

# As rádios educativas nos conglomerados de mídias do sertão cearense

Ismar Capistrano Costa Filho\*

## Índice

1 Redesenhos e fissuras do rádio	1
2 Sistemas de exploração do rádio	3
3 Realidade do Rádio Brasileiro	5
4 Conclusão	10
5 Bibliografia	11

## Introdução

As rádios educativas se constituem numa modalidade de radiodifusão voltada para complementar a instrução formal ou promover, através dos movimentos sociais, a educação não formal de temas transversais. Com a mediação, a educação pode penetrar ainda mais no cotidiano e pertencer ao repertório simbólico dos sujeitos. Para construção de uma sociedade com maior participação e mobilização social, onde a democracia deixe de ser o simulacro da representatividade e passe a ser um exercício de convivência das diferenças, a conjunção de comunicação e educação se torna imprescindível. Dado essa importância, a utilização de mídias pelos movimentos sociais e órgãos públicos sempre foi um desafio. A partir dessa

---

\*Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará e mestrando em Comunicação pela UFPe, ismarcapistrano@yahoo.com.br

problemática, a presente pesquisa vem investigar o surgimento das rádios educativas da micro-região do sertão central cearense. O objetivo é a busca de caminhos para conciliar educação e comunicação nas rádios.

## 1 Redesenhos e fissuras do rádio

O rádio que se conhece hoje pouca relação traz com sua origem. Seus primeiros experimentos, datados do final do século XIX, buscavam resolver um dos maiores desafios das tecnologias de comunicação da história da humanidade. O mundo estava ligado em todos os continentes através da telegrafia. A experiência originada na Europa, em 1837, foi a primeira aplicação da energia elétrica. Em poucos anos, o velho continente estava não só ligado de ponta a ponta pela tecnologia, como dependente desta principalmente para o comércio não só interno, mas internacional, pois não custou muito para cabos transoceânicos ligarem a Europa às costas americanas e posteriormente a Oceania. (BRIGGS&BURKE, 2004)

A praticidade comunicacional, além de instaneamente vencer as distâncias geográficas, permitia uma interação simultânea entre regiões para diferentes fins. O telégrafo trazia, porém, uma séria limitação. Como

utilizar-se deste importante meio de comunicação na mais imprescindível tecnologia de transporte da época, os navios, que atravessam os oceanos possibilitando as trocas comerciais intercontinentais, vitais para a conjuntura sócio-econômica, e de inestimável importância estratégica militar? Dado a impossibilidade de conexão dos navios aos telégrafos de cabos, surgiram os primeiros estudos sobre a radiotelegrafia. O objetivo nunca foi criar uma estação transmissora de sons para vários espectadores simultâneos. O desafio era somente desconectar o telégrafo dos cabos.

Entre as experiências pioneiras, estão a de Pe. Landell de Moura no Brasil.

“Em 1893 muito antes da primeira experiência realizada por Guglielmo Marconi, o gaúcho padre Landell de Moura realizava, em São Paulo, do alto da Av. Paulista para o alto de Sant’Ana, as primeiras transmissões de telegrafia e telefonia sem fio, com aparelhos de sua invenção, numa distância aproximada de uns oito quilômetros em linha reta, entre aparelhos transmissor e receptor, presenciada pelo Cônsul Britânico em São Paulo, Sr. C. P. Lupton, autoridades brasileiras, povo e vários capitalistas paulistanos. Tratava-se da primeira radiotransmissão da qual se tem notícias.” (TAVARES, 1999, pg. 23)

No entanto, não contou com o apoio do Governo brasileiro para desenvolver o experimento. Recebido por um assessor direto do então presidente Afonso Pena, Landell foi taxado de maluco, bruxo e mágico. – Como transmitir a energia do telégrafo pelo invisível, pelo intangível, pelo ar? Essa explicação é certamente mais complicada para

época do que o invento. Talvez menos genial do que Landell e mais perspicaz para os negócios, Guglielmo Marconi conseguiu a primeira patente do rádio em 1898. A invenção do italiano trouxe, todavia, uma outra limitação para seu uso original: as ondas hertzianas abertas tiravam a privacidade necessária para a comunicação telegráfica, principalmente comercial e militar. “O fato de enviar mensagens, todas em Morse, que podiam ser captadas por pessoas a quem não eram dirigidas foi julgado não como uma vantagem, mas uma séria desvantagem” (BRIGGS&BURKE, 2004, pg. 159)

Esta precariedade do novo meio condicionou um novo uso. Entram, em cena, novos atores. As sociedades e clubes redeseñham o meio. O rádio de comunicação limitada entre dois pontos conectados torna-se uma mídia com emissor definido e público vasto, disperso e indefinido. Essas sociedades e clubes usam então esse meio para levar “cultura” às “massas”. Por cultura, esses grupos intelectuais compreendiam o conhecimento científico, a música erudita, a literatura clássica e a ópera, entre outros artefatos eurocêntricos. A primeira transmissão experimental aconteceu em Recife, em 1899, através da Pernambuco Rádio Clube. “Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas” (ORTRIWANO, 1985, pg. 14)

A história do rádio comprova como os usos, redesenhos, fissuras, brechas e reapropriações moldam as tecnologias (MARTINBARBERO, 2004). De solução para a limitação da telegrafia, o meio foi reapropriado por novos atores históricos, as sociedades e clubes intelectuais, adequando-o para um novo desenho, de comunicação limitada

para maciça. As fissuras dessas tecnologias, telegrafia e radiotelegrafia, deram origem a uma nova mídia, o rádio.

As transformações não pararam. Não custou muito para o objetivo das primeiras emissoras mudar de artístico-cultural para político-comercial. Nos Estados Unidos, as rádios se tornaram um lucrativo negócio publicitário. Na Europa e América Latina, os governos populistas e autoritários reconheceram, a partir da década de 30, a importância do meio para romper com as antigas relações de poder aristocráticas e coronelísticas buscando impor diretamente a cada ouvinte os valores dos novos regimes vigentes.

De meio de comunicação, o rádio se transforma em símbolo de poder. No Brasil, onde esta mídia foi inaugurada no dia da independência, 7 de Setembro, do ano de 1910, com um discurso do então presidente Rodrigues Alves no corcovado, Rio de Janeiro, o principal marco da utilização política só veio acontecer duas décadas depois no governo populista de Getúlio Vargas. O líder político encampou a Rádio Nacional, considerada o mais penetrante e poderoso meio de comunicação da época, graças principalmente a seus programas de auditório e suas famosas rádios novelas. Pela Rádio Nacional, Getúlio disseminou os ideais nacionalistas e industrializadores.

Pouco tempo após o fim da era Vargas, começa a decadência do rádio. Produtores, músicos, astros, atores e investimentos publicitários logo começaram a migrar para a ascendente televisão. O rádio precisou, então, mais uma vez, redesenhar seus caminhos. Serviços, informações e esportes ocuparam o lugar do glamour dos programas de auditório e das telenovelas. A relação de espetáculo com o público foi substituída pela inti-

midade cotidiana. O rádio de eletrodoméstico familiar se tornou, predominantemente, num companheiro do dia a dia de cada indivíduo.

Na década 60, começa a disseminação da Frequência Modulada (FM). A melhor qualidade de som possibilitou o rádio se tornar um "vitrolão" oferecendo variados tipos de música em diferentes emissoras. Neste mesmo período, em 1969, aparece a primeira emissora segmentada para um público ouvinte específico, a Rádio Mulher. As ondas hertzianas também conquistaram os satélites. Em 1982, através da Rede L&C de Rádio, surgiram as primeiras redes de rádio atingindo emissoras em diferentes estados brasileiros. O alto investimento financeiro para as redes reforçou a organização das rádios em conglomerados comunicacionais que, além de deter grandes audiências, concentram poder econômico e político.

## **2 Sistemas de exploração do rádio**

O sistema de exploração do rádio no Brasil é classificado como pluralista (ORTRAWIANO, 1985), pois tem emissoras estatais e privadas. Todos os canais pertencem a União Federal que concede por um prazo prefixado e renovável a entidades particulares ou públicas. Cada pessoa física pode participar de até cinco sociedades que explorem os serviços de radiodifusão em nível nacional e duas em nível regional (LIMA, 2004). São vetadas também as sociedades anônimas e a participação de capital majoritário de estrangeiros.

Para bular essa legislação, os grupos políticos e econômicos criam os conglomerados

de mídias (DIZARD, 2000; LIMA, 2004) através da concentração horizontal, propriedade cruzada e monopólio em cruz. “Só a Rede Globo de Televisão tem participação societária em 32 emissoras de televisão, sendo que dez são próprias” (LIMA, 2004, pg. 96). A primeira manobra trata da “oligopolização ou monopolização que se produz dentro de uma mesma área do setor” (LIMA, 2004, pg. 96). Já a propriedade cruzada é a concentração, por um mesmo grupo, de diferentes tipos de mídia do setor de comunicações. A reprodução, em nível local e regional, dos oligopólios da propriedade cruzada é definida, por Lima, de Monopólio em Cruz. Esses conglomerados podem se reproduzir tanto em dimensões locais, regionais como mundiais. O pesquisador Dizard classifica, como *global player*, os de abrangências planetária. Edgard Rebouças denominada os demais como *local player* e *regional player*, respectivamente. O Artur Venício Lima explica três feições particulares dos conglomerados de mídia no Brasil:

“(...) primeiro, porque mantém inalterado o histórico domínio do setor por uns poucos grupos familiares e pelas elites políticas locais e/ou regionais; segundo, porque estamos assistindo à entrada de um novo e poderoso ator nacional no setor: as igrejas, sobretudo, as evangélicas; e, terceiro, porque permanece a posição já hegemônica de um único grupo nacional, as Organizações Globo.” (LIMA, 2004, pg. 94)

Como ruptura à conjuntura de concentração de mídias, na década de 80, surgem as rádios comunitárias (PERUZZO, 2004). Reunindo diversos atores históricos, como asso-

ciações, grupos políticos excluídos das mídias, sindicatos, igrejas, radialistas, jornalistas, empresas de comunicação, fundações, profissionais liberais, o movimento chegou a colocar simultaneamente no ar milhares de emissoras, em todo o território nacional, sem autorização do Ministério da Comunicação. Segundo a Anatel, só em 2000, foram fechadas 2.569 emissoras clandestinas. As rádios comunitárias funcionavam ou através de limitar, mandado de segurança e sentença judicial ou por legislação municipal ou por resistência contra a repressão policial sem amparo da Justiça. As decisões do poder judiciário favoráveis as comunitárias se baseavam no direito constitucional de liberdade de expressão, falta de regulamentação para emissoras sem finalidade lucrativa, adesão do Brasil ao Pacto de São José da Costa Rica que previa a distribuição de canais a associações comunitárias.

Somente em 1998, surge uma legislação sobre essa modalidade de radiodifusão regulamentada dois anos depois de sua publicação. A lei 9.612, tão reivindicada pelas lideranças comunitárias, enfraqueceu o movimento, pois, cedendo ao lobby da Frente Nacional da Radiodifusão (grupo de parlamentares que representa os interesses da Associação Brasileira de Rádio e Televisão – Abert – formada pelos donos das emissoras comerciais) trouxe as seguintes dificuldades: limitação de potência das emissoras em 25 watts com raio máximo de atuação de 1 km<sup>2</sup>; proibição de propaganda nas comunitárias; canal único para todo o território nacional e inexistência de proteção legal contra a interferência de outras emissoras a uma rádio comunitária.

De cobiçados canais radiofônicos, as comunitárias perdem espaço nas disputas dos

grupos de interesses políticos e econômicos para outra modalidade, as rádios educativas. O serviço oferecido por um órgão público ou uma fundação privada pode ter até 5.000 watts de potência atingindo até mais de 100 km<sup>2</sup>. A falta de regulamentação permite que os apoios culturais sejam vendidos como propaganda comercial. E o mais grave: a inexistência de uma prioritária intervenção educativa em todas as emissoras dessa modalidade de serviço. Algumas inserções de campanhas e esporádicos programas são as poucas ações dessas no campo educativo.

O professor de Comunicação e Informação Radiofônica da Universidade Pontifícia de Salamanca, Arturo Merayo Pérez (2000), define como três principais atuações que definem as rádios como educativas: apoio direto aos movimentos sociais para sua atuação emancipatória; a educação não-formal através de incentivos para o exercício da cidadania e a participação democrática e a extensão da instrução formal levando a educação escolar a locais de difícil acesso e complementando as atividades das salas de aula.

### **3 Realidade do Rádio Brasileiro**

A realidade contemporânea do rádio brasileiro alia o financiamento das emissoras pelo seu decrescente mercado de propaganda a acordos com grupos políticos, controladores de órgãos públicos. Já em 1962, após o apogeu da televisão, segundo o Grupo de Mídia de São Paulo (ORTRAWIANO, 1985), o rádio respondia por 23% do investimento publicitário, tendo a televisão 24%, a revista 27% e Jornal 18%. Quarenta anos depois (2002), o rádio responde por somente 4,5%, a televisão 60%, o jornal 14% e a revista 12%, conforme

o Grupo de Mídia do Distrito Federal (*in* [www.portaldapropaganda.com](http://www.portaldapropaganda.com) acessado em 5 de Janeiro de 2007). Além da disputa com outras mídias, o rádio enfrenta acirrada concorrência de emissoras. Segundo a Anatel, em 2003, eram 1.684 de Amplitude Modulada (AM), 3.890 de Freqüência Modulada (FM), 63 de Ondas Curtas (OC) e 622 de Ondas Tropicais (OT).

As emissoras tiveram que se transformar em ferramentas dos grupos políticos ou sobreviver a sombra destes que, em troca de verbas publicitárias governamentais, articulam sua política editorial aos interesses de seus “mantenedores oficiais” tentando, muitas vezes, criar, em seus ouvintes, uma representação da realidade deturpada. O diretor superintendente do Sistema Monólitos de Comunicação, no município de Quixadá, sertão cearense a 167 km de Fortaleza, revela:

“O jornalismo é um elo de entre a população e o poder público. É através do jornal de uma emissora de rádio que a Prefeitura, a Câmara e qualquer órgão público se comunica com a população. Visto que através do jornalismo, a Prefeitura informa todas suas ações para que a população possa participar.” (Everardo Filho, depoimento pessoal, 2007, em anexo).

A prática de concentração de mídias é reproduzida no Ceará, Estado do Nordeste Brasileiro, com maior parte de seu território localizado no semi-árido, com um total 8.097.276 habitantes, estimados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2005 e uma renda per capita de R\$ 197,00 em 2003. Neste contexto, o Sistema Verdes Mares realiza um monopólio em cruz retransmitindo a Rede Globo e uma

concentração horizontal detendo além da Tv Verdes Mares e Tv Diário, o Jornal Diário do Nordeste. Na área de rádio, o conglomerado de mídia possui a Fm 93, a maior audiência radiofônica do Brasil com a frequência de 4,95% dos fortalezenses, segundo o IBOPE, e a Am Verdes Mares. O Sistema Verdes Mares é controlado pela família Queiroz que teve, como principais controladores, seu patriarca Edson Queiroz, ministro do governo militar de João Figueiredo e seu sucessor, Edson Filho (genro do senador Tasso Jereissati), deputado federal que renunciou depois de ter seu nome envolvido em escândalos no Congresso Nacional.

Outro *regional player* cearense é o Sistema Jangadeiro de Comunicação, um monopólio em cruz com o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) através da Tv Jangadeiro e com as Organizações Globo através da Tv a Cabo Net. O Sistema Jangadeiro tem quatro emissoras no Estado do Ceará que retransmitem parcialmente a programação da geradora de Fortaleza, via satélite, para os municípios de Fortaleza, Camocim, Brejo Santos, Quixadá, Limoeiro e Sobral. O conglomerado é controlado pelo senador Tasso Jereissati, por três vezes governador do Estado, e atual presidente nacional do Partido Social Democrata do Brasil (PSDB).

O metro quadrado com a maior quantidade de rádio no Ceará é o Grupo Cidade de Comunicação que num mesmo prédio transmite a Am Cidade, Tropical Fm, Liderança Fm, Jovem Pan Fm e Atlântico Fm. O mais curioso é que o “latifúndio” de mídias é completamente loteado. A Tv Cidade que realiza um monopólio em cruz com a Rede Record de Televisão é arrendada à Igreja Universal do Reino de Deus; a Tropical Fm, ao empresário de bandas de forró Assis Monteiro; a

Liderança Fm, ao empresário de alimentos, Alexandre Contijo, e a Jovem Pan e Atlântico Sul, ao grupo de promoção de eventos D&E Comunicação e Mídia. O arrendador é Miguel Dias, empresário de grande articulação política, mas que nunca exerceu nenhum cargo público. Nesse conglomerado, a Rádio Liderança criou a rede Liderança-Sat que retransmite para sete municípios no Ceará (Fortaleza, Morada Nova, Mombaça e Quixadá), Piauí (Picos e Parnaíba) e Bahia (Senhor do Bonfim).

O quarto maior conglomerado de mídia no Ceará é o Sistema O Povo de Rádio que realiza monopólio em cruz com a Central Brasileira de Notícia (CBN) retransmitida pela Am O Povo e com a Rádio Mix de São Paulo, retransmitida pela antiga O Povo Fm e tem uma propriedade cruzada através de seu Jornal impresso. Seu conglomerado de mídias é complementado pela Calypso Fm. O grupo é controlado pelo jornalista Demócrito Dummar, herdeiro do tradicional e libertário Jornal O Povo, fundado por Demócrito Rocha em 1928.

Nos últimos quatro anos, um novo *regional player* surgiu no Ceará através da agência Draco Comunicação controlada pelo ex-senador Luiz Pontes (PSDB). Além do programa diário (segunda a sexta) de Rádio Ceará Agora de 30 minutos que foi retransmitido por até 52 emissoras cearenses. O grupo chegou a controlar 10 rádios realizando monopólio em cruz com a Rede Transamérica nos municípios de Aracati, Crateús, Guaraciaba do Norte, Jucás, Maracanaú, Redenção, São Gonçalo do Amarante e Sobral e com a Jovem Pan em Forquilha e com a rede de músicas evangélicas Melodia em Guaiúba. Depois de tripla derrota eleitoral em 2006, Governo Federal, Governo Estadual e Assem-

bléia Legislativa (cargo que o senador Luiz Pontes concorreu e não se elegeu), o grupo está redimensionando suas mídias.

O fenômeno dos conglomerados de mídia se reproduz em nível local nos municípios com mais de 50 mil habitantes. Dois exemplos serão apresentados sobre a microregião do Sertão Central cearense: Sistema Monólitos de Comunicação, em Quixadá, com população estimada em 2005 de 74.793 habitantes, e Sistema Maior de Comunicação, em Quixeramobim (a 210 km da capital Fortaleza), município com a população estimada pelo IBGE em 2005 de 59.229. Ambos *local players* tem como pilar inicial de constituição de suas emissoras Am, Rádio Monólitos e Rádio Campo Maior.

### **3.1 Sistema Monólitos de Comunicação**

A Rádio Monólitos foi criada a partir da Rádio Uirapuru Am, fundada em 1980, do conglomerado de rádio criado por José Pessoa de Araújo e Aécio de Borba Vasconcelos que chegou a possuir dezenas de emissoras no Ceará desde a década de 60. Com a decadência do grupo, em 1987, associaram-se os dois principais líderes políticos do município do período da ditadura militar brasileira (os “coronéis” quixadaenses), o então prefeito Aziz Okka Baquit e o então deputado José Everardo Silveira para comprar a emissora. A rádio passou a se chamar de Monólitos e a desempenhar um importante papel no novo momento da ascendente redemocratização, manter a concentração de poder nas mãos dos mesmos líderes e tentar a manipular a representação da sociedade sobre as relações políticas. Para isso, a prática jornalística se tornou fundamental. O elogio aos

aliados e a perseguição crítica aos adversários é a principal estratégia de manutenção no poder.

No entanto, não custou muito para ruir o plano de dominação dos antigos grupos políticos no novo cenário de redemocratização. Em 1989, os “coronéis” quixadaenses perderam o governo do estado, tendo seu candidato, o militar Aduato Bezerra derrotado para o empresário Tasso Jereissati. O deputado decano Everardo Silveira não logrou êxito em sua reeleição para seu quinto mandato no pleito de 1995. A derrota também foi reproduzida, em 1992, a nível municipal. O empresário Aziz Baquit não conseguiu sua eleição para a Prefeitura, sendo derrotado pelo advogado petista (filiação ao Partido dos Trabalhadores) Ilário Marques.

Uma nova acomodação de forças levou o ex-deputado Everardo Silveira para o lado do então prefeito Ilário Marques distanciando-se do empresário Aziz Baquit, principal “inimigo” do político do petista. Neste momento, a sociedade da Rádio Monólitos entre Baquit e Silveira já estava rompida, estando esta controlada somente por este último. A emissora se tornou principal ferramenta de divulgação e mobilização da administração municipal. Em troca da aliança política e contrato publicitário, a Rádio Monólitos se consolidou como importante espaço de mediação entre poder público municipal e a população. Através desta, programas como Prefeitura Com Você (visita aos bairros e distritos pelos gestores) eram promovidos, opiniões polêmicas, como a privatização de prédios públicos, eram disseminadas e intervenções municipais em saúde, educação, agricultura e urbanismo, divulgadas.

A relação entre a Rádio Monólitos e o po-

der público municipal se modifica completamente depois da derrota eleitoral do candidato petista Fernando Barros nas eleições de 1996. O jornalismo da emissora de ferramenta de divulgação e promoção da administração municipal passa a instrumento de crítica, perseguição e até alvo de processos de calúnia e difamação. Assim a Rádio Monólitos faz oposição contra administração do médico tucano (filiado ao PSDB) Francisco Martins de Mesquita.

Depois de oito anos e da proximidade de mais um pleito eleitoral, a relação de parceria entre o líder petista Ilário Marques e o ex-deputado Everardo Silveira foi rompida. Motivo: a recusa de Marques em aceitar a imposição para seu vice, o filho de Silveira na chapa que governará o executivo municipal a partir de 2001. Por mais quatro anos, a emissora passa a criticar a administração municipal, agora chefiada por um grupo opositor ao anterior, demonstrando uma clara contradição em seu discurso – os que antes eram elogiados são criticados e perseguidos.

Depois de várias tentativas fracassadas de reconciliação, o então presidente da Câmara Municipal, Cristiano Góes, impulsionado por sua ganância pela chefia do poder executivo municipal, rearticula aliança entre poder público, grupos políticos e mídia. Através de contrato publicitário e garantia de futura participação na administração municipal, Góes conquista o apoio de Everardo Silveira Filho e seu genitor (o ex-deputado) e consegue, mais uma vez, a mudança no discurso da Rádio Monólitos. Os mesmos gestores antes criticados e perseguidos passam a ser elogiados e exaltados na emissora que volta a ser ferramenta de divulgação e mobilização da Prefeitura Municipal. “Não há nenhum pudor nem coerência no que dizia

o jornalismo da Rádio Monólitos”, afirma Gomes Silveira (2007, entrevista pessoal). Depois da articulação, Góes se torna vice-prefeito e Everardo Filho, Secretário de Comunicação e Mobilização Social.

Neste novo cenário, a Rádio Monólitos passa a gozar sanidade financeira. As principais fontes de recursos, segundo seu diretor, são as propagandas comerciais locais, as propagandas comerciais de empresas regionais e nacionais e as publicidades governamentais. As primeiras representam, conforme ele, 40 a 50% da receita envolvendo principalmente o comércio e empresas de serviços. As empresas regionais e nacionais que anunciam são principalmente de bebidas, telefonia e alimentos representando entre 10 a 20% da renda da emissora. Para fechar a pirâmide, estão as publicidades governamentais que garantem 40% da receita através das Prefeituras de Quixadá, Banabuiú, Ibarretama e Choró e das Câmaras de Quixadá e Ibarretama. O pagamento dos operários artistas (apresentadores) da emissora é através de uma cota (inserções publicitárias que correspondam ao valor de seu salário que o beneficiado comercializa). O próprio diretor faz sua remuneração através da divulgação de eventos que ele participa como promotor e do jogo Toto Lec que ele representa na região totalizando cerca de 20% da arrecadação da emissora.

A prosperidade da Rádio Monólitos possibilitou mais um investimento do grupo em mídia. A nova opção foi a solicitação em 1999 de uma rádio educativa. Silveira Filho explica que decisão foi motivada desde a “febre” das rádios comunitárias. “Nós recebemos muitos convites para nos associarmos a essas emissoras, mas como não concordávamos com a prática não aceitamos”, disse ele.

Para atingir o novo segmento de ouvintes das rádios em Fm, a família Silveira decidiu pleitear uma rádio educativa criando, para esse fim, em 1999, a Fundação José Ricardo Silveira. O custo de uma emissora dessa modalidade é muito menor comparado a uma comercial que tem seu canal leiloado para a empresa que pagar o maior preço pelo uso do serviço público. A rádio educativa só tem os custos dos equipamentos e projetos.

A principal dificuldade, segundo Silveira Filho, para a instalação da rádio educativa foi a burocracia após a outorga da concessão dada em 2002. “A burocracia é muito grande. Passamos quatro anos depois de conseguirmos a concessão batalhando pela autorização para colocar no ar”, afirmou ele. Neste momento, segundo ele, foi quando a intermediação política se tornou necessária. Segundo Silveira Filho, o deputado federal José Pimentel do Partido dos Trabalhadores, o qual sua família se alinha na esfera municipal, foi um dos políticos que colaborou para agilizar o processo disponibilizando um gabinete com funcionários em Brasília e utilizando seu fácil trânsito no poder executivo federal, dado que pertence à bancada governista.

Para instalar a rádio educativa, Silveira Filho fez uma sociedade com Roberto Costa, empresário de promoção de eventos e Alexandre Contijo, empresário de alimentos e arrendatário da Rádio Liderança do Grupo Cidade de Comunicação. A emissora quixadaense passou a retransmitir a rede gerada pela rádio fortalezense. A Liderança Fm tem uma programação eminentemente musical – não há programa somente de jornalismo, desrespeitando a legislação de radiodifusão que exige, pelo menos, 25% da programação informativa (6 horas por dia para

emissoras que funcionam 24 horas). Seu estilo é definido, por seu diretor de programação, Guilhermando Duarte, como popular jovem, pois reúne música romântica, internacional, rock, pagode, axé e forró.

Com esta programação, funciona, desde Dezembro de 2006, a primeira rádio educativa de Quixadá. Recebendo o conteúdo via satélite e retransmitindo em tempo real, a Liderança de Quixadá só o modifica em cinco momentos: nos intervalos comerciais, quando são veiculadas propagandas locais, vendidas ao custo de R\$ 3,00 (três reais) cada inserção de 30 segundos, e campanhas educativas em inserções de 30 segundos geralmente produzidas pelo Governo Federal, como a de Aleitamento Materno, Dengue e Anti-tabagismo e nos programas das 6 às 8, das 8 às 14, das 14 às 16 e das 19 às 21 horas. O primeiro traz a apresentação de notícias, geralmente extraídas de jornais impressos (como O Povo e Diário do Nordeste) e músicas. Os demais são somente musicais. A emissora sequer atende pedidos musicais dos ouvintes, pois segundo o diretor de programação da geradora, Guilhermando Duarte, as músicas que os ouvintes pedem são os sucessos já programados pela produção – uma pressuposição da agenda musical da mídia. Até a lista de faixas tocadas nos programas locais são escolhidas pela produção da geradora da rede em Fortaleza e enviada diariamente por correio eletrônico.

O mais grave é que nem a emissora nem a Fundação a qual esta pertence possuem qualquer experiência de intervenção sócio-educativa. Não há nenhum programa para complementar a educação formal. As entidades e órgãos públicos não possuem também espaço para a educação não formal de temas transversais como cidadania, desenvol-

vimento sustentável e saúde. Segundo seu diretor Silveira Filho, a rádio educativa serve para o Sistema Monólitos atingir o público com menos de 40 anos dividindo a audiência com a Rádio Monólitos Am que atingiria os ouvintes com 40 anos ou mais.

### 3.2 Sistema Maior de Comunicação

No município vizinho, Quixeramobim, a 40 km de Quixadá, outro conglomerado de mídia surgiu nos últimos 20 anos. Com um cenário político bem mais equilibrado, os quixeramobienses acompanham 24 anos sem rupturas de poder na esfera municipal. Os últimos 6 prefeitos fizeram seus sucessores. Neste contexto, a Rádio Campo Maior, que está no ar desde 1986, por iniciativa de um grupo de líderes políticos da região, dentre eles, Ricardo Machado, filho do ex-deputado e ex-prefeito Sérgio Machado, e Eduardo Girão, ex-deputado e empresário no ramo leiteiro, sempre contou com contrato publicitário da Prefeitura Municipal e fiéis clientes do próspero comércio e do setor de serviços da cidade em processo de industrialização.

A emissora, desde 1999, quando iniciou a administração de Sérgio Eduardo Holanda Machado, buscou alargar sua área de atuação. O principal investimento, para isso, foi buscar alianças com lideranças políticas de todo o estado e órgãos públicos de outros municípios. Para isso, Holanda Machado chegou a retransmitir o programa diário (Segunda a Sexta) Repórter Ceará, de duração de 30 minutos, para 30 emissoras do interior. O serviço inclui também divulgação das ações e elogio constante ao contratante na programação jornalística, um dos principais pilares da Rádio Campo Maior que também

possui programas de utilidade pública e musicais.

A criação do conglomerado se concretiza com a conquista de uma rádio educativa em 2002. A emissora, Canudos Fm, passa a integrar o Sistema Maior de Comunicação que também possui uma produtora, SM Publicidade e um portal na Internet ([www.sistemamaior.com.br](http://www.sistemamaior.com.br)). A rádio educativa da Fundação Canudos, criada em 2002 para esse fim, não possuía, a exemplo da Fundação José Ricardo Silveira de Quixadá, qualquer projeto educativo, seja formal ou não. Sua atuação educativa atualmente está na capacitação de jovens para o rádio, em projetos de apresentações artísticas públicas, como o Quiarte, e na veiculação de inserções de 30 segundo nos intervalos de campanha educativas juntamente com propaganda comercial que tem o custo de R\$ 5,00 (cinco reais) cada 30 segundos. Seu diretor Holanda Machado, antes empolgado crítico das falsas rádios comunitárias, agora se vê num dilema: possui uma rádio educativa que precisa de intervenção sócio-educativa efetiva para não se tornar numa falsa rádio educativa.

## 4 Conclusão

Não é exagero afirmar que a nova “pirataria” no rádio brasileiro sejam as rádios educativas. A exemplo das rádios comunitárias que atuavam sem concessão e, em muitos casos, não serviam aos interesses comunitários, esses canais existem pelo ineficaz processo de escolha dos concessionários, pela falta de regulamentação da legislação que defina critérios de uma emissora educativa e pela deficitária fiscalização. No Ceará, são 19 rádios educativas, segundo o Manual de Rádio e Televisão da Associação Cearense de Rádio e

Televisão (ACERT) sendo três (em Sobral, Jucás e Maracanaú) afiliadas da Rede Transamérica e controladas pela Draco Comunicação, 14 de programação musical, jornalísticas e duas religiosas (Fm Dom Bosco e Santa Clara Fm).

A ineficácia do processo de concessão pode ser percebida porque não há nenhum critério para a escolha das fundações que pleiteiam os canais educativos. Estas podem ser recém criadas somente para esse fim. Sem nenhuma experiência comprovada na área da intervenção educativa, dificilmente, depois de se tornar concessionária irá iniciar alguma atuação dado que, mesmo bem intencionada, as demandas para manutenção podem ocupar todo o pessoal envolvido.

Urge também uma política de transparência, acesso público e descentralização dos trâmites de concessão e autorização do Ministério das Comunicações para funcionamento desses canais. Não é possível que todos os avisos sejam publicados somente no Diário Oficial da União (que poucos lêem ou tem acesso). Isso facilita o tráfico de influência no Ministério, pois o simples envio de informações pode tornar-se moeda corrente. Também colabora, com essa prática ilegal, a necessidade de protocolar toda a documentação na sede do Ministério das Comunicações em Brasília. Só quem possui escritório na capital federal, verba para transporte aéreo, hospedagem e alimentação pode tramitar um processo de concessão. Ora se há delegacia do Ministério das Comunicações em quase todas as capitais federais por que o protocolo não pode acontecer nas sedes regionais?

A regulamentação das rádios educativas deveria tipificar a atuação mínima educativa desses canais. Não é possível que um canal educativo seja incorporado a um conglome-

rado de mídia e tenha como membros das fundações concessionárias familiares de proprietários de empresas de comunicação. É totalmente incompreensível também que essas emissoras existam somente para veicular campanhas educativas nas inserções publicitárias de 30 segundos. As rádios educativas precisam ser espaço comunicativo dos órgãos públicos e movimentos sociais que atuam pela promoção da cidadania, do desenvolvimento sustentável, da educação e da saúde.

A fiscalização dessas emissoras deveria então sair somente das mãos da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), eficaz na perseguição das rádios comunitárias e inoperante na fiscalização de emissoras comerciais e educativas, para conselhos editoriais públicos. Esses seriam formados por representantes entidades civis atingidas pela rádio educativa sob a supervisão do Ministério Público. Nesse novo tripé de concessão, regulamentação e fiscalização, as rádios educativas podem se tornar o que realmente devem ser e, não são, educativas.

## 5 Bibliografia

- BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro. Zahar Editor, 2004.
- DIZARD JR, W. *A nova mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- LIMA, Venício A. *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo. Ed. Fundação Perseu Abramo, 2004.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas*

da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo. Summus editorial, 1985.

PEREZ, Arturo Merayo. *Identidad, Sentido y uso de la radio educativa*. In [www.bocc.ubi.pt/pag/merayo-arturo-radio-educativa.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/merayo-arturo-radio-educativa.html). Acessado em 10/01/2007.

PERUZZO, Maria Krohling Cecília. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis, Vozes, 2004.

REBOUÇAS, Edgard. *A industrialização da Cultura e da Comunicação*. Aula da Disciplina de Tópicos Avançados I, Recife, PPGCOM/UFPE, 2006.

TAVARES, Reynaldo C. *História que o rádio não contou: Do Galena ao Digital, desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo*. São Paulo. Ed. Harbra, 1999.