ibérica. Envereda-se por uma análise do percurso histórico dessas emissoras até chegar ao período atual onde elas sedimentam e se reinventam em seu papel de construção cidadã e empoderamento social. Atualmente sofrem duras provas para continuar funcionando devido à grave crise econômica e social e também ao desmantelamento das rádios locais espanholas. São descritos, comparados e analisados os papéis dessas rádios e também seu atual fenômeno de comunitarização e apropriação cidadã para empoderamento social da informação.

### **Palavras-chave**

Comunicação Social; rádio pública local; Andaluzia; Espanha; cidadania.

### **Introdução**

Os meios de comunicação públicos fazem parte de um fenômeno ainda pouco estudado no Brasil, mesmo essa forma comunicacional tendo grandes dimensões nos sentidos: social, integrador, político e cidadão.

Apesar de ter muitos meios de comunicação e informação no Brasil que são considerados e se consideram públicos, ainda paira em território nacional uma grande

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor titular de Jornalismo da graduação e da pós-graduação em Comunicação da Universidad de Málaga, em Málaga, Espanha. Doutor em Comunicação pela UCM – Universidad Complutense de Madrid (Madrid, Espanha). É vice-decano de Planejamento da Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidad de Málaga. Coordena o Grupo de Pesquisa em Comunicação da Andaluzia e diversos projetos de cooperação de conhecimento com países da América Latina, dentre eles Argentina, Bolívia, Paraguai, El Salvador, Guatemala e Brasil. E-mail: [mch@uma.es](mailto:mch@uma.es)

<sup>3</sup> Professor (Assistente II – DE), pesquisador e extensionista da UESPI – Universidade Estadual do Piauí (Teresina – Piauí – Brasil). Mestre em Comunicação Social pela UESP – Universidade Metodista de São Paulo. Doutorando em Comunicação Social na UESP, com bolsa da FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. Fez estágio doutoral, via PDSE – Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior – na Universidad de Málaga – Espanha, com bolsa da CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. E-mail: [orlandoberti@yahoo.com.br](mailto:orlandoberti@yahoo.com.br)

confusão acerca de suas funções e atuações. Outra polêmica está entre as terminologias *público* e *estatal*. Levando-se em conta a função básica de um meio público, trata-se de um canal de informação coletivo, com financiamento público, que deve servir aos interesses dos públicos (sociedade em geral). Esses meios têm uma função mais social de serem canais e proporcionadores de informação, com promoção de cidadania, com compartilhamento de informações, como formação e respeito social, o que no Brasil justifica a terminologia de verdadeiro meio de Comunicação Social.

O modelo de comunicação pública radiofônica local espanhola se junta aos exemplos mais promissores e debatidos no Mundo como BBC (do Reino Unido), RTP (de Portugal), RTVE (da própria Espanha) e NPR e PBS (dos Estados Unidos). Tais modelos têm mais de 60 anos de existência. Há menos de uma década a EBC – Empresa Brasileira de Comunicação – foi criada para implantar um modelo de comunicação pública brasileira.

Um dos debates que pretende-se fazer é sobre a função dos meios de informação, no sentido de pluralizar, de instigar a cidadania e o empoderamento social frente apenas a uma perspectiva de comunicação pura e simples como processo midiático.

Em um Brasil de forte presença e influência dos meios de informação<sup>4</sup> de massa, como comprova a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2009), em que 79,4% das residências nos municípios do Brasil têm ao menos um aparelho de rádio e outros 87,3% têm aparelhos de televisão<sup>5</sup>, a comunicação pública seria uma grande ferramenta de possibilitar melhores dias e empoderamento cidadão na construção ou tentativa de edificação de uma sociedade mais justa, plural e igualitária.

Na perspectiva de trazer o debate novos modelos e, principalmente, uma comunicação mais democrática e pluralizante é que se traz esse estudo sobre a comunicação pública radiofônica local, um exemplo praticamente ímpar no mundo, lincando-se ao caso das rádios públicas locais da Andaluzia, no Sul da Espanha. Esse fenômeno comunicacional é emblemático principalmente porque nos sentidos acadêmico, social e profissional as rádios públicas locais espanholas têm papel diferenciado na formação e atuação cidadã.

A problemática reside em saber quais são as faces e interfaces da comunicação pública radiofônica local na região da Andaluzia entre seu percurso histórico e construção de cidadania e empoderamento cidadão.

---

<sup>4</sup> Preferimos utilizar o termo informação em vez de comunicação para nos referirmos aos meios, posto que na maioria desses meios não existe a bidirecionalidade (entre emissor e receptor) que exige a verdadeira comunicação.

<sup>5</sup> Os dados são de 2009 e, com certeza, devido a ascensão ao consumo das famílias brasileiras e se for levado em conta que os aparelhos de celular em suas versões multimidiáticas também têm suas interfaces com acesso a rádios e televisões.

Objetiva-se: descrever a comunicação pública radiofônica local na Andaluzia, bem como comparar as suas faces e interfaces entre o século passado (surgimento e sistematização acadêmica de seus estudos) até os dias atuais, com desafios e vivências na contemporaneidade e ainda analisar a evolução da comunicação radiofônica pública local no Sul da Espanha e sua construção de cidadania e empoderamento local.

Metodologicamente é feito um estudo exploratório, descritivo, reflexivo e crítico. Para isso realizando o procedimento metodológico do estudo de caso sobre essas emissoras da Andaluzia. Também o fenômeno é historicizado, apresentando-se dados estatísticos, geográficos e temporais, fazendo-se uma comparação comunicacional e social da inserção dessas emissoras entre seu surgimento e atual conjuntura espanhola, que é de muitas dúvidas, desafios e necessidades de mudanças, inclusive no campo midiático.

O trabalho é dividido em quatro momentos: o primeiro deles (*A Andaluzia e suas faces na comunicação espanhola*) trata sobre o objeto geográfico da pesquisa: a região espanhola da Andaluzia, fazendo uma breve discussão sobre o que é, como se constitui e como é apresentada comunicacionalmente essa região do Sul da Espanha onde vivem um em cada cinco espanhóis. É a região mais populosa do País. O segundo momento (*A comunicação local pública radiofônica espanhola*) é de fundamentação teórica e esclarece o fenômeno ímpar mundial da comunicação pública local que são essas emissoras e seu atual contexto em termos de comunicação, informação e proximidade. O terceiro momento (*De 1994 a 2012: o que tem mudado na comunicação pública local na região da Andaluzia, Espanha. Cidadania: um dos pontos fortes*), também de natureza teórica, agora mais descritiva, envereda pela evolução do fenômeno até chegar ao atual momento dessa comunicação pública local trazendo os primeiros aportes de sua contribuição cidadã na Espanha e seu exemplo para o Mundo e as consequências do seu atual status. O quarto e último momento (*Desafios da comunicação pública local radiofônica na Andaluzia e sua construção de um empoderamento cidadão local*), de natureza analítica, elucida o problema de pesquisa e mostra como o exemplo desses meios de comunicação locais ajudam a possibilitar a promoção da cidadania.

Nota-se que, apesar da grave crise econômica na Europa e de um pequeno retrocesso quantitativo no número de emissoras de rádio públicas locais na região da Andaluzia, que essas emissoras têm fortes lições a dar, principalmente no sentido de presença local, vivência social, proximidade e empoderamento cidadão através das ondas físicas e, recentemente, pela também utilização de estratégias em redes virtuais.

## 1 – A Andaluzia e suas faces na comunicação espanhola

A Espanha é dividida em comunidades autônomas. São 17 ao todo (incluindo as cidades autônomas de Ceuta e Melilla<sup>6</sup>). Além da Andaluzia também fazem parte da lista de comunidades: Aragão; Baleares<sup>7</sup>; Catalunha; Canárias<sup>8</sup>; Cantábria; Castela e Leão; Castilla La Mancha; Comunidade de Madrid; Comunidade Valenciana; Estremadura; Galícia; La Rioja; Múrcia; Navarra; País Basco e Principado de Astúrias. Cada comunidade espanhola ainda tem suas respectivas províncias. São 52 em toda Espanha. Cada província tem seus respectivos municípios (divididos em cidades e povoados, em espanhol: *pueblos*)<sup>9</sup>.

A Espanha é o 29º país mais populoso do Mundo. Dos 47.190.493 atuais habitantes espanhóis (INE, 2012) 8.415.490 estão na Andaluzia – comunidade mais populosa do país (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2012b). O território andaluz é a região mais ao Sul da Espanha (consequentemente da Europa). A Andaluzia tem aproximadamente o mesmo tamanho que países como Portugal e Áustria, ocupando 17,3% da área do território espanhol. É um pouco menor do que o estado brasileiro de Santa Catarina. Praticamente de cada cinco pessoas que vivem no território espanhol um mora na Andaluzia, por isso essa região e suas respectivas localidades têm importância estratégica, política e econômica na Espanha.

A Andaluzia comporta 771 municípios, tem densidade populacional de 96,2 habitantes por quilômetro quadrado (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2012a). Compõem a comunidade andaluza espanhola oito províncias<sup>10</sup>: Almeria, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga e Sevilha<sup>11</sup>.

Em termos midiáticos, segundo o Portal da Junta de Andalucía (2012), que traz os dados atualizados sobre os meios de comunicação e informação nessa comunidade, ela tem atualmente: 24 meios de comunicação online (sítios informativos, também presentes nas oito províncias); 14 empresas publicadoras de jornais (sendo que duas são de conglomerados jornalísticos nacionais e apenas uma é da Andaluzia, o Grupo Joly, que publica oito jornais diários nas oito províncias); 27 publicações especializadas (duas em

<sup>6</sup> Localizadas na África, a beira do Mar Mediterrâneo, de frente ao continente europeu.

<sup>7</sup> Ilhas no Mar Mediterrâneo.

<sup>8</sup> Ilhas no Oceano Atlântico.

<sup>9</sup> É como se, guardadas as devidas proporções geográficas: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste no Brasil fossem as comunidades ou regiões autônomas e nossos estados fossem as províncias. Para cada região autônoma, provincial ou municipal, além do comando geral do País, há um *staff* governamental com poderes executivos e legislativos.

<sup>10</sup> A Espanha tem no total 52 províncias, ou seja: a Andaluzia tem 15% das províncias espanholas.

<sup>11</sup> Almeria (população: 702.819 habitantes); Cádiz (população: 1.243.519 habitantes); Córdoba (população: 805.857 habitantes); Granada (população: 924.550 habitantes); Huelva (população: 521.968 habitantes); Jaén (população: 670.600 habitantes); Málaga (população: 1.625.827 habitantes); Sevilha (população: 1.928.962 habitantes) (INE, 2012), todas com capitais de mesmo nome. A capital andaluza é Sevilha, a maior da comunidade autônoma, seguida por Málaga e Córdoba.

Almeria, quatro em Granada, três em Jaén, quatro em Málaga e 14 em Sevilha); 31 emissoras repetidoras de televisão (duas em Almería, três em Cádiz, duas em Córdoba, quatro em Granada, duas em Huelva, duas em Jáen, sete em Málaga e nove em Sevilha); 54 jornais diários, alguns deles com circulação em mais de uma província ou então com circulação segmentada de jornais nacionais através de suplementos (cinco em Almeria, oito em Cádiz, seis em Córdoba, três em Granada, quatro em Huelva, quatro em Jáen, nove em Málaga e 15 em Sevilha); e 250 estações de rádio comerciais, a maioria opera em cadeia com grandes emissoras<sup>12</sup> nacionais ou regionais (23 em Almeria, 41 em Cádiz, 28 em Córdoba, 33 em Granada, 24 em Huelva, 29 em Jáen, 36 em Málaga e 36 em Sevilha). Esses dados caracterizam a Andaluzia como uma das regiões com maior concentração numérica de meios de comunicação de massa na Espanha o que não quer dizer que quantidade seja significado de qualidade ou democracia ou pluralidade comunicacional.

É nessa conjuntura que habitam as rádios públicas locais: um fenômeno praticamente ímpar no Mundo e que é destaque na Andaluzia em termos históricos e de possibilidade de uma comunicação diferencial, na conjuntura teórica espanhola conhecida por informação, por ser mais plural, abrangente e cidadã.

## **2 – A comunicação local pública radiofônica espanhola**

Os meios de comunicação públicos na Espanha são caracterizados por serem geridos diretamente pelos poderes públicos (locais, regionais – autonômicos das comunidades – ou federal), por estarem nas mãos de organismos sociais e por fazerem parte de importante cadeia de formação cidadã. Parte-se do pressuposto que o investimento estatal nesses meios de comunicação é a forma da garantia de retorno social dos impostos pagos, via boa, ética, formadora e diferencial (principalmente em relação ao setor privado) comunicação.

Os meios públicos espanhóis têm função de informação, em uma perspectiva mais dialógica, fazendo uma informação mais para formação e emancipação, ao estilo dialógico proposto por Paulo Freire (1983)<sup>13</sup>. Nessa conjuntura da Espanha há uma impossibilidade ou pouca cultura de captação de anúncios publicitários ou ainda a de rejeição da inserção de peças comunicacionais mercadológicas oriundas de empresas que visam lucro.

<sup>12</sup> No próximo capítulo serão apresentados dados sobre os meios de comunicação públicos radiofônicos na Andaluzia, principalmente no sentido de mostrar que há muito mais meios públicos radiofônicos do que privados e cedidos.

<sup>13</sup> Paulo Freire é um autor muito trabalhado na conjuntura comunicacional e informacional espanhola.

Ela pode ser principalmente comunicação pública nacional, comunicação pública autonômica (de uma das 17 comunidades autônomas) e comunicação pública local (dos mais de 8.000 municípios espanhóis). Elas se diferenciam justamente pela abrangência geográfica que pretendem cobrir: caso nacional, regional e local, justamente com manutenção financeira dos seus respectivos poderes públicos.

A comunicação pública espanhola tem também uma diferenciação básica com a comunicação pública brasileira principalmente nos modelos de gestão e abrangência geográfica. Enquanto na espanhola há uma maior abrangência local e regional, no Brasil a abrangência tem um intuito de ser mais nacional. Somente com a implantação da EBC e criação de uma rede nacional de informação pública é que começou a regionalizar esse tipo de comunicação em terras brasileiras. Em termos de gestão: o modelo espanhol é mais plural, enquanto o modelo brasileiro, por ser mais novo, ainda passa por processos de adaptação e desvinculação dos poderes públicos, principalmente em termos de gestão.

Em muitas cidades e localidades espanholas a comunicação pública local faz as vezes de comunicação comunitária e alternativa. Elas podem estar ligadas a grupos políticos de agremiações políticas de direita ou de esquerda. Um dos pontos fortes da comunicação pública espanhola são as rádios públicas locais, modelo ímpar desse tipo de comunicação na Europa e na maior parte do Mundo. As rádios públicas locais espanholas também são conhecidas em território ibérico como emissoras municipais.

Na Espanha a comunicação pública local dá seus primeiros passos a partir da redemocratização do país em 1979, após a ditadura em plena Europa de quase 40 anos que calou parte dos canais democráticos. Após 42 anos reinantes praticamente absolutos da Rádio Nacional da Espanha (comandada pela ditadura), surgiram entre 1983 e 1989 as primeiras rádios públicas autonômicas (CHAPARRO ESCUDERO, 2002, p.145).

As emissoras públicas locais surgiram a partir do final da década de 1970, inspiradas e evoluindo os modelos de rádios públicas na França e na Itália e herança das então rádios livres que se manifestavam contra o Governo Franco. O ápice dessas emissoras em termos de expansão foi em 1996 com a instalação de um plano técnico específico para a área.

La radio pública local es heredera del espíritu democrático que empezó a respirarse por primera vez desde la República en los ayuntamientos y del refugio que en ellas encontraron las ilusiones de quienes se interesaban en promover radios libres. En unos casos, los municipios promovieron la iniciativa, en otros ampararon y acogieron proyectos de radios libres que finalmente terminaron asumiendo como propios (CHAPARRO ESCUDERO, 2002, p.173).

Esse tipo de emissora ganha reconhecimento oficial através da Lei 11/1991<sup>14</sup>. Entre as primeiras emissoras e suas legalizações iniciais transcorreu um espaço de 12 anos de lutas. Elas operam em FM. Em termos de dial as rádios públicas municipais ibéricas encontram-se no dial entre 107,0 MHz e 107,9 MHz. Em municípios onde essa banda é utilizada em tráfego aéreo há uma brecha de utilização para outras frequências.

As rádios públicas locais espanholas surgem no vácuo da recessão das emissoras privadas locais, que foram engolidas pelas cadeias de rádio nacional privadas.

A comunicação pública radiofônica espanhola está presente em, ao menos, 800 municípios. Há possibilidade desse número crescer cada vez mais, pois os outros mais de 4.000 municípios espanhóis podem ter uma emissora desse tipo após realização de solicitude de abertura de canais aos *ayuntamentos* (espécie de prefeituras) que respectivamente solicitam ao Governo Federal espanhol suas aberturas.

La radio pública local se convierte en un elemento dinamizador de suma importancia sin el que hoy no se concibe la vida de estos municipios, carentes de otros medios de proximidad que permitan conocer la realidad local. Un colectivo de aproximadamente de 700 trabajadores y más de 4.000 voluntarios animan las programaciones de estos medios locales (CHAPARRO ESCUDERO; GARCÍA CASTILLEJO, 2012, p. 06-07).

As emissoras públicas locais geralmente estão presentes em municípios menores (quase sempre com menos de 15.000 habitantes – na Andaluzia só fogem a essa regra – de presença em municípios com mais de 100.000 habitantes – pouco mais de dez emissoras).

Na Espanha o movimento das emissoras públicas municipais é mais forte nas comunidades autônomas da Catalunha e Andaluzia: Elas têm 56,6% do total de 646 emissoras municipais na Espanha. A Andaluzia passa a Catalunha tendo 22,3% dos municípios com emissoras públicas locais com autorizações a funcionar enquanto a segunda tem 20,6% dos seus municípios com presença desse tipo de emissora pública municipal.

As rádios públicas locais da Andaluzia são agregadas pela EMA – RTV<sup>15</sup> (*Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión*), que também agrega televisões públicas municipais (outro fenômeno de igual importância e diferencial em um contexto espanhol). A EMA-RTV é uma instituição sem fins lucrativos que congrega, coordena programas de reciclagem e capacitação com várias dessas emissoras, além da distribuição e socialização de conteúdos. A EMA-RTV também

---

<sup>14</sup> De 8 de abril. Trata da organização e controle das emissoras de rádios municipais espanholas (DERECHO.COM, 2012).

<sup>15</sup> <http://www.emartv.es>

congrega rádios comunitárias que na Espanha vivem completamente na ilegalidade, apesar da existência de emissoras comunitárias que são utilizadas em canais públicos locais.

Ángel García Castillejo e Manuel Chaparro Escudero (2012) apontam alguns motivos da atual crise do setor de audiovisual na Espanha. O principal deles é a ausência de corresponsabilidade e de financiamento público para essas emissoras. Outros motivos são se o financiamento, principalmente se vai ser do receptor (como no modelo inglês em que se paga uma taxa exclusiva para isso) ou se vai ter apoio dos poderes públicos como vem ocorrendo na atualidade. No caso espanhol o financiamento é totalmente público (dos governos dependendo do grau geográfico da emissora – local, autonômico ou nacional). No caso das rádios públicas locais é financiado pelos poderes públicos municipais. Outra discussão dos dois pesquisadores é que as rádios locais privadas têm desaparecido em sua maioria para dar lugar às cadeias de emissoras, mesmo havendo uma ilegalidade nesse processo; a maioria das políticas de concessões de canais passam por poderes governamentais que terminam beneficiando politicamente grupos de cadeias de emissoras; a rádio pública local e as rádios municipais constituem as únicas referências de modelos participativos e de proximidades de boa parte das cidades andaluzas, principalmente as de menor número de habitantes; não há uma preocupação na fiscalização das licenças de concessões de emissoras (públicas e, principalmente, privadas) o que termina por estimular as cadeias privadas e suas respectivas ilegalidades. “La radio pública local participada por la sociedad civil y articulada en redes, es la única que puede dar salida a los intereses locales de recuperar su espacio e influencia frente a la imposición de los imaginarios impuestos por al discurso de la globalidad” (CHAPARRO ESCUDERO; GARCÍA CASTILLEJO, 2012, p.03).

### **3 – De 1994 a 2012: o que tem mudado na comunicação pública local na região da Andaluzia, Espanha. Cidadania: um dos pontos fortes**

O primeiro estudo sobre rádios públicas locais na Andaluzia traz dados de 1994, quando foram sistematizados essas emissoras em termos de levantamento em todo território espanhol através da tese “*Las Emissoras Municipales de Andalucía*” apresentada em 1996 no Doutorado em Comunicação da Universidade Complutense de Madrid pelo professor Manuel Chaparro Escudero. O estudo foi melhorado e atualizado e transformado no livro “*Rádio Pública Local*”, de 1998. Nessa época a Andaluzia tinha: 136 emissoras

radiofônicas públicas locais funcionando. Dessas 125 atuavam como verdadeiras emissoras públicas locais e outras 11 estavam privatizadas ou cedidas a grupos comunicacionais fora da esfera pública (CHAPARRO ESCUDERO, 1996 e 1998, com adaptações dos autores deste trabalho).

Em 2012, com o trabalho do Grupo de Pesquisa em Comunicação na Andaluzia (COMandalucía)<sup>16</sup>, veiculado a Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade de Málaga (em Málaga, Andaluzia, Espanha), e atualização dos estudos de 1994 e 1996, chega-se aos seguintes dados em relação às rádios públicas locais espanholas:

**TABELA 01 – NÚMERO DE RÁDIOS PÚBLICAS MUNICIPAIS NA ANDALUZIA**

<b>PROVÍNCIA</b>	<b>NÚMERO DE CANAIS MUNICIPAIS LEGALIZADOS</b>
<b>Almería</b>	46
<b>Cádiz</b>	31
<b>Córdoba</b>	33
<b>Granada</b>	58
<b>Huelva</b>	27
<b>Jaén</b>	30
<b>Málaga</b>	38
<b>Sevilla</b>	44
<b>TOTAL</b>	307

**FONTE: COMandalucía, 2012.**

Ou seja, o número de emissoras públicas duplicou e multiplicou em termos de proliferação entre as oito províncias da Andaluzia. Esse número inflou principalmente pela sedimentação da legalização dessas emissoras e pelo trabalho coletivo da EMA-RTV.

Esses são os dados mais atuais das rádios públicas locais da Andaluzia. Refletem informações até o início de junho de 2012. Quando são levados em conta a operabilidade ou não, temos os seguintes resultados gerais entre as rádios públicas locais da Andaluzia:

**TABELA 02 – SITUAÇÃO DAS RÁDIOS PÚBLICAS MUNICIPAIS E ASSOCIATIVAS (COMUNITÁRIAS) NA REGIÃO DA ANDALUZIA, ESPANHA**

<b>SITUAÇÃO DAS EMISSORAS MUNICIPAIS ANDALUZAS</b>	<b>QUANTIDADE</b>
<b>Emissoras de rádio públicas municipais operativas</b>	135
<b>Emissoras de rádio públicas municipais cedidas ou privatizadas</b>	29
<b>Emissoras de rádio públicas municipais atualmente fechadas</b>	72
<b>Canais municipais públicos autorizados que nunca funcionaram</b>	69
<b>Emissoras públicas municipais comunitarizadas<sup>17</sup></b>	07

**FONTE: COMandalucía, 2012.**

<sup>16</sup> <http://com-andalucia.org>

<sup>17</sup> Dos números oficiais há duas emissoras. Outras cinco emissoras são comunitárias por outros meios, não operando os canais municipais públicos.

Ou seja, que não aumentou muito o termo de emissoras operativas. Enquanto em 1994 eram 125 esse número aumento apenas para 135. Nota-se que nos últimos três anos por conta da grave crise econômica na Espanha que aumentou consideravelmente o número de emissoras fechadas (72, quase um quarto do total) ou então privatizadas ou cedidas (29, que quase triplicaram de número em relação a 1994), mostrando que o mesmo fenômeno que praticamente acabou com as rádios privadas locais agora também ameaça as emissoras radiofônicas públicas locais. As privatizações ocorrem principalmente por conta da montagem de estrutura e do trabalho feito e reconhecido por essas rádios, o que colabora para a cooptação das grandes cadeias privadas nacionais no intuito de aumentarem seus raios de alcance e influência comunicacional.

A maioria das rádios públicas locais da Andaluzia que foram privatizadas ou cedidas, principalmente depois do início da crise econômica europeia têm ligações com partidos de direita, mostrando um nítido compromisso dessas agremiações político-partidárias com a privatização desse importante tipo de comunicação pública.

**TABELA 03 – RÁDIOS PÚBLICAS LOCAIS DA ANDALUZIA, SITUAÇÃO POR PROVÍNCIA**

PROVÍNCIA	EMISSORAS OPERATIVAS	EMISSORAS PRIVATIZADAS OU CEDIDAS	EMISSORAS FECHADAS	LICENÇAS NÃO ATIVADAS	EMISSORAS COMUNITARIZADAS
<i>Almería</i>	7	6	8	25	0
<i>Cádiz</i>	17	3	10	0	1
<i>Córdoba</i>	17	4	8	4	0
<i>Granada</i>	28	3	14	13	1
<i>Huelva</i>	15	2	5	5	0
<i>Jaén</i>	12	1	6	11	0
<i>Málaga</i>	16	7	9	6	3
<i>Sevilla</i>	23	3	12	5	2
<b>TOTAL</b>	135	29	72	69	7

**FONTE: COMandanlucía, 2012.**

Mesmo com as dificuldades apontadas na atualidade as rádios públicas locais espanholas são uma forte resposta ao mercado midiático tradicional dos grandes conglomerados de rádio, TV e impresso (que têm fortes braços também na Internet) do país, principalmente no sentido de difusão do interesse público. Outro fator positivo é a presencialidade, baseada em uma proximidade (que, inclusive fortalece o local) dessas emissoras. Enquanto as rádios regionais e nacionais (inclusive as públicas) fazem uma demanda mais heterogeneizada as rádios locais têm uma maior possibilidade de difundir o da e na localidade. Tais perspectivas são bem parecidas com os das rádios comunitárias da

América Latina, principalmente porque estão mais próximas do empoderamento cidadão e de cobranças de melhorias sociais para os lugares e comunidades em que estão inseridas.

Um dos grandes desafios dessas emissoras hoje é sua manutenção. Se continuam dependendo quase que exclusivamente de recursos dos poderes públicos constituídos e ao bel prazer da mudança de governos (dependendo se é um governo direitista ou esquerdista, há muitas mudanças) e se adere para uma publicidade mais mercantil, correndo os riscos das cooptações e censuras naturais dos mercados, já vistos e sentidos nos meios privados de comunicação. A diferença reside no interesse e na função das emissoras públicas locais.

La publicidad distribuida supone, hoy, en España casi el 70 por ciento del total de la publicidad radio, teniendo además en cuenta una significativa bajada de facturación como consecuencia de la crisis de la economía. Ante esta circunstancia es fácil entender que las radios privadas independientes hayan sucumbido ante la política de compras y absorciones de las cadenas. El principal estudio de audiencia, por no decir el único, el Estudio General de Audiencia<sup>18</sup> (EGM) dependiente de AIMC, realiza tres sondeos anuales de entre 11.000 y 14.000 entrevistas sobre la población mayor de catorce años, sin atender a las poblaciones menores de 50.000 habitantes, que sólo intervienen en la muestra por azar. Este tipo de estudio, multimediático, basado en el recuerdo de la víspera, no tiene en cuenta que, en territorios como Andalucía, (el más poblado de España) el 52 por ciento de la población mayor de catorce años vive en municipios menores de 50.000 habitantes y que en poblaciones por debajo de esta talla censal existen un número importante de emisoras con programación exclusivamente local. EGM es un buen indicador para comprobar la aceptación de las programaciones de las cadenas con implantación nacional, pero ignora la realidad emisora local que necesita de sus propias auditorias; costosas y a las que el mercado acostumbra a negar validez (CHAPARRO ESCUDERO; GARCÍA CASTILLEJO, 2012, p. 06-07).

Ou seja, apesar das dificuldades, há uma luz no fim do túnel, principalmente nas possibilidades de construção cidadã proporcionadas historicamente por essas emissoras e por suas atuações nas mudanças dessa situação de crise.

#### **4 – Desafios da comunicação pública local radiofônica na Andaluzia e sua construção de um empoderamento cidadão local**

É notória, destacável e louvável a importância das rádios públicas locais na Andaluzia e seu respectivo exemplo e reflexão para os trabalhos públicos comunicacionais

---

<sup>18</sup> EGM, está promovido por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), integrada por más 160 empresas, entre las que se encuentran los consorcios mediáticos, las agencias y centrales de compra, los productores y grupos asesores (*nota da citação original*).

de emissoras também fora da Espanha. Essas rádios estão nos lugares mais distantes, com mais necessidades sociais, em municípios que não despertam o interesse dos conglomerados comunicacionais, e às vezes são os únicos meios de comunicação que realmente têm a representatividade populacional local e de suas facetas do dia a dia. Ao cumprirem suas funções sociais de presencialidade comunicacional local tais emissoras já justificam seus investimentos.

Mesmo com tantas funções, com tantas construções de uma comunicação e informação diferenciais essas emissoras estão em crise. Não no seu jeito de fazer comunicação, mas na garantia de continuarem funcionando e realizando esses importantes serviços. Aponta-se na atual conjuntura política, econômica e social da região espanhola da Andaluzia, como principais desafios, que a comunicação pública radiofônica local tem de se reinventar para a garantia de termos de financiamento e não para mudança de suas funções sociais, que obtém destacados papéis práticos na construção de cidadania nos mais de 700 municípios andaluzes.

A realidade das emissoras públicas locais já trazia aportes de que essas FM's vivem à margem de interesses megamidiáticos e em muitos casos à beira da própria Lei, principalmente no caso das rádios comunitárias (CHAPARRO ESCUDERO, 2000, p. 11),.

Nota-se que por conta de

la pérdida de peso del sector público en favor del privado afecta de igual forma a la radio y a la televisión en España. Así mismo, siempre ha implicado primero de incremento de la competencia y más tarde de concentración en manos privadas, ahora con la excusa de la crisis financiera y del sector publicitario (CHAPARRO ESCUDERO; GARCÍA CASTILLEJO, 2012, p.05).

Um ponto positivo do movimento é que ele acompanha os avanços tecnológicos e as novas demandas comunicacionais gerado pelas redes sociais virtuais.

A participação plena é uma categoria facilitada pelos novos usos tecnológicos disponíveis à sociedade civil [...] Não apenas é necessário que se garanta o direito à liberdade de expressão, mas também a disponibilidade de frequências e os mesmos meios tecnológicos de que dispõe a indústria para socializar as práticas de mercado. É necessário defender o patrimônio comunitário dos interesses corporativos, é necessário defender, a partir de critérios de serviços úteis e básicos, a não privatização dos espaços de domínio público (CHAPARRO ESCUDERO, 2000, p.18-19).

Envereda-se na perspectiva de empoderamento no sentido de ser a capacidade cidadã de decisão, de libertação, promovendo capital social no sentido também de confiança,

reciprocidade e solidariedade. Saindo-se da perspectiva individual para a perspectiva coletivista e coletivizadora. Em termos de empoderamento cidadão ocorre justamente por causa da proximidade que esses meios de comunicação têm a possibilidade de dar mais poder e com sua presencialidade dar melhores resultados. Claro que não se falar de uma regra e muito menos de uma garantia, mas sim em possibilidades e, conseqüentemente, melhorias, cumprindo assim sua função básica de meio informacional, fazendo a diferença nos lugares em que está inserido o meio de comunicação.

Nota-se que a cidadania ocorre principalmente por trazer vozes diferenciais dos meios de comunicação privados, geralmente operantes em cadeias, preocupados mais em uma comunicação massiva, deixando extremamente de lado o local e as demandas sociais das localidades. São tais meios privados que se aproveitam das estruturas montadas e também do desinteresse de governos de direita em continuar investindo nas emissoras públicas locais espanholas. “El paisaje radiofónico español atiende, por tanto, a una geografía controlada, mayoritariamente, por las estructuras de cadena presentes en tres ámbitos de cobertura: el nacional, el autonómico y el local-provincial” (CHAPARRO ESCUDERO E GARCÍA CASTILLEJO, 2012, p. 06-07).

Sem o local na pauta informacional diária o lugar não fala para a localidade o que não aproxima os moradores de suas realidades sociais. Ou seja, como destaca Alain Bordin (2001) a questão do local hoje está no pertencimento e é esse pertencimento que as rádios públicas locais andaluzas enveredam por construir. A sua proximidade com as localidades cujo qual estão inseridas é seu principal fator de diferenciação, principalmente com as cadeias privadas, atualmente na conjuntura espanhol o principal entrave para a garantia de uma comunicação e uma informação mais cidadã.

Outro ponto positivo para ajuda no empoderamento cidadão é o agendamento local, falando da população dos municípios para seus próprios moradores e de assuntos dos próprios moradores. Esse poder geralmente só os meios locais têm. Nota-se que esse agendamento ocorre para mobilizações de demandas constantes e pontuais. Com a crise espanhola são esses espaços os mais utilizados na Andaluzia para o debate de ações concretas para a situação do País, inclusive pelo que ocorre nas próprias ameaças de recortes de verbas públicas no futuro das emissoras.

Em casos onde as municipalidades fecharam ou suspenderam o funcionamento das rádios públicas municipais houve a comunitarização, ou, como se chama na Espanha, associativização da emissora, onde entidades sem fins lucrativos, sapientes da importância

das emissoras, chamaram as responsabilidades para si e assumiram o comando das emissoras. Prova de reconhecimento de que as mesmas têm importante papel na conjuntura social em que estão inseridas.

O financiamento público dessas emissoras termina sendo justificado principalmente porque de forma indireta justifica os gastos dos impostos dos cidadãos espanhóis em investimento de promoção de melhorias sociais.

Se o modelo das rádios públicas locais espanhola é bom para o Brasil? Só testando, mas sua comunitarização e abertura a pautas populares se confunde muito com o jeito de fazer rádio comunitária brasileira o que pode trazer boas experiências ao menos em interação entre os dois modelos ou, em sua forma de pensar a informação ajudar a inspirar o modelo da EBC.

## **Considerações**

As principais conclusões versam sobre a importância cada vez mais crescente da comunicação pública local na construção de um ambiente mais cidadão e mais social. Mesmo com tanta pluralidade de meios e de formas comunicacionais e de utilização da comunicação em redes virtuais. Exemplo que juntamente com a atuação das verdadeiras rádios comunitárias no Brasil ajudam realmente a fazer uma verdadeira comunicação social.

Esses meios de comunicação, principalmente em uma realidade espanhola (no caso do andaluz) provam que cumprem possibilidades de comunitarismo, interação e vivências plurais, principalmente quando cumprem suas funções legais. Nota-se que a união dessas emissoras em entidades representativas potencializa o poder informativo e comunicacional justamente por se retroalimentarem em reciclagem de problemas e cadeia de ideias.

Um dos pontos positivos das rádios públicas locais da Andaluzia e da Espanha é a perspectiva de comunitarização dos seus processos comunicacionais, de forma propriamente de comunicação pública ou até o empoderamento social e do comando dessas emissoras quando se tornam comunitárias propriamente ditas.

Apesar do atual cenário economicamente não muito animador na Espanha as rádios públicas locais permanecem com primordial papel principalmente porque devido sua proximidade com as comunidades e localidades, de falar na, da e para esses lugares, podem ajudar mais nas perspectivas comunicacionais de construção de cidadania e empoderamento

social e cidadão. Ficam as lições para o Brasil, principalmente no sentido de fazer uma comunicação realmente pública e plural.

## Referências

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CHAPARRO ESCUDERO, Manuel. **Las emisoras municipales de Andalucía**. Madrid: Universidade Complutense de Madrid. Tese de Doutorado apresentada à Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, 1996.

\_\_\_\_\_. **Perspectivas da rádio local em Espanha. Alternativas à globalização**. Lisboa: Revista do Observatório de Comunicação – Obercom, novembro de 2000, n.2, pp.9-26.

\_\_\_\_\_. **Radio pública local**. Sevilla: Fragua, 1998.

\_\_\_\_\_. **Sorprendiendo al futuro** – Comunicación para el desarrollo y información audiovisual. Barcelona: Los Libros de la Frontera, 2002.

CHAPARRO ESCUDERO, Manuel; GARCÍA CASTILLEJO, Ángel. **Desregulación y concentración. Presente inmediato del audiovisual en España**. Buenos Aires: Revista de Informação da Argentina, no prelo, 2012.

DERECHO.COM. **LEY 11/1991, de 8 de abril, de organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora**. Disponível em: <<http://legislacion.derecho.com/ley-11-1991-de-organizacion-y-control-de-las-emisoras-municipales-de-radiodifusion-sonora>>. Acesso em: 08 de junho de 2012.

FREIRE, PAULO. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2009, v.30.

INE – INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. **Población por provincias y sexo – España**. Disponível em: <<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do>>. Acesso em: 06 de junho de 2012.

GRUPO DE INVESTIGACIÓN COMANDALUCÍA TIC – 015. **La radio pública local y asociativa en Andalucía: situación actual y incidencia social**. Málaga: COMandalucía, 2012.

JUNTA DE ANDALUCÍA. **Grandes ciudades y pueblos blancos**. Disponível em: <[http://www.juntadeandalucia.es/andalucia/alsur/Grandes\\_ciudades.html](http://www.juntadeandalucia.es/andalucia/alsur/Grandes_ciudades.html)>. Acesso em: 05 de junho de 2012 (a).

\_\_\_\_\_. **Población y superficie de Andalucía**. Disponível em: <<http://www.juntadeandalucia.es/index.html>>. Acesso em: 04 de junho de 2012 (b).

PORTAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA. **Medios de comunicación en Andalucía**. Disponível em: <<http://www.juntadeandalucia.es/agenda/pages/detalleOrganismo.and?parametro=2>>. Acesso em: 09 de junho de 2012.