

Os dilemas da radiodifusão de proximidade em Portugal e no Brasil

Flávia Santos
Universidade Nova de Lisboa

Resumo

O modelo da radiodifusão de proximidade é caracterizado neste artigo pelas rádios locais e comunitárias em Portugal e no Brasil. De acordo com os diplomas legislativos que regulam estes pequenos *media*, tais rádios devem atuar em prol dos interesses de uma audiência fragmentada em comunidades, municípios, bairros, concelhos. Ambas as rádios atuam de maneira similar, mas, funcionam sob sistêmicas operacionais particulares. Por outro, ambos os modelos de rádios enfrentam problemas em comuns que afetam suas estruturas de funcionamento e as colocam em posição desfavorável no campo dos *media*. Tais problemas vêm descaracterizando o setor nas questões sobre a proximidade da informação e participação do público local no dia-a-dia da rádio. A experiência portuguesa e aquela observada no Brasil apontam para um diagnóstico prévio da atual situação e crise da radiodifusão de proximidade provocada também pela ineficiência ou falta de políticas públicas para este setor. Sob a argumentação de que estes *media* estão a perder representatividade na propagação dos interesses das audiências fragmentadas locais e comunitárias, o ponto central do artigo é descrever a atual sistêmica operacional da radiodifusão de proximidade observados no Brasil e em Portugal apontando as atuais fragilidades.

Palavras-chaves

Informação de proximidade, Rádios locais, Rádios comunitárias, Portugal, Brasil

Media de proximidade e interação social

Consideramos *media* de proximidade todos os meios de comunicação social que possui um vínculo territorial e editorial com audiências restritas pertencente a uma comunidade de bairro, vila, município, concelhos. A rádio têm sido um dos meios bastante utilizado para representar essa modalidade de comunicação devido à expansão desse veículo no seio de comunidades e regiões com pouca visibilidade mediática nacional.

As rádios com vocação de proximidade se apresentam com diferentes denominações dependendo do país de origem, mas, no geral podem servir de instrumento de publicização dos problemas coletivos mediante discussões pautadas durante a programação das respectivas rádios. A dinâmica do microfone aberto, onde os ouvintes participam e opinam sobre as mais diversas temáticas, cria condições para formar uma arena deliberativa de conscientização política dos problemas e deveres de todos os interessados aumentando, desta forma, o papel dos sujeitos sociais coletivos na participação da vida pública e cidadania.

Pedro Jorge Souza (2007:5) lembra que o fenômeno da comunicação de proximidade ou “comunicação social regional local” para além de cumprir as funções clássicas de informar, formar, entreter, também se define enquanto espaço de convívios. O seu produto informativo é de utilidade pública que ajuda a integrar os membros de uma comunidade ou região.

De acordo com Souza, o conceito de comunicação social regional e local não abarca as comunidades desterritorializadas já que se espera um processo não apenas informativo, mas, dialógico entre os *media* e seus públicos (Idem:4). Ou ainda como reforça Miguel de Moragas (2000 : 34) a regionalização dos *media* não é apenas o lugar da mediação técnica. Se permite também a ultrapassagem para uma comunicação interpessoal aproximando os interesses em comum.

Em sua teoria da ação comunicativa Jürgen Habermas reforça a importância do projeto de comunicação entre os sujeitos na condução de suas ações. “O conceito de ação comunicativa se refere a interação de pelo menos dois sujeitos capazes de falar e agir que (seja por meio verbais ou extra verbais) entabulam uma relação interpessoal. Os atores buscam entender-se sobre uma situação prática para poder coordenar de comum acordo seus planos de ação e com isso suas ações” (Habermas,1997:174).

No sentido atribuído por Habermas, a comunicação social pode ser entendida como mecanismo de coordenação desta ação comunicativa definida como uma ação voltada para o entendimento baseado num processo cooperativo de interpretação. Os participantes desse processo dialógico se referem simultaneamente a ações no mundo objetivo, social e subjetivo permitindo que as pessoas realizem seus planos em comum acordo definida em comum.

A presença de um espaço discursivo mediado pela rádio de proximidade é um viés para se pensar as novas versões da participação social na vida política e pública mediante a contribuição popular nos debates pautados pelas rádios que despertam a participação dos ouvintes. Neste caso a informação de proximidade de interesse social traduz-se em relação de reconhecimento mútuo entre os participantes e se constroi sob os pilares das experiências societárias de um determinado público local ou geograficamente definido.

Informação de proximidade

Como já exposto anteriormente, a comunicação regional e local tem como ponto de partida a informação mais próxima do cidadão. Interessa-nos aqui o meio radiofônico à luz das rádios comunitárias no Brasil e locais em Portugal, que independente da variação semântica, são constitucionalmente reconhecidas enquanto veículos de proximidade. Para o modelo da radiofonia de proximidade a presença territorial do veículo é importante porque garante, ao menos, um comprometimento geográfico e de fácil acesso a população.

O termo proximidade nos campo dos *media* desperta várias interpretações, sobretudo quanto à aplicação deste conceito. Baseando-se em resultados obtidos na sua pesquisa sobre o jornalismo de proximidade em Portugal Carlos Camponez (2005: 109) interpreta o conceito de proximidade a partir dos interesses dos *media* em propagar os territórios que lhes são próximos. Para este autor, a proximidade trata-se, portanto, de um compromisso assumido pelos *media* na produção e difusão da informação, independente de estarem perto ou longe de suas audiências.

Por outro lado, Gabriel Ringlet (apud Camponez, 2005: 101) destaca que a presença territorial é elemento chave na demarcação do local e da informação de proximidade. Segundo este autor, as notícias dessa natureza devem explorar conteúdos temáticos de uma geografia restrita. Ao analisar a imprensa local belga - francófona, Ringlet sugere

como resultado da sua pesquisa diferentes perspectivas de interpretação da informação local. Diz o autor que os “verdadeiros locais” fazem referências a um tipo de produção mais comprometida com o espaço territorial de seus públicos-alvos. Há um compromisso entre o jornal e os seus leitores. O “semi-local” encaixa-se dentro de um contexto onde a produção de conteúdo é realizada para fins comerciais no intuito de captar determinados leitores. Neste exemplo Ringlet afirma que a proposta mercadológica de produção confunde-se com os interesses locais. Os jornais que utilizam esse tipo de estratégia dedicam-se a temáticas locais e aproveitam para disseminar suas publicidades e editoriais políticos. Por fim o autor menciona o “falso local”. Segundo ele este tipo de informação em nada se compromete com os espaços locais e não colaborem para o exercício cívico dos cidadãos. Para caracterizar este tipo de local, Ringlet menciona os *magazines*¹.

As tipologias do local proposta por Ringlet alerta para a apropriação do termo local e sublinha que a aproximação territorial dos *media* não é suficiente para desenvolver um comprometimento social e produção do conteúdo informativo que atenda as expectativas das audiências locais. Da mesma forma, Xosé López García (1995) discute que o vínculo territorial não é condição única para manter o caráter pluralista e democrático do processo informativo local. A presença territorial dos *media* deve estar em consonância com o conteúdo informativo de interesse dos cidadãos. Nas palavras do autor: “A plenitude do processo mútuo entre *media* e público local só é alcançada quando os problemas do campo social em questão são valorizados. Pensar nas questões da proximidade geográfica exige por parte dos *media* uma reflexão no campo territorial da informação, atenção especial na produção noticiosa e na afirmação das identidades locais. Isto implica em uma nova demanda e ordenamento no arranjo da produção sistêmica desses veículos” (GARCÍA LÓPEZ, 1995: 12).

Rádios Comunitárias no Brasil: história e significados

No Brasil as rádios comunitárias começaram a ter maior projeção no início da década de 90 quando estes meios, ainda não legalizados, eram utilizados por comunidades de bairros e subúrbios das principais cidades brasileiras. Antes da proliferação destas rádios e da popularização da terminologia comunitária, durante as décadas de 70 e 80 o cenário da radiofonia brasileira era marcado por centenas de rádios livres ou piratas que

¹ Publicação periódica de cunho informativo jornalístico ou de entretenimento voltado para públicos segmentados.

transmitiam suas programações sem autorização prévia em consonância com o movimento de liberação das ondas na Europa.

No Brasil a união entre rádio e pequenas comunidades resultou num modelo de programação radiofônico vinculado às organizações populares locais a funcionar enquanto produto da comunidade. A gestão voluntária e coletiva fortaleceu os laços entre sujeito social e comunicação mediada desenvolvendo proporcionando uma programação baseada em informação, entretenimento e serviço de utilidade pública.

Portanto, o movimento das rádios comunitárias acabou por gerar uma política do fato consumado entre rádio e comunidade apoiado por organizações sociais. Somente na década de 90 com a aprovação da Lei nº. 9.612 de 19 de Fevereiro de 1998 estas rádios foram legalmente instituídas inaugurando no Brasil uma política de concessão de outorgas designada aos populares. O novo diploma legislativo instaura no Brasil o projeto radiofônico de proximidade de modo muito particular pelo fato de atribuir às associações comunitárias a autorização para transmitirem suas frequências e o gerenciamento da emissora.

De acordo com as especificações contidas no diploma legislativo, estes pequenos emissores devem ser transmitidos em Frequência Modulada (FM) com potência máxima de 25 Watts e antena não superior a 30 metros e dentro de um limite geográfico não superior a 1 km. Quanto às licenças, o prazo das autorizações é de 10 anos renováveis por iguais períodos. A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) é a entidade responsável pela regulação do funcionamento do setor, mas, a autorização para a exploração de serviços audiovisuais é atribuída pelo Ministério das Comunicações (MiniCom).

Quanto a estrutura administrativa, uma rádio de caráter comunitária pertence a entidades e associações sem fins lucrativos presentes na comunidade, cuja preocupação fundamental é ceder espaço para a expressão de vários setores e moradores locais com caráter pluralista ligada à projetos sociais e atividades culturais permanentes. De acordo com o Art. 7º da Lei de Radiodifusão Comunitária, tais entidades devem ainda ser legalmente instituídas e devidamente registradas em cartório público ou notário. Deve o estatuto da associação comunitária garantir que todos os associados tenham o direito de votar e de ser votado para todos os cargos de direção, bem como direito de participação e voto nas discussões sobre o funcionamento da associação ou fundação comunitária.

A entidade deve, ainda, contar com um Conselho Comunitário composto por no mínimo cinco integrantes representativos da comunidade local. O objetivo é fazer com

que este Concelho acompanhe a programação da emissora com vistas ao atendimento do interesse da comunidade e dos princípios estabelecidos pela Lei nº. 9.612/98. Uma vez registrada a entidade e atendidos todos os preceitos estabelecidos pela legislação, as comunidades estão enfim aptas a iniciarem o processo que pode levar a outorga de uma autorização de radiodifusão comunitária.

Segundo dados do Ministério das Comunicações, desde a publicação do primeiro aviso de habilitação em 1998 até 2006, foram 2.418 entidades que receberam autorização de funcionamento. Das 2.418, 514 contam com a licença provisória e outras 1.468 possuem a licença definitiva, restando 409² entidades que não contam ainda com licenças de acordo com os dados da tabela 1:

Tabela 1

RadCom	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
2.418	78	466	459	704	349	60	220	82

Dados da Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica (Serviços de Radiodifusão) do Ministério das Comunicações em Fevereiro de 2006.

Se por um lado a legislação da radiodifusão comunitária inova os preceitos de gestão e participação do processo informativo no campo mediático, do outro tende a ser bastante restritiva dados as mínimas condições técnicas de funcionamento garantida às rádios comunitárias. Ainda assim, há de se ressaltar a importância desses veículos comunitários e o seu papel social no interior das comunidades como porta-vozes de uma parcela da população desprovida de um canal de comunicação próprio. Essas emissoras representam a voz da comunidade fazendo-se ouvir procurando uma resolução para os seus problemas com vistas a um avanço social local, mesmo que sejam patentes as condições restritas de funcionamento.

Rádios locais em Portugal

Muitas das rádios locais atualmente existentes em Portugal são resultantes de um movimento de rádios livres que teve início nos finais de década de 70. Diferente do Brasil as rádios locais portuguesas não mantiveram uma relação direta com as comunidades locais nem tão pouco estiveram atreladas a movimentos sociais organizados que fizeram da rádio um instrumento político social. Em sua grande

maioria, as rádios são entidades privadas e muitas delas associadas a outros grupos de *media* regionais e nacionais.

Assim como em outros países da Europa houve em Portugal um movimento de rádios livres e piratas em sequência a tendência europeia de liberalização das ondas. As rádios livres em Portugal dão seus primeiros sinais no final da década de 70 e contestavam, sobretudo, o monopólio do sistema de radiodifusão centrada mãos do Estado e da Igreja, sendo esta signatária da Rádio Renascença (RR) e o Estado com a Emissora Nacional (RDP).

Com a revolução militar dos 25 de abril de 1974 instaurou-se no país o regime democrático. No campo legislativo foram aplicados novos diplomas para o setor da radiodifusão. As rádios livres foram então enquadradas na categoria de rádios locais. O processo de licenciamento dessas rádios tem início com a Lei nº. 8/88 de 11 de Março, substituída pela Lei nº. 87/88 de 30 de Julho. O diploma legislativo que regulamenta as rádios locais em Portugal não é de caráter exclusivista como ocorre no Brasil. A legislação para o setor da rádio é única e contém normativas para o exercício da radiodifusão em suas diversas modalidades e para o caso dos operadores locais lhes são atribuídas funções e obrigações específicas. Atualmente no país a radiodifusão é regulada pela Lei da Rádio de nº. 4/2001 implantada em 23 de Fevereiro daquele ano. O atual sistema de radiodifusão é regido ainda pelo Decreto-Lei nº. 7/2005 que introduziu algumas alterações ao sistema de incentivos aos meios de comunicação social.

De acordo com as definições contidas no Art. 4º da lei de 2001, as frequências de radiodifusão são distribuídas em três tipos de transmissões diferenciadas, sendo elas de caráter local, regional e nacional. As nacionais abrangem uma cobertura da generalidade do território nacional. Para as rádios regionais é permitido a cobertura de um conjunto de distritos no continente ou um conjunto de ilhas nas Regiões Autônomas (Madeira e Açores) ou uma ilha com vários municípios.

A cobertura das rádios locais fica destinada as áreas de um ou mais municípios, mas a legislação não é clara quanto ao limite de cobertura, como se verifica com as rádios comunitárias, cuja antena não pode exceder os 30 metros e raio de cobertura não

superior a 1 Km. Para além da tipologia das frequências, a legislação portuguesa distingue os conteúdos da programação entre rádios generalistas ou temáticas³.

Quanto ao processo administrativo, o Art. 3º da legislação portuguesa reconhece que a atividade da radiodifusão deve ser prestado por empresas de capitais públicos, privados ou entidades cooperativas. Em relação aos prazos de outorga, a legislação prevê um período de 15 anos, renováveis por iguais períodos.

A legislação portuguesa de radiodifusão permite a presença de um ou mais operadores em um único município, contanto que, as participações não exceda os 25% do capital social de mais um operador radiofônico que transmite em âmbito no local. Um outro dado a ser ressaltado é que a atual legislação portuguesa prevê um sistema de financiamento para as rádios locais, o que não se verifica no Brasil.

A atribuição das frequências locais é feita através de concurso público. A abertura de concurso público depende da vontade do Governo, mais concretamente de despacho conjunto dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da Comunicação Social e das Comunicações, após pronunciamento da ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social, entidade a quem compete atribuir as licenças e proceder às correspondentes renovações.

Pelo fato da radiodifusão local ser concedida a operadores privados, a lei portuguesa resguarda a estes o direito de escolha no que diz respeito ao conteúdo da programação a ser veiculado nas emissoras, mas, ao mesmo tempo impõe limites e obrigações na estrutura dos conteúdos. Atualmente em Portugal estima-se um número de 347 rádios locais de acordo com os dados da Anacom (Autoridade Nacional para a Comunicação). No entanto se verifica que este número se encontra desproporcionalmente distribuído entre as regiões do país, sendo a regiões sul e litorânea as zonas de maior concentração de rádios locais, enquanto que nas regiões mais afastadas a ocorrência dessas rádios diminui conforme mostra a tabela 2:

Tabela 2

Distritos	20
Aveiro	26
Beja	11
Braga	17
Bragança	11
Castelo Branco	11
Coimbra	18

³ O conteúdo de programação das rádios pode ser generalista ou temático. Consideram-se rádios generalistas as que têm uma programação diversificada e de conteúdo genérico e rádios temáticas as que têm um modelo específico de programação centrado num conteúdo musical, informativo ou outro.

Évora	13
Faro	22
Guarda	10
Leiria	19
Lisboa	30
Portalegre	8
Porto	28
Região Autónoma da Madeira	14
Região Autónoma dos Açores	20
Santarém	22
Setúbal	20
Viana do Castelo	12
Vila Real	12
Viseu	23
Totais	347

Fonte: Anacom/2006

A questão do financiamento

Um dos maiores entraves ao desenvolvimento e afirmação das rádios de proximidade No Brasil e em Portugal é a falta de incentivos, não apenas financeiros, mas também apoios que ajudem a valorizar o setor. A publicidade vem a ser a principal fonte de financiamento de muitas rádios locais. Em Portugal, muitas emissoras sobrevivem dos contratos assinados com empresas interessadas na publicidade local, ou ainda pela venda de espaço na programação a terceiros, a exemplo da Igreja Evangélica.

Com as rádios comunitárias, o processo não está a ser muito diferente. Conforme dados já constatados por estudiosos do meio, estas emissoras estão sendo utilizadas por atores sociais privados que propagam interesses político-partidário, econômico e religioso através das rádios comunitárias (Cf. Leal, 2004:17). Na pesquisa realizada por Márcia Vidal Nunes (2002: 64-65) sobre as rádios comunitárias no Estado do Ceará, a autora constatou que na cidade de Fortaleza, das 50 rádios comunitárias existentes apenas 5 funcionam sob a gestão de grupos comunitários.

Tais dados apontam para algumas das atuais fragilidades no setor de radiodifusão de proximidade no Brasil. As origens deste processo pode ser encontrada na própria legislação que limita diversos aspectos e não garante por parte do Estado nenhum tipo de financiamento, além de vetar a formação de redes e o impedimento de publicidade e venda de espaço na programação.

Dadas as restrições impostas pelo diploma que regulamenta as rádios comunitárias no Brasil, alguns estudiosos defendem que a referida legislação na forma como é

apresentada, se caracteriza não por um fator de inclusão, mas de exclusão radiofônica. Após elaborar um estudo com 14.000 processos de outorgas de radiodifusão comunitária que ingressaram no Ministério das Comunicações no Brasil entre Agosto de 1998 e Maio de 2004, Cristano Aguiar Lopes conclui: “(...)Era necessário, de algum modo, controlar o movimento de rádios livres e comunitárias, que emergiam como um novo ator na formação da opinião pública e, conseqüentemente, como um ator contra-hegemônico importante. E esse controle se deu por meio de uma legislação canhestra, que criou uma série de empecilhos artificiais à instalação de rádios comunitárias legalizadas(...) (LOPES, 2005:114).

Para as rádios locais portuguesas no abrigo da Lei nº. 4/2001 nomeadamente em seu artigo 11º e o Decreto-Lei nº. 7/2005 fica designado que as rádios locais dispõe de incentivos por parte do Estado, ainda que a aprovação destes incentivos dependa das particularidades dos projetos apresentados pelos interessados às autoridades e não significando que a legislação atenderá a demanda de todas as rádios.

A partir da publicação do Decreto-Lei nº. 7 de 6 de Janeiro de 2005, o Estado português lança outros incentivos às rádios locais, com duração de três anos, visando sobretudo a reconversão modernização de algumas emissoras e entende que o setor deva cada vez mais procurar estratégias comerciais e econômicas para a sua sobrevivência. Em outras palavras, estabelece a livre concorrência entre os mercados de radiodifusão e tende a diminuir a participação do Estado neste ramo.

Conforme descrito no texto inicial do mencionado decreto: “ O presente diploma resulta da vontade de alterar o modelo vigente da comunicação social regional e local e da consciência de que as reais condições económicas de Portugal aconselham uma melhor rentabilização dos recursos materiais e humanos e de que este segmento da comunicação social deve afirmar-se, cada vez mais, como um forte instrumento de promoção do desenvolvimento do País à escala regional, distrital e local. Pretende-se favorecer a predominância de um modelo do tipo empresarial em vez do modelo amador e proteccionista que ainda caracteriza a maior parte da comunicação social regional e local portuguesa. O objectivo é reduzir a intervenção do Estado e garantir que essa intervenção tenha um impacte positivo, quer na qualidade dos produtos de imprensa e rádio quer nos índices de leitura e de audiência de rádio em diferentes faixas etárias”. (DECRETO-LEI nº. 7/2005).

O diploma estimula o desenvolvimento de sinergias e reestruturação das empresas mediante o estabelecimento de parcerias estratégicas com partilha de custos de

atividades conjuntas entre empresas jornalísticas e de radiodifusão. A formação de sinergias e associação entre empresas de radiodifusão em Portugal é cada vez mais constante e começaram a aparecer antes mesmo da publicação deste diploma.

As rádios enquanto empresas privadas precisam manter-se através da publicidade e da venda do espaço dentro de suas programações, mas, se a esta são atribuídas frequências de âmbito local com a filosofia de propagar a informação de proximidade, este compromisso deve ser preservado. Como bem afirma Francisco Rui Cádima: “O facto de as rádios estarem viradas para as audiências, e para o mercado, não significa que tenham que abdicar de padrões de qualidade nem que se tenham que demitir das suas responsabilidades sociais, de espaço alternativo de discussão e de consciencialização política e social: a rádio tem um impacto social muito mais relevante do que um mero produto de consumo imediato”. (CÁDIMA, 2003:12)

Entre limites, avanços e controvérsias

A pesar dos diplomas jurídicos brasileiro e português atribuírem recursos legislativos específicos para o uso das rádios de proximidade, o acento no território prevalece escrito em ambos os diplomas determinando que as rádios comunitárias e locais desenvolvam uma modalidade de serviço de radiodifusão particular.

Diante da compreensão de que as rádios locais e comunitárias existem para propagar a informação de proximidade nas regiões onde transmitem suas frequências, e, ainda pela breve descrição dos setores aqui transcrito, apreende-se algumas limitações, avanços e por vezes controvérsias na lógica de funcionamento e nas políticas públicas voltados para o setor.

Desde a publicação da Lei nº. 9.612 não houveram alterações significativas no modelo das rádios comunitárias que há mais de uma década continuam a operar dentro dos limites restritivos da lei. A determinação de uma potência máxima⁴ de 25 watts, circunscrita num raio de operação de no máximo 1km e ainda a autorização de apenas um canal por localidade limita o público ouvinte das rádios e consequentemente dificulta a expansão deste setor nas comunidades ou localidades. E ainda como lembra Cristiano Aguiar (2005: 69) na prática, para poder se adequar à limitação de 1km de raio, as emissoras comunitárias não podem utilizar nem mesmo os 25 watts a que tem

⁴ Em geral, a definição técnica de emissoras de baixa potência engloba rádios com até 250 watts de potência, ou seja, 10 vezes mais do que o estabelecido na legislação.

direito, pois terão de ajustar seus transmissores para uma potência de, no máximo, em torno de 10 watts. Essa previsão legal faz com que, rotineiramente, as emissoras de rádio comunitária atendam a uma comunidade muito pequena. A formação de redes é outra restrição técnica que impõe limitações e conduz ao isolamento dessas rádios, vetando a formação de sinergias e a troca de informações entre comunidades de outras localidades.

Ainda no campo das restrições impostas pela legislação das rádios comunitárias prossegue-se com a matéria publicidade. Não está autorizada pela legislação a venda de espaço a publicidade de terceiros no tempo de antena permitido, nem a entrada de publicidade de outras rádios comerciais ou anunciantes que não sejam aqueles pertencentes a comunidade. A legislação prevê como forma de financiamento apoios culturais revertidos em contribuição financeira doada pela comunidade ou ainda dos anúncios de comerciantes locais.

Se, por um lado, as restrições à publicidade convencional nas emissoras de radiodifusão comunitária são importantes para evitar que essas terminem por se transformar em mais uma entidade comercial, por outro estabelecem um grande entrave à sobrevivência dessas emissoras, uma vez que limita consideravelmente as formas de captação de verbas para a manutenção de seus serviços.

No que compete as outorgas ou licenças, a municipalização⁵ das outorgas para funcionamento das rádios vem a ser questionada de modo que os municípios possam intervir neste matéria na tentativa de desafogar os processos que tramitam no Congresso Nacional. Sobre a municipalização destas rádios o jurista Paulo Fernando Silveira esclarece: “A lei federal só tem validade quando está dentro do princípio federalista. Fora deste âmbito, ela não vale mais do que a lei municipal porque cada ente político tem sua esfera de atuação e que tem que ser respeitado para dividir aquele poder político” (SILVEIRA, 2001:147)

No campo da gestão das rádios comunitárias, Marcia Vidal Nunes (2002) aponta outros problemas de ordem administrativa que vem a interferir nos princípios comunitários e sociais dessas rádios. A autora realizou um estudo sobre estes veículos no Estado do Ceará no Brasil e constatou uma realidade que vem a agravar a situação dessas rádios enquanto instrumento social.

⁵ A municipalização já existe no Estado de São e outros, mas ainda é um numero limitado

A pesar da legislação brasileira proibir a concessão de frequências comunitárias a políticos e partidos, muitos deles se apropriam destas rádios como moeda política e captação de votos em período eleitorais, como denuncia a autora: “Muitas rádios são montadas por políticos para serem utilizadas durante a campanha eleitoral e, depois, revendida para comerciantes locais com um custo relativamente baixo, em torno de R\$ 10 000,00 a R\$ 15 000,00, a rádio apresentada à população como supostamente “comunitária” tem programação predominantemente comercial (com grande quantidade de programas musicais), muita publicidade vendida a um preço bem mais baixo do que as emissoras comerciais costumam cobrar e divulgação sistemática do candidato ou político que a patrocinou”(NUNES, 2002:10).

Quanto a legislação portuguesa há de se ressaltar algumas políticas direcionadas para o suporte financeiro das rádios locais, entre elas, o incentivo do Estado à Comunicação Social local abarcando também a iniciativa multimédia. Esta iniciativa materializa-se numa comparticipação do Estado de um montante que não exceda 50% do financiamento necessário à execução do projeto aprovado pelas entidades responsáveis. De acordo com dados do Gabinete para a Comunicação Social⁶ em 2007 foram beneficiadas 18 rádios locais nomeadamente aquelas localizadas nas regiões norte do país, onde o número de emissores dessa natureza é escasso.

No entanto, a pesar da legislação portuguesa abarcar pontos importantes como é o caso dos incentivos do Estado para este setor, há tempos as rádios locais estão emersas num quadro de instabilidade financeira muito anterior a publicação do Decreto-Lei nº. 7/2005. Uma das críticas mais relevantes feitas pelos estudiosos portugueses no assunto é que as rádios locais sobrevivem em concorrência com outras rádios e por isso são demasiadamente dependentes da exploração comercial deixando de lado a vocação local.

Rogério Santos (2006:255) faz um balanço da radiofonia local em Portugal no ano de 2006 citando entre outros problemas a deslocalização de centros de emissões das rádios para fora dos Concelhos onde transmitem e o incumprimento de normas que estabelecem uma programação própria de oito horas diárias. Ainda no campo da programação, muitas frequências locais oferecem aos ouvintes um modelo de programação temática baseado em conteúdos musicais similar ao modelo das programações das grandes emissoras comerciais.

⁶ Disponível em: <http://www.ics.pt>

Outro dado constatado em nossa observação comparativa é que as rádios que utilizam a frequência local generalista não possuem na grelha programas (salvo as poucas exceções) que abram espaço para os moradores do Concelho opinarem sobre um tema ou discutir assuntos de interesses comuns. Os noticiários misturam os conteúdos nacionais, regional, internacional e local, que em sua maioria apresentam assuntos ligado ao desporto local e as ações da Câmara Municipal e do Concelho.

O Anuário da Obercom 2005-2006⁷ revela outros dados que apontam para uma realidade de descompasso geográfico na distribuição das emissoras locais em Portugal. De acordo com a pesquisa divulgada pela instituição observa-se uma grande concentração dessas emissores na região de Lisboa que corresponde a 8,6%. O segundo lugar é ocupado pelo distrito do Porto com 28 (8,1%), seguindo - se Aveiro que contabiliza 26 (7,5%).

As desigualdades geográficas ficam ainda mais patentes quando consideramos os distritos de Portalegre, no interior do país com apenas 8 rádios (2,3%) em funcionamento. Portanto esses resultados trazem a tona o problema da má distribuição das frequências locais em Portugal ficando em desvantagem as zonas do interior do país que por vezes, são aquelas que mais necessitam de veículos que as representem e atendam a demanda informativa da região.

Considerações finais

Entre avanços recuos e controvérsias podemos constatar que o setor radiofônico vocacionado para públicos locais ou comunitários merece ser revisto mediante novas políticas de comunicação que tornem este sistema mais eficiente. A autonomia e eficiência destes setores dependem de estratégias e incentivos que preservem o caráter representativo da informação de proximidade, o que significa um caminho mais curto para o retorno da participação do público através da comunicação mediada pelas rádios. Para isso é preciso intensificar a fiscalização e eliminar os entraves que impendem o desenvolvimento da produção informativa local de qualidade.

Nesses termos, consideramos o Estado como definidor primário na implantação de políticas públicas no setor da comunicação social e ator responsável pela canalização de incentivos e abertura para novos canais difusores da informação de proximidade. Entendemos que os meios locais constituam alternativas à construção uma esfera

⁷ Disponível em :<http://www.obercom.pt>

pública mediatizada, mas que deve ser em primeiro lugar garantida através do financiamento público e com certa isonomia em relação aos meios privados. Portanto a comunicação social de proximidade se traduz em uma questão a ser considerada e resolvida com a intervenção do Estado, sobretudo quando esse serviço se traduz em um forte instrumento para promoção da integração sócio-cultural.

Só assim podemos garantir um modelo de comunicação social local que colabore para o alargamento da esfera pública e democratização do acesso aos *media*, tendo em conta o atual modelo globalizado das comunicações e da informação pouco contempla as necessidades, demandas e especificidades locais.

Referências

CÁDIMA, Rui. (1999) “Local versus Global in Desafio dos novos Media”: a nova ordem política e comunicacional. Lisboa: Editorial notícias.

_____. (2003). “Os Media Regionais em Portugal” in Relatório Anual da Comunicação Lusófona. Lisboa.

GARCÍA, Xosè López. (2002). “Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os medias locais na sociedade glocal”. Revista Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Vol.4, 199-206.

HABERMAS, Jürgen. (1997). “Direito e Democracia: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro”: Tempo Brasileiro”, volume II.

LEAL, Sayonara (2004). "Communication public policies for community radios in Brazil: discrepancy between rights and reality". Paper apresentado na 24ª Conferência e Assembléia Geral da IAMCR/AIECS/AIERI, Porto Alegre, Brasil.

LOPES, Cristiano Aguiar. (2005) “Política Pública de Radiodifusão Comunitária no Brasil: Exclusão como estratégia de contra reforma”. Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília.

_____. (2006) “Proposições que tratam das rádios comunitárias em tramitação na Câmara dos Deputados”. Estudos da Consultoria Legislativa, Brasília.

SANTOS, Flávia. (2005) “Rádio e Televisão Comunitária: Uma Integração dos Movimentos Populares”. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Estadual do Rio de Janeiro.

SANTOS, Rogério. (2005) “Rádio em Portugal: tendências e grupos de comunicação na actualidade”. Revista Comunicação e Sociedade, vol.7, pp. 137-152 .

SILVEIRA, Paulo Fernando. (2001) “Rádios Comunitárias”. Belo Horizonte: Del Rey.

NUNES, Márcia Vidal. (2005) “As Rádios Comunitárias nas Campanhas Eleitorais”. Revista de Sociologia e Política, nº22, p. 59-76.

PERUZZO, Cecília M.K. (1998) “Comunicação nos movimentos populares: a participação nas construção da cidadania”. Petrópolis: Vozes.

SOUZA, Jorge Pedro. “Comunicação Regional e Local na Europa ocidental: Situação geral e os casos portugueses e galegos” (on-line) disponível em: www.ubbi.bocc.pt (Consultado em maio de 2007)

SPÁ, Miguel de Moragas. (2000) “Televisión y regionaes en desarrollo. Possibilidades en la era digital”, in Televisión y Desarrollo – Las Regionaes en la era Digital, Badajoz, ed Junta da Extremadura.

Legislações consultadas

Lei da Radiodifusão Comunitária nº 9.612 Brasília – DF, 1998.

Lei da Rádio Portuguesa nº4/2001 Lisboa 2001.

Decreto-Lei nº 7/2005, Lisboa e de Janeiro de 2005.

Sites consultados

www.anacom.pt

www.ics.pt

www.radcom.mc.gov.br

www.sistemas.anatel.gov.br