



A apropriação do processo regulatório da digitalização do rádio e da TV por parte de iniciativas de Comunicação Comunitária no Estado do Rio de Janeiro¹

Adilson Vaz CABRAL FILHO²

Paula Guimarães Ribeiro PONTES³

Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ

RESUMO

A proposta deste artigo é compreender o envolvimento de iniciativas de comunicação comunitária, tomando por base duas rádios comunitárias e dois canais de TV a Cabo do Estado do Rio de Janeiro, nos processos regulatórios relacionados à digitalização desses meios no Brasil. Demonstra que essas iniciativas ainda não investem na apropriação de processos regulatórios em relação às mudanças que a digitalização do rádio e da TV já vêm apontando, considerando uma análise conjuntural a partir da I Conferência Nacional de Comunicação e do início do governo Dilma. Trata-se de uma pesquisa realizada dentro do projeto “Os territórios da comunicação comunitária diante da digitalização das mídias”, apoiado pela Universidade Federal Fluminense, a partir do Edital PIBIC/CNPq de 2010-2011.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária; Políticas de Comunicação; Apropriação social das TICs; TV Digital; Rádio Digital; Estado do Rio de Janeiro.

Introdução

O presente artigo é relacionado a pesquisas anteriores no campo das Políticas de Comunicação, com ênfase na Comunicação Comunitária como área de atuação. Parte de um cenário que tem na I Conferência Nacional de Comunicação (I CONFECOM), realizada em Brasília, no ano de 2009, um espaço de confluência de ideias e revigoração de ânimos e perspectivas, mas que tenta ainda, ao longo de dois mandatos de governo Lula e do atual mandato do governo Dilma, reivindicar a legitimidade de seu espaço, diante da cada vez mais urgente necessidade de não se perder o iminente bonde da digitalização da TV e, talvez futuramente, o do rádio.

A mobilização impulsionada em 2009, por ocasião da I CONFECOM, foi desacelerada diante do envolvimento de muitos de seus atores na disputa eleitoral para a Presidência, que culminou na vitória da candidata do PT, de Lula e, portanto, do

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Políticas Sociais da Universidade Federal Fluminense - UFF, pesquisador e publicitário. Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE – Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência. Email: acabral@comunicacao.pro.br.

³ Estudante do Curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Universidade Federal Fluminense (UFF), email: paulagr_pontes@hotmail.com



governo, Dilma Rousseff. Apesar do arrefecimento próprio do processo eleitoral não ser necessariamente estranho, não é possível dizer que houve uma paralisação por completo: foram realizadas importantes sistematizações do documento final da I CONFECOM, evidenciando as principais propostas e áreas de atuação dentre as quase 700 propostas do documento final da Conferência.

Com a posse de Dilma Rousseff e a nomeação de Paulo Bernardo, oriundo do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão no governo Lula, para a pasta das Comunicações, um primeiro consenso possível foi o de que a área passará a ter um papel estratégico nesse novo mandato. O desafio que permanece é compreender esse papel como favorável à implementação de princípios democráticos nas Comunicações do país.

Foi criado pelo Ministério das Comunicações, logo no início da gestão, um Grupo de Trabalho para elaborar uma proposta de Marco Regulatório a ser debatida ao longo do primeiro ano de governo e apresentada ao Congresso. A falta de clareza sobre se as definições da I CONFECOM serão consideradas, além da falta de compreensão do papel e do reconhecimento das iniciativas de comunicação comunitárias e suas entidades representativas nesse processo, reforçam o permanente envolvimento desses atores na apropriação de um processo regulatório que viabilize e sustente suas atividades dentro do sistema de comunicação do país.

Diante dessa necessária contextualização, a proposta desse artigo é a de compreender em que medida se dá a apropriação do processo regulatório da digitalização da TV e, futuramente, do Rádio, bem como analisar de que modo essa temática vem sendo apreendida no âmbito das iniciativas existentes, dentro do próximo desafio que será a definição de seus espaços de atuação.

Dentro do âmbito do projeto de pesquisa “Os territórios da comunicação comunitária diante da digitalização das mídias”⁴, são analisadas duas rádios comunitárias (Novos Rumos, de Queimados e Pop Goiaba, de Niterói) e dois canais comunitários de TV a Cabo (dos municípios do Rio de Janeiro e de Niterói).

A partir de um amplo levantamento de informações que essas iniciativas disponibilizam na Web, foram realizadas entrevistas em profundidade com os ativistas dessas iniciativas, sobre aspectos relacionados à gestão, à programação, à produção, à linguagem e ao formato dos programas, à articulação com os movimentos sociais e à

⁴ Apoiado pela Universidade Federal Fluminense, a partir do Edital PIBIC/CNPq 2010-2011.



transição para o digital, buscando saber, em especial, como se inserem no movimento mais amplo de lutas pela democratização da comunicação no país.

1. A prática da política

1.1 Um breve histórico

Definitivamente não é fácil a vida de quem se dispõe a fazer comunicação comunitária no Brasil! Se as rádios comunitárias contam com uma regulamentação desde 1998 (Lei 9612/98 e decretos posteriores), mas que as limita a 25 watts de potência, 1 km de raio, 4 km mínimos de distância uma da outra, antena com não mais de 30 metros de altura do nível do mar, as TVs Comunitárias existiam de modo precário, isolado e informal até o surgimento da Lei de TV a Cabo 8977/95, que limitou a um canal comunitário por área de outorga, a ser implementado por todas as organizações da sociedade civil de cada localidade. Sem fundo de apoio por parte do Estado, sem a possibilidade de verbas publicitárias de caráter público, tais iniciativas “surtem de maneira autônoma e são obrigados a encontrar suas próprias alternativas para viabilização econômico-financeira” (PERUZZO, 2007, p. 61), resistindo em sua tentativa de continuidade diante de todo um cenário que lhes é desfavorável, a despeito da Constituição Federal, que prega uma ainda enigmática complementaridade dos sistemas estatal, público e privado, em seu artigo 223.

Como se isso não fosse o suficiente, o Decreto 5820/2006 (2007), que trata da implementação da TV Digital Terrestre brasileira no país, a partir do chamado padrão nipo-brasileiro, dá um passo atrás em relação à Lei de TV a Cabo, trazendo a proposta do Canal da Cidadania, que consiste num dos canais digitais de radiofrequência para exploração direta pela União Federal (cf art 12), disponível “para transmissão de programações das comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal” (cf art 13, inciso V), aberto à oferta de “aplicações de serviços públicos de governo eletrônico no âmbito federal, estadual e municipal” (cf art 13, inciso V, parágrafo 2º) e cujas programações são viabilizadas a partir da celebração de convênios a serem estimulados por parte do Ministério das Comunicações (cf art 13, inciso V, parágrafo 1º).



1.2 O que reivindica a CONFECOM?

Uma das propostas aprovadas na I CONFECOM explicita a compreensão das iniciativas e entidades de Comunicação Comunitária em torno do que desejam para sua visibilidade:

Regulamentar o artigo 223 da Constituição Federal, definido os sistemas público, privado e estatal. O primeiro deve ser entendido como aquele integrado por organizações de caráter público geridas de maneira participativa a partir da possibilidade de acesso universal do/a cidadão/s, suas estruturas dirigentes e submetida a controle social (1ª CONFERÊNCIA, 2009).

Dessa forma, buscam resgatar para si a propriedade do estatuto de público, reivindicando um sentido ainda em aberto desde a promulgação da Constituição Federal de 1988. Mais do que isso, a despeito de qualquer amarração conceitual (social, associativo, comunitário, etc), reivindicam um estatuto diferente do privado e do estatal, que contam com suas especificidades e projetos em curso, já acolhidos numa dinâmica de transição para o digital.

Mesmo dentro do chamado campo público das TVs, que se articula desde a realização do I Fórum Brasileiro das TVs Públicas, realizado em 2007, em Brasília, há uma superposição desses “sistemas”, na medida em que participam associações como a ABEPEC (com fins educativos e culturais, mas tendo estatais e privadas em sua composição), ABTU (majoritariamente de universidades privadas), ASTRAL (do setor legislativo, portanto, estatais), ABCCOM (comunitárias) e, mais recentemente, a FRENAVATEC (também comunitária, dissidência da ABCCOM).

Fica clara, portanto, a importância da continuidade desse debate, compreendendo a afirmação de critérios que tornem o sistema público (ou algo concebido como distinto do estatal e do privado) como de evidente interesse para a coletividade, sem distinção, reconhecendo suas particularidades em função da autonomia que reivindicam junto à sociedade e ao Estado.

Entretanto, a divisão entre sistemas permite a compreensão de que a incidência nos sistemas estatais e privados por parte da sociedade não seja importante, tensionando mais uma vez o próprio conceito da divisão por sistemas. Se a concessão de outorgas de rádios e TVs é pública, na medida em que exercida pelo Estado, cabe à sociedade estar envolvida na forma de mecanismos de gestão (regulação e fiscalização) e co-gestão (conselhos, ouvidorias) tanto nas iniciativas de caráter privado como nas de caráter estatal. Para Romão (2006, p. 21), um dos pontos que “definem o plano de existência e



validade do paradigma do Estado Democrático de Direito” é justamente “o reconhecimento dos direitos humanos como garantia de que todos os possíveis atingidos pelas decisões soberanas podem participar dos processos políticos e normativos dando seu assentimento (ou não) nos limites da Constituição”. Trata-se, portanto, de buscar equivalência de condições para participar do debate e da implementação do direito ao acesso a esses meios.

Enquanto o governo não se prontifica a apresentar sua proposta de marco regulatório, as rádios comunitárias e os canais comunitários de TV a Cabo seguem, através de suas associações, buscando modos de intervir no debate político através de ações no legislativo, visando a aprovação de fundos ou editais de apoio, ou ainda, na busca pela participação mais incisiva na EBC, através de seus Conselhos.

A apropriação do processo regulatório nesse momento de definição da digitalização no país é extremamente importante para evidenciar as demandas por parte das iniciativas de Comunicação Comunitária, que somente evidenciando seu envolvimento e disposição nesse processo é que será capaz de estabelecer princípios mais democráticos para a continuidade de suas atividades.

2. Na prática, a teoria é outra

A capital do Estado do Rio de Janeiro foi uma das primeiras a colocar em funcionamento seu Canal Comunitário de TV a Cabo no país, a TVCRio. Sendo a segunda a conseguir outorga através da Lei de TV a Cabo, sua inauguração aconteceu em 1996, depois de pouco mais de um ano na luta por um canal no sistema de televisão a cabo (tendo a NET como operadora). O canal é de utilização gratuita e, na forma da lei, o objetivo é possibilitar aos diversos setores da sociedade civil a expressão de suas ideias e opiniões. Para Raquel Paiva (2007, p.161), “assim como a TVCRio, qualquer veículo comunitário pode surgir com justificativas desde a necessidade de promover a circulação de informação entre os membros de uma comunidade até a divulgação de propostas e reivindicações”, tornando-se assim mais um desafio para sua manutenção.

O inciso IV do artigo 23 da Lei de TV a Cabo se refere a “um canal comunitário aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos”, em outras palavras, um meio oposto ao mercado, que pauta o lucro em primeiro lugar. As mídias comunitárias desejam seguir justamente esta linha oposta, inclusive e primordialmente com relação ao conteúdo vinculado. Entretanto, esta pequena regra traz



consequências não tão boas para o desenvolvimento de qualquer emissora, principalmente a comunitária.

Apesar destas mídias não terem fins lucrativos, ou seja, não terem como finalidade “a venda da programação”, todas precisam de algum dinheiro para se sustentar, visto que não são constituídas em torno de empresas, mas de associações. No caso da TVCRio que possui uma sede própria o custo médio mensal é de quinze mil reais somando custos básicos (luz, água, aluguel, telefone, manutenção de equipamentos e funcionários) e ajuda de custo.

Já o Canal Comunitário de Niterói apresenta um custo bem menor, embora não possua a mesma complexidade, nem a mesma infraestrutura. Para começar, o canal não possui sede própria. Desde seu início em 2000 e principalmente de dois anos e meio para cá, o canal comunitário está vinculado à Universidade Federal Fluminense, seja em sua sede, seja em seus custos básicos. Itens como aluguel, água, luz, telefone e manutenção de equipamentos são custeados pela Associação. Com isso, a UFF se torna uma das principais organizações financiadoras do canal, mas, não a única, pelo menos neste momento. Desde que saiu do ar em meados de 2008 (por motivos técnicos e burocráticos), os diretores e voluntários do canal continuaram se reunindo e organizando sua volta (prevista ainda para 2011, pois falta apenas sair a nova autorização da NET, empresa de TV a Cabo que disponibiliza este serviço no município). Mas, para que isso acontecesse, faltava outro financiador.

Mais recentemente conseguiram um apoio cultural através do Edital de Pontos de Cultura, do Ministério da Cultura (em torno de 180 mil reais, divididos em três anos), obrigatoriamente destinado à compra e manutenção de equipamentos e contratação de alguns funcionários. Porém, isto trouxe mais um custo, o contador (em torno de 550 reais). Ele organiza as finanças e, indiretamente, ajuda no melhor desenvolvimento do canal, dando mais credibilidade à associação e atraindo novos parceiros. Por fim, como toda organização, existem associados e são eles que sustentam este único (por enquanto) funcionário através de mensalidades (não há valor estipulado).

Assim como a legislação é separada para rádios e tvs comunitárias, distintos também são os custos, principalmente em relação ao montante. A Rádio Comunitária Pop Goiaba, do município de Niterói, por exemplo, apresenta custo zero na prática. Começou em 2002 (pelo menos como rádio, mas o movimento de músicos alternativos que gerou a emissora surgiu em 1998) e desde então, é vinculada a UFF, o que reforça sua ligação direta à Comunicação, principalmente em Niterói. É a universidade quem até hoje



disponibiliza os equipamentos, mas, apenas em seu início, a sede era num de seus *campi*. Mais uma vez, pela necessidade burocrática de adequação à lei, relacionada à proximidade com outra rádio que lhe era próxima, a Pop Goiaba teve que mudar sua sede.

Antigamente, os custos básicos eram “pagos” pela UFF. Hoje com sede no Largo da Batalha (bairro distante do anterior, São Domingos) instalou-se nos fundos da casa do presidente da rádio (e fundador), Cláudio Salles. Agora, a luz e a Internet são os únicos custos. A última, por ser vinculada à casa do presidente, é paga por ele. Já a luz é financiada pelos eventos culturais (principalmente shows) organizados pela rádio.

A rádio de Queimados, Novos Rumos, apresenta proporções um pouco maiores. Os custos mensais giram em torno de quatro mil reais (envolvendo água, aluguel, luz, telefone, Internet e manutenção/compras de equipamentos). Assim como as demais iniciativas citadas, a Novos Rumos é uma associação muito presente na sua comunidade. A rádio teve sua primeira experiência no ar em 1991, mas logo foi fechada. Apenas quatro anos depois conseguiu se manter funcionando (mesmo sem outorga, antes mesmo de existir a Lei de Radiodifusão Comunitária). Entretanto, somente em 2009 conseguiu a outorga e com ela mais custos. Para supri-los, além das mensalidades dos associados (que não cobrem nem 10% dos gastos), o apoio cultural de empresas em cada programa ajuda bastante.

Com esses quatro exemplos observa-se que, para ter uma sede própria, os custos aumentam significativamente, porém, como consequência, a programação e o conteúdo vinculado também melhoram. Outra observação diz respeito ao início de cada projeto. As iniciativas de Niterói começaram e continuam estreitamente ligadas ao meio acadêmico, a UFF, trazendo mais limitações, já que o apoio da universidade leva outros parceiros à compreensão de que não se precise mais nenhum apoio, inviabilizando ainda mais o desenvolvimento desses projetos. Já os veículos do Rio de Janeiro ligam-se mais a uma questão territorial (uma espécie de serviço à comunidade; um amplificador da voz do povo).

2.1. O perfil de cada iniciativa definido através da programação

A programação é um dos fatores que definem a qualidade de um canal de TV ou de rádio, podendo ser dividida em quatro partes: duração dos programas, quantidade (se existe ou não programas fixos) e tipos dos programas, produção e tempo de funcionamento da mídia.



A TVCRio tem uma grade composta por programas de horário fixo (produzidos pelas entidades filiadas ou contratos temporários) e também aleatórios (por demanda das entidades vinculadas, do acervo e de produtores independentes), o que preenche as 24 horas de programação. Os fixos têm em média de 30 a 60 minutos, enquanto que os aleatórios podem ter de 1 minuto a 1 hora. Os tipos são variados, mas a maioria deles se volta para o público específico da entidade produtora ou então, com caráter social (de interesse público) quando produzido pela própria TV ou produtores independentes. Vale lembrar que o tipo jornalístico ainda está em processo, já que requer maiores recursos.

O canal comunitário de Niterói está ainda no “plano das ideias”. Antes da paralisação de 2008, eram em torno de duas horas por dia de programas fixos, produzidos por eles, e as outras 22 horas de programas do acervo, das entidades e de produtores independentes. Hoje, a intenção é que, ao voltar ao ar, a TV possa ter cinco horas por dia de produções próprias e as outras 19 horas para os colaboradores (entidades, contratos temporários e produções independentes). Tal como a TVCRio, a TV Comunitária de Niterói já teve programas jornalísticos e também uma espécie de “fala povo”, no qual qualquer pessoa podia fazer uma reclamação ou um agradecimento (ambos os programas deverão ser mantidos). A duração dos programas tinha em média de 30 a 60 minutos e isto é algo que deve se manter.

A Rádio Pop Goiaba apresenta uma grade de programação que preenche as 24 horas do dia. Além de programas fixos ao vivo produzidos pelos locutores voluntários, as entidades (inclusive ONGs) e os “ouvintes”, a rádio possui também campanhas e vinhetas (programas gravados) em sua maioria de caráter social. Entretanto, a grade pode mudar ao longo de um ano, ou até menos, pois depende do voluntariado. Em geral, seus programas são musicais com caráter educativo e de mobilização social. Todos têm de 30 a 60 minutos de duração.

A Novos Rumos traz a ideia de ser um amplificador do “desejo da população”. Com a porta do estúdio aberta, as pessoas (ouvintes) vão até lá para fazer alguma reclamação, cobrança ou até mesmo um agradecimento. Por isso, sua programação reflete bem esta característica. A rádio possui doze programas fixos de segunda a sábado (não há domingo por questões financeiras e falta de voluntários) que começam às cinco horas da manhã e terminam às 22 horas. A produção é feita pelas entidades associadas e os tipos são “misturados” (jornalístico, humorístico, educativo, entretenimento, outros). Um bom exemplo é o programa “Tribuna Livre”, um programa de entrevistas variável, dependendo do entrevistado.



As rádios e canais pesquisados apresentam produtores, formatos e programações semelhantes, cada qual adaptada a seu público-alvo e objetivo principal. Entretanto, as linguagens são semelhantes: uma linguagem mais coloquial e procurando ir de encontro ao convencional (aquilo que é vinculado nos meios comerciais). E, para que isso aconteça de forma mais natural possível, a participação dos ouvintes ou telespectadores é decisiva, seja na produção, seja na sugestão de pautas para os programas, seja na participação, enfim, o importante é que eles participem e se deixem participar.

2.2. A articulação social é uma “arma” decisiva no fortalecimento de um meio comunitário

Se um requisito fundamental para caracterizar algo como notícia é ter relevância social, nada mais justo que os meios de comunicação busquem isso, ainda mais os comunitários. Estes têm como finalidade a população. Os meios, assim como os professores, ou os políticos são formadores de opinião. Logo, nada mais coerente que cada emissora procure estas formas de articulação social.

Um ponto em comum na forma como estas mídias se articulam socialmente é com relação as suas campanhas. Tanto nas rádios Pop Goiaba e Novos Rumos quanto nos canais de Niterói e Rio de Janeiro apresentam em sua programação e/ou em eventos produzidos por eles iniciativas sociais como a prevenção contra a dengue, mobilização para arrecadação de doativos para os desabrigados das enchentes, vacinação, dentre outros. Ou também, com relação à melhoria na qualidade da comunicação do país através da participação de conferências municipais, estaduais e nacionais, além de movimentos associados a iniciativas nesta área como a ABRAÇO (Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária) ou da ABCCOM (Associação Brasileira de Comunicação Comunitária).

O Canal Comunitário do Rio, como uma de suas iniciativas, estimula a população a produzir seus próprios programas (que são veiculados no canal, mas também na Internet para ganhar maior dimensão) e a participar dos programas produzidos pela TVCRio. O site e as produções ao vivo (com telefone aberto) são um convite ao exercício da articulação social. Interessante e com um valor ainda mais significativo é a “escola de comunicação comunitária” que o canal está montando, com diversos cursos gratuitos na área de comunicação. Ou seja, qualquer um pode aprender como se faz um programa, os porquês de uma determinada abordagem, enfim, pode conhecer e escolher



o caminho de qual tipo de comunicação (comercial ou outro – comunitária, universitária, legislativa, educativa) que deseja seguir.

A TV de Niterói “levanta a bandeira da comunicação coletiva” não apenas no conteúdo, mas, principalmente na construção do programa (produção). Ela apresenta vários parceiros que são ONGs e sindicatos, o que acaba ajudando a entender melhor o interesse dos telespectadores. Até mesmo na busca por colaboradores, a divulgação da iniciativa social é feita. Com isso, a apresentação do projeto que engloba a participação do público e o interesse da sociedade é conhecida desde o início. Além disso, ações nas ruas são organizadas (dando a ideia das TVs de Rua) para que as pessoas possam conhecer melhor e até mesmo sugerir pautas para eles.

As rádios, por sua vez, fortificam a articulação social através de toda a programação (nas músicas, abordagem do programa, entrevistados, tema abordado). Elas procuram dar o máximo de abertura aos ouvintes incentivando, principalmente a mobilização social.

2.3. A mudança do analógico para o digital

Depois de conhecer quatro exemplos do que acontece com as rádios e os canais de televisão comunitários na prática, o próximo passo é conhecer as causas e as consequências da transformação do sistema analógico para o digital. Afinal, este é o objetivo principal do artigo.

O debate sobre a digitalização dos meios vem ocorrendo no Brasil há quase uma década. De acordo com Peruzzo,

o desenvolvimento tecnológico, a democratização da sociedade e a mobilização cível vêm ajudando a configurar novas manifestações comunicacionais. Com as devidas diferenças, em poucos anos o que era possível se concretizar apenas de forma ilegal e idealista, atualmente passa a ser quase “obrigação” em fazê-lo: a transmissão de imagens e sons através de canais de televisão por parte de organizações sociais sem fins lucrativos (2007, p.37).

Em 2006 o Decreto 5820 definiu o conjunto de padrões tecnológicos a serem adotados para transmissão e recepção de sinais digitais terrestres de radiodifusão de sons e imagens. Em outras palavras, o governo escolheu qual a tecnologia que vai ser usada neste processo de mudança. Mas não foi definida a dimensão do investimento financeiro para viabilizar essa transição; se e como migrariam os canais comunitários de TV a Cabo para a TV digital, dentre outras questões relacionadas. Já o rádio nem teve ainda seu padrão tecnológico ainda definido. Infelizmente, a tecnologia parecia



ter chegado para melhorar, porém, pelo menos para os meios comunitários, isto não está acontecendo.

As rádios apresentam um agravante, porque a despeito do Decreto oficializando a mudança de tecnologia da TV Digital, essa definição não foi suficientemente trabalhada pelas rádios, apesar de já ter havido intensos debates em torno de suas possibilidades. A rádio de Queimados não conseguiu pensar na estratégia que vai usar para mudar para digital. Até porque ainda não é de conhecimento dos meios, nem de ninguém como vai ser a divisão das faixas, nem do alcance. Ou seja, uma nova lei ou pelo menos, uma alteração na Lei de Radiodifusão terá que ser feita. Para a Novos Rumos, um caminho a ser tomado pelas rádios comunitárias é a união, ao traçarem o mesmo objetivo. Com isso, conseguirão pressionar o Governo para tomar providências (mudar a lei e incentivar melhor as formas de financiamento dos meios comunitários, principalmente as rádios).

Um ponto em comum entre as rádios Pop Goiaba e Novos Rumos é a falta de estratégias para a transição dos sistemas. Para a rádio comunitária de Niterói não é possível dar um passo maior que a perna. Em outras palavras, eles já enfrentam tantos problemas financeiros, como podem pensar numa transformação que nem no papel foi colocada? Porém, enquanto isto não acontece, a Pop Goiaba procura estar o mais próximo possível das decisões sobre esta transição. Participando de conferências de comunicação, se associando a organizações que lidam diretamente com as leis nesta área, promovendo campanhas para divulgar o que está sendo feito (também o que não está) para que a população também possa participar nas decisões.

Os Canais Comunitários de TV a Cabo também ainda não possuem um projeto definido para custear a transição do analógico para o digital. Entretanto, ambos são a favor da discussão. Não apenas sobre a mudança de tecnologia, mas também sobre a qualidade e alcance de transmissão, a importância desses meios e o que mais puder propiciar um debate amplo com a população sobre os rumos que devem ser tomados para a melhora das iniciativas comunitárias.

A TVCRio já participou de um episódio que pode refletir na luta que está por vir. Quando a NET, operadora de TV a Cabo da cidade do Rio de Janeiro, ao começar implantar a digitalização dos canais, queria deixar de oferecer aos assinantes o canal comunitário. Pois já que ele não era digital, não seria veiculado. Mas, como isso poderia acontecer se ainda não havia uma obrigatoriedade (e nem mesmo um suporte financeiro para mudança) da alteração do sistema dos canais existentes para o da transmissão digital de suas programações? Apenas com um Termo de Compromisso de Ajuste de



Conduta (TAC) pelo Ministério Público, a NET foi obrigada a manter o Canal em seus pacotes, porém impondo um grande investimento para a TVCRio.

As iniciativas comunitárias se fazem os mesmos questionamentos todos os dias: por quanto tempo ainda estarão no ar? Será que vão conseguir se manter, caso consigam mudar para o digital? São perguntas até o momento sem respostas. Os canais e as rádios esperam que, pelo menos em sendo adotada uma mudança, que ampliem e melhorem a qualidade da transmissão e conseqüentemente, atendam melhor a população. Pena que estas contribuições sejam cerceadas pelo medo da extinção dos meios comunitários e do alto custo que a transição para o digital estará impondo a seus produtores.

3. Militância como ativismo

O processo de transição para o digital está em curso no Brasil e as iniciativas de Comunicação Comunitária ainda insistem em permanecer ativas em suas lutas, seja contra a limitação no âmbito jurídico, seja pelo desafio de se sustentarem em seus custos de manutenção, diante das retaliações impostas por multas ou da apreensão de equipamentos por ordem policial, cujos relatos remetem até a rádios outorgadas, principalmente as mais ativas no movimento político que as articula.

Ao não compreender a importância das iniciativas no processo de afirmação da democratização da comunicação, a sociedade em geral e o conjunto das organizações sociais da área perdem legitimidade em suas reivindicações, já que são os ativistas em exercício que possibilitarão a pluralidade e a diversidade compreendidas num cenário de comunicação mais participativo, além da radicalidade de um movimento formado por suas bases. As redes de rádios e tvs ativas, dentre outras iniciativas no âmbito comunitário, como os telecentros, podem ser determinantes para alcançar bairros e comunidades, envolvendo o conjunto de seus atores na contribuição para o desenvolvimento local e comunitário.

As próprias iniciativas perdem, ao não se apropriarem no seu cotidiano, do processo regulatório relacionado ao sistema de comunicação de um modo geral, dentro do qual estejam inseridos. Assim, persistem sendo vítimas de legislações limitadas, de ações arbitrárias dos órgãos de fiscalização e repressão, mas principalmente, de uma movimentação da sociedade que não estabelece as demandas dessas iniciativas como prioritárias no conjunto de suas reivindicações.

O governo brasileiro, referenciado na esquerda e ligado ao Partido dos Trabalhadores, perde também, por chegar a quase uma década no poder e não ver uma



política consolidada de apoio à efetiva sustentabilidade das iniciativas de Comunicação Comunitária, que conjuge, nos dizeres de Dênis de Moraes (2009), interesses do Estado e de segmentos da sociedade civil, uma perspectiva que deveria se constituir num dos pilares de sua plataforma de governo para a área da Comunicação.

Assim, diante de um cenário em que quem milita politicamente na comunicação não é ativista nas iniciativas comunitárias e vice-versa, persiste o diagnóstico de inviabilidade de mudanças, apesar de persistir o funcionamento de rádios comunitárias e canais comunitários de TV a Cabo em todo o Brasil, além da compreensão de que, somente pela superação das limitações que justificam a ausência de protagonismo das associações de iniciativas de comunicação comunitária, será possível evidenciar uma indignação compatível com o atual descaso em relação ao setor.

Considerações finais

O recente debate sobre o marco regulatório das Comunicações reafirma a necessidade de maior envolvimento das iniciativas de comunicação comunitária na condução do processo regulatório. Não somente por ser essa a adoção de leis relacionadas à digitalização das mídias, mas para que seja garantida a amplitude de um debate pautado na pluralidade e na diversidade de setores que farão a comunicação de fato ser democrática.

Não está em jogo apenas a ampliação das comunicações para a participação de mais atores, compreendida dentro da lógica do mesmo mercado que se baseia na exacerbação do consumo e no envolvimento do consumidor, a partir de estratégias cada vez mais complexas que partem, inclusive, do próprio engajamento do público em seus veículos, adotando mecanismos diversos de estímulo à participação.

A despeito de promover uma já percebida descentralização das verbas publicitárias para veículos locais, além da interessante iniciativa dos Pontos de Cultura, o governo não fomenta as iniciativas de comunicação comunitária, legitimando a repressão sobre as rádios comunitárias e restringindo a ação dos canais comunitários de TV a Cabo.

As desavenças do setor não justificam possíveis desvios de conduta existentes, mas são decorrentes também da árdua necessidade de sustentação das iniciativas diante da precariedade de se fazer comunicação comunitária no país.

Superar esse hiato pela identificação das lutas em comum e da capacidade de resolver dissensos nos espaços devidos é o que se coloca como desafio para um



movimento que se construa de modo amplo, sendo esse desafio algo que a área acadêmica de Políticas de Comunicação não pode abrir mão de compreender com a atenção que lhe é devida.

REFERÊNCIAS

1ª CONFERÊNCIA Nacional de Comunicação. Publicado em 20 de dezembro de 2009. Disponível em http://www.confecom.com.br/down/propostas/relatorio_aprovada_completo.pdf. Acesso em 20 de março de 2010.

CABRAL, Adilson e DUARTE, Lívia D. M. Comunicações na era digital: a apropriação do processo regulatório pela sociedade civil In **Democracia e Regulação dos Meios de Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008.

DECRETO 5820/2006. Publicado em 29/06/2006. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm. Acesso em 11/01/2007.

MORAES, Dênis de (org.). **A batalha da mídia**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

PAIVA, Raquel (org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro, Mauad, 2007.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Televisão Comunitária: dimensão pública e participação comunitária na mídia local**. Rio de Janeiro, Mauad, 2007.

ROMÃO, José Eduardo Elias [et al.]. **Classificação indicativa no Brasil: desafios e perspectiva**. Brasília, Secretaria Nacional de Justiça, 2006.

UNESCO. **Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época**. Comissão internacional para o estudo dos problemas de comunicação. Rio de Janeiro: FGV, 1983.