

Rádios comunitárias: sintonia dissonante e auto-imagem.

Teresa Cristina Furtado Matos.

Cita:

Teresa Cristina Furtado Matos (2007). *Rádios comunitárias: sintonia dissonante e auto-imagem*. XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-066/192>

XXVI Congresso da Associação LatinoAmericana de Sociologia

GT

Consumos Culturales: Prácticas, Mercados y Políticas. La Sociedad
de la Información

Sintonia dissonante: Conflito e auto-imagem no campo das rádios comunitárias

Teresa Cristina Furtado Matos (CEBRAP)
crisfurtado@yahoo.com.br

Sintonia dissonante: Conflito e auto-imagem no campo das rádios comunitárias¹

A regulamentação da radiodifusão comunitária no Brasil data de pouco mais de oito anos. Não é seu aparecimento que institui as primeiras experiências de comunicação comunitária, mas sua criação significa um novo momento da radiodifusão no país, na medida em que nela insere um novo sujeito, a “comunidade”, e lhe reconhece o acesso a um canal de comunicação. Entretanto, o processo não desenvolve seu curso de modo tranqüilo, antes em meio a uma turbulenta redefinição de posições e poderes. Afinal, quem é a comunidade? A própria questão do reconhecimento do direito e a definição de quais grupos devem ou não ter acesso a este veículo de comunicação, e ainda que perfil deve ter uma emissora comunitária passam a compor a pauta dos debates desde então.

As pressões econômicas e políticas que delinearam os vínculos entre Estado, grupos econômicos e políticos marcam o sistema de concessões de canais de rádio e televisão no Brasil e respondem por um dos elementos do conflito: a escassez de acesso aos meios de comunicação (DEL BIANCO, 1999; NUNES, 2003). A emergência de um novo personagem nessa narrativa supõe a partilha de um espaço antes exclusivamente loteado pelos grupos acima citados.

Quando em fevereiro de 1998 o Estado brasileiro reconhece e regulamenta a existência das rádios comunitárias (radiocom) através da Lei 9612/98 que institui o “Serviço de Radiodifusão Comunitária”, o reconhecimento aparece como esperança de ruptura com o modelo de exclusão do acesso aos meios de difusão. Os grupos que pleiteiam um destes canais têm de ser identificados através da classificação comunidade/comunitária. Todavia, o próprio processo de formulação da legislação é marcado por uma série de confrontos entre representantes das emissoras comerciais e das rádios comunitárias, e entre os representantes das radiocom e o Estado, agente de controle e regulação da política de comunicações no país.

Os personagens dessa história representam interesses antagônicos. Por um lado, as emissoras comerciais, desde o processo de negociação do texto da Lei no Congresso Nacional (COELHO NETO, 2002) e com a finalidade de manterem sua posição de referência e domínio da radiofonia nacional, defendem a limitação do número de radiocom e lhes impõe restrições de funcionamento. Por outro lado os representantes das radiocom querem o reconhecimento legal das emissoras comunitárias, o que as colocaria em outra posição que não a de infratoras da legislação de telecomunicações do país, concedendo-lhes o direito de transmissão.

Este conflito envolve ainda a relação da comunicação comunitária com o mercado, representado pelas rádios comerciais e seu modelo de fazer rádio; a relação com o Estado e seus mecanismos de controle; e ainda a relação com os ouvintes, que passam a ser disputados com as tradicionais rádios comerciais.

¹ Este texto é um fragmento de minha tese de doutorado, defendida em 2006, com o mesmo título deste artigo, junto ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFC.

Atualmente, o espaço desta radiofonia institui uma outra instância de debate, que não opõe apenas rádios comunitárias a rádios comerciais, mas comunitárias a comunitárias. No centro da oposição está o reconhecimento como uma radiocom. O prêmio dessa disputa é a possibilidade de poder ou não fazer rádio legalmente, bem como a própria construção da legitimidade da radiofonia comunitária. Aqui as questões do que significa ser uma emissora comunitária, qual o seu papel social, para quem ela deve falar, como ela deve falar, que tipo de organização deve ter passam a ser fundamentais, pois desempenham funções de reconhecimento e legitimação.

Grande parte destas questões passa pela construção da imagem das rádios comunitárias. Os investimentos na elaboração de uma definição, o que implica a aceitação de distinções e singularidades das rádios comunitárias frente às rádios comerciais, cujos parâmetros não são consensuais, são parte importante da dinâmica do conflito. A construção da auto-imagem (ELIAS; SCOTSON, 2000) das radiocom articula diferentes níveis: da relação com o mercado, da relação com o Estado e da autodefinição destas emissoras. Nestas funções a auto-imagem é um dos elementos postos em cena na defesa de posições e tem papel importante nos processos de publicização das rádios e de seu trabalho junto lugares onde se localizam.

E é no debate público que esta auto-imagem acaba por desempenhar um papel político dentro do jogo de forças de transformação ou manutenção do espaço da comunicação social no Brasil. Além do que, os conflitos são processos que, em grande medida, operam a contraposição e negociação de sentidos e essa dinâmica se torna perceptível a partir da noção de auto-imagem.

1.1 A “auto-imagem” e a imagem do outro: o conflito no campo da radiofonia comunitária.

É durante a década de 1970 que o rádio brasileiro começa a operar em frequência modulada. O uso dessa frequência se associa a uma série de fatores tecnológicos, econômicos e políticos. Entre os fatores políticos figuram os interesses do regime militar pela penetração da radiodifusão em âmbito nacional, plano que incorpora o desejo de maior controle dos meios de comunicação, dado o papel estratégico das telecomunicações para os militares (SORJ, 2003), e que acabará por influenciar o desenho da propriedade destes meios no país, na medida em que, como já ocorria com as rádios que transmitiam em amplitude modulada, AMs, a difusão de emissoras FM será feita através de concessões controladas pelo governo federal.

A existência de regiões não cobertas ainda pela radiodifusão contribui para a interiorização, que passará a ser feita com uso da frequência modulada, permitindo cobrir regiões do país aonde as AMs não chegavam (DEL BANCO, 1999). Como afirma Ortiz (1995, p.153): “entre nós é o Estado militar quem promove o capitalismo em seu estado avançado”. O que terá repercussão na constituição e consolidação de um mercado de bens simbólicos, que se desenvolve sobretudo nos anos 1970 e 1980.

Analisando o mercado de bens simbólicos nos anos de 1970, Ortiz (1995) observa, dentro do processo de consolidação da indústria cultural entre nós, uma tendência à nacionalização e a “standartização” da produção cultural, o que se evidencia pela formação de redes de televisão e de rádio que transmitem para todo o país uma mesma programação, quase que anulando a produção antes localizada, e respondendo às funções de integração nacional proposta pelos militares.

No que concerne ao rádio, algumas mudanças passam a ser percebidas nesse momento. Se de um lado a tendência à nacionalização e “standatização” se afirmam, com o uso de satélites para transmissão em rede, a segmentação também passa a ser verificada. (DEL BIANCO, 1999). Além disto, o novo momento irá conviver com a popularização de tecnologias que se tornam cada vez mais baratas, como os transmissores, permitindo a emergência de rádios de pequeno porte que podem operar com custos reduzidos, como é o caso das radiocom. Rádios que antes funcionavam com alto-falantes ou com transmissores caseiros poderão “colocar a emissora no dial” com maior qualidade. Passa, então, a ser tecnicamente possível a uma pessoa, um grupo ou comunidade ter uma emissora de rádio.

Mudanças na orientação dos movimentos sociais também são sentidas e terão implicações para a trajetória das radiocom. Glória Gohn (2002, p. 301), percebe na trajetória dos movimentos sociais um processo de valorização de sentidos e categorias que se relacionam as idéias comunitárias. A valorização do sentido das relações comunitárias e da comunidade vai ser decisiva nos anos 1990 também como parte das críticas aos processos de globalização dos mercados e à incapacidade das nações e da comunidade internacional de agir e de dar respostas aos problemas locais. E vai caminhar lado a lado com as questões relacionadas à comunicação.

No que concerne aos meios de comunicação ligados aos movimentos sociais, essas mudanças serão percebidas dentro de um processo que defino como de “autonomização”: um processo que converte paulatinamente a comunicação produzida dentro dos movimentos sociais em um valor em si e não apenas um instrumento de divulgação dos movimentos e de suas demandas.

O fato de a comunicação comunitária ter se tornado objeto de um debate jurídico sobre a liberdade de expressão e o direito de comunicar (COELHO NETO, 2002) se relaciona a esse movimento que transforma a comunicação em uma demanda específica. O atual conflito no campo das emissoras comunitárias pode ser entendido também como parte dessa mudança. A demanda por um canal comunitário sai do espaço exclusivo dos movimentos sociais e se torna uma demanda de outros segmentos sem tradição de organização popular, como por exemplo, as igrejas evangélicas.

1.2 Relação entre conflito e “auto-imagem”

A auto-imagem é um conceito trabalhado em “Os estabelecidos e os outsiders” por N. Elias e Scotson (2000). Nessa obra seus autores elaboram um modelo operacional de leitura dos conflitos, a figuração “estabelecidos e ‘outsiders’”, tendo como matéria-prima um trabalho etnográfico. No povoado de “Winston Parva” a questão do conflito é entendida através da

distinção de “status” construída pela “auto-imagem” dos grupos em processo conflituoso. A marca da distinção se situa num plano análogo àquele que constrói a imagem da civilização: a crença na superioridade de um dos grupos.

Os estabelecidos defendem suas posições a partir da auto-imagem que constroem de si e da que impõem aos “outsiders”. No caso analisado pelos autores os móveis do conflito entre dois grupos de trabalhadores não eram econômicos. A distinção e a crença nesta opunham os dois grupos. De um lado os “estabelecidos”, beneficiários da imagem de fundadores do pequeno povoado e guardiões do melhor de seus costumes e tradições. De outro lado os “outsiders”, moradores “comuns”, mal-vistos apenas por serem os mais recentes habitantes do lugar, sem direito às benesses da tradição e da imagem de quem há mais tempo se estabeleceu. O lucro simbólico na crença de tal distinção acaba por criar “status” e poderes diferenciados entre eles.

A auto-imagem torna compreensível o terreno sobre o qual as disputas irão se dar. Ela cristaliza a visão que um grupo tem de si e de suas possibilidades sociais. Parte do processo posto em movimento pela figuração “estabelecidos e outsiders”, é o que Elias e Scotson chamam de “sociodinâmica da estigmatização”. Estigmatizar torna-se um expediente eficaz na medida em que manipula representações positivas e negativas de ambos os grupos nas relações mútuas que estabelecem. A manipulação tem como alvo a auto-imagem do grupo a ser atingido, cuja crença na própria inferioridade pode ser decisiva na aceitação de um diferencial de poder negativo e de uma posição social de subordinação.

Ainda que no caso das radiocom a auto-imagem não possa ser tomada nos mesmos termos de uma relação de vizinhança, como acontece em “Winston Parva”, a construção de uma determinada imagem das rádios e de seu movimento se torna fundamental na disputa de poder, de legitimação e de território que as rádios enfrentam.

O processo de elaboração de uma imagem é realizado não apenas pelas radiocom, mas também pelas diversas instâncias que com elas se relacionam: rádios comerciais, entidades representativas dessas emissoras, em nível local e nacional, órgãos de governo e meios de comunicação de massa. A formulação da auto-imagem, bem como sua aceitação ou negação, ocorre de modo relacional, e opera um jogo de forças onde a prevalência de uma percepção positiva ou negativa sobre as radiocom traz consequências para o seu reconhecimento social, o que acontece antes e depois da aprovação da Lei 9.612. Por isso, a estigmatização aparece como dado importante do processo, legitimando ou deslegitimando socialmente a presença das radiocom junto a opinião pública.

A idéia de que as radiocom operam pondo em risco o funcionamento de diferentes sistemas de segurança, como o dos aeroportos e da polícia, através das interferências em seus aparelhos de comunicação, é uma das imagens difundidas pelas emissoras comerciais que acaba por afetar negativamente a leitura que a sociedade faz delas. Ao tratar o problema da concorrência entre rádios comerciais e rádios comunitárias como um problema de segurança pública, as

emissoras comerciais transformaram-no em uma questão que extrapola o campo da radiodifusão e invade outras instâncias sociais, ampliando o interesse da opinião pública e manipulando-o a seu favor através da idéia de perigo.

1.3 “Um exagero de democratização”: As rádios comunitárias na imprensa cearense

Desde os anos 1980 as radiocom estão presentes nos principais jornais diários de Fortaleza, “O Povo” e “Diário do Nordeste”. A visibilidade que recebem se relaciona à ação institucional da Prefeitura de Fortaleza e da Universidade Federal do Ceará que dinamiza a criação de rádios naquele momento. Entretanto, também contribui para este fato a própria visibilidade que estas emissoras passam a ter nos bairros onde se instalam.

Encontrei nos arquivos do jornal Diário do Nordeste, em uma edição de 1983 a primeira matéria sobre uma rádio não outorgada, sob o título “Informação pirata: sucesso de uma rádio FM na Aerolândia”. Embora o tom da matéria seja positivo e interessado, o medo das instâncias de controle do Estado, representada pela fiscalização, está presente.

Quatro anos depois, em 1987, uma outra notícia dá conta da existência de outra emissora não comercial: “Jardim Iracema inaugura hoje a sua emissora: ‘A voz da união’”. Em 1988 uma outra matéria apresenta as rádios comunitárias como uma alternativa de comunicação para comunidades carentes. O título reportagem é exatamente “Rádio comunitária é alternativa”.

Nesse momento as rádios são serviços móveis que se deslocam por alguns bairros da cidade, a matéria explica seu funcionamento: “Bruno afirmou que a Rádio Comunitária funciona numa Kombi cedida pela Superintendência Municipal de Obras e Viação (SUMOV), conhecida também como Unidade Móvel. ‘O sistema é simples, são alto-falantes e um microfone. O mais importante são as propostas levantadas pelos moradores”.

Nesse momento inicial da cobertura das emissoras não comerciais pela imprensa as matérias são apenas informativas e há um tom positivo que perpassa as notícias sobre a existência de uma emissora e sua relação com o bairro, ainda que essa relação nem sempre seja amistosa, como é o caso da “Rádio Voz do Pirambu”, fechada pela polícia a pedido da comunidade que, através de um abaixo-assinado pede um controle da poluição sonora.

O processo de cobertura das rádios pela imprensa se faz acompanhar de um simultâneo procedimento de qualificação e classificação das emissoras. Assim, em seis anos de cobertura, diferentes denominações são usadas no tratamento dado as rádios: “pirata”, “alternativa”, “comunitária”. Essas denominações revelam diferentes concepções e avaliações sobre o lugar e papel dessas emissoras. No início da década de 1990, o tom informativo continua e as rádios passam a ser chamadas de populares ou comunitárias.

A afirmação dessa denominação das emissoras pode se relacionar com uma outra percepção de seu papel. A década de noventa se pauta pela discussão sobre o local e o global, construindo um ambiente de forte valorização da idéia de comunidade e das relações sociais que

parecem só serem possíveis nesse espaço (BAUMAM, 2003). As emissoras deixam de ser identificadas exclusivamente com as lutas populares, se autonomizando e buscando uma outra âncora de significação presente na idéia de comunidade, que parece evocar simultaneamente a referência ao local e a determinadas relações, sem a necessária referência a um universo de lutas políticas.

No trajeto do tratamento conferido as radiocom é possível perceber também que o espaço que ocupam vai se convertendo gradativamente na criação de um campo com problemas próprios. A relação com as localidades, com o DENTEL, a Polícia Federal, as dificuldades financeiras, a problemática da legalidade, a relação com a política partidária, a relação com as emissoras comerciais, etc estão presentes na cobertura que a imprensa lhes dá. Até 1996 as rádios aparecem na imprensa com uma cobertura que aborda estes temas, como é possível ver no quadro abaixo:

Quadro 1: Matérias publicadas no Jornal O Povo e Diário do Nordeste entre 1990-1995 sobre rádios populares e comunitárias

Jornal	Data	Matéria
DN	12/06/90	"Comerciante ajuda rádio popular para ter a torre"
DN	25/08/91	"Rádio Comunitária instalada no Edson Queiroz presta serviço"
DN	08/12/94	"A voz do Pirambu está calada"
O Povo	05/12/94	"Delegada do 7º DP manda retirar do ar rádio comunitária Voz do Pirambu"
DN	02/05/94	"Uma barulhenta útil"
DN	25/02/94	"Irradiadoras voltam a fazer sucesso nos bairros de Fortaleza. A comemoração se deu com o aluguel de uma rádio de Maracanaú (Pitaguary) que transmitiu dois programas da emissora".
O Povo	28/01/95	"Emissora clandestina é autorizada a funcionar"
DN	07/07/95	"Rádios Comunitárias criam Associação"

Logo em seguida, já a partir de 1996, as radiocom, como então são denominadas, passam a ser retratadas como agentes de disputa. Esse momento coincide com o processo de sua organização com vistas à provação da lei de radiodifusão comunitária. Nesse período já se registram em todo o Brasil a existência rádios comunitárias operando em frequência modulada. Antes operando através de alto-falantes as rádios não causam Incômodo, uma vez disputando o espaço da radiodifusão comercial na frequência modulada a discussão sobre a regulação e o controle crescem, culminando com a lei que regularia iniciativas como estas.

Mas o que se disputa? As matérias assinalam a busca de espaço e de legitimidades, principalmente no plano legal. A visibilidade da disputa também é um elemento importante a considerar, já que o espaço da imprensa começará a ser usado tanto pelas radiocom quanto pelos grupos de radiodifusão comercial para influenciar a opinião pública no debate sobre a legalização da radiodifusão comunitária, que se torna premente com a discussão no Congresso Nacional de uma lei de radiodifusão comunitária. Observe o quadro:

Quadro 2: Matérias publicadas nos Jornais O Povo e Diário do Nordeste em 1996 sobre rádios comunitárias

Jornal	Data	Matéria
---------------	-------------	----------------

O Povo	15/12/96	"Rádios Comunitárias de Fortaleza querem maior alcance e criticam projeto para regulamentação"
DN	18/05/96	"Relator apresenta parecer sobre radiodifusão de pequeno porte"
DN	14/06/96	"Rádio Comunitária em debate na audiência pública do dia 17"
DN	28/07/96	"Começa disputa pela legalização das rádios comunitárias"
DN	07/11/96	"Rádios Comunitárias podem funcionar dentro das normas"

Neste momento as reportagens dão menos ênfase ao trabalho das emissoras nos seus bairros e comunidades, como aconteceu numa primeira fase, para centrar-se na articulação e no embate que protagonizam nos espaços públicos pelo reconhecimento e pela legalização. A busca por “maior alcance, a crítica ao projeto de regulamentação”, a aberta discussão aberta sobre a “legalização” e a possibilidade de funcionar desde que “dentro das normas”, dão outro rumo ao olhar sobre as rádios. Para além de suas comunidades, isoladamente, as rádios são vistas como um movimento, com organização e ação política definidos e reconhecidos, embora alvos de ataque.

A partir daí é através da idéia de legalidade que elas passarão a ser observadas pela imprensa. Há uma série de termos associados a esta conjuntura: “questionadas”, “debatidas”, “interditadas”. As expressões revelam a situação de negação das rádios, ao mesmo tempo de confronto dessa negação. Expressões que se notabilizarão nos anos seguintes ganham seus primeiros registros, como “rádio pirata”. Assim, em 1997 a expansão das radiocom para o interior, a interdição de emissoras, as audiências e debates sobre as rádios são o tema das páginas a elas dedicadas. Observe:

Quadro 3: Matérias publicadas nos Jornais O Povo e Diário do Nordeste em 1997 sobre rádios comunitárias.

Jornal	Data	Matéria
DN	21/02/97	"Rádio Pirata Titan FM é interdita"
O Povo	22/05/97	"Rádios Comunitárias são abertas no Sertão Central"
O Povo	14/06/97	"Engenheiro critica excesso de rádios comunitárias"
DN	13/12/97	"Audiência debate Rádios Comunitárias"

Entre estas matérias uma merece destaque. Publicada pelo O Povo de 14/06/1997, ela cobre a 3ª Convenção Anual da ACERT e sua chamada é “Engenheiro critica excesso de rádios comunitárias”. Nela ganha destaque a fala do engenheiro Cláudio Young, diretor de uma empresa de telecomunicações, que afirma: “Não há espaço no espectro (radiofônico e comercial) para as ditas rádios comunitárias”. A matéria segue apresentando detalhadamente o ponto de vista do engenheiro que, sob a prevalência dos argumentos técnicos, defende um maior controle sobre o número radiocom:

Cláudio Young alega que a explosão de rádios comunitárias está interferindo na transmissão das rádios comerciais. Ele explica que isso ocorre porque há um limite que o espectro radiofônico pode suportar. O engenheiro estima entre 20 e 25 emissoras como o máximo para uma mesma cidade. (...)Young destaca ainda que **a explosão do número das emissoras [comunitárias] põe em risco a sobrevivência financeira dos veículos comerciais.** Não adianta ter 30

emissoras em Fortaleza, todas falidas porque nenhuma consegue receita suficiente para se manter' (grifos meus).²

O debate sobre o reconhecimento e a legalização se transfere do campo político para o campo técnico. Não se nega a existência das radiocom³, desde que dentro de certas regras (apresentadas como condições técnicas) que claramente privilegiam a existência das emissoras comerciais.

Regulamentar para limitar passa a ser uma questão de ordem para a ABERT e ACERT, o que se expressa no tom das matérias a partir de então.

Em 1998, ano da aprovação da lei de radiodifusão comunitária, a questão da legalidade passa a ser central no tratamento dado as radiocom pela imprensa cearense. Este é o ano em que elas mais aparecem nos jornais: foram registradas 22 reportagens. Com base num parâmetro legal claramente definido, a nova lei de radiodifusão comunitária, elas são avaliadas. Termos como “clandestina” e “pirata” passam a ser usados com mais constância.

Intensifica-se também o uso de termos como “apreensão”, “combate” e “fiscalização”. Classificar, vigiar e principalmente punir passam a ser os enfoques dados a estas emissoras nas matérias. Ao privilegiar os aspectos relacionados a legalidade das radiocom quase nenhum espaço sobra para o trabalho das emissoras, como ocorre com as primeiras matérias. É como se a existência efetiva perdesse espaço para o reconhecimento legal ou ilegal da rádio.

E se nos primeiros meses do ano de 1998 a cobertura se centra no processo de aprovação da lei de radiodifusão, ao longo do ano a cobertura se desloca para o processo de enquadramento e repressão às emissoras. Como vimos, termos como “clandestina”, “pirata”, “apreensão”, “combate” e “fiscalização” são dominantes na descrição das rádios e no tratamento dado a elas. Órgãos de regulação e fiscalização, como o Dentel, Anatel e a Polícia Federal passam a ser relacionados e cobrados quanto ao controle das emissoras.

Quadro 4: Matérias publicadas nos Jornais O Povo e Diário do Nordeste entre 1998-1999 sobre rádios comunitárias.

Jornal	Data	Matéria
DN	21/01/98	“Comissão adia votação sobre rádio comunitária”
O Povo	27/01/98	"Projeto sobre rádios clandestinas reduz número de emissoras"
DN	28/01/98	"Aprovado funcionamento das rádios comunitárias"
DN	21/02/98	Mais uma rádio pirata fechada no interior"
DN	26/02/98	"Senado aprova projeto que permite a operação livre"
DN	05/05/98	"Polícia Federal vai intensificar o combate ao funcionamento de 'rádios-piratas'".
O Povo	05/05/98	"ACERT quer rigor na fiscalização de rádio-pirata"
DN	15/05/98	"Polícia Federal irá apreender material de rádios piratas: maior preocupação da ACERT é a veiculação da propaganda eleitoral ilícita."
DN	21/05/98	"Rádios Comunitárias temem repressão: superintendente da PF garante que apreenderá equipamentos de acordo com a lei"
O Povo	24/05/98	"Dial sem trégua"

² A fala expressa claramente uma representação corrente fundada nos interesses do mercado contra a amplificação das rádios comunitárias.

³ Existência já é fato, embora não tenha reconhecimento de direito.

O Povo	02/07/98	Jovens são treinados para atuar em rádios comunitárias nas escolas"
O Povo	01/08/98	"Católicos usam rádios comunitárias como instrumento de evangelização"
DN	27/08/98	"Corregedoria aperta o cerco às rádios piratas"
DN	05/09/98	"UFC nega espaço para a festa da Arcos"
DN	17/09/98	"MP pede apreensão de material de rádios piratas"
DN	22/09/98	"PF deve receber hoje mandatos de apreensão"
DN	22/09/98	"Pedido de busca tem efeito pedagógico"
DN	23/09/98	"Apreensão dos equipamentos das rádios"
DN	29/07/98	"Campanha contra a pirataria: ACERT vai investir contra as rádios clandestinas"
O Povo	26/10/98	"A voz da Comunidade"
DN	28/11/98	"ABERT denuncia de emissoras por todo o país"
DN	05/12/98	"Agência de telecomunicações preocupa setor da radiodifusão"
DN	10/02/99	"Anatel continua fiscalização sobre rádios piratas"
O Povo	28/03/99	"3.373 emissoras de rádios FM serão criadas no país"
DN	12/04/99	"1º Fórum de radiodifusão do Sertão Central"
O Povo	28/07/99	"FHC pede instalação de 70 rádios comunitárias"
O Povo	14/08/99	"Uso de rádios comunitárias divide opinião em evento"
DN	28/10/99	"ACERT reforça fiscalização contra rádios piratas"
DN	30/10/99	"ACERT quer o fim das rádios piratas no Estado"
DN	04/12/99	"ACERT intensifica combate às rádios piratas no Ceará"

Notícias sobre o número de emissoras a serem criadas também revelam a movimentação do campo das radiocom e uma tendência de expansão. Matérias como "FHC pede instalação de 70 rádios comunitárias", "3.373 emissoras de rádios FM serão criadas no país" tratam da expansão legal desse universo, enquanto que chamadas como "Anatel continua fiscalização sobre rádios piratas", "Corregedoria aperta o cerco às rádios piratas" e "Polícia Federal vai intensificar o combate ao funcionamento de 'rádios-piratas'" indicam o grau de medo e intolerância em relação ao crescimento de emissoras comunitárias.

Essa divisão, que ganha destaque na imprensa, já refletia uma tendência que começava a ser decisiva no movimento: de um lado a quantidade sendo vista de modo positivo, na medida em funcionaria como mecanismo de pressão sobre o governo, de outro lado, numa visão mais crítica, como uma possibilidade de descaracterização do movimento e da própria imagem das rádios comunitárias.

Durante os últimos quatro anos a construção da imagem de pirataria e de perigo que as radiocom representariam continua a ser alimentada. A forma como a questão da interferência nas frequências aparece torna as rádios comerciais vítimas das rádios sem autorização, enquanto toda a sociedade é transformada em vítima potencial das emissoras comunitárias. Além disso, ganha enorme destaque as ações de fechamento e lacre de emissoras. Na matéria "Rádios oficiais sofrem interferência das piratas", a oposição oficial-pirata dá o tom da valoração dos dois tipos de emissoras, tornando àquelas, as oficiais, vítimas da "pirataria".

Muito presente ainda na cobertura das radiocom é o processo de repressão às emissoras, representado por 11 das 25 matérias encontradas sobre o tema entre 2000 e 2004. O termo pirata se institui como o mais usual no tratamento das emissoras. Vedete deste momento da cobertura é todo o aparato estatal representado pela polícia federal, procuradoria, juizes, Anatel, Assembléia

Legislativa, que aparecem nas chamadas “Polícia Federal inicia caça as rádios piratas, Federal e Anatel fecham rádios piratas no interior”; “Justiça proíbe liminares para rádios ilegais” e “Procuradoria investe contra rádios pirata”, entre outras.

Também se verificam notícias sobre o processo de concessão de emissoras, o que passa a acontecer a partir de 2000. Além disto a discussão sobre a democratização se faz presente a partir do ponto de vista das emissoras comerciais.

Assim, em um dos congressos da ACERT, realizado em dezembro de 2003, um dos temas de discussão foi a comunicação comunitária, mais particularmente as rádios comunitárias. A cobertura sobre o debate feita pelo jornal Diário do Nordeste (de 05 de dezembro de 2003) estampou como chamada uma das frases proferidas durante as discussões: “Democratização sem exagero”. Aqui o tema da legalidade ganha contornos dramáticos, na medida em que o direito de expressão, princípio norteador da idéia liberal de democracia, é discutido com um exagero democrático.

Do lado das radiocom, a necessidade de respaldar constantemente o movimento em torno da imagem de democratização e da ação comunitária, se choca com as constantes denúncias na imprensa de emissoras que funcionam como rádios comerciais de baixa potência ou são colonizadas por interesses políticos e religiosos. Torna-se necessário ainda, para as radiocom, retorquir a representação de ilegalidade, clandestinidade, pirataria, oportunismo e perigo a elas imposta pelas emissoras comerciais e suas entidades representativas⁴.

Os processos de formulação de uma valoração positiva e do orgulho que a auto-imagem pode carregar permite compreender o que acontece com as radiocom; ainda que neste caso aspectos afetivos da percepção de um grupo humano não sejam a questão central. Em relação às radiocom a auto-imagem torna perceptível o processo de construção, ou não, do reconhecimento e da legitimação das emissoras sem outorga que se definem como comunitárias. Um dos mecanismos de legitimação se processa pelo uso da idéia de comunidade, e dos valores imanentes a estas, que são vistos de modo positivo, e por vezes idealizado, e se fariam presentes na programação, na organização e na relação das emissoras com os ouvintes e o lugar onde se estabelecem.

Exemplo da elaboração da auto-imagem pode ser percebido no Jornal “ABRAÇO no Ar”, que detalharemos a seguir. Neste informativo as radiocom aparecem como portadoras de uma utopia revolucionária: são agentes do aperfeiçoamento social, da democratização, do fortalecimento identitário e da solidariedade. Ações legitimadoras que se opõem a idéias como pirataria, perigo, clandestinidade e crime associadas às emissoras:

Agora é a vez das rádios comunitárias assumirem a responsabilidade da continuidade no aperfeiçoamento de nossa sociedade, da democratização das informações, da cultura e das formas de se relacionar das comunidades em todos os rincões brasileiros, promovendo uma verdadeira revolução com o

⁴ Já em 1997, mesmo antes da promulgação da Lei 9612, a ABERT lançou campanha nacional, em diversas mídias, inclusive o rádio, afirmando o perigo das “emissoras piratas” (MATOS, 2000).

fortalecimento da identidade cultural local, estimulando a solidariedade entre os cidadãos e provocando a auto-estima nas pessoas (...)

Em outro trecho do jornal tem-se o reforço à imagem transformadora das radiocom, quando elas são apresentadas como “novidade revolucionária”, meio possível de controle coletivo e realização da cidadania, que não podem existir fora delas:

Uma rádio comunitária é algo novo. Com ela se pretende uma revolução política, social e cultural do país – a partir da tribo, da vila do povoado, do grande coração brasileiro. A rádio comunitária é o último meio de comunicação que a população pode de fato possuir e controlar neste final de século. (...) Fora das comunitárias o que vale é o dinheiro. O cidadão não existe, a comunidade não existe (...).

Por tudo isso uma rádio comunitária não pode copiar uma comercial (...). A dificuldade é, como fazer uma rádio que não siga este modelo que aí está?

O jornal afirma a positividade e a legitimidade dos valores locais, representados pelas radiocom, contra a globalização, apresentada como excludente e centralizadora.

Dessa forma, tem-se que a idéia de revolução e o papel social a ser desempenhado pela comunicação comunitária se afirmam na noção de comunidade e nas diversas interpretações favoráveis de seu papel: fortalecimento da cultura e da identidade locais, valorização da solidariedade, oposição à globalização centralizadora e excludente, “revolução a partir da tribo, da vila, do povoado, do grande coração brasileiro”.

No “ABRAÇO no Ar”, a idéia “rádio comunitária” é usada para explicar as potencialidades da comunicação voltada para a comunidade. Do ponto de vista da disputa política entre radiocom e rádios comerciais, essa interpretação é uma das ferramentas usadas no jogo de legitimação, através da formação de uma imagem com forte conotação progressista e libertária.

Numa situação de conflito essas imputações positivas se opõem a um leque de sentidos negativos usados pelos seus opositores, como “piratas”, “ilegais”, “clandestinas” ou “perigosas”, que lhes nega a caracterização de veículo legítimo de comunicação de uma localidade.

Em relação ao campo da radiofonia brasileira, a dinâmica do conflito evidencia uma busca por visibilidade através da apropriação de um veículo de comunicação. Os diversos formatos de radiocom indicam que ela pode se pautar por interesses religiosos, político-partidários, mercadológicos ou ainda na tradição dos movimentos sociais na área de comunicação. Assim, diferentes discursos se organizam e representam segmentos da sociedade em busca de visibilidade: seja ela política, social, comercial ou cultural.

As possibilidades de trabalho, de venda de equipamentos, de atração de pequenos anunciantes, entre outros aspectos, sugerem essa leitura. A visibilidade que acabam por produzir nas áreas onde se instalam, onde a menção aos nomes das ruas, aos pontos comerciais, às praças e

às atividades de seus moradores produz o reconhecimento do lugar e de sua vida social⁵, oferece uma primeira experiência de espaço público às localidades, sejam elas bairros periféricos de grandes cidades, ou cidadezinhas do interior, que nunca interessaram comercialmente aos grandes grupos de comunicação. Num movimento análogo ao processo de construção do espaço público vivido no início da modernidade, as rádios comunitárias dinamizam e tematizam a vida local.

Entre as radiocom a produção cultural é também território de tensões entre o estabelecido, “representado pela cultura comercial popular” e o devir, representado pela “cultura alternativa”. Como afirma Oliveira (2002, p. 14)), “no caso das radiadoras comunitárias da década de 80, era idealizada a veiculação de Música Popular Brasileira e canções engajadas, priorizando a transmissão de debates e mensagens com intenções socioeducativas”.

Essa idealização, que deveria ser realizada no cotidiano das radiocom com a construção de uma perspectiva alternativa à produção massiva, também toma parte no processo de composição da auto-imagem dessas emissoras e no processo de sua legitimação.

Todas as rádios pesquisadas, por exemplo, mantêm em sua programação a oferta de um repertório musical consagrado pela indústria cultural e apreciado pela audiência, entre eles “o brega”, e “o forró”. Na Rádio Favela, de Belo Horizonte, a tensão entre os dois universos se apresenta em programas como o “Só Lixo”, cujo título expressa a avaliação feita sobre a música veiculada, sem entretanto impedir que ela vá ao ar.

Longe da idealidade das definições que tratam da qualidade da música e de outros produtos culturais a serem difundidos pelas rádios comunitárias e consumidos por seus ouvintes, tais como a “música de raiz” ou “música boa” (LUZ, 1999), a realidade complexa da dinâmica de oferta e de consumo de bens culturais gera uma enorme pressão sobre as rádios comunitárias e põe em xeque o exercício de uma proposta mais “pura” de programação comunitária. A religiosidade popular católica, a expansão dos grupos evangélicos, o interesse pelo forró tomam espaço no “dial” e reelaboram o discurso tradicional dos movimentos sociais sobre a democratização das comunicações, bem como sobre o controle social das radiocom.

A introdução de um repertório consagrado pela comunicação de massa começa a ser vista não como alienação ou capitulação da proposta política inicial das emissoras, como nos anos 1980, mas como uma forma de trazer para dentro das radiocom a pluralidade social existente fora delas (OLIVRIRA, 2002). Se a leitura tradicional das rádios e seu papel político não constituem um

⁵ Durante a audição de uma emissora comunitária localizada em um bairro onde morei por muitos anos, percebi, surpresa e comovida, a importância da publicação, através da rádio, da vida cotidiana do bairro. A menção aos mercados onde se compra diariamente, os eventos que reúnem seus moradores, a vida cultural das escolas, os recados que os moradores se enviam durante os programas, tudo isso compõe um mapa da vida social do lugar. Eles atribuem valor simbólico positivo à vida comum, tornam o que era antes imperceptível, a dinâmica cotidiana do lugar, em elemento para ser ouvido, discutido e reconhecido, o que vai além das funções de simplesmente informar ou entreter através de uma programação musical. Naquele momento da audição, moradora que fui, senti uma emoção estranha, a de ter sido parte daquele universo que a rádio irradiava.

repertório em desuso, elas não são mais exclusivas e dividem terreno com todas essas novas apropriações.

O trabalho me mostrou ainda que a comunicação comunitária é um exercício recente, um aprendizado da relação das rádios com os ouvintes e com a vida do lugar onde se inserem, o bairro. Esse espaço público desprezado durante muito tempo pelas emissoras comerciais, começa a ser objeto de interesse pela ação das rádios comunitárias. Aquilo que antes passava como dado menor da vida desses bairros agora ganha visibilidade. Talvez não da forma idealizada como inicialmente se pensa o papel dessas emissoras, e muito mais por uma relação concorrencial de mercado que elas estabelecem entre as emissoras comerciais e entre elas próprias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

CANCLINI, N. G. 1999. *Consumidores e cidadãos: conflitos, multiculturais da globalização*. 4ª edição, Rio de Janeiro, Ed. UFRJ.

CAPELATO, M. H. R. 1998. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: _____. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. Campinas, São Paulo: Papirus, p. 63-97.

COELHO NETO, A. 2002. *Rádio comunitária não é crime. O direito de antena: o espectro eletromagnético como um bem difuso*. São Paulo: Ícone.

COGO, D. 1998. *No ar ... uma rádio comunitária*. São Paulo: Edições Paulinas,.

COSTA Jr., A. de O. *Da clandestinidade à legalidade: o discurso social sobre as rádios comunitárias*. Dissertação de Mestrado, ECO, UFRJ, 1999. Mimeo.

DELLA CAVA, R.; MONTERO, P. 1991. *E o verbo se faz imagem: Igreja Católica e os meios de comunicação no Brasil: 1962-1989*. Petrópolis, Vozes.

DEL BIANCO, N. R. ; MOREIRA, S. V. 1999. *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro, EDUERJ; Brasília. D.F., UNB.

DOIMO, A. M. 1995. 'A vez e a voz do popular': substrato comum e linguagem. In: _____. *A vez e a voz do popular: movimentos sociais e participação política no Brasil pós-70*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará-Anpocs. p.123-150.

ELIAS, N. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

ELIAS, N.; SCOTSON, J. 2000. *Os estabelecidos e os "outsiders"*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor,.

FUSER, B. Rádios Comunitárias em Campinas: a perda de espaço da alternativa popular. Anais do XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2002. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/2002/np12/np12fuser.pdf>> Acesso em: 22 ago 2003

GOHN, M. da G. 1997. *Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. 3ª edição. São Paulo: Edições Loyola.

HABERMAS, J.. 1984. *Mudança estrutural na esfera pública: investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

HALL, S. 2003. Notas sobre a desconstrução do popular. In: _____. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: UNESCO, p. 248-264.

HARVEY, D. 1996. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 6ª edição. São Paulo: Ed. Loyola.

LOPES, C. A. *Política pública de radiodifusão comunitária no Brasil – exclusão como estratégia de contra-reforma*. Dissertação de Mestrado, UNB, 2005. Disponível em <http://fndc.org.br/arquivos/radcomfinal.pdf>. Acesso em: 03 de nov. 2005.

LUZ, D. 2001. *Trilha apaixonada e bem-humorada do que é e de como fazer rádios comunitárias, na intenção de mudar o mundo*. S/E.

MARTIN-BARBERO, J. 2001. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2ª ed. Rio de Janeiro.

MATOS, T. C. F. 2000. *Memória e dádiva em uma rádio comunitária*. Dissertação de Mestrado, UFPB, mimeo.

NUNES, M. V. Rádios comunitárias nas eleições 98: exercício da cidadania ou instrumentalização da participação popular? Anais do XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2000. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/2000/np06/gt06NUNES.pdf>> Acesso em: 22 ago 2003

_____. As rádios comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício da cidadania ou instrumentalização (1998-2000). Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte 2003. Texto completo disponível em CD ROOM.

OLIVEIRA, C. T. F. *Escuta sonora: educação não-formal, recepção e cultura popular nas ondas das rádios comunitárias*. Tese de doutorado, Faculdade de Educação, Unicamp, mimeo, 2002.

ORTIZ, R. 1995. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5ª edição. São Paulo: Brasiliense,.

SORJ, Bernardo. 2003. *brasil@povo.com: a luta contra a desigualdade na sociedade da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor; Brasília, D.F.: UNESCO.

_____. 2001. Novas tendências do conflito social: entre a juridificação e a judicialização. In. _____ *A nova sociedade brasileira*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

TAVARES, R. C. 1999. *Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, radiodifusão no Brasil e no mundo*. 2ª edição, São Paulo: Harbra,.

THOMPSON, J. B. 1998. A mídia e o desenvolvimento da sociedade moderna. In._____. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 4ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes,., p. 47-76

WEBER, Max. 1994. *Economia e sociedade: fundamentos de sociologia compreensiva*. 3ª edição. Brasília, D.F.: Editora da Universidade de Brasília,., Volume 1.