

Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas

Bruno Santos e Anderson Gomes

Como citar este texto: SANTOS, Bruno. GOMES, Anderson. Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 08, n. 01, pp. 32-49, jan./jun. 2017.

Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas

Bruno Santos¹

Anderson Gomes²

Recebido em: 06 de julho de 2017.

Aprovado em: 21 de julho de 2017.

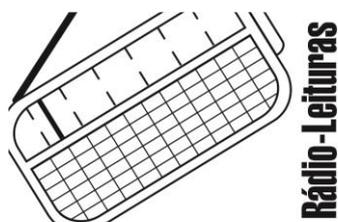
Resumo

Este artigo toma como base o eixo teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação (EPC), a partir de, dentre outros, Bolaño (2000) e Santos (2006), para apresentar a primeira etapa de uma pesquisa cujo intuito é analisar a presença de meios de comunicação eletrônicos na região alagoana do Vale do Rio São Francisco. Nesta etapa, optamos pela apresentação de um mapeamento das rádios e sites/blogs nos 50 municípios alagoanos que compõem a região. A metodologia para o mapeamento observa o Sistema de Informação dos Serviços de Comunicação de Massa (SISCOM) e o Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD) da Anatel, para os casos das rádios; e criou-se um protocolo para identificar os sites/blogs. Dentre o que se pode ter de análise preliminar, verificou-se que há mais rádios que sites/blogs e que é maior a presença de concessões para rádios comunitárias na região analisada.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação; Mapeamento de mídias; Vale do Rio São Francisco alagoano.

¹ Jornalista da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf). Especialista em Gestão e Controle Social de Políticas Públicas e Mestre em Serviço Social pela UFAL. Pesquisador associado ao Grupo de Pesquisa OBSCOM/CEPOS/CNPq. bruno.silva@codevasf.gov.br

² Professor da unidade Santana, do Ipanema/Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e secretário geral do capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (ULEPICC-BR). anderson.santos@gmail.com



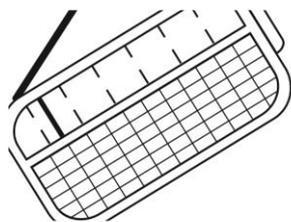
Introdução

Este artigo toma como base o eixo teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação (EPC) para analisar a primeira etapa de uma pesquisa cujo intuito é estudar a presença de meios de comunicação eletrônicos na região alagoana do Vale do Rio São Francisco, que abarca 50 dos 102 municípios do estado de Alagoas.

Uma hipótese inicialmente tratada e que fortalece essa pesquisa é a mudança do panorama dos meios de comunicação nas pequenas cidades do interior do Brasil a partir da difusão dos sites/blogs como fontes de informação, concorrendo com o rádio como principal mídia, o que pode permitir maior pluralidade de vozes produzindo as informações em pequenas cidades, que têm pouca cobertura da mídia televisiva estadual. O rádio ocupa este espaço, ainda que também restrito aos pólos regionais que possuem concessões.

Para apresentar a realidade da região, partiremos num primeiro momento da explicitação da condição socioeconômica que situa Alagoas no processo de desenvolvimento irregular dentro do Brasil, a partir de Gomes (2014), partindo então às características que demarcam a importância da Indústria Cultural para estes lugares, recorrendo às funções propaganda, publicidade e programa (especialmente a partir de Bolaño (2000)), já que estas se mesclam num modelo em que a pressão política faz parte das concessões de rádio; buscando ainda uma aproximação com a categoria coronelismo eletrônico (SANTOS, 2006), com vistas a um melhor entendimento sobre os fenômenos das indústrias culturais na bacia hidrográfica do Rio São Francisco em Alagoas.

Em seguida, partiremos para o mapeamento das rádios e sites/blogs, passo estabelecido para este trabalho. Ao longo da apresentação dos dados, fazemos uma análise preliminar do que foi observado, identificando, inclusive, a atuação de conglomerados de mídia alagoanos na região, incluindo aí a possibilidade de formação de outros grupos midiáticos que atuam especificamente em algumas cidades ou grupos delas a partir de interesses de propaganda.



O capitalismo periférico alagoano e a Indústria Cultural do interior

Para chegar ao mapeamento da Indústria Cultural no interior de Alagoas é necessário explicar a conjuntura que marca a economia do local, que destaca uma posição de capitalismo periférico numa das regiões mais pobres do Brasil, o Nordeste, mas com crescimento econômico destacado a partir de 2003 por conta de políticas públicas do Governo federal, que seguem levando em consideração três fatores: ampliação de investimentos públicos, aumento das transferências intergovernamentais e expansão dos programas de assistência social. Ainda assim, é fato:

A participação econômica da região no PIB nacional não ter superado a marca histórica de 13%, apesar de concentrar 27,8% da população brasileira, somente ficando atrás do Sudeste com 42,1% da população, mas com 56% do PIB nacional. Essa estagnação relativa ainda mantém as características das desigualdades regionais no País (GOMES, 2014, p.38-39).

Apesar de compor uma região em crescimento, mesmo considerando que a mesma segue bem abaixo do Sudeste, Gomes (2014) afirma que a economia alagoana não conseguiu acompanhar de forma dinâmica o crescimento apresentado, tendo a aproximação de outros estados mais pobres do Nordeste no período – região também marcada pela desigualdade interna, com três estados (Bahia, Ceará e Pernambuco) responsáveis por mais de 64% do Produto Interno Bruto –, fazendo com que o pesquisador denomine a situação alagoana de “involução econômica relativa” (Ibid., p.34), reflexo de inúmeros problemas:

Assim, temos no caso de Alagoas, um exemplo emblemático de involução econômica, com fortes características de fortalecimento das estruturas do subdesenvolvimento, quais sejam: uma estrutura econômica muito pouco diversificada; baixa produtividade e ocupação da força de trabalho; forte heterogeneidade tecnológica entre os setores produtores; e elevada desigualdade de renda e riqueza. Aliado a esses fatores econômicos, destacam-se: baixo padrão na oferta de serviços públicos; altos índices de analfabetismo e baixo nível de

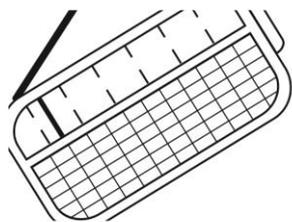
escolaridade; forte concentração fundiária, que, aliada à densidade demográfica, provoca distúrbios de mobilidade urbana, ocupação do solo nas cidades e baixo nível de acesso à habitação própria; e, como consequência geral, a explosão da violência, urbana e rural, notadamente, nos estratos inferiores da sociedade alagoana e entre os jovens. Com todos esses problemas, ainda não se pode contar com um sistema de governança (instituições) adequado para os desafios que exigem as mudanças estruturais e o aperfeiçoamento, com inovação e criatividade, da prática de políticas públicas (Ibid., p.50-51).

Quando se trata de problemas quanto ao sistema de governança, podemos trazer para a discussão o sistema de “coronelismo” definido por Leal (2012) que, como veremos a seguir, apesar de ter se modificado ao longo do tempo – a primeira edição do livro de Victor Nunes Leal é de 1949 –, tem características marcantes para o desenvolvimento socioeconômico de Alagoas, especialmente das cidades do interior, como é o caso da região a ser analisada neste trabalho. De acordo com o autor:

o “coronelismo” é sobretudo um compromisso, uma troca de proveitos entre o poder público, progressivamente fortalecido, e a decadente influência social dos chefes locais, notadamente dos senhores de terras. Não é possível, pois, compreender o fenômeno sem referência à nossa estrutura agrária, que fornece a base de sustentação das manifestações de poder privado ainda tão visíveis no interior do Brasil (LEAL, 2012, p.23).

O “coronel” foi criado no século XIX justamente para regiões em que o poder público estadual e o poder federal não chegavam, mas que com o tempo denominou o fortalecimento de relações de poder com históricos chefes político-econômicos, que ocupam os deveres de instituições sociais, gerando dependência da população local, sendo assim fundamentais para definir os candidatos eleitos em todas as esferas, de maneira que “a força eleitoral empresta-lhe prestígio político, natural coroamento de sua privilegiada situação econômica e social de dono de terras” (LEAL, 2012, p.24).

Essas características que demarcam tão bem a dinâmica socioeconômica de Alagoas e seu capitalismo periférico marcaram a constituição da Indústria Cultural no estado. Essa marca pode ser ainda melhor identificada quando fazemos a análise dos



Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas

Bruno Santos e Anderson Gomes

mercados de meios de comunicação na região da bacia hidrográfica do Rio São Francisco em Alagoas.

A análise da distribuição socioespacial de emissoras de rádio, blogs e portais de notícia na região estudada aponta uma sobreposição do que Bolaño (2000) categoriza como função propaganda no interior dessas indústrias culturais. Nosso entendimento sobre isso, que será comentado com maior profundidade ao longo deste artigo, segue o que aponta o autor ao definir publicidade, propaganda e programa como as três funções da Indústria Cultural:

A partir do momento em que passamos a considerar as determinações impostas pela existência do capital e do Estado capitalista, fica patente que a norma de sociabilidade definida no nível da circulação mercantil [representada pela função publicidade] não basta para manter a coesão de uma sociedade fundada na desigualdade. É necessário que o Estado e é necessário que a informação adquira o seu caráter diretamente ideológico (Ibid., p.53-54).

A importância de grupos políticos oligárquicos utilizarem meios de comunicação à disposição, no caso das cidades do interior alagoano, as rádios, dá-se porque a Indústria Cultural “disputa a hegemonia da ordem simbólica com outras instituições mais antigas e não especificamente capitalistas” (BOLAÑO, 2000, p.228).

O sistema de concessões para operar serviços de rádios e TV serviu para comprovar a rede de relações já visualizada em Leal (2012), afinal, quem concede tais concessões é a esfera federal, a partir do Congresso Nacional, que tem representantes políticos dos estados brasileiros, a maioria pertencentes, ou descendentes, de conformações políticas antigas que optam pela desigualdade socioeconômica e manutenção das estruturas de subdesenvolvimento para perpetuar seu poder.

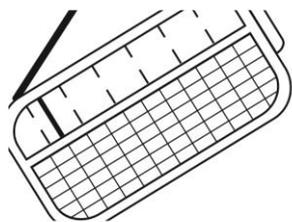
A distribuição de concessões de radiodifusão ao longo da história das comunicações no Brasil demarcou a manutenção e a reorganização de poder, especialmente durante o regime militar (1964-1984), e perpetuou um modelo capitalista selvagem para o setor de radiodifusão não encontrado em qualquer outro local do mundo, sob as seguintes características:

- a) o detalhamento das lógicas clientelistas que transformou as outorgas municipais de rádio e televisão em moeda política no jogo federal;
- b) o deslocamento, na regulação do setor, da centralidade do interesse privado, em detrimento do interesse público, para a centralidade do interesse político e/ou religioso, local ou regional, em detrimento do interesse econômico global ou nacional;
- c) a esdrúxula separação das velhas e novas tecnologias de comunicação em marcos regulatórios distintos (radiodifusão no âmbito do Ministério das Comunicações, e comunicações no âmbito da Agência Nacional de Telecomunicações); e,
- d) a ausência de transparência sobre a estrutura de propriedade e de afiliação da radiodifusão nacional (SANTOS, 2006, p.7-8).

Rádio e/ou televisão são vistos como meios de produção tão importantes quanto a terra para a manutenção da família líder política da região, o que fez com que Santos (2006) configura-se este novo processo como “coronelismo eletrônico”, marcado pela “busca do controle dos meios de produção baseada no poder político em detrimento do poder econômico” (Ibid., p.17), destacando assim a função propaganda em detrimento da publicidade, como apontamos anteriormente. Assim:

As empresas de comunicação controladas pelos coronéis não atendem às lógicas usuais de mercado. Os veículos de comunicação sob sua influência são financiados por anúncios publicitários governamentais e os veículos de comunicação governamentais sob sua gestão pelas verbas públicas. A direção das empresas no âmbito local e regional é, usualmente, cedida aos parentes ou afiliados, prescindindo dos valores do capitalismo ocidental como, por exemplo, eficiência. Os serviços de comunicação oferecidos pelas empresas dos coronéis são pobres, não têm condições de competitividade em termos de qualidade de conteúdo ou de distribuição eficaz. Precariedade econômica herdada do coronelismo de Leal (SANTOS, 2006, p.18).

O coronel precisa se adaptar às novas ferramentas comunicacionais possibilitadas pela evolução das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação, importantes espaços de disputa da hegemonia da sociedade, com custos e relações de poder para sua difusão que funcionam de maneira bem diferente do que no modelo anterior. Uma das hipóteses desta pesquisa é verificar até que ponto a barreira à prática de cidadania no Brasil pode cair devido à multiplicidade de oferta de conteúdos



simbólicos especialmente quando se trata da utilização da Internet. O relato abaixo problematiza esta possibilidade tendo em vista a ampliação dos grupos locais e regionais sob novo padrão tecnológico e de concorrência.

O desafio metodológico

O universo desta pesquisa abrange os municípios que compõem a bacia hidrográfica do Rio São Francisco no estado de Alagoas, no Nordeste do Brasil, uma região formada por 50 municípios incluídos, em quase sua totalidade, no semiárido brasileiro, cuja população somada, em 2011, era de 1.227.531 habitantes (BRASIL, 2012).

No ano de 2014, a Assessoria Regional de Comunicação e Promoção Institucional da Companhia dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf) em Alagoas deu início a um trabalho de mapeamento das emissoras de rádio e dos portais de notícia e blogs de opinião localizados na área de abrangência dessa empresa federal de Desenvolvimento Regional no estado. Perseguindo a lógica de organização e permanente reestruturação dos grupos de mídia e para manter um retrato mais próximo da realidade, esse banco de dados é constantemente alimentado com novos dados e informações.

Para este trabalho, o que se propunha inicialmente era deixar mais claro como se organiza a atuação de indústrias culturais na região estudada sob a perspectiva dos estudos da Economia Política da Comunicação (EPC). Assim, para traçarmos um diagnóstico acerca da distribuição dos veículos de radiodifusão e digitais no vale alagoano do Rio São Francisco, partimos de um mapeamento que utilizou duas metodologias, uma para a radiodifusão e outra para os veículos digitais.

Na primeira, para a coleta de dados, utilizamos o Sistema de Informação dos Serviços de Comunicação de Massa (SISCOM) da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), no qual identificamos, em cada município do Vale do São Francisco alagoano, quantos e quais eram as outorgas de radiodifusão sonora em ondas médias (OM), em

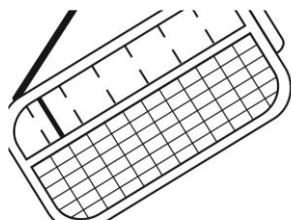
ondas curtas (OC), em ondas tropicais (OT), em frequência modulada (FM) e de radiodifusão comunitária (RadCom).

Para obter dados mais completos sobre as concessões de radiodifusão que nos permitissem, a partir de seu cruzamento, montar um panorama mais completo da radiodifusão sonora no universo desta pesquisa, também utilizamos o Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD) da Anatel.

Já para o mapeamento dos portais de notícia e blogs de opinião, utilizamos um protocolo que nos permite uma aproximação junto ao objeto estudado, reunindo elementos que corroboram seu entendimento e que permitem certo domínio para transformar dados em informação. Esse protocolo foi montado com as seguintes etapas: pesquisa e identificação na internet de notícias com conteúdo sobre informações de interesse estritamente local dos municípios que compõem o universo da pesquisa; identificação da sede física do portal de notícia ou blog de opinião por meio de cabeçalho, expediente ou contatos; verificação se o veículo digital está em funcionamento por meio da datação de notícias e da periódica atualização de conteúdo; e pesquisa de campo para contato inicial direto com os responsáveis pelo sítio para a validação das informações coletadas anteriormente e tabulação dos dados para alimentação do cadastro.

A identificação de grupos de mídia foi realizada na etapa de pesquisa de campo e validação dos dados. Antes, realizamos um cruzamento entre os dados dos veículos de radiodifusão sonora e dos veículos digitais, para montarmos um perfil de provável grupo de mídia, a partir do nome de fantasia utilizado nos veículos, proprietários e localização geográfica.

Com isso, conseguimos construir um quadro preliminar que aponta quem são e como atuam os veículos de radiodifusão sonora e os digitais no vale do São Francisco alagoano.

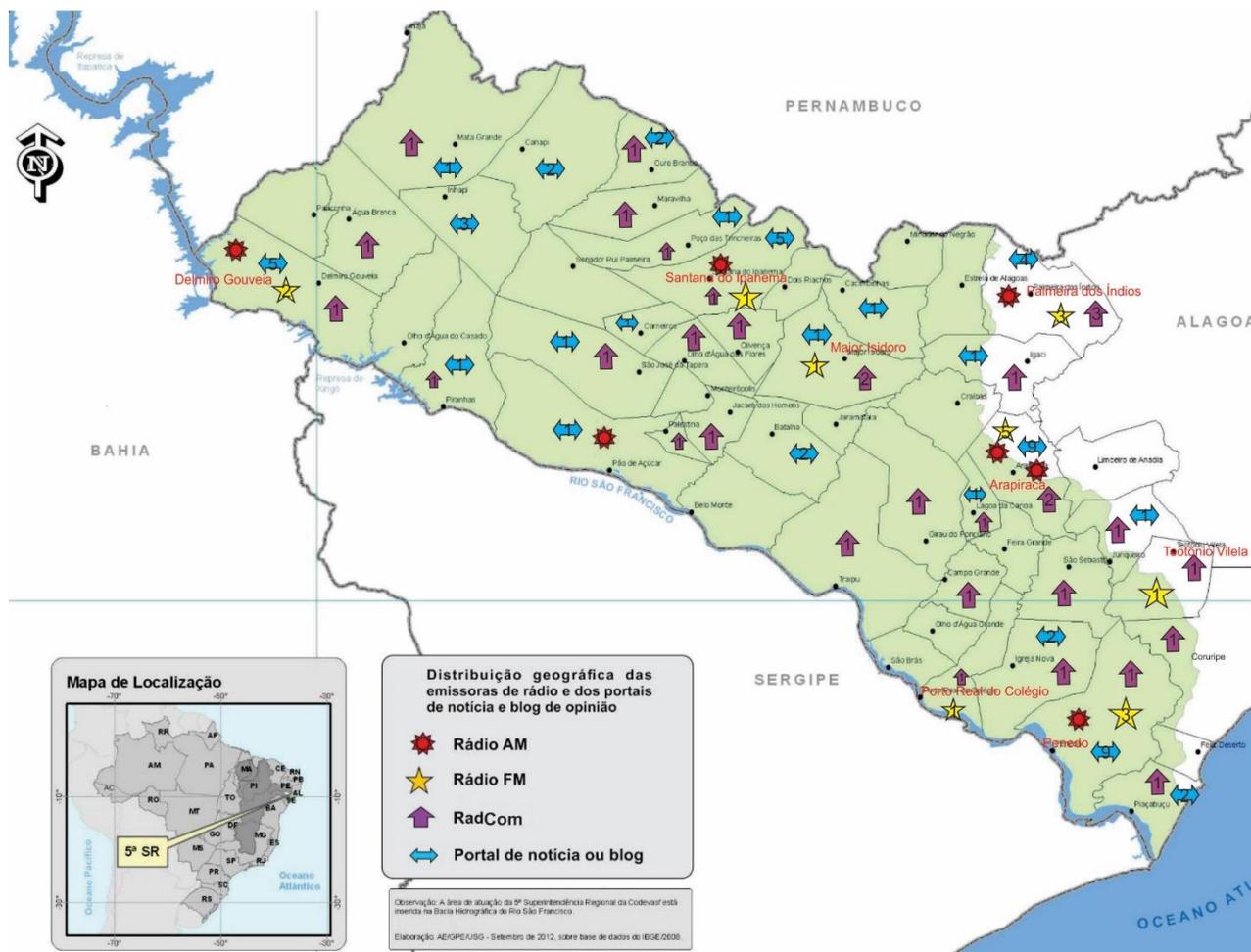
**Radiodifusão sonora e veículos digitais: distribuição geográfica e atuação**

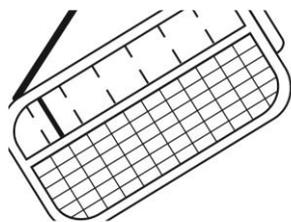
Neste estudo, realizamos um esforço teórico e metodológico para construir e apresentar um quadro geral sobre o mercado de comunicação nos municípios do vale alagoano do Rio São Francisco. Para tanto, o ponto de partida dessa investigação traz consigo a indicação de uma hipótese que move este trabalho: há indícios que apontam a atuação de indústrias culturais na região estudada, conforme as delimitações dadas por Bolaño (2000).

Como dados gerais, identificamos, de forma preliminar, a atuação de 57 emissoras de rádio prestando os serviços de radiodifusão sonora FM, AM e Comunitária (doravante, RadCom) em 30 municípios dos 50 que compõem o vale alagoano do Rio São Francisco. Esses dados indicam que 60% dos municípios possuem, ao menos, uma concessão aprovada de serviço de radiodifusão sonora. Em contraposição, em 40% dos municípios não há nenhuma emissora de rádio sediada em seu território.

Em termos percentuais, a distribuição dessas emissoras está da seguinte forma: 58% prestam o serviço de RadCom (33 emissoras); 30% atuam em FM (17 emissoras); e, finalmente, 12% das emissoras da região operam em AM (6 emissoras), como demonstrado na Tabela 1 a seguir.

Figura 1. Emissoras de rádio e veículos digitais por município





Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas

Bruno Santos e Anderson Gomes

Dos 30 municípios com serviço de radiodifusão sonora, 22 possuem apenas uma emissora. Destaque para o fato de em 21 desses municípios o serviço prestado ser o de RadCom, voltado por lei à gestão e difusão de informação comunitárias. Entretanto, o que poderia representar um avanço no acesso à informação, com um número superior de emissoras comunitárias na comparação com as emissoras comerciais, encobre uma limitação formal ao exercício do direito à comunicação, já que a formatação legal dada às rádios comunitárias no Brasil limitou sua atuação à baixa potência (limitada a um máximo de 25 watts ERP) e altura do sinal de até 30m, o que não consegue cobrir nem uma parte significativa do município, quanto mais toda sua extensão. Assim, 33 RadComs não possuem a força de alcance de 17 FMs ou 7 AMs.

Outro problema quanto a elas é apontado por Beaklini e Santos (2012, p.96), algo a ser analisado numa segunda etapa desta pesquisa:

la utilización religiosa o política de este medio de comunicación, incluso como forma de “retribuir” la conquista de la concesión, que tiende a ser acelerada con el apoyo de instituciones religiosas o de políticos con cierta representatividad. No es extraño en el extenso territorio brasileño escuchar una radio comunitaria con programación totalmente religiosa o musical, sin ningún vínculo con la comunidad.

A pesquisa também identificou a existência e a distribuição dos veículos digitais de informação, aqui categorizados como portais de notícia e blogs de informação. Os dados preliminares apontam o funcionamento de 58 destes veículos, distribuídos em 22 dos 50 municípios do vale alagoano do Rio São Francisco. Em cerca de 56% dos municípios não há produtores locais de informação em veículos digitais, um número menor que o de rádios, mesmo que para estas seja necessária a concessão pública e toda uma infraestrutura mínima de equipamentos mais cara que colocar um site ou blog no ar – a ser considerado ainda os tipos de internet disponíveis, e o valor delas, em cada cidade analisada, também para uma investigação futura.

Desses 22 municípios com veículos digitais em funcionamento, 22% (11) possuem mais de um portal de notícia ou blog de informação; outros 22% (11) possuem apenas um veículo digital de informação.

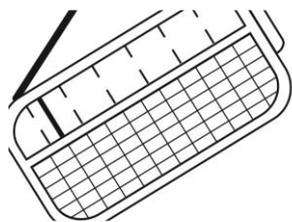
Outra informação a se destacar a partir da Tabela 1 é que em apenas oito municípios (Arapiraca, Palmeira dos Índios, Penedo, Delmiro Gouveia, Santana do Ipanema, Major Isidoro, Porto Real do Colégio e Teotonio Vilela) há a utilização de, pelo menos, dois dos três serviços de radiodifusão sonora identificados na região (RadCom, FM e AM); e em apenas seis desses há também um veículo digital.

Em contraposição, 15 municípios (14,7%) não possuem qualquer meio de comunicação local. Assim, a população não possui acesso a informações locais e comunitárias, pelo menos não de forma privilegiada e com atenção especial às demandas locais. Esses elementos retirados da realidade concreta das comunicações nessa região nos permitem trabalhar com a hipótese que há um indício de concentração nesses municípios.

Essa concentração de veículos pode ser explicada, em parte, pela centralização do desenvolvimento socioeconômico regional em cinco destas cidades, que estão entre os maiores Produtos Internos Brutos (PIB) municipais da região aqui analisada: Arapiraca, R\$ 2.173.811,00; Palmeira dos Índios R\$ 465.494,00; Penedo R\$ 396.273, 00; Delmiro Gouveia R\$ 359.471,00; e Santana do Ipanema, R\$ 238.193,00 (BRASIL, 2012). Além disso, nestas mesmas posições, possuem os maiores Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) – 0,649, 0,638, 0,630, 0,612 e 0,591 – e estão entre as maiores populações na região – 216.108, 70.556, 60.638, 48.493 e 45.197 pessoas (Idem).

Assim, não é coincidência que o município com maior PIB municipal, com o mais elevado IDH e que reúne a mais numerosa população dos 50 municípios analisados, Arapiraca, concentre também o maior número de emissoras FM (05) e AM (02), com perfil mais comercial dentre as possíveis concessões e, junto com Penedo, o maior número de veículos digitais identificados (9).

Além disso, a análise e o cruzamento dos dados encontrados por esta pesquisa indicam a expansão para a região fisiográfica do vale alagoano do Rio São Francisco dos



Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas

Bruno Santos e Anderson Gomes

negócios de cinco grupos de mídia identificados por Santos et al. (2008): Organizações Arnon de Melo (OAM), Pajuçara Sistema de Comunicação (PSCOM), Grupo Sampaio de Rádio e Televisão, Sistema Milênio de Comunicação e Fundação Quilombo.

A inserção dos três principais grupos de mídia, com concessões também de TV é a seguinte: o Grupo de Mídia OAM possui na região duas emissoras de rádio – FM, em Arapiraca, e AM, em Pão de Açúcar, sendo uma das poucas emissoras a prestar o serviço nesta última modalidade; o Grupo de Mídia PSCOM também estendeu seus negócios na área de radiodifusão sonora para essa região com o funcionamento de uma rádio FM no município de Arapiraca.

Outro grupo presente na região é o Grupo Sampaio de Rádio e Televisão, que atua com as emissoras de rádio Palmeira AM e Palmeira FM no município de Palmeira dos Índios, sendo a emissora em Amplitude Modulada uma das mais antigas em funcionamento no interior do estado de Alagoas e que recentemente se desfez do controle majoritário de uma emissora de televisão pertencente ao grupo e que é sediada na capital Maceió (atual TV Ponta Verde).

Outros menores, mas com atuação já identificada, são: Fundação Quilombo, que está presente com diversas emissoras de rádio que formam o Sistema Farol de Rádio, em municípios como Penedo e Palmeira dos Índios; e, finalmente, o grupo de mídia católico Sistema Milênio de Comunicação, com a emissora Rio São Francisco AM em Penedo, a primeira emissora de rádio a funcionar no interior do estado de Alagoas, e a emissora Milênio FM em Santana do Ipanema.

O cruzamento e a análise dos dados gerais expostos na tabela e a pesquisa de campo também nos permitem identificar em três dos cinco municípios que concentram o desenvolvimento socioeconômico da região estudada, a atuação de grupos de mídia locais, que não ultrapassam, em termos de implantação de veículos intermunicipais, os limites do município sede. São eles: Grupo de Mídia Novo Nordeste, Grupo de Mídia 96 Arapiraca e Grupo de Mídia Jovem Pan Arapiraca, na cidade de Arapiraca; Grupo de Mídia Organização Hélio Lopes, em Penedo; e Sistema Delmiro de Rádio, em Delmiro Gouveia.

Considerações Parciais

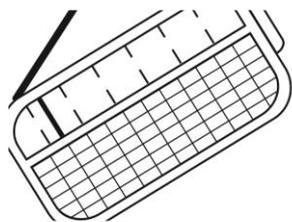
O mapeamento aqui mostrado indica o panorama da produção de informações de forma noticiosa num conjunto de 50 dos 102 municípios de Alagoas, situado na região Nordeste do Brasil, cuja característica de desigualdade socioeconômica e manutenção das estruturas de subdesenvolvimento são bastante destacadas mesmo com o aumento de investimentos desta região do Brasil a partir de políticas do Governo federal.

Uma análise sobre a estrutura de mercado da radiodifusão e da presença de veículos digitais a partir da região do vale alagoano do Rio São Francisco acaba por refletir a concentração econômica e de poder em torno de determinados municípios da região, com maior quantidade de meios de comunicação nos maiores em termos socioeconômicos, gerando uma nova forma de concentração de produção de informação nestes núcleos regionais de cinco ou seis municípios num âmbito com 10 vezes mais cidades que isso.

Preliminarmente, conseguimos também identificar a presença de grupos de mídia do estado na região, numa expansão que aumenta geograficamente o poder econômico destes conglomerados. Ao lado destes, a função propaganda é demarcada com a importância da existência de um meio como o rádio mesmo em lugares sem condições de serem mantidos pela publicidade local. Tal possibilidade pode ser confirmada ao decorrer da partida, com a descrição por rádios em determinada cidade.

Dos resultados identificados, gera surpresa a maior quantidade de rádios comunitárias e de veículos de radiodifusão em detrimento à quantidade de veículos digitais por município da região. Estes dados causam preocupação porque mesmo com a possibilidade de ampliar o acesso e a produção de informação, há barreiras estabelecidas que estão mudando o cenário comunicacional, mas ainda sob o sistema do coronelismo.

O que se desenha a partir das análises dos dados coletados sobre as rádios, blogs e portais de notícia na região da bacia hidrográfica do Rio São Francisco em Alagoas é



Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas

Bruno Santos e Anderson Gomes

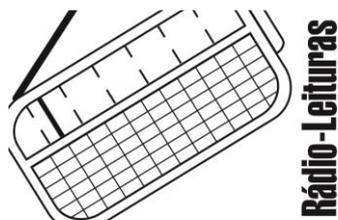
que a preponderância da função propaganda, nos termos de Bolaño (2000), indica a baixa dinâmica capitalista na região estudada, que, aliada às características socioeconômicas da região, reforçam sua inserção como região de capitalismo periférico.

A atuação de grupo de mídia na região não pode por si somente representar um indício de desenvolvimento capitalista. Todavia, reunido ao conjunto de dados já coletados e se utilizando no arsenal teórico e metodológico da Economia Política da Comunicação (EPC), podemos apontar uma forma modernizada de dominação econômica, política e cultural que utiliza a radiodifusão. A ser comprovado numa segunda análise se isto está se alterando também a partir dos meios de comunicação digital.

A presença de emissoras de radiodifusão sonora comunitárias nesses municípios estudados mascara uma realidade concreta. O que se pode compreender como meios de organização política e cultural de comunidades em torno de experiências de comunicação popular e comunitária na verdade não consegue romper com a lógica da comunicação que atua para aprofundar as estruturas de subdesenvolvimento numa involução econômica como muito bem colocado por Gomes (2014).

Quando identificamos que 58% das emissoras de rádio da região estudada prestam o serviço de radiodifusão sonora comunitária, podemos ser levados a crer que há um equilíbrio na distribuição entre os que exercem uma função comercial e àqueles que atuam como agentes de democratização da comunicação. Mas não é correto presumir que trinta e três RadComs terão o mesmo alcance de socioespacial de dezessete emissoras FMs e seis emissoras do serviço AM. Há aí claramente uma desvantagem tecnológica e mesmo de função comunicacional, conforme descrito nas políticas de comunicação brasileiras, que traz consequências sociopolíticas, como o que apontamos quanto ao fortalecimento do coronelismo eletrônico.

Outra questão que precisamos analisar com mais profundidade é a atuação do que chamamos neste trabalho de Grupos de Mídia locais. Como sua atuação se inscreve nos limites da sede do grupo de mídia, ou seja, a apenas um município, a disputa pelo



poder local, explicada pela categoria Coronelismo Eletrônico, afasta-o cada vez mais do centro do capitalismo monopolista financeiro e o coloca como típico representante das economias de capitalismo periférico, com a forte predominância da função Propaganda, muito mais clara, devemos frisar, que nos grupos de mídia não locais que estenderam sua atuação para essa região.

Com este artigo buscou-se dar o pontapé inicial nesta investigação, que se propõe a ampliar a análise sobre meios de comunicação no interior do país, tendo como objetivo verificar até que ponto a internet (blogs e portais) estão substituindo a radiodifusão como principal fonte de informação nestas cidades, e até que ponto isso é favorável a um maior direito à comunicação.

Referências bibliográficas:

BEAKLINI, Bruno Lima Rocha; SANTOS, Anderson David Gomes dos. **Las radios comunitarias en el contexto de la elección de la norma digital en Brasil**. Quórum Académico, v. 10, n. 1, 2012, p. 87-105.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Indústria Cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (2012). **Considerações sobre a economia política do rádio no Brasil**. Revista EPTIC, v. 14, n. 2, 2012, p. 1-19.

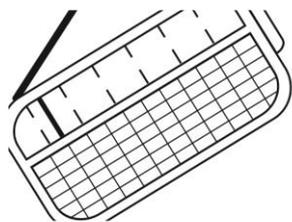
BRASIL. Agência Nacional de Telecomunicações. Sistema de Informação dos Serviços de Comunicação de Massa (SISCOM). Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/>>. Acesso em: 11 abr. 2015.

BRASIL. Agência Nacional de Telecomunicações. Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD). Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/srd/>>. Acesso em: 21 abr. 2015.

GOMES, Fábio Guedes. **Ensaio sobre o subdesenvolvimento e a Economia Política Contemporânea**. São Paulo: Hucitec, 2014.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto: O município e o regime representativo no Brasil**. 7.ed. Companhia das Letras: 2012.

SANTOS, Anderson et al. **Os Grupos de Mídia e a Economia Política da Comunicação em Alagoas**. In COLÓQUIO INTERNACIONAL "CIÊNCIAS, TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO, 4,

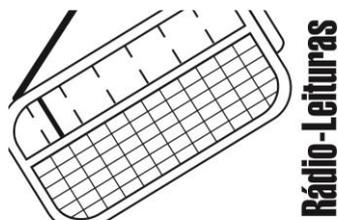


Rádios, blogs e portais de notícia: mapeamento das indústrias culturais na bacia hidrográfica do rio São Francisco em Alagoas

Bruno Santos e Anderson Gomes

2009. **Anais do IV Colóquio Internacional “Ciências, Tecnologia e Desenvolvimento”**. Aracaju: OBSCOM, 2009.

SANTOS, Suzy dos. **E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras**. E-compós – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-



Abstract

This paper is based on the theoretical and methodological axis of the Political Economy of Communication (EPC), from, among others, Bolaño (2000) e Santos (2006), to present the first stage of a research whose purpose is to analyze the presence of electronic media in the region of the São Francisco River Valley in Alagoas. In this stage, we chose to present a mapping of the radios and sites/blogs in the 50 cities of Alagoas that make up the region. The methodology for the mapping observes the Information System of Mass Communication Services (SISCOM) and the Anatel Broadcasting Control System (SRD), in the cases of radios; and a protocol was created to identify the sites/blogs. Among what can be preliminary analysis, it was verified that there are more radios than sites/blogs and that the presence of concessions for community radios in the analyzed region.

Keywords: Political Economy of Communication; media's mapping; Vale do Rio São Francisco of the Alagoas.

Resumen

Este artículo se basa en el eje teórico-metodológico de la Economía Política de la Comunicación (EPC), a partir de, entre otros, Bolaño (2000) e Santos (2006), para presentar la primera etapa de una investigación cuyo propósito es analizar la presencia de medios de comunicación electrónicos en la región alagoana del Valle del Río São Francisco. En esta etapa, optamos por la presentación de un mapeo de las radios y sitios/blogs en los 50 municipios alagoanos que componen la región. La metodología para el mapeo observa el Sistema de Información de los Servicios de Comunicación de Masas (SISCOM) y el Sistema de Control de Radiodifusión (SRD) de Anatel, para los casos de las radios; y se creó un protocolo para identificar los sitios/blogs. Entre lo que se puede tener de análisis preliminar, se verificó que hay más radios que sitios/blogs y que es mayor la presencia de concesiones para radios comunitarias en la región analizada.

Palabras Clave: Economía Política de la Comunicación; mapeo de medios de comunicación; Valle del Río São Francisco de Alagoas.