

**Hendrik Bussiek**

## **As rádios comunitárias na África do Sul**

**Algumas notas sobre experiências sobre as rádios comunitárias.**

**Palestra apresentada no seminário sobre a legislação sobre os meios de comunicação social na África Austral, Luanda 1 – 3 de Outubro de 2002**

---

### **1. O início**

Até meados da década de 90, havia um forte descontentamento popular contra a South African Broadcasting Corporation (emissora de rádio e televisão sul-africana), porta-voz do regime do apartheid. A maioria negra do país estava privada do acesso aos meios de radiodifusão, para além das estações de rádio estatais criadas por segregação racial, que se limitavam meramente a difundir programas musicais e a propaganda governamental nas várias línguas nacionais africanas.

O movimento democrático desprezou a radiodifusão como forma de luta contra o regime. Para além da Rádio Liberdade (Rádio Freedom) do ANC, que transmitia do exílio em ondas-curtas, existia apenas o CASET (Cassete Education Trust) na Cidade do Cabo, uma organização que produzia cassetes de áudio largamente distribuídas nos táxis, em salões comunitários e em residências particulares.

Quando as negociações sobre a transformação na África do Sul se iniciaram em 1991, a política sobre os meios de comunicação foi um dos pontos prioritários colocados na agenda das negociações. A “Campanha para uma Radiodifusão Independente” – uma ampla coligação constituída por organizações da sociedade civil, tais como sindicatos dos profissionais de informação, outros sindicatos, igrejas e advogados – promoveram, com êxito, lobbies de pressão para a liberalização das ondas de rádio para permitir – entre outras – a criação de estações de rádio comunitárias.

Já em 1993, realizaram-se conferências em vários centros – cursos quinzenais de introdução geral à montagem de estações de rádio comunitárias. Os participantes destes cursos eram originários de várias iniciativas interessadas

em montar uma estação de rádio. O objectivo principal consistiu em “desmistificar” a rádio, termo que então se vulgarizou. Houve quem então pensasse ( e ainda pensa ) que a rádio era só para profissionais – o que não é o caso. Com uma pequena ajuda de amigos profissionais no início, qualquer pessoa se pode dedicar a esta actividade. Os tópicos abordados nas conferências incluíram definições de rádio comunitária, estruturas de gestão, legislação, questões técnicas, técnicas de radiodifusão, programação e angariação de fundos. No final de cada curso, cada organização participante pôde então esboçar a “sua” estação de rádio, como proposta para um projecto de financiamento. A reacção a estes cursos foi formidável – sendo âncora de arranque para o desenvolvimento de um vibrante sector de rádio comunitária que hoje existe na África do Sul.

Existem hoje mais de 100 estações de rádio comunitária licenciadas, com mais de 80 que se encontram activas reflectindo interesses culturais, religiosos, étnicos e políticos.

## **2. Filosofia**

O conceito de rádio comunitária foi rapidamente aceite com entusiasmo em todo o país uma vez que os benefícios comunitários eram óbvios. A saber,

- ? Assegura o espírito comunitário ao criar uma plataforma para debates locais e para o consenso sobre questões;
- ? Proporciona a comunicação inter-activa entre as comunidades e os governos, a diversos níveis e em questões locais;
- ? Actua como porta-voz de todos os segmentos da comunidade;
- ? Proporciona um serviço de informação às organizações comunitárias;
- ? É educativa e estimula a alfabetização literária e numérica;
- ? Ajuda a cimentar os laços comunitários;
- ? Pode proporcionar um serviço de educação dos eleitores;
- ? Informa as comunidades sobre as formas de acesso aos recursos governamentais tais como a habitação, saúde e segurança social;
- ? Constitui um veículo de campanhas educativas específicas sobre a saúde, planeamento familiar, sensibilização ambiental e outras.

Em suma: a Rádio comunitária é tudo sobre as preocupações mais imediatas de uma certa comunidade, e serve de meio de desenvolvimento.

Os serviços de radiodifusão definem-se servindo uma certa área geográfica ou um certo interesse comunitário. Este último é causa de preocupação já que houve um número de licenças atribuídas a grupos religiosos que as utilizaram na disseminação de credos fundamentalistas, sendo geridas pelos líderes desses grupos e não pela comunidade em geral. É por essa e por outras razões que a questão da participação comunitária se revela como uma das questões mais

seriamente debatidas no sector das rádios comunitárias. Juridicamente, as rádios comunitárias são associações voluntárias, sociedades de fins não-lucrativos, ou “trusts”. Acontece, porém, que esta textura necessita de ser complementada com substância, ou seja com programas.

### 3. O Programa

A forma mais fácil de se envolver a comunidade na “sua” estação de rádio será a de proporcionar a cada sector e organização comunitário o tempo de antena integrado na programação – quinze a trinta minutos para a Juventude, para a Mulher, para a 3ª Idade, para a Igreja, para os Sindicatos e assim por diante. Só que a forma mais fácil nem sempre é a melhor – é que essa compartimentação não enobrece os fins da Rádio. Como alternativa, examinemos então uma das programações semanais da Rádio Atlantis:

<b>0600 - 0800</b>	<b>Wake-Up Show (<i>Despertar</i>)</b> (música, entrevistas, boletim meteorológico, notícias)
<b>0800 - 1000</b>	<b>Atlantis Live (<i>Atlantis ao Vivo</i>)</b> (programa religioso, patrocinado pela Igreja)
<b>1000 - 1200</b>	<b>Community Awareness (<i>Sensibilização Comunitária</i>)</b> (focalizado sobre a saúde, educação e outros temas)
<b>1200 - 1400</b>	<b>Lunch-Time Rave</b> (entretenimento à hora do almoço)
<b>1400 - 1600</b>	<b>Heartbeat of the Community (<i>Pulsar da Comunidade</i>)</b> (sobre eventos, problemas e actualidade em Atlantis – em linha aberta (“phone-ins”) com os ouvintes)
<b>1600 - 1700</b>	<b>Teenz Alive</b> (música e notícias para os mais jovens)
<b>1700 - 1900</b>	<b>Drive Time</b> (música, entrevistas, noticiário)
<b>1900 - 2100</b>	<b>Talk-Show</b> (programa de linha aberta sobre tópicos especiais)
<b>2100 - 2400</b>	<b>Quiet Storm</b> (programa musical, com números especialmente seleccionados, de música muito popular)

À primeira vista, esta grelha de programas pode parecer semelhante à programação habitual de qualquer estação comercial. Programas longos – de uma a três horas de duração, música como espinha dorsal em cada programa, rubricas de linha aberta (*phone-ins*). Efectivamente, a maioria das rádios comunitárias segue o mesmo formato adoptado nas estações da rádio comercial – um locutor que apresenta um certo programa, que entretém e informa a audiência durante algumas horas. Porquê ? Porque isso é boa rádio e é aliciante. O locutor transforma-se num convidado em casa do ouvinte durante um certo período de tempo, na cozinha, na sala de estar, ou até no carro. Um bom apresentador é como um amigo que não somente está a falar para, como também, com o seu ouvinte – trata-se de uma abordagem bem pessoal.

E é aqui que reside a diferença entre uma rádio comunitária e uma rádio comercial. O locutor comunitário não é apenas um simples *DJ*, que põe a música a tocar, conta anedotas e mantém a sua audiência satisfeita ( assim como também o seu empregador e os anunciantes) – uma audiência que na maioria dos casos é anónima. O locutor comunitário conhece os seus ouvintes, é um membro da comunidade, na maior parte dos casos uma figura conhecida da comunidade, não apenas uma como uma simples voz mas também como pessoa. Este facto, por si só, modifica a sua postura e abordagem - o locutor é um verdadeiro amigo e não um amigo “profissional”, como no caso das outras estações de rádio. O apresentador do programa tem convidados no estúdio ou ao telefone, geralmente pessoas que representam a comunidade em si. Profissionais da saúde que informam sobre as suas questões, líderes comunitários que discutem problemas da actualidade, pessoas de sucesso na comunidade que falam das suas proezas, mulheres vítimas de abuso sexual que reportam sobre as suas provações – sem serem vistas em pessoa – professores locais que são entrevistados sobre assuntos de interesse, etc. etc. Nos programas de linha aberta ( *phone-ins*) os ouvintes participam activamente nas discussões. Quando não há telefone em casa, em Atlantis, podem ver-se pessoas formando bichas em cabines públicas, com um receptor de rádio numa mão e moedas na outra mão. Tudo isto num pacote musical que reflecte os gostos dum amplo sector da comunidade – com espaço para programas de música de natureza especializada nos fins-de-semana ou pela noite dentro.

Estes programas de tipo magazine ou de variedades tornam possível a todos os sectores e organizações da comunidade divulgar as suas informações, exprimir as suas opiniões, discutir problemas, questões e apresentar queixas. Na Radio Atlantis, sempre que há notícia sobre o desaparecimento de uma criança, as pessoas recorrem à rádio para os apelos de procura. Se há uma queixa contra a polícia ou contra outras autoridades, informa-se a rádio e a estação faz depois o acompanhamento ou investiga o assunto em nome do queixoso. Uma rádio comunitária que adquira a confiança da comunidade torna-se num fórum público, centro de actividade comunal. Isso pode ser ainda mais valorizado através de emissões no exterior quando a estação de rádio leva os seus microfones para a

pré-escola, para o lar da 3ª idade ou para os hospitais, ou quando fizer a cobertura ao vivo de importantes eventos.

O *feedback* permanente proveniente da audiência, a acessibilidade da estação, a familiaridade das pessoas que dirigem a estação ou dos que estão por trás dos microfones, as reuniões periódicas com representantes comunitários sobre questões programadas – todos estes mecanismos promovem o envolvimento da comunidade em geral. A Radio Zibonele, por exemplo, promove todos os anos uma “Cimeira dos Programas” a que assistem ouvintes interessados, ONG’s e outras organizações relevantes nas suas áreas-alvo.

#### **4. Pessoal**

As maior parte das pessoas que trabalham numa estação de rádio fazem-no por gosto, porque se sente fascinada pela ideia de estar “no ar”, ouvir a sua própria voz na rádio, e talvez até no fito se tornar um dia famosa na sua própria comunidade. Outras pessoas interessam-se pela área técnica, o estúdio, o transmissor. Quase todos não ganham quaisquer benefícios materiais porque as estações comunitárias dependem fortemente do trabalho voluntário sem qualquer provento. Há estações que têm a sorte de poder empregar um núcleo de pessoal: um gestor, director de programas, editor de noticiários e um técnico – mas a maior parte do trabalho é feito por voluntários que se dedicam horas a fio sem que os seus lares beneficiem de qualquer rendimento.

Tomemos, de novo, o exemplo da Radio Atlantis. Têm um gestor, director de programas (que, de vez em quando, apresenta alguns dos programas) um produtor / técnico que também apresenta o programa da hora do pequeno-almoço (*breakfast show*), todos a tempo inteiro, um editor de notícias e dois vendedores que ganham à comissão pela publicidade. A maior parte dos programas, portanto, é preparada e apresentada por voluntários, sem qualquer vencimento. Nalguns casos, recebem apenas um pequeno subsídio de transportes de/para o trabalho.

Não se ganham fortunas com estações de rádio comunitárias. Mas a maioria dos voluntários ganha muito mais do que se auferissem rendimentos. São pessoas que se desenvolvem, como nos afirma um deles, tornando-se personalidades auto-confiantes, conscientes de que estão a fazer algo útil, em vez de ficarem em casa, ociosos, sem emprego ou envolvidos em actividades criminosas. Quando se fala com eles, muitos afirmam que em cada dia que se passa estão sempre a aprender algo de novo – o treino é essencialmente aprender, fazendo. Alguns até podem receber formação, enquanto que para outros trata-se de um princípio de carreira: acabando por ser contratados para uma estação pública ou comercial, pelos seus talentos, ou então decidem prosseguir com os seus estudos para concluir um curso no ensino superior, ou então tornam-se responsáveis pela informação num departamento governamental ou no sector

privado. As rádios comunitárias são, na verdade, um instrumento de desenvolvimento humano.

## **5. Financiamento**

O financiamento é, com efeito, o principal obstáculo a superar no estabelecimento de qualquer estação de rádio. Um estúdio “no ar”, apropriado, custa cerca de US\$ 14 000, se for analógico, ou US\$ 16 000 se nos decidirmos por um estúdio digital, que é tecnicamente mais avançado, embora mais fácil de operar. Um transmissor pode custar até US\$ 8 000, consoante a sua capacidade e alcance. O pacote de arranque pode portanto custar à volta de uns US\$ 24 000.

Na África do Sul, a maior parte das estações de rádio comunitárias foi inicialmente financiada por doadores internacionais, reconhecendo a importância das pequenas estações locais para a diversidade dos “média”, e para a promoção da sociedade democrática. Será importante realçar aqui que na África do Sul a maioria das iniciativas identificou organizações dispostas a prestar auxílio, e não o inverso, como acontece com frequência – em cujo caso deixam de ser rádios comunitárias para se tornarem rádios orientadas para os doadores. Devemos também ter consciência de que os doadores, por norma, assumem apenas compromissos de curto-prazo. Gastam, generosamente, rios de dinheiro em novas iniciativas, sem pensar que as antigas estações de rádio, como no caso vertente da África do Sul, necessitam de substituir ou melhorar o equipamento existente no fim de determinado período de tempo. Estão sempre a criar-se novas estações, enquanto que as existentes correm o perigo de fechar se não forem capazes de gerar receitas que cubram as despesas.

Por falar em despesas correntes: também estas precisam de ser compensadas. A produção de receitas constitui, portanto, uma grande preocupação para a maioria das rádios comunitárias. A Radio Atlantis, por exemplo, tem de gerar US\$ 2 000 por mês – para pagar salários, a renda, os telefones e a electricidade. Consegue obter o *break even* obtendo receitas que cubram estas despesas mercê de uma equipa de vendedores esforçada e dedicada. A receita média, na África do Sul, gerada por vendas de publicidade varia entre os US\$ 600 e os US\$ 400 mensais.

## **6. Breve análise da situação noutros países da região**

A África do Sul, por comparação, possui maior riqueza económica do que a maioria dos seus países vizinhos – isso contribuiu, certamente, para a criação de um vibrante sector de estações comunitárias.

Em Moçambique, a maior parte das cerca de 30 estações de rádio comunitárias em actividade são de serviços religiosos ou foram iniciadas pelo Instituto Nacional da Comunicação Social. A UNESCO está a prestar assistência a oito comunidades na criação das suas próprias estações – uma abordagem “top-down” (de cima para baixo), conforme admite a própria UNESCO. Por outras palavras: todas, ou quase todas, estações de rádio dependem fortemente de financiamentos externos.

A UNESCO também iniciou uma estação no Malawi dirigida por mulheres. – ainda financiada por organizações internacionais. Uma outra estação é dirigida pelo Instituto de Jornalismo do Malawi, em Blantyre, para efeitos de formação profissional – e financiada pela Dinamarca.

Na Zâmbia, as estações de rádio comunitária são iniciadas pela UNESCO ou pertencem à Igreja Católica. Existe apenas um caso que se pode descrever como autêntica estação comunitária, no verdadeiro sentido da palavra.

## **7. Recomendações**

- ? É preciso assegurar que a legislação sobre os meios de comunicação providencie para a criação de emissoras de rádio de carácter comunitário.
- ? Deverá organizar-se uma conferência (workshop) subordinada ao tema da rádio comunitária, destinada às organizações da sociedade civil e outros sectores comunitários, afim de se explorar a criação dum sector de rádios comunitárias.