

Rádio Comunitária e poder local: um estudo das relações entre os poderes locais e as novas emissoras legalizadas da região Noroeste do Estado de São Paulo

Gisele Sayeg Nunes Ferreira¹

1 – Introdução

Este trabalho constitui resultado parcial de uma investigação mais ampla que pretende verificar as relações de poder que se estabelecem no âmago das novas emissoras comunitárias legalizadas da região Noroeste do Estado de São Paulo. A Região Administrativa de São José do Rio Preto engloba 96 municípios e foi escolhida por abrigar várias emissoras comunitárias com outorga *definitiva*, entre elas, algumas atuando legalmente há quase quatro anos. Esta situação vem suscitando reflexões importantes para os profissionais e pesquisadores das RadCom e tornam visíveis alguns impasses e problemas aparentemente insolúveis: qual o perfil real das emissoras comunitárias legalizadas a partir de 1998 na região Noroeste do Estado de São Paulo? Quantas operam em conformidade com os princípios e objetivos da lei? Quem efetivamente as controla?

Distribuída em uma área de 25.476 km², a região de São José do Rio Preto possui 1.299.589 de habitantes (censo de 2000) e uma vida econômica fortemente focada na prestação de serviços, atividade que concentra 40,95% do total de empregos ocupados. Segundo informações do Ministério das Comunicações², das 2.197 emissoras comunitárias autorizadas que operam em todo o Brasil, 288 localizam-se no Estado de São Paulo, sendo que 34 delas estão distribuídas na região Noroeste, ou seja, 1,55% do total nacional.

A partir dos indicativos obtidos durante a pesquisa ainda em andamento (seja por meio de leitura bibliográfica, de análise da programação irradiada pelas RadCom, de observação dos grupos que a constituem, bem como de entrevistas com seus dirigentes) ganha força a hipótese de que parte significativa das novas emissoras legalizadas, atuando na região Noroeste de São Paulo, restringe-se à oportunidade de investimento

comercial de pequenos empresários que, sem condições de cumprir as exigências para obtenção de uma emissora comercial, optam por trabalhar nas fronteiras das chamadas rádios comunitárias. Este trabalho parte do pressuposto de que essa “alternativa” acarreta alguns problemas, pois além de serem meras repetidoras do modelo de transmissão unilateral dos grandes veículos de comunicação, algumas rádios comunitárias estão estritamente subjugadas aos ditames dos poderes locais.

Tendo como parâmetro experiências bem sucedidas, nacional e internacionalmente, de emissoras comunitárias que realmente são espaços democráticos de expressão para as comunidades locais, a constatação de desvios ou de condutas irregulares não pretende desqualificar nem o movimento pela liberdade de emissões, nem a Lei de Radiodifusão Comunitária, do qual é resultado. Apenas mostra que a radiodifusão comunitária legalizada também pode ter desenvolvido um lado voltado às atividades comerciais, com ligações políticas, econômicas e religiosas e que, talvez, o conhecimento de sua operação e estrutura possa auxiliar a traçar políticas que permitam transformar essas emissoras locais em rádios realmente comunitárias³.

Há que se levar em consideração ainda que as emissoras em estudo encontram-se, em sua maioria, instaladas em pequenos municípios da região Noroeste, principalmente nas pequenas comunidades. Assim como em vários lugares do País, o rádio é, via de regra, o único meio de informação e serviço da população; o único instrumento em que o ouvinte/receptor pode encontrar os assuntos de seu interesse, onde pode com maior proximidade exercer vínculos mediadores. As redes de TV e os jornais impressos, no máximo, apresentam o cotidiano das cidades de porte médio, nos espaços destinados à programação regional. Daí a necessidade da análise proposta por este trabalho.

2 – Pluralidade de conceitos e experiências

Em quase todos os países do mundo, é o Estado que detém a propriedade das ondas radiofônicas, podendo tanto explorar o serviço diretamente, como conceder o direito de uso de faixas a determinados grupos, através de concessão ou licitação. Em seus primórdios, no entanto, quando mal começava o século XX e as experiências de transmissão de som se concentravam, principalmente, no potencial estratégico e militar da radiotelegrafia e radiotelefonía⁴, radioamantes do mundo todo já se reuniam em associações para realizar suas próprias (e livres!) experiências radiofônicas.

O movimento pela liberdade de uso das ondas se intensifica a partir dos anos 1970 na Europa e Estados Unidos. As chamadas *rádios livres* surgem para “oxigenar” o sistema unilateral de transmissão, constituindo-se em espaço onde, finalmente, o receptor pode emitir, denunciar ou reivindicar, informar ou simplesmente participar e se divertir. Enfim, veículos que, “procurando abrir possibilidades para uma apropriação coletiva dos meios, apresentam uma mensagem alternativa cujo objetivo é atingir, não mais as grandes massas, mas as minorias e os grupos socialmente marginalizados”. (Ortriwano, 1985: 34)

SANTORO observa duas vertentes no movimento de liberdade que crescia: de um lado a busca de uma comunicação próxima dos movimentos sociais que não encontravam espaço na grande mídia oficial; mas também, o desejo de experimentação e de expressão artística. “Nas duas vertentes a evolução tecnológica e a vontade de resistir e transformar o universo da comunicação foram fundamentais”.⁵

Graças à evolução tecnológica, qualquer pessoa consegue colocar no ar suas idéias, utilizando equipamentos simples e baratos. Também no Brasil, o movimento pelas *rádios livres* se espalha rapidamente e se intensifica a partir dos anos 1980 – não por acaso, a década da redemocratização do País. As novas emissoras oferecem transmissões diferenciadas, voltadas para comunidades ou grupos específicos e vão compondo um amplo movimento de descentralização e resistência que dará origem à regulamentação das Rádios

Comunitárias, em 1998. – “Hoje, mais de dez mil dessas rádios estão disseminadas pelo Brasil atendendo um segmento que normalmente as grandes emissoras não se prestam a fazer”. (Coelho Neto, 2002: 28)⁶

Diferentes autores apontam a pluralidade de conceitos e experiências para exprimir rádios comunitárias, locais, populares, livres, etc.⁷ Vale destacar ainda que quase todas as emissoras livres ou não autorizadas se auto-denominam “comunitárias”, apesar dos interesses distintos e de suas diferentes constituições e formações.

TEIXEIRA (1998), por exemplo, demonstra a pluralidade de conceitos para exprimir rádio local: *rádios de pequeno alcance* têm como característica a baixa potência de transmissores; *rádios populares* são ligadas às lutas e movimentos populares organizados; *rádios livres* têm caráter contestador; *rádios comerciais locais*, manifestações tipicamente européias, estão voltadas para os interesses de mercado e a população de áreas restritas; as *rádios rurais* são meios para divulgar inovações e ligar o campo e a cidade; *rádios comunitárias* são, por princípio, voltadas para a comunidade, com ampla participação dela.

SILVEIRA distingue quatro conceitos: as *rádios clandestinas*, em geral uma reação a governos ou situações políticas autoritárias; as *rádios piratas*, com origem na década de 1960, na Inglaterra, quando jovens irradiavam a partir de navios ancorados em águas extraterritoriais, para fugir do monopólio estatal; as *rádios livres*, que também apresentavam um modelo alternativo ao modelo oficial estatal, com o diferencial de emitir em terra firme; e, finalmente, as *rádios comunitárias*, que ele classifica como “expressão tipicamente brasileira”, surgidas das necessidades de comunicação de pequenas comunidades que não dispunham de serviço regular de radiodifusão.

Para COELHO NETO, a rádio comunitária é um fenômeno mundial, através da qual é possível realizar atividades sociais e educativas, e que surge de “lacunas deixadas por emissoras de médio e grande porte”, desatentas às necessidades das pequenas comunidades, como bairros de uma grande cidade ou pequenos municípios.

E na opinião de LÓPEZ VIGIL, uma emissora é comunitária quando “promove a

participação dos cidadãos, quando responde aos gostos da maioria e faz do bom humor e da esperança a sua primeira proposta; quando informa com verdade; quando ajuda a resolver os mil e um problemas da vida cotidiana; (...) quando a palavra de todos voa sem discriminações ou censuras”. (López Vigil, 2003: 506)

3 – Rádio, política e capital

É de conhecimento geral, mesmo de quem não é especialista no assunto, a existência de uma relação íntima entre rádio e poder político e econômico. Rádio, política e capital mais que convivem estreitamente, atuando o primeiro como veículo *gerador-mantenedor* dos outros dois. A partir do momento em que se impôs como meio de comunicação massivo, segmentos e grupos de decisão política passaram a investir no rádio com interesses os mais diversos. Intrinsecamente ligado ao investimento de capital, o rádio vem sendo usado, desde seus primórdios como instrumento de poder político-ideológico.

As primeiras experiências com transmissão de som e do uso das ondas eletromagnéticas no fim do século XIX foram rapidamente incorporadas por grandes empresas concentradas, sobretudo, nos Estados Unidos. As experiências ganham fôlego durante a Primeira Grande Guerra Mundial, quando ainda eram vistas quase que totalmente como meio de comunicação militar. Após o conflito, muitas empresas que haviam colaborado com a fabricação de equipamentos de radiodifusão sonora estavam produzindo muito mais do que o mercado passou a demandar. Assim, produzir era buscar novas alternativas para investimento do capital: as grandes corporações estendem suas teias, ampliando seus mercados por meio da internacionalização de seus interesses. “Com o rádio, ocorre, deste modo, processo semelhante ao dos serviços telegráficos e telefônicos, de início operados predominantemente por empresas estrangeiras” (Ferraretto, 2000:93). É buscando ampliar mercados e lucratividade, que a indústria norte-americana Westinghouse Electric and Manufacturing Company atende a um pedido da Repartição Geral dos Telégrafos do Brasil para realizar a primeira demonstração

pública de radiodifusão sonora, durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, em Setembro de 1922.

Por outro lado, não faltam exemplos da utilização do rádio com fins políticos. Aquela que é considerada por muitos a primeira experiência radiofônica no Brasil, foi marcada por um discurso político: em setembro de 1922, durante a exposição que comemorava o centenário da independência do Brasil, no Rio de Janeiro, Epitácio Pessoa tornou-se o primeiro Presidente brasileiro a falar no Rádio.

De início, ainda era tímida a utilização política do veículo. Foi a partir dos anos 1930, com Getúlio Vargas no comando do governo provisório, que o “rádio passa cada vez mais para a área de influência direta do Presidente”. (MOREIRA, 1998, p. 22) Nesse período, como observa Moreira, o rádio muda de direção: de meio educativo e cultural – preconizado por Roquette-Pinto – para um padrão claramente comercial, graças a um decreto presidencial autorizando a veiculação de publicidade.

E os exemplos se sucedem. Durante o Estado Novo, Vargas utiliza o rádio como o elemento fundamental para a implantação e consolidação de um governo de exceção. Ele cria a *Hora do Brasil* – mais tarde transformado em *Voz do Brasil* – e o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), cujas principais ações eram regulamentar a radiodifusão, controlar a distribuição de verbas publicitárias e atuar como órgão de censura. O DIP promoveu “uma das campanhas mais intensas de propaganda ideológica realizadas no Brasil na primeira metade do século” passado. (MOREIRA: 1998, p.30)

Juscelino Kubitschek, Aluisio Alves, Carlos Lacerda utilizaram intensamente o rádio. Também Leonel Brizola viu no veículo um importante aliado: em 1961, implantou a chamada “Rede da Legalidade” para tentar garantir a posse de João Goulart na Presidência, e tentar impedir o golpe militar, impetrado mais tarde, em março de 1964.

Nas décadas de 1960 e 1970, sob regime ditatorial, os militares utilizaram a censura e a suspensão de licenças como recursos para impedir que grupos contrários ao regime de exceção mantivessem controle sobre o rádio e através dele manifestassem idéias contrárias ao regime autoritário.

Com João Baptista Figueiredo, o último presidente do período militar (1979-1985) o País vive uma nova fase nas relações entre o Estado (responsável pelas concessões) e os detentores de licenças de transmissão radiofônica (cessionários). A abertura democrática exigia que se começasse a negociar com o Congresso. Assim, “é a partir do governo Figueiredo que as concessões passam a ser empregadas como moeda política em Brasília, nas negociações entre o Executivo e o Legislativo” (MOREIRA, 1998, p. 86) O “toma lá, dá cá” – que nos anos seguintes se tornou característico nas concessões de emissoras de rádio em todo País – se intensifica a partir de então, com o número cada vez maior de políticos (deputados federais, estaduais, prefeitos, vereadores, apadrinhados e outros), detentores de canais de AM e FM.

Após duas décadas de ditadura militar, o primeiro governo civil investiu no novo cenário. O Presidente José Sarney (1985-1989), auxiliado por seu Ministro das Comunicações, Antonio Carlos Magalhães, tornou-se recordista na distribuição de emissoras. Nesse período, “aconteceu a mais intrusiva ação do Estado no sistema radiofônico nacional: em apenas um mandato presidencial foram concedidas a políticos 1.028 concessões de emissoras de rádio AM e FM e de televisão, marca superada apenas pelas permissões outorgadas por todos os presidentes anteriores entre 1934 e 1979, totalizando 1.483 canais”. (MOREIRA, 2002, p. 213)

Paralelamente ao “festival de concessões” – e mesmo como instrumento de resistência ao modelo subjetivo e clientelista de distribuição de canais – a partir dos anos 1980 cresce em todo o País o movimento pela liberdade de uso de ondas, intensificando-se as emissões livres ou piratas. Em muitas delas, o discurso de protesto contra o modelo vigente vinha acompanhado do engajamento em disputas eleitorais, como por exemplo, a rádio *Se ligue no Suplicy*, de apoio ao candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) à Prefeitura de São Paulo, Eduardo Suplicy.⁸

O “desvio” de conduta das comunitárias não é de hoje. Antes mesmo da implantação da Lei de Radiodifusão Comunitária, pesqui-

sadores e militantes já davam sinais de alerta:

Muchas de las emisoras que se autodefinen como comunitarias, son en verdad micro-empresas. Tienen dueños particulares. Sirven al lucro, cuya aplicación depende únicamente de la decisión de los propietarios. Además de la venta de espacios comerciales, su estructura de funcionamiento es similar a de cualquier otra empresa pequeña. Su programación es semejante a la de las emisoras convencionales, o mejor, reproducen su lógica. Sin embargo, introducen innovaciones que agradan a los oyentes. (PERUZZO, 1998 (B), p.43)

4 – Os limites nacionais: o que diz a lei

A Lei n. 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, define a radiodifusão comunitária em seu artigo 1º, como “a radiodifusão sonora em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço”, entendendo-se como “baixa potência” transmissores de até 25 watts com antena de no máximo 30 metros, e por “cobertura restrita” a limitação do serviço a um bairro, vila ou mesmo pequeno município, com alcance igual ou inferior a mil metros a partir da antena transmissora.

Diz o artigo 3º da Lei (I a V), que as rádios comunitárias têm por finalidade atender a comunidade onde estão inseridas, de modo a permitir a difusão cultural e de idéias; promover a integração da comunidade; prestar serviços de utilidade pública; e “permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível”. Quanto à programação irradiada, o artigo 4º estabelece que ela deve promover atividades que envolvam a comunidade, dando prioridade aos programas educativos e culturais. Também proíbe a discriminação e o proselitismo de qualquer natureza. O artigo recomenda ainda o estímulo ao pluralismo, e garante a qualquer cidadão o direito de emitir sua opinião bastando apenas

encaminhar o pedido para a direção da emissora.

As rádios comunitárias devem ser administradas por associações sem fins lucrativos. Apesar de proibida a propaganda comercial, as RadCom podem receber “apoio cultural”, de estabelecimentos sediados na comunidade da emissora. É vedada formação de redes e não há proteção contra interferências provocadas por emissoras comerciais. Podem pleitear uma concessão de rádio comunitária associações sem fins lucrativos, com sede na comunidade onde pretendem operar, dirigidas por brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos, residentes na mesma comunidade, e que não sejam titulares de qualquer outra modalidade de serviço de radiodifusão ou televisão por assinatura.

Ao contrário das concessões comerciais, não há licitação para a prestação do serviço de radiodifusão comunitária. Pela internet, os interessados podem cumprir muitas das formalidades burocráticas exigidas pelo Ministério das Comunicações para a outorga. Depois da habilitação dos municípios, as entidades podem enviar a documentação para análise do ministério. Se houver mais de uma entidade interessada no mesmo canal comunitário, o Ministério sugerirá um acordo de associação entre elas. Não sendo isso possível, o critério observado é o da representatividade, verificada através das manifestações de apoio⁹ da comunidade apresentadas por cada entidade. E aqui o critério não deixa de ser subjetivo, pois valem manifestações de apoio de toda ordem: de outras associações, até apoios de lideranças políticas e religiosas. Persistindo o empate, um sorteio é realizado. A licença definitiva, ou seja, a concessão de uso por 10 anos, somente é concedida após a análise do processo pelo Congresso Nacional. No entanto, o Ministério das Comunicações pode emitir uma licença provisória de funcionamento¹⁰ caso o Congresso ultrapasse o prazo legal de 90 dias para análise.

Apesar dos inúmeros pedidos que se acumulam no Ministério das Comunicações, trata-se de um processo simples e pouco dispendioso. O mais importante é preencher corretamente todos os formulários a serem encaminhados para o Ministério. Para evitar problemas, muitas associações hoje se valem

dos serviços de assessoria de empresas especializadas na tramitação de pedidos de radiodifusão comunitária (pagando muito menos do que pagariam por uma concessão comercial).

Vejam agora qual o procedimento para outorga de uma emissora comercial. De acordo com o artigo 1º, do Decreto nº 2.108, de 24 de novembro de 1996¹¹, as emissoras comerciais também são radiodifusão sonora, “a serem direta e livremente recebidas pelo público em geral”, com permissão para operar em Frequência Modulada (FM), Onda Média (OM) Onda Curta (OC) ou Onda Tropical (OT). Legalmente, são considerados serviços de interesse nacional, com finalidade educativa e cultural. A concessão de uso da frequência se dá através de licitação, podendo concorrer, com preferência estabelecida em lei, a União Federal, os Estados, Distrito Federal, os municípios e as Universidades Públicas; e em seguida, “sem nenhum tipo de preferência, as sociedades por ações nominativas ou por cotas de responsabilidade limitada, constituídas sob a égide da legislação da legislação brasileira; as universidades particulares; as fundações particulares”.¹²

Respeitada a preferência estabelecida em lei, o processo licitatório para outorga pode ser iniciado de dois modos: pelo Ministério das Comunicações que periodicamente divulga listas com chamadas de concorrência para regiões onde os canais estão disponíveis; ou através da ação da entidade interessada em prestar os serviços. No segundo caso, a entidade deve enviar documentação ao ministério comprovando a viabilidade econômica do empreendimento ou, em alguns casos, demonstrando a viabilidade técnica (para inclusão de novo canal de distribuição). Tais estudos não garantem qualquer tipo de preferência à entidade em questão, durante o processo de licitação. Ou seja, após conseguir a abertura de um novo canal e comprovar a viabilidade econômica da operação, ela corre o risco de não vencer a concorrência pública. Isso porque, todos os interessados concorrem em igualdade de condições à concorrência publicada no Diário Oficial da União, que exige, basicamente três documentos: os dados da empresa, o projeto técnico e a proposta de pagamento pela

outorga. A classificação final das empresas inscritas é feita de acordo com a média ponderada da pontuação obtida em cada um dos documentos.

Entre 1997 e 2002, o governo promoveu a venda de concessão por concorrência pública de canal de radiodifusão em oito municípios da região noroeste do Estado de São Paulo, objeto deste estudo: Catanduva, Guapiaçu, Ibirá, José Bonifácio, Nova Granada, Sales, Tanabi e Valentim Gentil. Os vencedores de todos os processos já são conhecidos, mas apenas alguns tiveram autorização de funcionamento. Causam espanto os valores atingidos pelas emissoras no processo de licitação: variam de R\$ 16.200,00 a R\$ 835.400,00, em cidades que têm de 4.634 a 107.021 habitantes.

As incertezas da licitação e, sobretudo, os valores finais das concessões afastam os pequenos empreendedores locais. O investimento em uma emissora comunitária está em torno de R\$ 2.500,00 em equipamento. Quase nada se gasta na tramitação dos processos. Por esse motivo, o pequeno empresário da comunicação prefere investir nas RadCom, apesar das inúmeras restrições impostas: entre elas, a baixa potência, a entidade sem fins lucrativos, e a proibição de publicidade paga.

5 – A realidade no interior do Estado

No estudo realizado com emissoras comunitárias na região noroeste do Estado de São Paulo, cai por terra, logo à primeira aproximação, o mito que envolve as RadCom e o papel que desempenham na comunidade. O termo “radiodifusão comunitária” quase sempre nos remete a experiências pioneiras, umbilicalmente ligadas aos interesses da comunidade. E aqui, são inúmeros os exemplos: a Rádio Favela (de Belo Horizonte), a Rádio Heliópolis (em São Paulo), ou a Rádio Muda (Unicamp/Campinas). Estas experiências, bastante positivas sem dúvida, acabaram transformando-se em paradigma, consagradas pela grande imprensa. No entanto, aparentemente, seus objetivos diferem muito dos que norteiam muitas das novas concessões oficiais.

Para conhecer quais são os parâmetros que realmente vigoram, o estudo concentra-se somente em emissoras comunitárias com

outorga definitiva, localizadas na região de São José do Rio Preto. Trata-se de região homogênea, com alto índice de urbanização, um dos maiores IDHs (Índice de Desenvolvimento Humano) do Estado, voltada para o comércio, agricultura e serviços. Focar o trabalho nas legalizadas permite escapar da efemeridade e transitoriedade comuns entre as emissoras ditas comunitárias, resultado, sobretudo, da ação fiscalizadora da Anatel e Polícia Federal que tem se intensificado nos últimos meses.¹³

Numa pesquisa mais ampla, envolvendo em torno de 20 emissoras comunitárias legalizadas, são realizadas visitas, acompanhamento de programação, entrevistas com seus responsáveis e com líderes políticos locais. Para o trabalho que ora se apresenta, foram selecionadas apenas três emissoras, instaladas em municípios de pequeno porte, com 14 e 15 mil habitantes, às quais chamaremos X, Y e Z, para evitar sua identificação. Se forem tomadas como parâmetro, supondo que o discurso que nas três se verifica não é manifestação isolada entre as novas RadCom, podemos antecipar que a Lei de Radiodifusão Comunitária sinaliza ser mais um instrumento para legalização de uma atividade comercial pura e simples, de pequenos investidores, sem força econômica para pleitear uma concessão de emissora comercial, cujo processo hoje se dá através de licitação pública. São pequenos empresários que pressionam políticos locais (sobretudo deputados federais) para regularização de sua atividade, a cujos “favores” retribuem com espaço e divulgação. Como rádios comerciais comuns, buscam o lucro.

5.1 – Grupo de comunicação regional

Idealizada e dirigida por um radialista (que aqui chamaremos de João¹⁴), a emissora X obteve autorização de funcionamento em maio de 2001, após três anos de operação. João acredita ter sido fundamental o auxílio de um deputado federal da região para acelerar o processo no ministério, bem como permitir que a sua associação fosse escolhida em detrimento de outra fundação, da mesma cidade, que também pleiteava a concessão.

Apesar de outorgada para irradiar em 104,9 MHz (mesma frequência destinada às

outras emissoras comunitárias observadas neste estudo), a rádio X vai ao ar em 103,9 MHz, fugindo às regras estabelecidas na concessão. O radialista diz não ter outra alternativa, pois seu sinal estaria sendo encoberto pela emissora comunitária Y, que trabalha com transmissor de potência acima do recomendado em lei. Com o apoio financeiro do responsável por Y, João mudou a frequência da emissora X e realizou uma ampla campanha de divulgação. O radialista não pretende denunciar a concorrente a Anatel.

Diferentemente das demais emissoras, a rádio comunitária X não tem funcionários. João desenvolveu um software (que ele vende por R\$ 7 mil) que permite o funcionamento da emissora 24 horas por dia sem nenhum operador. A maior parte da programação é gravada e enviada por diferentes locutores via internet. Também em rede, ele capta, gratuitamente, reportagens e notas jornalísticas através de uma agência de notícias.¹⁵ O radialista conta que gasta apenas alguns minutos por dia alimentando o sistema que monta automaticamente a programação.

Além da rádio comunitária X, João montou uma fundação cultural que pleiteia licença para um canal de TV educativa. Ele também controla mais uma associação, com sede em cidade vizinha, que tem pedido de rádio comunitária tramitando no Ministério das Comunicações; é proprietário de três jornais impressos que circulam em pequenas cidades da região; e é sócio de uma empresa de assessoria de comunicação que presta serviço a outras 65 emissoras¹⁶. Profissional especializado na montagem de emissoras de rádio e TV, João é um pequeno empresário da comunicação regional, que busca ampliar suas atividades, encontrando brechas na legislação.

Sua experiência o transforma em fonte de informação sobre o universo de rádios comunitárias. Do total de emissoras por ele atendidas, em torno de quarenta, são rádios comunitárias, outorgadas ou com processo em andamento. Destas, João estima que 15 estejam subordinadas aos interesses políticos do prefeito da cidade, mas cujo controle permanece, invariavelmente, nas mãos de um pequeno empresário; oito seriam emissoras

ligadas a igrejas; as demais, ou seja, dezessete delas, seriam empreendimentos comerciais “independentes” politicamente. Neste caso, vale o critério comercial: quem colaborar financeiramente com a emissora tem espaço garantido. O próprio João considera sua emissora independente e mantém relação estritamente profissional com a administração municipal. A relação se dá de dois modos: uma formal, quando a prefeitura ou Câmara de Vereadores contrata anúncios regularmente, e paga pelos serviços prestados com verbas orçamentárias; e outra informal, quando a “ajuda” não entra na contabilidade da emissora.

Assim, para João, mais forte que o poder político municipal é a influência de deputados federais ou estaduais, decisivos na agilização da tramitação de processos e na resolução de impasses. Para ele, hoje, a maior parte de pedidos de concessão de rádio comunitária é encaminhada por pequenos empresários, sem condições financeiras de enfrentar uma licitação. A rádio comunitária tem dono, sim, e quase nenhum deles oculta essa “propriedade” em suas comunidades.

5.2 – A rádio do prefeito-empresário

São notórias as ligações da emissora Y com a prefeitura local: o prefeito teria comprado os equipamentos, sua esposa é presidente da associação responsável pela rádio e o primo dela é diretor da emissora. Além disso, alguns funcionários, que trabalham na emissora, são registrados por uma empresa do prefeito. Empresário bem-sucedido, o político ressalta que a rádio pertence à comunidade, através da associação cultural. No entanto, quando da inauguração da emissora, destacou a importância do apoio de um deputado federal da região, para obtenção da outorga.

Há quase quatro anos no ar, e de modo semelhante às demais emissoras observadas, Y reproduz a programação pasteurizada das grandes redes comerciais e não mantém um programa jornalístico regular, limitando-se à simples leitura de informações retiradas do jornal impresso da cidade ou de *releases*. Ou seja, notícias superficiais que não estimulam a análise e o aprofundamento das questões pela comunidade. No entanto, como alerta

PASSOS, o que diferencia a rádio comunitária é justamente o poder de subverter a “lógica do capital da informação”, que fragmenta e quebra o impacto da notícia, impedindo que o ouvinte elabore uma compreensão global dos fatos. Ao repetir o modelo de simulacro jornalístico, as três comunitárias mantêm o modelo impositivo e vertical dos grandes veículos, fugindo ao papel de “instrumento para desenvolvimento da comunidade”.

5.3 – Negócio de radialista

A emissora Z é fruto do trabalho de mais de quatro anos de uma associação cultural, presidida pelo radialista Tadeu, que contou com a ajuda do prefeito local para comprar os equipamentos. Ele classifica como imprescindíveis, durante o processo de outorga, o apoio da prefeitura municipal, e de outros políticos de prestígio regional, sobretudo o mesmo deputado federal que já havia auxiliado no andamento dos processos de ‘X’ e ‘Y’.

A rádio Z está instalada em um imóvel de Tadeu. A meta é adquirir a sede própria e um veículo. Hoje, o faturamento mensal de Z gira em torno de R\$ 7 mil, sendo o salário mínimo oficial o menor salário da equipe. Radialista experiente, durante anos, Tadeu conciliou seu trabalho como funcionário público e o emprego como comunicador em grandes emissoras de rádio da região. O sonho de possuir a própria emissora, na sua cidade de origem, só pode ser realizado após a legalização das comunitárias.

6 – Considerações finais

As rádios comunitárias foram ideologicamente concebidas como antípodas, ou “antídotos”, ou seja, criadas para serem a expressão de forças de contra-poderes. No entanto, a prática demonstra uma grande disparidade em relação ao idealizado pelo movimento de rádios livres (pela liberdade de utilização de ondas), assim como ao estabelecido na Lei de Radiodifusão Comunitária de 1998. Em menor escala, uma vez que atuando em nível local, as novas emissoras comunitárias legalizadas reproduzem um modelo maior de estreitas relações com

as forças de poder político e econômico. Ou seja, o mesmo jogo de relações de poder que se manifesta de maneira clara e decisiva nas grandes redes de rádio, também ocorre em níveis “menores”, regionais e comunitários.

Concebidas para serem “vozes dos que não têm voz” (ou seja, daqueles que não detêm o poder), as rádios comunitárias legalizadas se transformaram em instrumentos de conquista e manutenção do poder local por parte de políticos e pequenos empresários. Ou seja, essas forças “menores” locais se infiltram nas normas e instrumentalizam as regras em benefício próprio, refletindo relações reais de poder de uma comunidade.

Como há muito se pressente, o levantamento de dados concretos junto às novas emissoras comunitárias *legalizadas* mostra que, na realidade, tal mecanismo de outorga tem se consolidado como uma forma de investimento para pequenos empresários, sem capital nem condições técnicas ou políticas de conseguir uma concessão radiofônica comercial ou educativa. Assim, as RadCom se transformaram em instrumentos através do qual pequenos investidores realizam sua vocação empresarial e ampliam as oportunidades de negócio, e que só se tornam possíveis mediante alianças seladas com políticos de atuação local (prefeitos, vereadores, líderes comunitários), e com o apoio de políticos de maior envergadura (deputados estaduais, deputados federais, senadores).

A mudança no processo de outorga de emissoras comerciais¹⁷, por sua vez, não chegou a garantir o propalado fim da subjetividade na concessão nem mesmo o “tratamento isonômico dos participantes”, previsto legalmente. Isso porque, o critério passa a ser a contemplação de quem tem mais recursos financeiros para pagar pela concessão: o benefício é concedido a quem possui maior poder econômico-financeiro, o que, sem dúvida, “continuará inviabilizando o acesso às ondas por parte da maioria das organizações da sociedade civil, sobretudo dos movimentos populares”. (PERUZZO, 1998: 245-246) Vale destacar que os preços praticados nos recentes processos licitatórios realizados na região noroeste do Estado de São Paulo têm se mostrado proibitivos para pequenos investidores e organizações da sociedade civil.

Entretanto, cumpre ressaltar que, bem ou mal, com erros e acertos, essas emissoras são “novas vozes”¹⁸ de interlocução social que vão surgindo no cenário regional. Vozes que, de uma forma ou de outra, estabelecem um inusitado modelo de relação emissor-receptor, na medida em que se colocam como alternativa à emissão das potentes redes de radiodifusão, que transmitem a partir dos grandes centros urbanos. Levando-se em conta que a emissão das grandes redes pode se configurar como modelo ideal de controle político e social, as novas comunitárias, ainda que com desvios, rompem esse monopólio abrindo uma brecha para novos caminhos. A configuração desses novos caminhos depende da comunidade e de ações governamentais eficazes.

A forma de comunicação que surge, infelizmente, até o momento, pouco ou quase inova. Mas até seus responsáveis pressentem que é preciso estar a cada dia mais próximo do cidadão e seus problemas, que é preciso se ligar umbilicalmente com as questões da comunidade onde a RadCom está inserida, caso contrário, o modelo se esgota, diante de um mar de opções. É preciso considerar que, se João e Tadeu são pequenos comerciantes sem poder econômico para enfrentar a licitação de uma emissora comercial ou mesmo para arrendar ou adquirir uma emissora comercial já estabelecida, eles também são radialistas apaixonados pelo trabalho que desenvolvem. Vêm na Lei de Radiodifusão Comunitária a oportunidade única para viabilizarem o sonho do “negócio próprio”, mas também sabem que existe uma audiência (a comunidade onde vivem), cada vez mais exigente, a conquistar.

Nesse contexto, é possível arriscar um prognóstico: em algum momento, a rádio comunitária terá que buscar o cidadão e sua realidade, com conteúdos que lhe dizem respeito mais diretamente. Tal mudança de comportamento pode se dar por exigência da própria comunidade (cujo desejo de falar, de se fazer ouvir, e de ouvir o que lhe diz respeito não foi satisfeito); por aprendizagem da emissora, no seu processo de busca de audiência; ou por formatação legal e fiscalização mais rigorosa de princípios e conteúdos.

Peruzzo observa que:

Se o momento atual não favorece uma participação nas esferas decisórias mais amplas da política, da cultura e da economia, o mesmo pode não estar se verificando em nível de organizações autônomas da sociedade civil. Esta não se acha parada, estagnada em suas contradições. Pelo contrário, busca reordenar-se incessantemente, num motocontínuo. Existe muita gente trabalhando para colocar o homem como centro das estratégias políticas que visam à sua emancipação”. (1998: 301)

Quem sabe o aumento no número de emissoras comunitárias não possa se tornar também em elemento colaborador/provocador da participação do cidadão: quanto maior o número de pequenas emissoras, voltadas para pequenas comunidades, maior a aproximação desse cidadão com o veículo e o processo de produção de conteúdo.

Bibliografia

Aufderheide, Patricia. *The Daily Planet: a Critic on the Capitalist Culture Beat*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000.

Coelho Neto, Armando. *Rádio Comunitária não é crime, direito de antena: o espectro eletromagnético como bem difuso*. São Paulo: Ícone, 2002.

Ferraretto, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

López Vigil, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apaixonados*. São Paulo: Paulinas, 2003.

Meliani, Marisa. *Rádios Livres, o outro lado da voz do Brasil*. São Paulo: ECA-USP, 1995. Dissertação de Mestrado.

Moreira, Sonia Virginia. *Rádio em transição: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

_____. *Rádio Palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

Ortrivano, Gisela S. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

Passos, Silvia Regina Garcia. *Rádios Comunitárias: caminho aberto à cidadania?* São Paulo, 2001. Dissertação de Mestrado. Universidade São Marcos.

Peruzzo, Cicília Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998 (A).

_____. *Participación en las Radios Comunitarias en Brasil*. Signo Y Pensamiento n° 33 (XVII), Universidad Javeriana: Departamento de Comunicación, 1998 (B). pp. 35-46.

Santoro, Luiz Fernando. *O pensamento comunicacional latino-americano e a produção audiovisual independente*. Palestra proferida no Celacom 2003.

Silva, Maurício Ferreira da. *“Quem me eleger foi o rádio”: como o rádio elege seu representante*. São Paulo: Olho d’Água, 2000.

Silveira, Paulo Fernando. *Rádios Comunitárias*. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

Teixeira, Teresa Patrícia de Sá. *Todas as vozes: diferentes abordagens para um conceito de rádio local*. São Bernardo do Campo, 1998. Dissertação de Mestrado. UMESP.

Sites, documentos e matérias jornalísticas

Bortoleto, Gisele. *PMs apreenderam equipamentos de rádios piratas*. São José do Rio Preto: Jornal Diário da Região, 07/08/2003.

Bortoleto, Gisele. *Responsáveis por rádios piratas são processados*. São José do Rio Preto: Jornal Diário da Região, 11/07/2003.

Lobato, Elvira. *ACM deu emissoras de rádio a senadores que o julgarão*. Folha de S. Paulo, 06/05/01.

Documento aprovado durante a VII Assembléia Mundial (AMARC 7), realizada em Milão, de 23 a 29 de agosto de 1988. Disponível em www.amarc.org

www.iba.org.za

www.amn.ie

¹ Jornalista; professora conferencista e mestranda na ECA-USP; bolsista CAPES.

² Ver <http://www.mc.gov.br>. Último acesso em 23/10/2004.

³ De acordo com informações do Ministério das Comunicações, estão sendo apuradas várias denúncias de irregularidades e descumprimento da legislação vigente por parte de emissoras comunitárias legalizadas, entre elas, de inserção de propaganda comercial. No entanto, o próprio Ministério não realizou e não tem conhecimento de pesquisas ou estudos sobre o funcionamento de tais emissoras.

⁴ “A radiotelegrafia e a radiotelefonía eram um interesse militar estratégico por facilitarem as comunicações militares entre os navios de uma frota”. (Ferraretto, 2000: 85)

⁵ SANTORO, Luiz Fernando. “O pensamento comunicacional latinoamericano e a produção audiovisual independente”. Resumo de palestra apresentada no Celacom.

⁶ Para SILVEIRA o número seria ainda maior: 20 mil emissoras de baixa potência (com 25 a 100 watts) estariam operando sem autorização oficial em todo o País.

⁷ Com apenas alguns exemplos é possível perceber a grande diversidade de conceitos, experiências e marcos institucionais que regem a radiodifusão comunitária. Além dos autores citados, ver, por exemplo, os documentos divulgados pela AMARC (Associação Mundial de Rádios Comunitárias), pelo IBA (Independent Broadcasting Authority), e CMN (Community Media Network).

⁸ Veja Moreira (1998). A rádio integrava uma rede de emissoras não autorizadas, a RTTT (Rádio Totó Tenura de Telecomunicações).

⁹ Lei n. 9.612/98, artigo 9.

¹⁰ Permitida através da Medida Provisória n. 2.143-33 de 31/05/2001.

¹¹ Os serviços de radiodifusão (radiodifusão sonora e televisão) estão submetidos aos preceitos da Lei n. 4.117, de 27 de agosto de 1962, do Decreto n. 52.026, de 20 de maio de 1963, e das disposições da Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993. Até o Decreto 2.128/96, as outorgas não eram precedidas de processo licitatório, dependendo de critérios de avaliação puramente subjetivos. Eram freqüentes as denúncias de uso político-eleitoreiro na concessão de emissoras. Segundo matéria da Folha de S. Paulo, no início dos anos 90, o Ministério das Comunicações aprovou 958 concessões de rádio e TV. “Grande parte das concessões foi dada a políticos e seus familiares, a começar pelo próprio senador baiano [Antonio Carlos Magalhães], então ministro”. (LOBATO, 2001)

¹² Informações fornecidas pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT).

¹³ No período de nove de julho e sete de agosto, onze emissoras não autorizadas foram fechadas na região de Rio Preto, conforme o jornal *Diário da Região*. (BORTOLETO, 2003). Segundo informações da Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT), em dezembro de 2003, trinta e seis emissoras foram lacradas pelo Escritório Regional da Anatel em São Paulo (fonte: <http://www.abert.com.br>).

¹⁴ Todos os nomes são fictícios para evitar possíveis represálias.

¹⁵ As notas são retransmitidas a cada 15 ou 20 minutos durante toda a programação. Os *sites* utilizados por João são <http://www.radio2.com.br>, que disponibiliza notícias e entrevistas, e o <http://radiobrasil.com.br>, onde ele pode acessar programas, músicas e também obter informações e dicas sobre o mundo artístico.

¹⁶ Segundo o radialista, a Rádio Sines, de Portugal, trabalha com o software desenvolvido por ele: <http://www.radiosines.com>.

¹⁷ Através do Decreto nº 2.108/96, assinado pelo presidente Fernando Henrique Cardoso.

¹⁸ MELIANI, Marisa. *Rádios Livres, o outro lado da voz do Brasil*. São Paulo: ECA-USP, 1995. Dissertação de Mestrado.