



AS VERTICALIDADES E HORIZONTALIDADES NO TERRITÓRIO DO RÁDIO NO VALE DO TAQUARI/RS

Diogo Daroit Fedrizzi

Resumo

Nesse artigo trazemos o rádio para o centro do debate sobre a temática que aproxima a comunicação e o desenvolvimento regional. Encontramos nos conceitos de verticalidades e horizontalidades de Milton Santos a abordagem teórico-analítica para realizar esse estudo. O objetivo é identificar as verticalidades e horizontalidades que se concretizam no território usado do rádio no Vale do Taquari, no Rio Grande do Sul, especificamente, no processo de distribuição espacial das emissoras comerciais com outorga nessa região. No campo teórico-metodológico, os conceitos de território usado, as verticalidades e horizontalidades dialogam com os estudos da Economia Política da Comunicação (EPC), tendo respaldo ainda na Geografia da Comunicação. A pesquisa se caracteriza pela sua abordagem qualitativa. A partir das análises verifica-se que os vetores de verticalidades se sobressaem na ocupação espacial do território do rádio no Vale do Taquari, inicialmente, a partir da ação de forças exógenas e, num segundo momento, com movimentações dentro do próprio território, ocasionando a formação de redes e a concentração de propriedade.

Palavras-chave: Território. Rádio. Comunicação. Desenvolvimento Regional.

1 Introdução

Ao longo do século XX, quando as discussões em torno do desenvolvimento conquistam projeção acadêmica, o conceito vai ganhando novas dimensões para além da perspectiva econômica e do progresso. Aspectos como igualdade de direitos e de acesso a bens e serviços passam a ser incorporados ao processo de desenvolvimento. Uma nova abordagem científica se estabelece, então pautada no contexto da interdisciplinaridade. E, nesse sentido, a perspectiva comunicacional também ganha espaço no debate. Peruzzo (2014, p. 189) compreende a comunicação como parte do conceito de desenvolvimento, a partir do momento em que o desenvolvimento seja compreendido com vistas “à democracia econômica e ao crescimento integral das pessoas”, construído com “ampla e profunda participação popular” e que essa comunicação seja voltada a promover práticas de



cidadania e de transformação social. Nesse artigo nos propomos a trazer o rádio para o centro das discussões sobre a temática que aproxima a comunicação e o desenvolvimento regional.

Ao longo dos seus mais de 90 anos, o rádio brasileiro sobreviveu à concorrência de importantes avanços tecnológicos, como a televisão e a internet. Ele se moldou às inovações digitais e, independentemente da plataforma, transmite a mensagem ao seu receptor, que deixou de ser somente ouvinte para ser também leitor e espectador. A audiência ampliou-se e integrou-se a outros formatos e suportes: está nas TVs por satélite ou a cabo, no computador e nos *smartphones*, seja em grupos de mensagens via *Whatsapp*, nas transmissões ao vivo em vídeo pelo *Facebook* e nos vídeos e postagens do *Instagram*. O rádio vive a fase da convergência, que é marcada pela “influência dos dispositivos móveis – principalmente, o celular -, da internet e de seus correlatos” (FERRARETTO, 2015, p. 219).

A pesquisa TIC Domicílios (2017) do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) revela que, no Brasil, 64% dos domicílios possuem um aparelho de rádio convencional. A esse dado é necessário acrescentar a possibilidade de se ouvir rádio também por meio de outros suportes, como o celular e computadores, TVs, além de automóveis e veículos coletivos (ônibus e metrô). Em nível de audiência nacional, o rádio alcança 86% das pessoas residentes em 13 regiões metropolitanas do país, representando mais de 52 milhões de ouvintes, com média de consumo de quatro horas e 40 minutos por dia. Na região do Vale do Taquari, nosso campo de pesquisa, 96% da população ouve rádio, com tempo médio de quatro horas e nove minutos por dia (KANTAR IBOPE, 2018). Com base nesses números, percebe-se que o rádio é um veículo de comunicação que mantém índices elevados de audiência junto à população brasileira e vem se adaptando a diferentes plataformas tecnológicas para gerar conteúdo jornalístico, informativo, musical e publicitário.

Ao estudarmos a atuação do rádio em um território é necessário refletir sobre as transformações geradas pelo advento da globalização neoliberal em diversos setores da sociedade, sobretudo, na economia, na política, na cultura e, também, na comunicação, a partir dos anos de 1980. O impacto desse processo resultou em mudanças de comportamento nos territórios, pautadas, principalmente, pela lógica capitalista de acumulação e do lucro, conforme impõe o modelo neoliberal.

No Brasil, por exemplo, as desigualdades sociais, econômicas e espaciais se intensificaram nos últimos anos. Segundo dados do estudo Indicadores e Índices de



Desenvolvimento Humano: Atualização Estatística 2018, divulgados no mês de setembro de 2018 pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o país é o nono mais desigual do mundo. Parte dessa condição é provocada pelo avanço de grandes corporações internacionais que se instalam nos municípios, seduzidas por vantagens como isenções fiscais e mão de obra barata, e, de forma autoritária, modificam os meios de vida locais. Em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), o Brasil ocupa a posição 79 entre 189 países do ranking, com valor de 0,759. O IDH mede o progresso de uma nação a partir de três dimensões: renda, saúde e educação (PNUD BRASIL, *online*).

Ao mesmo tempo, os avanços tecnológicos motivados pela internet a partir da década de 1990 revolucionaram a comunicação mundial e as relações sociais. Castells (1999, p.354) vislumbra mudanças profundas com este novo cenário ao afirmar que “o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura”.

Santos (2006) define esse momento histórico da globalização como o meio técnico-científico-informacional. Os territórios são equipados para facilitar a circulação da informação e a lógica global se impõe nesses territórios. A dinâmica volta-se para atender os interesses dos atores hegemônicos da economia, da cultura e da política que são incorporados às novas correntes mundiais. “O meio técnico-científico-informacional é a cara geográfica da globalização” (SANTOS, 2006, p. 160).

Aliás, é Santos (2000) quem vai enxergar a globalização atual como algo perverso, cujos braços são a democracia do mercado e o neoliberalismo. Para resistir a esse cenário, Santos (1998) propõe o retorno do território, ou seja, o fortalecimento daquilo que conceitua como território usado, numa perspectiva de horizontalidade em oposição à verticalidade. Como explica Cataia (2013, p.1136), “o território usado é o território de todos os agentes, de todas as instituições e de todas as empresas, e não apenas o espaço dos agentes hegemônicos da política e da economia”. Logo, podemos compreender que, entre **todos os agentes** presentes no território usado, incluem-se os meios de comunicação, entre eles, o rádio (Grifo do autor).

Esses apontamentos despertam nossas inquietações, sobretudo, em verificar como se posiciona o rádio da região do Vale do Taquari, no Rio Grande do Sul, frente a estas impactantes transformações. E encontramos nos conceitos de verticalidades e horizontalidades de Milton Santos a abordagem teórico-analítica adequada para realizar esse estudo.



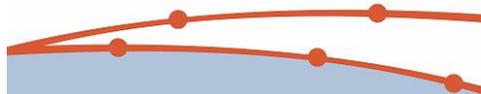
O campo analisado é considerado a partir da divisão escalar projetada pelo Conselho de Desenvolvimento Regional (Corede) Vale do Taquari, composto por 36 municípios¹. A região, situada no centro do Estado do Rio Grande do Sul e distante cerca de 150 quilômetros da capital Porto Alegre, possui 1,71% da área total do Estado (AGOSTINI, 2017). A população total é de 364.180 habitantes (FEE, *online*; PORTAL VALE DO TAQUARI, *online*). Nos 36 municípios integrantes do Corede Vale do Taquari, conforme dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), existe a outorga para oito emissoras comerciais AM, 15 emissoras comerciais FM, 1 educativa FM e 30 rádios comunitárias. As *web rádios* não foram consideradas. Para desenvolver nossas análises, fizemos o levantamento das 23 emissoras comerciais AM e FM, como mostram os Quadros 1 e 2.

QUADRO 1 – Emissoras comerciais AM do Vale do Taquari

CIDADE	DENOMINAÇÃO ATUAL DA EMISSORA	CANAL
Estrela	Rádio do Vale AM	820 KHz
Encantado	Rádio Encantado AM	1580 KHz
Lajeado	Rádio Independente AM	950 KHz
Taquari	Rádio Açoriana AM	1560 KHz
Arvorezinha	Rádio Cultura AM	1450 KHz
Lajeado	AM 1540 (Canal outorgado. Aguarda licenciamento)	1540 KHz
Estrela	AM 1500 (Canal outorgado. Aguardando licenciamento)	1500 KHz
Bom Retiro do Sul	Rádio TEM AM	1460 KHz

Fonte: Elaborado pelo autor baseado em dados do ANATEL/SDR 2018

¹ Municípios do Corede Vale do Taquari: Anta Gorda, Arroio do Meio, Arvorezinha, Bom Retiro do Sul, Canudos do Vale, Capitão, Colinas, Coqueiro Baixo, Cruzeiro do Sul, Dois Lajeados, Doutor Ricardo, Encantado, Estrela, Fazenda Vilanova, Forquetinha, Ilópolis, Imigrante, Lajeado, Marques de Souza, Muçum, Nova Bréscia, Paverama, Poço das Antas, Pouso Novo, Progresso, Putinga, Relvado, Roca Sales, Santa Clara do Sul, Sério, Tabaí, Taquari, Teutônia, Travesseiro, Vespasiano Corrêa e Westfália (FEE, *online*).



QUADRO 2 – Emissoras comerciais FM do Vale do Taquari

CIDADE	DENOMINAÇÃO ATUAL DA EMISSORA	CANAL
Lajeado	Rádio Tropical FM	103,7 MHz
Encantado	Rádio Encanto FM	100,1 MHz
Estrela	Rádio Sorriso FM	102,9 MHz
Taquari	Rádio Fraternidade FM	98,9 MHz
Teutônia	Rádio Germânia	88,3 MHz
Teutônia	Rádio Popular	96,9 MHz
Arvorezinha	Rádio Cultura FM	92,3 MHz
Cruzeiro do Sul	Rádio Independente	91,7 MHz
Arroio do Meio	Rádio Emoção dos Vales	90,1 MHz
Progresso	Rádio Emoção dos Vales	92,7 MHz
Roca Sales	Onda FM	97,7 MHz
Putinga	Rádio Transamérica Alto do Vale	101,1 MHz
Anta Gorda	Rádio Cultura FM	105,5 MHz
Nova Bréscia	Rádio Bréscia Mais FM	91,9 MHz
Encantado	SEM NOME (Aguarda liberação)	106,9 MHz
Doutor Ricardo	SEM NOME (Canal Vago)	93,1 MHz

Fonte: Elaborado pelo autor baseado em dados do ANATEL/SDR 2018

Os procedimentos metodológicos utilizados com vistas a construir o Território do Rádio no Vale do Taquari, a partir da distribuição espacial das emissoras comerciais e da identificação histórica dos proprietários das emissoras desta região, partiram da consulta em fontes secundárias, por meio da técnica de pesquisa bibliográfica em autores que desenvolveram trabalhos relacionados à história do rádio no Rio Grande do Sul. Também foi feita pesquisa documental em jornais, projetos de lei, sites de veículos de comunicação e portais especializados em conteúdo sobre mídia. Para encontrar a relação atual dos proprietários das emissoras de rádio buscamos informações no site da Secretaria Estadual da Fazenda do Rio Grande do Sul (Sefaz/RS), no Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (Siacco) da ANATEL e por meio de informações verbais com fontes/profissionais que trabalham ou trabalharam em emissoras do Vale do Taquari e de outras regiões.

2 Verticalidades e horizontalidades no território usado

A literatura recente apresenta uma ampla diversidade teórica sobre o conceito de território. Aqui ganha força o conceito de território usado, de Milton Santos. Esse território é representado pelo chão mais a identidade, vista aqui como sentimento de pertencimento. “O território é fundamento do trabalho, o lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida (...). O território ajuda a fabricar a nação, para que a nação depois o afeiçoe” (SANTOS, 1999, p. 8). E enfatiza que o território forma-se a partir das relações sociais. “A configuração territorial, ou configuração geográfica, tem, pois, uma existência



material própria, mas sua existência social, isto é, sua existência real, somente lhe é dada pelo fato das relações sociais” (SANTOS, 2006, p.38).

Silveira (2011) compreende que não só o Estado, mas todos os atores estão incluídos no território usado. “[...] Não é uma coisa inerte ou um palco onde a vida se dá. Ao contrário, é um quadro da vida, híbrido de materialidade e de vida social”. Além do “território propriamente dito” integra “as obras humanas e os próprios homens hoje. É o território feito e o território se fazendo, com técnicas, normas e ações”. Em síntese, “como conceito puro, o território é constituído de objetos e ações, sinônimo de espaço humano, espaço habitado” (SILVEIRA, 2011, p. 153-154).

No período histórico contemporâneo, em que estamos inseridos em um ambiente de globalização, o território usado também é colocado como sinônimo de espaço banal – “onde tudo estava contemplado, não apenas os fluxos econômicos” -, conceito que Milton Santos buscou em François Perroux (SANTOS, 2000, p. 53). E é no espaço banal, ou no território usado, que ocorrem as movimentações das verticalidades e horizontalidades.

As verticalidades refletem uma situação predominante na atualidade, ou seja, a apropriação dos territórios por agentes que detém a hegemonia do poder e do capital. Trata-se de forças de origem externa ao território que lhe impõem uma cultura espacial de cima para baixo, sem que haja a participação dos atores locais e sem levar em conta os interesses e as demandas do lugar. Para Santos (1994), as verticalidades agrupam áreas ou pontos ao serviço de atores hegemônicos distantes. “São os vetores da integração hierárquica regulada, doravante necessária em todos os lugares da produção globalizada e controlada a distância” (SANTOS, 1994, p. 26).

Nessa dinâmica vertical, as macroempresas ganham um papel de regulação do conjunto do espaço e interferem até mesmo na função do Estado, que passa a atuar de forma dissimulada no território. O Estado exerce, portanto, uma regulação frequentemente subordinada e destinada a favorecer os atores hegemônicos. Apesar de a integração ocorrer com níveis econômicos e espaciais mais abrangentes, esta integração é vertical, dependente e alienadora, pelo fato de promoverem decisões que são estranhas ao lugar e que obedecem a motivações distantes (SANTOS, 2000). O que impera é a perspectiva da competitividade e, por consequência, da exclusão social. “A tendência atual é a que os lugares se unam verticalmente e tudo é feito para isso, em toda parte. Créditos internacionais são postos à disposição dos países mais pobres para permitir que as redes modernas se estabeleçam ao serviço do grande capital” (SANTOS, 2006, p. 174).



Por outro lado, a dinâmica das horizontalidades é definida por Santos (1994, p. 26) como “o alicerce de todos os cotidianos, isto é, do cotidiano de todos (indivíduos, coletividades, firmas, instituições)”. Ela é construída pela semelhança das ações ou pela associação e complementaridade. A horizontalidade atua numa perspectiva de solidariedade, equidade e interesse comum. Compreende “a produção local de uma integração solidária, obtida mediante solidariedades horizontais internas, tanto de natureza econômica, social e cultural como propriamente geográfica” (SANTOS, 2000, p. 53). Está na perspectiva de novas horizontalidades o caminho de reação contra a globalização perversa e a possibilidade de construir uma outra globalização (SANTOS, 2006). Logo, temos de um lado uma ordem global, as verticalidades, e de outro uma ordem local, as horizontalidades.

Silveira (2007) levanta uma questão importante sobre as verticalidades e horizontalidades nos territórios. A autora refere que os dois movimentos não são estáticos, pelo contrário, “um elemento pode ter chegado como verticalidade e, no momento seguinte, pode tornar-se uma horizontalidade”, por isso, é fundamental identificar o período histórico a ser analisado. Ao mesmo tempo, Santos (1994) pondera que o vetor da verticalização em relação ao da horizontalidade provoca mudanças que são marcadas por processos de regulação e conflitos nos lugares. E na medida em que a globalização avança e estabelece “regulações verticais novas e regulações horizontais preexistentes”, aumenta o conflito entre “globalidade e localidade, entre o mundo e o lugar. Mas quanto mais o mundo se afirma no lugar, tanto mais este último se torna único”. A partir dessa leitura percebe-se que a promoção do desenvolvimento regional está inserida na dinâmica da horizontalidade.

Baldessar, Moreira e Pasti (2014, p. 533) relacionam o conceito de território usado e as interferências provocadas pelas verticalidades e horizontalidades com a Geografia e a Comunicação.

Os diferentes diálogos interdisciplinares entre Geografia e as Ciências da Comunicação devem considerar a dimensão política ao analisar os usos do território, identificando os agentes hegemônicos e hegemonizados, bem como a existência de “lugares que comandam” e “lugares que obedecem” — a partir dos fluxos de informação. Tanto a difusão seletiva e desigual das infraestruturas comunicacionais como as ações dos agentes hegemônicos no comando da comunicação trazem consequências importantes aos lugares e merecem a atenção de nossas investigações.

Aguiar (2016) refere que o Brasil vem passando, desde o início do século XXI, por um intenso processo de “regionalização midiática”. Ao contrário do que foi preconizado com o avanço da globalização do capitalismo, ou seja, o enfraquecimento das realidades locais e regionais, houve o direcionamento de um olhar mais atento para as pequenas e médias



idades pelo fato de elas agora estarem interconectadas digitalmente, favorecendo o acesso à informação, a formas de comunicação e a um mercado consumidor até então excluído.

Nesse processo de regionalização midiática, as disputas entre empresas de mídia e telecomunicações se acirram e, por consequência, afetam todos os meios de comunicação, desde os impressos (jornais e revistas), eletrônicos (rádio e TV) e digitais (web e plataformas móveis). Esse processo, “além de envolver proprietários e profissionais de mídia, tem sido articulado também por governos e movimentos parlamentares interessados na desconcentração do poder central e na redistribuição das verbas publicitárias nas três esferas governamentais” (AGUIAR, 2016, p. 14). A regionalização midiática comporta-se como uma “regionalização restrita a determinado grupo ou sujeito social que busca produzir, gerir e/ou representar seu espaço de forma articulada, em função de seus próprios interesses” (HAESBAERT, 2010, p. 190 *apud* AGUIAR, 2016, p. 111).

Ao analisar as práticas jornalísticas a partir das reflexões sobre região, regionalização e movimentos nos territórios, Aguiar (2016) também cita o conceito de *regiões midiáticas*, que refere-se “aos recortes espaciais que servem de referência para a atuação mercadológica dos jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão e portais de notícias operados por empresas ou grupos midiáticos” (AGUIAR, 2016, p. 121). Nesse sentido, nas regiões midiáticas, o foco são as “relações de poder econômico, político e simbólico que emergem das ações empreendidas pelas organizações midiáticas em cada espaço em que atuam” (AGUIAR, 2016, p. 121).

3 A Economia Política da Comunicação na relação com o rádio

No campo teórico-metodológico, os conceitos de território usado, as verticalidades e horizontalidades de Milton Santos também dialogam com os estudos da Economia Política da Comunicação (EPC). Entende-se que os fundamentos teóricos da EPC aparecem como uma oportunidade fundamental para se discutir o papel da comunicação nos processos contemporâneos, em virtude de que fazemos parte de uma “sociedade globalmente conectada, em que a informação é de fundamental importância no aspecto político-econômico” (DOURADO, 2013, p. 18).

Mosco (1999, p. 98) define a economia política como o “estudo das relações sociais, em especial das relações de poder, que constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, incluindo os recursos da comunicação”. Carniello e Oliveira (2016) reforçam que o debate sobre a comunicação como fator de desenvolvimento no contexto midiático nacional



contemporâneo “perpassa pela economia política da comunicação e remete ao questionamento sobre a estrutura da mídia nacional, caracterizada por grandes grupos privados ligados a uma elite política” (CARNIELLO e OLIVEIRA, 2016, p. 2).

Bolaño (2007) também considera a perspectiva da Economia Política ideal para compreender e analisar as políticas de comunicação no Brasil e as principais tendências através das quais os atores hegemônicos influenciam os processos regulatórios e legislativos. Segundo Liedtke (2003), no Brasil, o clientelismo político, cuja característica é marcante na política nacional, também repercute no controle dos meios de comunicação. Comassetto (2013) salienta que as oligarquias familiares que controlam os meios de comunicação são favorecidas, até os anos 1990, pela forma de concessão a cargo do Poder Executivo e com forte interferência política. O presidente brasileiro da época, José Sarney, se notabiliza por ser o governante que mais autoriza concessões para novas emissoras de rádio e TV. Entre 1985 e 1988 são 1.028 emissoras, duas delas para os próprios familiares que residem no Estado do Maranhão. O número, segundo estudo de Bolaño (2007), representa 30% de todas as concessões feitas no Brasil desde 1922.

Bolaño (2007) define como “nacionalista e concentracionista” o modelo de regulação do audiovisual brasileiro, elaborado na década de 1960. Se de um lado protege os capitais locais já instalados da concorrência do exterior, de outro “limita a manifestação das expressões locais e o desenvolvimento de um panorama audiovisual diversificado, servindo basicamente aos interesses políticos e econômicos hegemônicos que se articulam no seu interior” (BOLAÑO, 2007, p. 17).

A concepção teórica do desenvolvimento se baseia em diferentes paradigmas (PERUZZO, 2014), mas aqui buscamos Servaes (2000) que estabelece a divisão de três grandes paradigmas que orientam a relação entre Comunicação e Desenvolvimento ao longo da história: o da Modernização (enxerga o desenvolvimento como sinônimo de crescimento), o da Dependência (ocorre quando alguns países podem crescer com suas próprias forças, enquanto que os outros, colocados na posição de dependência, só conseguem crescer como reflexo da expansão dos países dominantes) e o da Multiplicidade (surge como necessidade de se criar um novo conceito de desenvolvimento que olhe para a identidade cultural e a multidimensionalidade).

Além disso, propõe dois modelos de comunicação para o desenvolvimento: o *difusionista*, comprometido com as “ideias da difusão de inovações e com o incentivo à mudança de hábitos” (PERUZZO, 2014, p. 177) por meio de uma comunicação “linear e unilateral” com o receptor (PERUZZO, 2014, p. 178); e o *participativo*, em que o



desenvolvimento “só faz sentido se promover a igualdade no acesso à riqueza e o crescimento integral da pessoa e de todos, ou seja, se tiver como mola-mestra o ser humano” (PERUZZO, 2014, p. 181).

4 O território do rádio no Vale do Taquari

A construção deste subcapítulo está embasada nos fundamentos da Economia Política da Comunicação. Dessa forma, os elementos econômicos e políticos contextualizam nossa investigação a fim de interpretar as verticalidades e horizontalidades que marcam o surgimento e a distribuição espacial das emissoras comerciais no Vale do Taquari. Ao longo do texto, elementos como origem da propriedade, associações em rede e formação dos grupos de comunicação servem de suporte para nossa abordagem. Quem são e de onde se originam os proprietários/grupos das emissoras comerciais e educativa do Vale do Taquari? É a pergunta que serve de guia para desenvolver essa etapa do trabalho.

Aqui também é importante lembrar que as verticalidades, a partir da definição de Milton Santos, tem relação com uma ordem global, ou seja, com as forças de origem externa ao território, sem que haja a participação dos atores locais e sem levar em conta os interesses e as demandas do lugar. Já as horizontalidades situam-se numa ordem local, numa perspectiva de solidariedade, equidade e interesse comum. Entendemos que seguir uma ordem histórica de instalação das emissoras comerciais no Vale do Taquari facilita o trabalho de interpretação das verticalidades e horizontalidades, visto que, como já referimos anteriormente, os dois movimentos não são estáticos. O processo pode iniciar de forma vertical e, na sequência, se transformar em horizontal (SILVEIRA, 2007) e vice-versa.

Da mesma forma, em um ambiente caracterizado pelo meio técnico-científico-informacional, há que se considerar também, nesse processo de uso do território por parte das emissoras de rádio, a formação das redes, uma das marcas das verticalidades. E essas ações verticais, que até então se originam exclusivamente da ação de atores externos ao Vale do Taquari, com o passar do tempo começam a se manifestar internamente no território, com a criação de novos grupos de comunicação, liderados por atores identificados com o próprio território do Vale do Taquari, e que passam a avançar para municípios próximos, ou seja, começam a “trazer as ordens e os comandos de outro lugar para um lugar específico” (SILVEIRA, 2007, p. 3), em um movimento bem característico das verticalidades.

4.1 Emissoras Reunidas: primeiras verticalidades no Vale do Taquari

A chegada do rádio comercial ao Vale do Taquari é influenciada por fortes relações de verticalidades. A iniciativa é do empresário Arnaldo Pignome Ballvé, de Porto Alegre. Na metade da década de 1940, ele começa a estruturar o grupo Emissoras Reunidas e adquire várias estações de rádio no interior do Rio Grande do Sul, entre elas, a Rádio Alto Taquari, em Estrela (1948), e a Rádio Encantado (1951), em Encantado.

Nessa fase, Ballvé adota a estratégia de “dar participação no negócio a empresários e pessoal da imprensa local. [...] Em cada município onde instala suas estações [...] procura antes informações sobre quem pode ser aproveitado no novo empreendimento” (FERRARETTO, 2007, p. 55). Nessa situação, o empresário chega a promover treinamentos aos inexperientes candidatos a radialistas, episódio que se constitui em novas práticas verticais. Como refere Santos (2000) são os macroatores agindo de fora do território para determinar as modalidades internas de ação.

Em 1990, a família Proença, do então deputado federal gaúcho, Nelson Luiz Proença Fernandes, assume a gestão e muda o nome do grupo para Rede Comunidade. O controle administrativo dessas emissoras é feito por um escritório central localizado em Porto Alegre, situação que caracteriza mais um vetor de verticalidades no Vale do Taquari, visto que, entre as AMs, estavam as emissoras de Estrela e Encantado.

Outro movimento forte de verticalidade, desta vez com repercussões na programação de emissoras do Vale do Taquari, ocorre em fevereiro de 1994, quando a Rede Comunidade anuncia uma parceria com a Rede Líder, de São Paulo. O acordo prevê a retransmissão de programas da emissora paulista nas Rádios Alto Taquari e Encantado. Apenas alguns horários e os intervalos comerciais são destinados para produção local. O restante da programação é preenchido com conteúdo informativo e publicitário de São Paulo (JORNAL OPINIÃO, 1994). A iniciativa não dá certo e resiste há poucos meses. A partir do ano 2002, a família Proença negocia a Rádio Encantado e, mais tarde, a Rádio Alto Taquari, de Estrela, esta última já integrada à Rede Tchê de Comunicação, antiga Rede Comunidade, também dos Proença.

4.2 Grupo Independente de Lajeado: primeiras horizontalidades

A mobilização para a criação da primeira emissora de Lajeado, a Rádio Independente AM, ocorre por meio de práticas de horizontalidade, estimuladas por uma entidade local, a Associação Comercial e Industrial de Lajeado (ACIL). Schierholt (2011) refere que, por possuir poucos recursos para investir na construção da sede própria, a diretoria da ACIL



mostra-se incomodada com os gastos das empresas lajeadenses em publicidade na rádio de Estrela. Liderados pelo presidente da ACIL, Pedro Albino Müller, os debates entre os associados fortalecem a ideia da criação de uma emissora “própria e independente de Estrela” (SCHIERHOLT, 2011, p. 23). Assim, em 1950, é criada a empresa Rádio Independente Limitada com o objetivo de explorar os serviços de radiodifusão. Conforme o autor, 96 cotistas integram o quadro societário. Destes, 79 residem no município de Lajeado (na época com nove distritos), oito são de Estrela, quatro de Arroio do Meio, três de Encantado, um de Taquari e um de Porto Alegre. Ou seja, todos os municípios do Vale do Taquari à época estão representados no quadro societário da Independente.

Conforme Schierholt (2011), a escolha das Emissoras Reunidas pela cidade de Encantado para instalar a Rádio Encantado faz com que a Independente busque fazer o mesmo no município de Roca Sales com a instalação da Rádio Independente de Roca Sales, em 1957, em uma ação vertical oriunda do território de Lajeado sobre o de Roca Sales. Porém, logo a emissora é vendida devido à inviabilidade econômica provocada pela fraca capacidade publicitária do município roca-salense.

O poder da família Müller na Rádio Independente se fortalece na década de 1980, quando restam apenas 13 dos 99 cotistas que participam da criação da Rádio (SCHIERHOLT, 2011).

A instalação da primeira emissora FM no Vale do Taquari, a Rádio Tropical, em 1982, se dá pela perspectiva da horizontalidade, pelo fato de ser administrada por atores com vínculo no município de Lajeado, mas também pode ser interpretada como uma ação vertical dentro do território, pois pertence ao mesmo grupo que administra a Rádio Independente AM.

Atualmente, a empresa Rádio Independente Ltda tem como sócios os descendentes de Lauro Mathias Müller, João Pedro (filho) e Gabriel (neto), e Ricardo Brunetto, profissional contratado em 2009 na função de diretor executivo.

Em janeiro de 2007, a empresa Rádio Alto do Vale Ltda, vinculada ao Grupo Independente, adquire a concessão para mais um canal AM em Lajeado, na frequência de 1540 KHz. Aqui, se observa uma situação em que as horizontalidades e as verticalidades se manifestam quase que simultaneamente. Se de um lado temos um vetor de verticalidade, gerado pela concentração de propriedade do Grupo Independente no território de Lajeado, por outro se percebe características de horizontalidade pelo fato de a nova emissora ficar sob o controle de uma empresa local.



As disputas entre os municípios de Lajeado e Estrela ganham um novo capítulo em 2011, quando o Grupo Independente anuncia a aquisição da concessão da Rádio Alto Taquari, de Estrela. A empresa se aproveita do enfraquecimento da emissora pertencente à Rede Tchê, da família Proença, para fechar a compra, no ano de 2011.

Uma das primeiras consequências, que reforçam um comportamento imposto de cima para baixo, é a mudança do nome da emissora de Rádio Alto Taquari para Rádio do Vale. A troca, porém, não repercute bem na comunidade estrelense, que considera a denominação Rádio Alto Taquari como um patrimônio da cidade (informação verbal). A sede da emissora permanece em Estrela. O setor administrativo, de gerência e gestão, fica centralizado em Lajeado, na sede do Grupo Independente (O INFORMATIVO DO VALE, *online*). Outro investimento do Grupo também é marcado pela perspectiva de verticalidades com a aquisição do canal de FM 91,7, com sede na cidade de Cruzeiro do Sul, em 2017. A nova emissora é utilizada como retransmissora da programação da Independente AM (PORTAL INDEPENDENTE, *online*).

4.3 Encantado: reação às forças externas

Antes de negociar a Rádio Alto Taquari de Estrela para o Grupo Independente de Lajeado, a família Proença já havia vendido a Rádio Encantado. E nesse processo, até então marcado por movimentos de verticalidades, ocorre uma reversão para vetores de horizontalidades a partir do momento em que a empresa LB Sistema de Comunicação do Vale Ltda, pertencente aos sócios Antonio Alberto Lucca e Leonardo Carlos Bratti, ambos empresários de Encantado, adquire a emissora em 2001 (FERRI, 2007). Em 2004, a denominação é alterada para Rádio Encanto AM 1580. A estratégia visa fortalecer a marca Encanto, que dá nome à primeira emissora FM da cidade, a Encanto FM 100,1, também de propriedade dos dois empresários e outros dois investidores, inaugurada em 1989, em mais uma ação marcada por vetores de horizontalidades no território de Encantado.

Inicialmente, além de Lucca e Bratti, o grupo que adquire a concessão da Encanto FM conta ainda com José Raimundo Tramontini e Ronei Spielmann. Os quatro investidores são colegas do Banco do Brasil de Encantado e constituem a entidade sob a razão social de Sociedade Rádio Difusora Encantadense Ltda (FERRI, 2007). Anos depois, Lucca e Bratti se isolam na sociedade e quando os dois compram a Rádio Encantado, da família Proença, consolida-se a primeira composição da Rede Encanto de Comunicação, com uma emissora AM e uma FM (Informação verbal). Na primeira metade dos anos 2000, Lucca e Bratti desfazem a sociedade. No acordo, Lucca fica com o controle da Rádio Encanto AM (atual



Rádio Encantado) e com a concessão de um canal FM para Roca Sales na frequência 97,7. Enquanto Bratti assume sozinho a gestão da Rádio Encanto FM.

Com a instalação da Rádio Energia Pop 97,7 FM (atual Onda FM), em Roca Sales, em 2009, a família Lucca se fortalece como proprietária de emissoras na região alta do Vale do Taquari. Ao mesmo tempo, em 2013, a empresa de Lucca ganha o direito para explorar mais um canal de FM na cidade de Encantado, na frequência 106,9 (BRASIL, *online*). Nesse sentido, se por um lado a nova emissora FM encantadense se enquadra em um vetor de horizontalidade, por ficar sob os cuidados de uma empresa local, por outro pode ser vista como um movimento de verticalidade pelo fato de o proprietário já controlar uma emissora na cidade.

4.4 Taquari: a rádio nas mãos do poder público

A concentração das transmissões radiofônicas do Vale do Taquari nas emissoras AM de Estrela, Lajeado e Encantado perdura por cerca de 20 anos. A expansão para outros municípios se dá a partir do final da década de 1960, com a inauguração da Rádio Açoriana Ltda 1560 AM, na cidade de Taquari, em 1968. O caso da Açoriana é inédito na região pelo fato de ser a única emissora hoje administrada pelo Executivo Municipal. A trajetória é marcada por conflitos entre atores políticos, ações trabalhistas de funcionários, temor pela ação de forças exógenas e incertezas quanto à continuidade das atividades. Nesse contexto, as verticalidades e horizontalidades se movimentam constantemente.

O Diário Oficial da União, de 7 de dezembro de 1978, publica a autorização para a transferência de cotas de Kurt Pedro Freitag (150 cotas), Fredolino Tiggemann (20), Claudio Pedro Candiago (10), Carlos Cananéa Ribeiro (10), Nelson Ferro (5) e Antonio dos Reis Martins (2) para Lothário Armando Bender, conhecido empresário da cidade. Também autoriza o ingresso na sociedade de Julio Carlos Bender e Vitor Hugo Bender (BRASIL, 1978). As tratativas são protagonizadas por atores locais, portanto, com vetores de horizontalidades. A família Bender administra a emissora até 1984, quando o prefeito Namir Luiz Jantsch sanciona a lei 1.119, aprovada pela Câmara de Vereadores, que autoriza o Executivo Municipal a adquirir os direitos dos dois veículos. Em 1984 é sancionada a Lei Municipal 1.121 que cria a Empresa Jornalística e de Radiodifusão Açoriana (EJORA) como empresa pública, composta pela Rádio Açoriana AM e pelo jornal O Açoriano (TAQUARI, 1984).

Após anos de debates e discussões entre Executivo e Legislativo, principalmente, pelas dificuldades financeiras da emissora e o alto valor de recursos públicos destinados à



EJORA, em 2017, o Executivo contrata uma empresa de assessoria jurídica de Porto Alegre para elaborar o edital de venda da rádio. Se não houver interessados, a concessão do canal será devolvida ao Ministério das Comunicações e a rádio fechada. Enquanto isso, a rádio segue mantida pela Prefeitura, à espera da liberação do Ministério das Comunicações para realizar o leilão.

4.5 Grupo Cultura controla o território na região norte do Vale

O vetor das horizontalidades marca a chegada do rádio à outra ponta do mapa do Vale do Taquari, na cidade de Arvorezinha. Com a concessão da outorga em 1977, Aniceto Pastório Paganin, ao lado de outros 10 sócios, funda a Rádio Cultura AM (GRUPO CULTURA DE RÁDIO, *online*). Nesse período, Paganin está em pleno exercício do segundo mandato de prefeito da cidade (1973-1977). Com a instalação da Rádio Cultura FM 92,3 também na cidade de Arvorezinha, Paganin começa a dar forma ao Grupo Cultura de Rádio, em um momento de inter-relação horizontal e vertical. E nesse momento também visualizam-se práticas de verticalidades com a fundação de outras duas estações FM, também denominadas de Rádio Cultura, em territórios afastados de Arvorezinha, nos municípios de Fontoura Xavier e Anta Gorda, nas frequências 88,9 e 105,5, respectivamente. As quatro emissoras caracterizam a concentração de propriedade na região localizada ao norte do Vale do Taquari. Atualmente são quatro sócios, todos da família Paganin (ANATEL/SIACCO; SEFAZ-RS, *online*).

4.6 Teutônia: rádios nas mãos de atores locais

Em 1989, outros dois grupos de comunicação começam a se formar no município de Teutônia com a fundação das rádios Germânia FM 88,3 e a Popular FM 96,9. Os dois casos são protagonizados por movimentos de horizontalidades com a participação de atores identificados com o território.

A Empresa de Radiodifusão Teutônia Ltda, detentora da concessão da Rádio Germânia, é constituída por cinco sócios: o advogado Fritz Follmer (administrador) e a esposa Leda Follmer, Ivone Teresinha Villa e Sueli Neiva Schneider e Joel Paulo da Costa. (ANATEL/SIACCO, *online*). No início dos anos 2000, o quadro societário muda. Ivone, Sueli e Joel negociam suas cotas para o empresário de Estrela, Ricardo Wagner, que fica com 50% do capital. A outra metade é dividida entre Fritz (37%) e Leda (13%). Os novos administradores lançam um novo projeto de rádio. A Germânia muda a denominação para



Rádio Usina 88,3 FM e apresenta uma programação voltada para um público mais jovem. A experiência não dura muito tempo e logo volta ao modelo antigo, com o nome de Rádio Germânia (Informação verbal). A outra emissora comercial de Teutônia, a Popular FM, é fundada em 1989. Ela pertence à Empresa Radiofônica Ouro Branco Ltda, criada pelos sócios Silvio Brune e Valdir Inácio Schardong. Com o falecimento de Schardong em 2016, o quadro societário da Rádio Popular é alterado. A viúva Tania Maria Schardong e duas filhas são inseridas no grupo, que já conta também com a participação de Arno Von Muhlen. A administração fica a cargo de Silvio Brune, acionista majoritário da empresa (ANATEL/SIACCO, *online*).

4.7 Estrela e Cruzeiro do Sul: novas verticalidades

As forças exógenas voltam a atuar no território do rádio no Vale do Taquari com a participação direta do Grupo Dial de Comunicação na instalação de duas emissoras FM nos municípios de Cruzeiro do Sul e Estrela. A empresa, com sede em Novo Hamburgo, pertence à família de Hilmar Kannenberg. Cruzeiro do Sul recebe a Light FM 91,7. Em 2016, o canal é ocupado pela programação da Rede Felicidade Gospel, também de propriedade do Grupo Dial, e permanece no ar até 2017, quando a frequência é adquirida pelo Grupo Independente de Lajeado para retransmitir o áudio da Rádio Independente AM, como já referimos anteriormente. Com estúdio em Estrela, entra no ar o sinal da Rádio Sorriso 102,9 FM, integrante da Rede Sorriso, formada por mais quatro emissoras FM nas cidades de Gramado, Candelária, Glorinha e Panambi. Atualmente, a Rede Dial de Comunicação está registrada no nome da esposa de Hilmar, Martha Ingeborg Kannenberg, e do neto Daniel Grassi Kannenberg, filho de Alexandre Kannenberg, ex-diretor do grupo, já falecido (SEFAZ-RS, *online*).

4.8 Rede Fraternidade: novas verticalidades em Taquari

A década de 1990 registra a chegada da primeira emissora focada em programação religiosa ao Vale do Taquari. E esse movimento no território se dá por meio de vetores de verticalidades com a Fundação Fraternidade Nossa Senhora da Evangelização, com sede em Porto Alegre, entidade sem fins lucrativos (FUNDAÇÃO FRATERNIDADE, *online*). A partir de então nasce a Rede Fraternidade de Comunicação que, inicialmente, conta com duas emissoras FM denominadas de Rádio Fraternidade, nos municípios de Taquari e Ijuí, no Rio Grande do Sul, nas frequências 98,9 e 97,5, respectivamente.



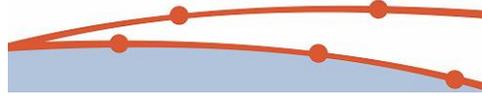
4.9 Três movimentações verticais recentes

A partir da metade dos anos 2000, com novas concessões de rádio sendo liberadas para o Vale do Taquari, outros proprietários assumem a administração dessas emissoras. Trata-se de grupos empresariais sem vínculo com aqueles já presentes na região, fato que caracterizam três novos episódios de verticalidades no uso do território do rádio. O primeiro caso envolve o Sistema Plug de Comunicação, da cidade de Cascavel, no Paraná, que adquire a concessão para operar o canal 1460 AM, no município de Bom Retiro do Sul. O segundo caso de verticalidades ocorre em 2007 quando é autorizada a concessão à empresa EZR Comunicação, com sede em Santa Cruz do Sul, para administrar mais um rádio AM no município de Estrela na frequência 1500 KHz. O terceiro caso recente envolve a Sociedade Rádio Santa Felicidade Ltda, empresa com sede no município de Erechim, no Rio Grande do Sul, pertencente à Família Spagnol, que ganha a outorga para operar uma emissora em Putinga, na frequência 101,1 MHz. A rádio integra a Rede Colinas FM, da cidade de Erechim, que, em 2014, firma parceria com a Rede Transamérica Hits, de São Paulo (COLETIVA.NET, *online*).

4.10 Nova Bréscia: última horizontalidade

Em Nova Bréscia, embora o fato de o mesmo grupo de empresários responsável pela criação da rádio comunitária no município também administrar a emissora comercial, a Bréscia Mais FM 91,9, percebe-se práticas de horizontalidade, visto que os três sócios, José Paulo Valandro, Osmar Martins Nichel e José Carlos Corrêa Moura, têm vínculos com o local.

A seguir, a Figura 1 ilustra as verticalidades e horizontalidades no uso do território do rádio no Vale do Taquari ao longo da história, desde os movimentos originais até a fase contemporânea. As setas de cor azul identificam os vetores de verticalidades e as de cor roxa os vetores de horizontalidades. A cor verde representa ações de inter-relação entre verticalidades e horizontalidades. Já as linhas pretas de duas setas reproduzem as negociações entre os grupos empresariais, que culminaram com a troca na administração das emissoras. No total observou-se 24 ações de verticalidades, nove movimentos de horizontalidades e cinco momentos de inter-relação entre os dois vetores no uso do território do rádio no Vale do Taquari.



Considerações finais

Para concluir este artigo selecionamos algumas situações envolvendo o uso do território do Vale do Taquari por parte das emissoras de rádio que merecem reflexões.

- a) Em Estrela, até os dias atuais as forças de fora controlam o rádio local.
- b) Em Encantado, a Rádio Encantado AM só passa a ser administrada por forças endógenas após 51 anos da sua fundação.
- c) Em Taquari, a Rádio Açoriana se coloca como um ambiente propício para que as verticalidades e horizontalidades atuem em movimentos paralelos e constantes. O caso nos oferece elementos diversos, principalmente no campo político e econômico, que interferem sobre a atuação do rádio em um território.
- d) Putinga e Bom Retiro do Sul são dois casos em que a influência de ações de verticalidades enfraquece a atuação do rádio nesses territórios. Em Putinga, até 2018, dois profissionais cuidavam de uma parte da programação com foco local. Hoje, com a saída desses profissionais, o sinal retransmite o conteúdo da rede. Já em Bom Retiro do Sul, a rádio está desativada e disponibiliza pouco conteúdo por meio do site.
- e) Outra característica evidente nos usos do território do rádio no Vale do Taquari são os movimentos que intercalam vetores de verticalidades e horizontalidades dentro do próprio território. Essa situação ocorre no momento de consolidação dos grupos de comunicação e que, por consequência, constituem os casos de concentração de propriedade. Em nossas análises, visualizamos três exemplos que se originam nas cidades de Lajeado, Encantado e Arvorezinha:

e1) O primeiro envolve o Grupo Independente, de Lajeado. Depois de instalar a Rádio Independente AM, por iniciativa de atores identificados com o local e regional, se tornando, assim, a primeira ação de horizontalidade na região, o grupo começa a ampliar seu domínio em Lajeado e no entorno. Primeiro, adquire a concessão da Rádio Tropical FM de Lajeado e de outro canal AM na cidade. Mais tarde, expande seus negócios para o município de Estrela e começa a administrar a Rádio Alto Taquari AM, inclusive, alterando seu nome para Rádio do Vale. A mais recente ação de verticalidade é a aquisição do canal FM, sediado em Cruzeiro do Sul, com o objetivo de retransmitir a programação da Rádio Independente AM. Essas movimentações do Grupo Independente evidenciam duas estratégias de mercado: primeiro, a de ampliar sua área de atuação, com o objetivo de buscar um novo público ouvinte e também novos anunciantes, ou seja, delimitar/ampliar a



sua "região midiática"; e segundo, de evitar que outros grupos concorrentes ocupem esses espaços e, com isso, virem uma ameaça aos interesses da Independente.

e2) No município de Encantado, o mesmo grupo formado por atores locais adquire as concessões da primeira emissora FM da cidade, a Encanto, e posteriormente da Rádio Encantado AM, nesse caso interrompendo cinco décadas de controle oriundo de fora no comando da emissora. Mais tarde, a divisão dos sócios dá início à formação de dois novos grupos de comunicação que provoca também vetores de verticalidades no Vale do Taquari e na própria cidade de Encantado: a Rede Encanto, proprietária também das emissoras FM das cidades de Arroio do Meio e Progresso, adquiridas da família Proença, e ainda com estúdio auxiliar da Encanto FM transmitindo em Lajeado, e o Grupo Encantado de Comunicação, responsável pela instalação da FM na cidade de Roca Sales e pela administração no novo canal FM de Encantado, ainda em processo de liberação para entrar em operação.

e3) Em Arvorezinha, por meio da iniciativa de atores identificados com o local, nascem as rádios Cultura AM e FM. Posteriormente, o já constituído Grupo Cultura expande sua área de atuação de forma verticalizada para os municípios de Anta Gorda e Fontoura Xavier, com a instalação de mais duas emissoras FM.

É importante ressaltar que quando estabelecemos o par teórico-analítico das verticalidades e horizontalidades tínhamos a consciência da dificuldade de identificar os dois vetores em sua totalidade. É compreensível que outras interpretações possam ser feitas no aspecto da distribuição espacial das emissoras. Porém, acreditamos que esse trabalho nos oportuniza enxergar importantes sinais de como o rádio ainda se coloca como um meio de comunicação atuante no Vale do Taquari, tanto em nível de audiência, quanto em nível de disputas pelo controle administrativo das concessões.

Referências

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). **Sistema de Controle de Radiodifusão (SDR)**. Disponível em: <<https://sistemas.anatel.gov.br/srd/Consultas/ConsultaGeral/TelaListagem.asp?SISQSm modulo=5243>>. Acesso em: out. 2018.

_____. **Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (Siacco)**. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/siacco/_Novo_Siacco/Relatorios/PerfilDasEmpresas/Tela.asp?SISQSm modulo=2647>. Acesso em: out. 2018.

AGOSTINI, Cíntia (Coord). **Plano estratégico de desenvolvimento do Vale do Taquari 2015- 2030**. Lajeado : Ed. da Univates, 2017. Disponível em: <



http://www.codevat.org.br/uploads/paginadinamica/1981/Codevat_e_book.pdf>. Acesso em: jun. 2018.

AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo**. Geografias da mídia local e regional no Brasil. PUC : Rio de Janeiro, 2016.

BALDESSAR, Maria José; MOREIRA, Sônia Virgínia; PASTI, André. Geografia e comunicação: diálogos mais que possíveis. In: MORAIS, Osvando J. de (org). **Ciências da Comunicação em processo**: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI: conhecimento, leituras e práticas contemporâneas. São Paulo : Intercom, 2014. Disponível em: <<http://www.geografias.net.br/pdf/dialogos.pdf>>. Acesso em: ago. 2018.

BOLAÑO, César. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** Paulus : São Paulo, 2007.

BRASIL. Portaria Nº 110, de 19 de abril de 2013. **Diário Oficial da União**. Seção 1. Nº 87. 23 de abril de 2013. Disponível em:< <https://www.jusbrasil.com.br/diarios/53442944/dou-secao-1-23-04-2013-pg-86?ref=goto>>. Acesso em: ago. 2018.

CARNIELLO, Monica Franchi; OLIVEIRA, Edson Aparecida de Araújo Querido. Comunicação para o desenvolvimento. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. Editorial. V. 12, n. 4, 2016. Disponível em: <<http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2600/552>>. Acesso em: set. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo : Paz e Terra, 1999.

CATAIA, Márcio. Território Usado e Federação: Aplicações possíveis. **Educação e Sociedade**. Campinas, v. 34, n. 125, p. 1135-1151, out.-dez. 2013. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302013000400007&script=sci_abstract&tlng=pt> . Acesso em: ago. 2017.

CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - **TIC DOMICÍLIOS 2017**. Disponível em: <http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM>. Acesso em: abr. 2018.

COLETIVA.NET. **Transamérica Hits conquista mais afiliadas no RS**. 2016. Disponível em: <<https://coletiva.net/noticias/2016/04/transamerica-hits-conquista-mais-afiliadas-no-rs/index.jhtml>>. Acesso em: out. 2018.

COMASSETTO, Leandro Ramires. O local é o diferencial. O papel do rádio na era da conexão planetária. In: CARVALHO, J.M., MAGNONI, A. F., PASSOS, M.Y (org). **Economia Política da Comunicação: digitalização e sociedade**. São Paulo : Cultura Acadêmica, 2013. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/32581775-Economia-politica-da-comunicacao-digitalizacao-e-sociedade.html>>. Acesso em: set. 2018.

DOURADO, Jacqueline Lima (org). **Economia política do jornalismo**: campo, objeto, convergências e regionalismo. Teresina : EDUFPI, 2013.

FERRARETTO, Luiz Artur. Inquietudes e tensionamentos: pistas para a compreensão do futuro do rádio comercial em sua fase de convergência. **Intexto**, UFRGS. nº 34, p. 214-235, set./dez. 2015. Disponível em:< <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/58408>>. Acesso em: ago. 2018.

_____. **Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul**. Canoas : Ed. Ulbra, 2007.



FERRI, Gino. **Encantado II. Sua história, sua gente.** Encantado : AJP, 2007.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA (FEE). **Corede Vale do Taquari.** Disponível em: <<https://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/coredes/detalhe/?corede=Vale+do+Taquari>>. Acesso em: jan. 2018.

FUNDAÇÃO FRATERNIDADE. **Rádio Fraternidade FM 98,9 comemora seu 23º aniversário.** Disponível em: <<http://www.fundacaofraternidade.org.br/index.php/fraternidade/679-radio-fraternidade-fm-989-comemora-seu-23o-aniversario>>. Acesso em: out. 2018.

GRUPO CULTURA DE RÁDIO. **A rádio.** Disponível em: <<http://www.grupoculturaderadio.com.br/index.php/a-radio>>. Acesso em: out. 2018.

JORNAL O INFORMATIVO DO VALE. **Rádio do Vale leva o povo ao ar.** 2011. Disponível em: <<https://www.informativo.com.br/geral/radio-do-vale-leva-o-povo-ao-ar,2331.jhtml>>. Acesso em: set. de 2018.

JORNAL OPINIÃO. **Rádio Encantado prepara mudanças.** Arquivo impresso. Encantado-RS. 12 fev. 1994.

KANTAR IBOPE. **Book de Rádio 2018.** Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/estudos-type/bookradio2018/>>. Acesso em: nov. 2018.

LIEDTKE, Paulo Fernando. Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil. **Em Tese.** Revista eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. V. 1. Nº 1. 2003. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/viewFile/13681/12540>>. Acesso em: out. 2018.

MOSCO, Vincent. Economia Política da Comunicação: uma perspectiva laboral. **Revista Comunicação e Sociedade.** Cadernos do Noroeste, Série Comunicação. Universidade de Minho/Portugal. V. 12, p. 97-120, 1999. Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1440/1370>>. Acesso em: set. 2017.

PORTAL INDEPENDENTE. **Grupo Independente anuncia compra de canal FM e ampliação do conteúdo para a frequência 91,7.** Disponível em <http://independente.com.br/grupo-independente-anuncia-compra-de-canal-fm-e-ampliacao-do-conteudo-para-frequencia-917/>. Acesso em: set.2018

PORTAL DO VALE DO TAQUARI. **O Vale do Taquari.** Disponível em: <<http://www.cicvaledotaquari.com.br/cic-vt/o-vale-do-taquari/>>. Acesso em: mar. 2018.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço.** Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 2006.

_____. **Por uma outra Globalização** – do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. O dinheiro e o território. **Geographia** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Fluminense (UFF). Ano 1, Nº 1, 1999. Disponível em: <www.geographia.uff.br/index.php/geographia/article/viewFile/2/2>. Acesso em: abr. 2017

_____. O retorno do território. In: SANTOS, Milton; DE SOUZA, Maria Adélia A.; SILVEIRA, Maria Laura (org). **Território. Globalização e Fragmentação.** 4. ed. São Paulo : Hucitec Ampur, 1998. p. 15-20.



_____. **Técnica, Espaço, Tempo**. Globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo, 1994.

SCHIERHOLT, José Alfredo. **Rádio Independente, 60 anos no ar**. Lajeado : Evangraf, 2011.

SERVAES, Jan. Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. In: **Temas y Problemas de Comunicación**. Universidad Nacional de Rio Cuarto. Año 8, v. 10, 2000. p. 5-28. Disponível em: <<http://catedras.fsoc.uba.ar/gpost/material/servaes.pdf>>. Acesso em: jan. 2018.

SILVEIRA, Maria Laura. O Brasil: Território e Sociedade no início do século 21 - A história de um livro. **ACTA Geográfica**. Edição Especial "Cidades na Amazônia Brasileira", 2011. Disponível em: <<https://revista.ufrb.br/actageo/article/view/556>>. Acesso em: fev. 2018.

_____. Entrevista com a Professora Maria Laura Silveira. **Revista Discente Expressões Geográficas**. Florianópolis, 2007. Disponível em: <<http://www.geograficas.cfh.ufsc.br/arquivo/ed04/entrevista.pdf>>. Acesso em: jun. 2018.

TAQUARI. **Lei nº 1.121**, de 13 de abril de 1984. Disponível em: <<http://www.camarataquari.com.br/leis.php>>. Acesso em: set. 2018.