

Com os ouvidos na cidade: o governo ouve rádio

Sandra de Deus¹

sdeus@terra.com.br

Resumo: O artigo trata de examinar como a Administração Popular (AP), em Porto Alegre, entre 1989-1990, utilizou o rádio para intervir na Cidade. Destaca-se que o governo não possuía emissoras sob o seu controle, mas se valia das manifestações dos ouvintes das emissoras comerciais para se fazer visível na mídia. Esta entrada do governo no rádio se deu de uma forma tensionada uma vez que a primeira providência do Setor de Comunicação da Administração Popular foi suspender toda a publicidade para os veículos de imprensa. O período de resistência em que o governo não pagou publicidade, foi marcado pela reclamação do ouvinte nos microfones.

PALAVRAS CHAVES: rádio – política - cidade

O uso do rádio como possibilidade de intervenção na cidade é uma prática política adotada por alguns governos. O rádio se constitui em um poderoso instrumento de comunicação política por ser um meio capaz de atingir com rapidez e baixo custo pessoas de diferentes e distantes locais geográficos ao mesmo tempo. Medir o grau desta intervenção gera dificuldades acadêmicas e políticas. A necessidade de aprofundamento/adensamento dos estudos sobre os usos do rádio pela política exige que esta inquietante relação passe a ser apreciada nas pesquisas acadêmicas e a despertar os governos para as possibilidades decorrentes da utilização das potencialidades do veículo. Antes de compreender o rádio como ferramenta de governo é imprescindível entender que os governos buscam todas as formas de visibilidade para se manter e, é através da mídia que conseguem este aparecimento público.

A relação entre mídia e política, em Porto Alegre, deve ser observada como sendo um estudo da comunicação entre governo, eleitores, oposição e poder econômico. No centro dessa relação, está o eleitor da cidade de Porto Alegre que, ao apontar problemas no transporte coletivo, nas sinalizações de trânsito ou na fiscalização das ruas, quer uma solução por parte do governo. A estrutura administrativa da Prefeitura é dividida em setores que respondem por determinadas áreas e serviços públicos. O caso de Porto Alegre, no final

¹ Jornalista, doutora em Comunicação, professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

dos anos 80 é particularmente interessante. Eram mais de 20 emissoras, entre AM e FM, quando o governo da Frente Popular (FP) decidiu monitorar seis delas durante 24 horas como forma de ouvir a cidade e se fazer ouvir, uma vez que um dos primeiros atos da Administração Popular foi suspender a publicidade na mídia. O governo não anunciava. Essas rádios faziam parte de um conjunto de emissoras que, naquele momento, destinavam mais espaço da programação para notícias, incluindo, aqui, todo o tipo de acontecimento, especialmente, aqueles provocados pela participação dos ouvintes. Eram monitoradas as Rádios Gaúcha e Guaíba que dedicavam espaço exclusivo para o jornalismo e as Rádios Farroupilha, Pampa, Bandeirantes e Princesa que abriam espaços para as reclamações dos ouvintes e transformavam essas manifestações em pautas. As seis emissoras estão vinculadas a, pelo menos, quatro diferentes grupos de comunicação que disputam o mercado publicitário e audiência do Rio Grande do Sul: Caldas Júnior (Rede Record), Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS), Rede Bandeirantes e Rede Pampa de Comunicação.

É necessário remontar o cenário apresentado em janeiro de 1989, pelo IBOPE² que revelava, através da pesquisa de mídia, que as duas rádios do Grupo RBS eram as mais ouvidas. A Rádio Farroupilha possuía maior número de ouvintes entre as classes C, D e E, com mais de 60 por cento da audiência e a Rádio Gaúcha era a mais ouvida nas classes A e B, com 26 por cento da audiência. A segunda emissora mais ouvida de acordo com o IBOPE era a Rádio Caiçara³, também integrante do grupo que detém o controle das Rádios Pampa e Princesa. A recorrência das discussões sobre mídia e política, especialmente, a mídia eletrônica deve refletir sobre a capacidade, a objetividade e as conseqüências do atravessamento.

Na esteira dos dados de uma audiência capitaneada por grandes grupos de comunicação, a Frente Popular (FP), ao ser eleita, em outubro de 1988, para governar a cidade de Porto Alegre, cujo mandato começava em janeiro de 1989, delineou a comunicação como estratégia de governo. A informação sobre os atos de governo era essencial para a democracia, para o enfrentamento e para o exercício da cidadania. A empolgação da eleição deu lugar à elaboração de uma proposta de comunicação capaz tanto

² Pesquisa realizada nos arquivos do IBOPE em maio de 2004.

³ A Caiçara não era monitorada pela escuta da Prefeitura. A explicação era a falta de equipamentos de gravação para atender todas as emissoras. Por isso está sendo desconsiderada no gráfico a audiência da Rádio Caiçara

de manter os cidadãos informados, independente da publicidade do governo na mídia, quanto de enfrentar a oposição e as possíveis críticas, e de obter informações para o governo sobre as expectativas dos cidadãos. A estratégia para dar conta da tensão gerada neste campo de força, formado por complicados processos administrativos do governo e uma comunidade carente de transparência passou a ser uma comunicação mais eficiente na resposta às reclamações dos cidadãos, veiculadas através do rádio. Dessa forma, foi estruturada a Coordenação de Comunicação Social (CCS), vinculada ao gabinete do Prefeito com um setor específico para tratar do rádio.

Para saber o que os moradores de Porto Alegre pensavam e o que estava sendo veiculado sobre o governo, a Comunicação optou por monitorar, escutar o que estava sendo divulgado nas programações e, especialmente, nos espaços dos ouvintes das rádios. Assim, entre as atividades que deveriam ser desenvolvidas pela Coordenação de Comunicação, estava o acompanhamento das demandas dos cidadãos através dos microfones de emissoras comerciais. A audição permitia ao governo intervir com imediatismo nas demandas dos cidadãos. O documento que constitui a Coordenação de Comunicação Social trata da “produção e monitoração de áudio e vídeo”, detalhando como sendo o

acompanhamento dos principais programas de rádio e televisão, das 07 às 24 horas. Produção de entrevistas de assuntos de interesse da Administração com integrantes do primeiro escalão; resposta imediata a denúncia e/ou críticas, mediante localização e contato com dirigentes; gravação e transcrição das matérias de interesse com posterior distribuição aos setores interessados.

A monitoração, aqui, traduz-se pela escuta sistemática, com a gravação de programas inteiros ou parte deles para serem ouvidos e decupados (degravados) para utilização pelo interessado na escuta (governo), capaz de dar resposta (ao ouvinte) para o que foi divulgado (pelo rádio). Em Porto Alegre, quando a escuta foi adotada pela Prefeitura Municipal (PMPA), com a denominação de “monitoração”, o objetivo era ouvir, gravar e degravar o programa, a entrevista, a notícia e, especialmente, as manifestações de ouvintes para, posteriormente, encaminhá-los ao setor responsável pelo assunto questionado.

A atividade que é tecnicamente simples - ouvir, gravar e degravar - é politicamente complexa, porque escuta as emissoras – Bandeirantes, Pampa, Farroupilha, Princesa, Gaúcha e Guaíba – com uma grade de programação não segmentada, com diferentes programas informativos, com entrada de ouvintes exercendo uma espécie de controle, de

fiscalização, o que mais se assemelhava a um “policiamento” do que era veiculado nas emissoras sobre o Governo e a Prefeitura. Essas emissoras veiculavam notícias com temas relativos ou de interesse da Prefeitura, durante as 24 horas de sua programação.

Iniciada a monitoração, em abril de 1989, a Coordenação de Comunicação diagnosticou que alguns programas eram mais procurados pelos ouvintes. Era nestes programas que se veiculava o maior número de assuntos relativos ou de interesse da Administração. Tais programas eram o “Bom dia Pampa”, pela manhã, na Rádio Pampa, com apresentação de Gilberto Gianuca, “Boa tarde Pampa”, à tarde, também, na Rádio Pampa apresentado por Beatriz Fagundes e “Comando Maior”, pela manhã, na Rádio Farroupilha, apresentado por Sérgio Zambiasi. Eram programas que naquele momento, dedicavam parte de seu tempo a ouvir as “reclamações” dos ouvintes nos espaços de serviço e jornalismo. Os demais programas, das outras quatro emissoras monitoradas, não veiculavam grande número de informações sobre problemas da cidade e não tinham uma participação direta dos ouvintes, fator que não os tornava significativos para a monitoração. De todos eles, o “Bom dia Pampa”, no início da monitoração, era o que mais espaço concedia aos ouvintes para abordarem temas relacionados com a Prefeitura. O programa, em alguns casos, já informava ao ouvinte de que esse seria atendido, porque o governo estava fazendo a escuta e poderia intervir direta ou indiretamente.

O Programa “Comando Maior” veiculado no horário da manhã, além de veicular reclamações dos ouvintes, pratica assistencialismo através de uma chamada rede de solidariedade que distribui cadeiras de rodas, remédios, empregos e roupas. No período analisado, o “Comando Maior” era o programa de maior audiência, segundo dados do IBOPE, mas não tinha o mesmo número de ouvintes reclamando serviços públicos. Os programas “Bom dia Pampa”, apresentado por Gilberto Gianuca, e “Boa Tarde Pampa”, apresentado por Beatriz Fagundes, capitaneavam o maior número de reclamações dos serviços públicos.

A estrutura operacional da monitoração também era simples. Na própria lauda era anotado o encaminhamento e que setor da Prefeitura deveria tomar as providências de responder ao ouvinte. Silveira⁴ assegura que toda a programação era ouvida e, conforme a

⁴ A jornalista Carmem Silveira foi a primeira coordenadora do Setor de Monitoração de Rádio. Concedeu entrevista por telefone, em 2003, e foi interlocutora de muitas informações sobre o Setor.

orientação, transcreviam-na na íntegra ou em tópicos. Essa transcrição era encaminhada “para todos os secretários, prefeito e vice que recebiam cópias do material produzido que dissesse respeito a um ou outro órgão ou que fosse comum a todos. “Anotávamos no pé da folha a providência tomada”, afirma a jornalista.

O número de “chamadas” para as rádios era elevado em se tratando de rádios comerciais, que possuem uma grade heterogênea, e, portanto, não permanecem 24 horas divulgando manifestações de ouvintes sobre problemas da cidade. São espaços radiofônicos, concentrados na programação em horários nobres do rádio, como manhã e tarde. Os arquivos da Prefeitura⁵ registram que as solicitações dos ouvintes, feitas nos programas de rádio estavam relacionadas a diferentes serviços, mas inicialmente se voltavam para os transportes urbanos. A Rádio Pampa, no programa “Bom dia Pampa”, colocou no ar a denúncia de um ouvinte contra um motorista de ônibus que “debocha e ofende os passageiros”. A reclamação do ouvinte foi monitorada pela escuta, no dia 03 de abril de 1989 e encaminhada para a Secretaria de Transportes (SMT) que respondeu através de um depoimento do motorista, não confirmando a denúncia. O mesmo programa registrou uma solicitação de usuários que pleiteavam a recuperação de abrigos de ônibus no centro. A Secretaria dos Transportes informou que estava sendo realizada uma operação, denominada SOS Centro, com a finalidade de resolver o problema e que, no prazo de dez dias, os abrigos estariam recuperados. O governo falava ao cidadão/eleitor através dos programas de rádio e sem publicidade paga.

O Programa “Comando Maior” da Rádio Farroupilha, através do apresentador Sergio Zambiasi, denunciou a agressão física sofrida por um passageiro. A Secretaria de Transportes, conforme o registro, determinou a abertura de inquérito para apurar a denúncia. A relação era tão complexa, que algumas emissoras apresentavam a solicitação do ouvinte e chamavam a atenção para o setor de rádio, anunciando que a resposta seria imediata, porque o programa estava “sendo gravado pela Prefeitura”. A intervenção que inicialmente era através do rádio, no caso do transporte coletivo passou a ser prática com a encampação do transporte coletivo de Porto Alegre pelo governo da Administração Popular (AP) naquele ano.

⁵ Parte deste material foi pesquisado pela acadêmica Yara Bueno, durante o Projeto de Iniciação Científica, em 2001, junto ao setor de Memória da Prefeitura.

No caso do trânsito, transportes coletivos urbanos e sinalizações era a Secretaria Municipal de Transportes (SMT), o órgão da Prefeitura que deveria atender ao cidadão que “denuncia agressão física por parte do motorista da Empresa Sudeste, linha Santa Maria”⁶. A reclamação foi feita no rádio, e, para atender ao ouvinte, a emissora precisa do retorno da Prefeitura a qual, através da monitoração, gravou e degravou a solicitação para “verificar, providenciar e se pronunciar”⁷. O motivo que faz com que o ouvinte solicite ao rádio e não ao governo é o conforto de ser ouvido e o imediatismo de não precisar protocolar a sua reivindicação.

As reclamações deixavam de ser apenas reivindicações relativas à vida urbana para serem declarações de voto. A ouvinte Rosa⁸ disse que estava desiludida com a administração do Partido dos Trabalhadores(PT). Ela votou no partido, porque acreditava que a cidade ficaria mais bonita, teria mais escolas e obras populares. “Mas até o HPS fechou”. O locutor Gilberto Gianuca⁹ comentou que a “desilusão é causada por uma expectativa criada durante a campanha e não posta em prática”. A Rádio Pampa centralizava o maior volume de manifestações, com críticas à AP e que eram encaminhadas ao Gabinete do Prefeito.

As rádios passaram a utilizar a monitoração como um “serviço” que oferecia pautas para os veículos, o que foi garantindo a credibilidade do setor. Esse “monitoramento de rádio foi o primeiro diagnóstico real que o governo tinha da cidade”¹⁰, de tal forma que algumas manifestações ou comentários eram repassados imediatamente para o Prefeito. É o caso de uma denúncia sobre o contrabando de ouro nas Galerias Rosário e Malcon, no centro de Porto Alegre. O então Prefeito Olívio Dutra respondeu que esse comércio estava sendo regularizado com a assinatura de um decreto regulamentando a comercialização. É evidente que essa firmeza com que as emissoras monitoradas apresentavam em toda e qualquer manifestação de ouvinte que denunciasses dificuldades em relação ao Governo do Município, também significava uma disputa por verbas publicitárias que se deu logo no

⁶ Reclamação no Programa Comando Maior, em abril de 1989.

⁷ Anotação feita no material degravado.

⁸ Programa “Bom dia Pampa”, do dia 21 de fevereiro de 1990.

⁹ Gilberto Gianuca foi apresentador do Programa “Bom dia Pampa”, no período pesquisado e concedeu entrevista à autora, em Florianópolis no dia 15 de abril de 2004.

¹⁰ Jornalista Patrícia Duarte, em entrevista à autora, em 2001.

início do governo do PT.¹¹ Compreendendo a importância e a penetração do rádio, especialmente, no que se referia à expectativa do cidadão, no atendimento de suas necessidades, a Prefeitura foi aperfeiçoando a monitoração e respondendo com mais rapidez.

Outros problemas que preocupavam a população pautavam os programas de rádio. O programa “Bom dia Pampa” registrou a solicitação de um ouvinte que denunciava a falta de cestos para coleta de lixo no Parque Farroupilha. Como determinava uma das atribuições do Jornalismo da Prefeitura, a “resposta imediata a denúncia e/ou críticas, mediante localização e contato com dirigentes”. A solicitação foi encaminhada ao Departamento Municipal de Limpeza Urbana (DMLU). O ouvinte foi informado de que mais “latões para coleta do lixo estavam sendo colocados no local”. Para Gianuca (2004), “isso nos dava audiência porque todo o mundo tem problemas na sua rua, seja de iluminação, de coleta de lixo, de capina. Isso em qualquer cidade do Brasil”. No entanto, era, também, uma questão política porque “o momento da Frente Popular, que era o primeiro governo deles, tinha uma demanda reprimida porque nunca se fez jornalismo daquele jeito em Porto Alegre”. Gomis (1997:193) explica essa relação dizendo que “(...) se o fato é notícia, a fonte interessada presta um serviço público e faz um favor ao meio já que oferece a informação que é do que o meio vive”.

O ouvinte não abandonava o seu cotidiano para tratar de questões que considerava relevantes. A audiência deveria ser convencida da legitimidade e da ação do seu governo. Mas não é assim. Se fosse ao governo, encontraria entraves burocráticos e tempo de espera. Bastou usar o telefone, o fax ou o correio eletrônico para levar ao rádio o seu cotidiano. Foi ao rádio, sem precisar afastar-se do seu dia-a-dia. Recebeu atenção sem ser questionado, apenas falou. Quanto mais os indivíduos avançam nas conquistas da cidadania mais exigem dos governos e cresce a necessidade de uma comunicação eficiente. Diferente de outros meios eletrônicos de massa, particularmente da televisão, o rádio abre espaço para seus ouvintes questionarem, reivindicarem atendimento público, gerando um local de compartilhamento, de argumentação e de interação, que não é único, porém democrático, rápido e envolvente na troca de experiências.

¹¹ Patrícia Duarte lembra que em alguns casos ficava evidente a disputa por verbas publicitárias, já que a Prefeitura não estava colocando anúncios nesta ou naquela emissora.

O rádio, segundo Mata (1988:63), é fundamentalmente companhia, “caráter que se associa a sua capacidade para orientar os seus públicos e prestar serviço”. O rádio presta serviço, mas não deixa de impor sua agenda. O ouvinte converte-se em fonte de informação. O desafio que se colocava para o ouvinte, com a abertura dos microfones, era como se apropriar, ser dono do espaço e fazer valer sua manifestação de ouvinte. O ouvinte quer soluções e acaba pautando o rádio com a agenda do cotidiano. O rádio quer ampliar a sua audiência e abre mais espaços. Quanto mais audiência, maiores são as possibilidades do rádio de disputar o poder com o governo.

É um jogo de interesses em que, quanto mais o ouvinte entra em contato com determinado programa, mais cresce a credibilidade da emissora. Mais ouvintes passam a procurá-la. O locutor Gilberto Gianuca, apresentador do “Bom dia Pampa”, veiculado durante seis horas, entre 06 horas da manhã e meio dia, admite que a “a gente corria o risco de ser processado e tudo o mais, mas nunca houve isto até porque nas colocações dos problemas eu tinha o cuidado de não fazer nenhum ataque desnecessário em relação ao problema” No programa do dia 06 de junho de 1989, dois meses após o início da monitoração, ao atender uma reclamação de ouvinte para a implantação de mão única em uma rua, dizia ter certeza do atendimento, porque a Prefeitura Municipal estava gravando. No programa do dia 02 de março de 1990, o locutor agradece o serviço de monitoração de rádio por passar a informação sobre a fiscalização no transporte coletivo. No mesmo programa, nova referência ao Setor de Monitoração para dizer que o “pessoal que arrumou as lâmpadas na Francisco de Matos Torres esqueceu da lâmpada da esquina em frente a praça”. Ao ser entrevistado, quinze anos depois, o locutor admite que “nos comentários, nas observações a gente colocava o ouvinte no ar e ele falava um determinado problema da cidade e prontamente a gente conseguia que um secretário viesse e fizesse o atendimento da reivindicação”.

O espaço de trocas e de disputas configura-se através de diferentes graus de necessidade: primeiro da emissora, como empresa para ampliar a audiência e, conseqüentemente, o faturamento publicitário; segundo, do governo que, enquanto força do campo político, precisa sobreviver, mas parte de sua sobrevivência é adquirida na visibilidade dada pela mídia e, terceiro, do cidadão que encontra eco para suas reivindicações. São a emissora de rádio e o governo buscando credibilidade, e o ouvinte

exercitando a participação, mas também querendo se “fazer ver”. O entrelaçamento parece simples porque o ouvinte procura o rádio, onde apresenta a sua manifestação, o rádio veicula a reclamação, o governo ouve-a e responde-lhe, porque quer respaldo, ao mesmo tempo, se “fazer ver”. Está em jogo um valor que não pode ser medido apenas por pesquisas de opinião, mas por credibilidade. Um valor de grande carga simbólica.

Assim, as emissoras, mesmo motivadas pelos interesses de grupos, têm na audiência o mais forte argumento na conquista de novos anunciantes e, conseqüentemente, de poder econômico, pela necessidade de influir nas decisões públicas e construir a hegemonia. Guaracy (2004)¹² analisa que para “construção da cidadania e o exercício de uma democracia participativa” foi importante

reconhecer o caráter estratégico da comunicação para a sustentação política e administrativa do governo, orientar todos os instrumentos e as atividades que fazem a mediação entre o governo e o público e o planejamento e organização dos recursos humanos e materiais da área de comunicação institucional.

Na avaliação das atividades do governo, o documento “Relatório de Avaliação 1989/90”, ao tratar da Coordenação de Comunicação Social, no período, assegura que entre as dificuldades encontradas, estava a “resistência ou indisponibilidade de alguns setores do Governo em assumir o compromisso da resposta que lhes compete”. Como era uma atividade nova, ela gerava problemas internos para a sua execução.

No Relatório, a Coordenação de Comunicação faz outra referência ao Setor de Monitoração (p.10), considerando-o como um espaço de resposta e até de enfrentamento do Governo.

O Setor de Monitoração de Rádio e TV tem complementado o atendimento (no caso do 156) desta demanda de forma peculiar e abrangente, ocupando espaços através da participação dos membros do governo e de responsáveis diretos pelos setores, nas principais emissoras que privilegiam o atendimento ao ouvinte. Isso, de certa forma, tem assegurado a credibilidade e maiores oportunidades de a Administração responder às críticas, minimizando-as freqüentemente.

O rádio, com a credibilidade depositada pelo ouvinte, é parte do que Weber (2000) considera como o consenso necessário e exigido pela política para estabelecer relações entre estado e sociedade. O governo tem necessidade de publicizar os seus atos. É o que se

¹² O jornalista Guaracy Cunha, um dos formuladores da política de Comunicação, responsável por muitos dos documentos utilizados nesta pesquisa, em entrevista em agosto de 2004.

observa de abril de 1989 a setembro de 1990 (período pesquisado), em relação à rádio Pampa, que disputava o mercado publicitário com as rádios Gaúcha e Guaíba e seduzia os ouvintes com uma programação marcada pela presença nos microfones.

A forma de participação, com temas que exigem aprofundamento, pode ser entendida como uma interferência na programação radiofônica, porque o ouvinte não é parte da equipe profissional do rádio. Porém, é uma fórmula que vem dando certo para o setor privado (emissora de rádio) reafirmar sua credibilidade, dar voz a um indivíduo que quer ser ouvido, bem como dar visibilidade às propostas políticas que se dispõem a entrar nesse espaço para se tornarem visíveis. Para as emissoras de rádio que, como empresas de propriedade privada, realizam a disputa política e econômica, a presença do ouvinte nos microfones é a credibilidade e a comprovação da aceitação de um tipo de programa, de uma linha editorial. Constitui-se no “capital”¹³ do rádio e passa a ser um dado de audiência muito mais confiável que qualquer percentual de pesquisa encomendada às empresas especializadas. Zambiasi (2004)¹⁴ diz que o rádio passou a dar para o ouvinte

o valor verdadeiro porque naquela época quando a opinião era externada pelo comunicador, eventualmente a crítica vinha do viés político partidário, ideológico. Agora quando é o cidadão que está morando naquela rua que está em situação de abandono, quando é ele que reclamou uma, duas, três vezes e não foi atendido, quer dizer, não tem como negar a existência do problema.

Os ouvintes, o governo e as emissoras formam um triângulo tensionando que, segundo Winocur (2001), ocorre devido a uma readequação de lógicas diferentes e opostas. A lógica do cidadão com suas necessidades de atenção imediata, de mediação frente ao poder político, de reconhecimento social e de divulgação de seus problemas. A lógica do rádio com suas exigências comerciais e de interpretação da realidade. Por fim, a lógica do governo que tem necessidade de se manter no poder e precisa dos ouvintes, como eleitores, e da mídia, como vitrine. Estabelece-se um jogo de “dupla entrada e saída” que inclui o governo, na sua tarefa de atender o cidadão e de conquistar eleitores para ter controle político e partidário, e o jornalismo, como intérprete da realidade, mediador dos interesses sociais. Duarte (2004)¹⁵ conta que “o nosso objetivo era ouvir a comunidade e atender os

¹³ No sentido utilizado por Pierre Bourdieu.

¹⁴ Sérgio Zambiasi concedeu entrevista à autora por telefone, em abril de 2004. Atualmente, é Senador da República e permanece apresentando o programa Comando Maior, na Rádio Farroupilha.

¹⁵ Jornalista Patrícia Duarte que atuou no Setor de Monitoração, uma das primeiras entrevistadas em setembro de 2001 e que voltou a ser ouvida em março de 2004.

serviços essenciais. Afinal, a demanda dos serviços da Prefeitura estava reprimida há muito tempo”. O governo tinha a convicção política de que a mídia era importante, embora colocada em um sistema ideológico oposto.

Para governos constituídos de diferentes grupos políticos como era o caso de Porto Alegre em que a FP era liderada pelo Partidos dos Trabalhadores e outros partidos de esquerda, a manifestação do ouvinte nos microfones é um termômetro do cotidiano da sociedade. É o meio por onde o governo tem conhecimento dos anseios da opinião pública e dos problemas da cidade que se configura como local de dificuldades cotidianas e de experiências comuns. Portanto, trava-se uma disputa entre o campo da política e o campo do jornalismo, formando um complexo quebra-cabeça, no qual o campo da política é integrado pelos partidos políticos, em seu amplo espectro ideológico, lideranças partidárias e o próprio governo e o campo do jornalismo está amparado no retorno da audiência e nas corporativas definições profissionais, ou seja, o controle da pauta, a seleção da notícia e o horário de trabalho. Dutra (2004)¹⁶ lembra das batalhas do início de governo e diz que “a da comunicação foi uma das grandes e importantes batalhas travadas pelo primeiro governo da Administração Popular”. No entanto, para Zambiasi (2004), o que ocorreu foi um processo de intermediação porque o rádio

repercute as questões e ele estimula que outras pessoas assumam a sua cidadania, que ao ouvirem uma denúncia, uma reclamação, ao ouvirem alguém reclamando a falta de atendimento ele se encoraja também a fazer a mesma coisa. Eu não tenho dúvidas de que o rádio é um instrumento de cidadania para a população.

Para Winocur (2000), “a participação como estratégia de inclusão das solicitações dos cidadãos no espaço público tem provocado uma transformação importante no papel que os meios julgavam ter”. O ouvinte, mesmo sendo usado pelos dois campos, faz uso e se gratifica no encontro e desencontro entre política e mídia. O rádio, além de mediador, é um espaço de participação pública onde o cidadão ocupa um lugar que permite interferir e até forçar decisões do poder público. É o surgimento do “ouvinte-cidadão” ou “ouvinte-falante”, que é politizado, cobra soluções e que participar das decisões da vida urbana.

O cotidiano urbano que compõe o mundo real do cidadão é constituído, além dos problemas de transportes urbanos e de sinalização de trânsito, por abastecimento de água, atendimento básico de saúde, buracos nas ruas, coleta de lixo, esgotos e canalização,

¹⁶ Olívio Dutra foi o Prefeito de Porto Alegre, eleito em 1988. Posteriormente, governou o Rio Grande do Sul, entre 1999-2002, e, atualmente, é o Ministro das Cidades.

impostos e iluminação pública e tantos outros. São serviços públicos que devem ser oferecidos pelo Estado e garantidos pelo governo. No entanto, todos esses serviços estavam sendo questionados no início do governo. Os problemas da cidade ou mesmo a necessidade do indivíduo de participar faz com que, em algum momento, o ouvinte integre a vida pública e mostre a preocupação com o coletivo. Escutar rádio é parte do cotidiano e, decorre, daí a facilidade com que o ouvinte recorre ao rádio para solicitar que faça a intermediação com o governo. A presença do ouvinte no microfone apresenta uma nova condição que habilita qualquer pessoa a fazer, através do rádio, reclamações, denúncias e críticas ao governo. Essa condição é possível pelas possibilidades do rádio, como a rapidez no atendimento e a publicização do problema. A pergunta que surge é se o rádio, entre os meios de comunicação, pode ser considerado como um legítimo território constitutivo do espaço público moderno. No rádio cruzam as reivindicações dos cidadãos em busca de atendimento das necessidades da vida cotidiana e as respostas dos governos com seu interesse de construção da hegemonia e de sobrevivência ação de um governo democrático. A cobrança do ouvinte/eleitor estava presente em diferentes programas e emissoras, porque além de buscar soluções para as reclamações que apresentava, o ouvinte fazia comparações entre os governos

no tempo do Collares, eles fizeram um trabalho com a comunidade para calçar esta rua que tem retorno que liga a José Inácio da Cunha à Avenida dos Gaúchos. É um retorno dentro do Sarandi para não fazer uma enorme volta. Ele tem 100 metros e eles não passam a máquina, nem botam areia. A outra administração ainda fazia isto. Quando a administração chegar a dois anos a cidade vai estar virada numa cratera. Alguma coisa não está funcionando. Mas como o Prefeito só viaja....¹⁷

Para o ouvinte, o locutor que o escuta tem voz para veicular sua fala e obter retorno do poder público, ou seja, tem poder de pressão. Winocur (2002:127) diz que tanto escutar quanto participar “gera um sentimento de pertencimento entre os ouvintes, não apenas pelo fato de sentir-se parte da comunidade dos que ouvem na mesma hora, na mesma cidade, mas também pelos que sofrem, se emocionam, se alegram ou se enojam com quem ousa a chamar por telefone”. Mesmo negando matizes políticas nas posições adotadas pelas emissoras, Fagundes¹⁸ (2004) acredita que a

¹⁷ Ouvinte no Programa Boa tarde Pampa, em 28 de julho de 1989.

¹⁸ Beatriz Fagundes foi apresentadora do Programa Boa Tarde Pampa e foi entrevistada pela autora em janeiro de 2004.

direita ficou enlouquecida com a perda do governo. Então este ouvinte era contrário ao governo que assumia. Era um ouvinte que queria mostrar que o PT era incompetente. Ele queria dizer: olha eu estou com o esgoto aqui aberto e este ônibus que não tem horário certo e vocês não são capazes de resolver.

Gianuca (2004) pensa que o fato de ter veiculado um maior número de reclamações dos ouvintes

talvez tenha ajudado a Prefeitura a resolver os problemas da cidade (...) porque os temas iam das cestinhas de lixo no Parque da Redenção, onde a classe média queria levar as crianças para passear no parque aos problemas das ruas e vilas da cidade.

No entanto, o governo, que não contava com colaborações antes mesmo de assumir, elaborou um plano de comunicação estratégico, porque, conforme Guaracy (2004), reconhecia o

caráter conservador da mídia brasileira/ gaúcha (para não dizer reacionária em alguns casos), a imensa concentração de meios de comunicação nas mãos de poucos o que leva necessariamente a disputas ideológicas de projetos (...) se a mídia brasileira (de maneira geral) assume a disputa de projetos, a gaúcha, principalmente um grupo deflagrou a principal ofensiva de ataques ao governo popular logo nos primeiros dias de governo e o fogo ficou muito mais intenso após a intervenção no sistema de transporte coletivo. A oposição foi até o último dia do nosso governo.

Weber (2000), ilumina esta afirmação ao ensinar que toda vez que a comunicação for planejada de forma estratégica, ela viabiliza a circulação da ideologia do partido. Para os formuladores da proposta de comunicação da Frente Popular, essa era uma lição fundadora e que exigia uma vigilância em relação não apenas ao que circulava na mídia, mas também às reivindicações dos cidadãos. O exercício do poder de um governo está segundo Weber (2000:17)

associado ao poder das relações com as mídias determinado por um sistema global de comunicações no qual interagem redes e estruturas tecnológicas, administrativas, governamentais, educacionais, profissionais, legais, sindicais e individuais.

Da parte dos apresentadores, fica subentendida a idéia de que a mídia fiscaliza a política e vice-versa. Fagundes (2004) é convicta ao dizer que “a imprensa tá aqui e a política tá do outro lado, uma fiscalizando a outra. Então o que aconteceu foi uma fusão. Foi uma apropriação do espaço pelo Partido”. A locutora, no entanto, apresenta uma contradição ao afirmar que “era um enfrentamento do eleitor com o governo. O ouvinte

queria desqualificar o governo e o Olívio era um político novo, mesmo bonachão, era um político novo”. Completa, dizendo que “quando o ouvinte percebeu que tinha eco, que tinha ouvido do outro lado, virou um jogo de sedução. Nos, rádio, fomos canal para este jogo. Nós éramos simplesmente o canal de comunicação do povo com a Prefeitura. A gente funcionava como canal.” O ouvinte não chega a problematizar a opinião do locutor, no sentido de pensar se está sendo influenciado por ele ou não, mas como eleitor, sente-se gratificado de cobrar soluções do governo as quais generaliza, denominando, apenas, de “políticos”. Para o governo da Frente Popular, as reclamações dos ouvintes levadas ao ar pelas diferentes emissoras eram de cobranças, mas também possibilitavam o conhecimento dos problemas da cidade. Fagundes (2004) compreende que

poderia contratar cinco mil fiscais e não conseguiria saber o que acontecia na Cidade. Estes ouvintes diziam as coisas da cidade. Então o PT ficava sabendo que cidade é essa (...) porque até então o que se sabia é que o PT era um bando de barbudos que estava querendo construir um partido e isto assustava a burguesia.

O que dificultava uma resposta mais rápida, por parte do governo, às reclamações dos ouvintes, não era a questão técnica da gravação no Setor de monitoração, nem a orientação política da comunicação. Era a burocracia da máquina administrativa que demorava para executar o serviço solicitado, ora por falta de pessoal operacional, ora por descompasso entre a prática e as necessidades de disputa política. A eficiência observada na audição, na gravação, na degravação e nos encaminhamentos das reclamações dos ouvintes não encontrava correspondência dos setores operacionais. O “Relatório de Avaliação 89/90”, considerou que o

enfrentamento ao cerco da imprensa desencadeou uma rotina que consistia em apagar incêndios nas diversas áreas da Administração Municipal. Contudo nota-se que este esforço não vem correspondendo iniciativas dos diversos setores no sentido de resolver objetivamente os problemas que estão na origem dos ataques desferidos contra a Administração Popular.

Sousa Santos (1995:276) explica essa falta de encaixe através do que ele denomina de teoria democrática pós-moderna que

tem por objetivo alargar e aprofundar o campo político em todos os espaços estruturais da interação social (...) a diferenciação das lutas democráticas pressupõe a imaginação social de novos exercícios de democracia e de novos critérios democráticos para avaliar as diferentes formas de participação política.

A comunicação, como estratégia de governo, cumpria uma tarefa importante. No entanto, era necessário que os demais setores também estivessem preparados para gerar os fatos que seriam oferecidos como notícia. Só poderiam ser oferecidas respostas para a mídia, se toda a máquina de governo respondesse às reivindicações formuladas pelos ouvintes. Porém, a ausência de publicidade do governo, de espaços pagos na mídia eletrônica determinava desgastes internos e externos. Depois de alguns meses de enfrentamento, o governo não resistiu a pressão e a rotina foi alterada. Os espaços pagos na mídia foram viabilizados “com o amadurecimento do governo, uma melhor compreensão da comunicação e o crescente cerco da oposição na imprensa”. Com a “abertura”, em setembro de 1990, a Coordenação de Comunicação Social colocou em funcionamento uma experiência em rádio conhecida como “Rádio Popular”¹⁹, buscando uma efetiva participação popular. Até então, o que havia (implantado no governo anterior) era uma rádio interna no Mercado Público, que ainda permaneceu por mais seis meses. Esse sistema foi muito utilizado durante a intervenção no transporte coletivo, uma das primeiras medidas de impacto da Administração Popular em Porto Alegre. O programa “Rádio Popular” constituiu-se na primeira compra de espaço em emissoras de rádio por parte do Governo da Frente Popular. Somente no governo seguinte, o de Tarso Genro (1992-1995), é que passou a ser veiculado o programa denominado “Cidade Viva”, para ser transmitido em emissoras comerciais de grande audiência, e um programa de televisão, também denominado “Cidade Viva”, para ser veiculado no horário nobre da RBSTV, às sextas-feiras.

Uma avaliação da equipe que produzia o “Rádio Popular”, feita em abril de 1991²⁰, considerava que o programa tinha representado o “espaço mais democrático das emissoras de Porto Alegre”, porque foi o primeiro espaço pago na mídia eletrônica. Nesse mesmo documento, denominado “Considerações sobre o Rádio Popular”, a equipe assegura que, em dezembro de 1990, foi discutido, elaborado e encaminhado para a Coordenação de Comunicação Social um anteprojeto propondo modificações na estrutura do Programa. “Rádio Popular” foi veiculado nas rádios, Princesa e Caiçara, com meia hora de duração, uma pauta variada que incluía manifestações populares e agendas do Governo. Quando o

¹⁹ A jornalista Neusa Ribeiro, que integrou a primeira equipe de rádio, relata que antes funcionava o rádio-poste no Mercado Público.

²⁰ Documento encontrado nos arquivos da Jornalista Inara Claro.

“Rádio Popular” completou um ano, em setembro de 1991, a equipe de produção elaborou novo documento onde afirma

que partimos de uma proposta genérica de criar um canal de comunicação de massa, dirigido às camadas populares e chegamos a um programa com perfil delineado e que hoje se constituiu em uma referência para uma parcela do movimento popular organizado de nossa cidade (1991:01)

O programa chegou a ser veiculado ainda com uma hora de duração nas rádios, Princesa e Caiçara, mas a audiência, segundo Osório²¹ “não era significativa”, o que, inclusive, contribuiu para mudanças na equipe de comunicação do governo. O “Rádio Popular” tinha como público alvo a população de baixa renda e de escolaridade inferior, constituída na maioria (60 a 70 por cento) de mulheres na faixa etária de 20 a 49 anos. Era um programa de informação, com espaços dedicados a comentários, conteúdos educativos, serviço e música e teria que entrar no ar nas primeiras horas da manhã. Ao definir os objetivos do “Rádio Popular”, o jornalista, Renato Hoffmann²², coordenador da equipe, afirma que irá “consolidar o espaço como um canal de participação dos setores organizados, suprindo e apoiando uma política do governo de relação com a comunidade, sempre balizado por suas prioridades administrativas”. Os conteúdos discutidos no programa eram o saneamento básico, a distribuição de água, canalização de esgotos, regularização fundiária, pavimentação, sistema de transporte, mas “tudo isto está na marca da democracia, a busca de um cidadão consciente e participativo”. É certo, porém, que o programa “Rádio Popular” foi o primeiro produto da AP a ser veiculado em espaço pago da mídia eletrônica, depois de 20 meses de governo. Até essa data, a presença do governo na mídia eletrônica era visível nas respostas dadas aos ouvintes nos programas de grande audiência das emissoras comerciais, que eram monitoradas pelo Setor de Monitoração de rádio. A experiência de suspender a publicidade na mídia eletrônica e se fazer ver foi o que diferenciou o governo da AP nos primeiros meses, gerando um enfrentamento político e uma valorização do processo de comunicação de governo não mais repetido. A escuta da programação de emissoras de rádio é uma clipagem comum e realizada sem tensionamento em todos os setores públicos ou privados desde que a comunicação não se concretize como local de disputa política.

²¹ Citado por Jamile Dalpiaz, no artigo “Cidade Viva: o rádio e a política na tradução de um governo”, in Ramos, Roberto. Mídia, textos & contextos. Porto Alegre:Edipuc, 2001.

²² Em documento de agosto de 1991, quando faz a avaliação de um ano do programa “Rádio Popular”

Referências

- ABREU, Alzira; LATHMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica. *Mídia e Política no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. 183p.
- ALDÉ, Alessandra. *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: FGV, 2004. 216p.
- ALFARO, Rosa Maria . Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas. *Diálogos de la comunicación*, Lima, n.65, p. 34-53, 2002.
- ALMEIDA, Jorge. *Marketing político: hegemonia e contra-hegemonia*. São Paulo: Xamã, 2002. 254p.
- BRECHET, Bertolt. Teoria de la radio (1927 - 1932). In: BASSETS, Lluís (Ed.). *De las ondas rojas a las rádios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli, 1981.
- CANEL, Maria José. *Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos, 1999. 228p.
- CHAIA, Vera. *Jornalismo e política: escândalos e relações de poder na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo: Hacker, 2004. 135p.
- CUNHA, Magda. Efeitos junto ao público garantem a permanência do rádio. In: MOREIRA, Sonia Virginia; BIANCO, Nélia. *Desafios do radio no século XXI*. Rio de Janeiro: UERJ, 2001. p. 94-105. (Coleção GT INTERCOM).
- DALPIAZ, Jamile. Cidade Viva: o rádio e a política na tradução de um governo. In: RAMOS, Roberto (Org.). *Mídia, textos & contextos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2001. 284 p. (Coleção Comunicação, 14).
- DEUS, Sandra de. Reclamação do ouvinte: o ouvinte reclama? Trabalho apresentado no SIPEC/INTERCOM, Campos, 2000.
- DEUS, Sandra de. *Rádio e política: da crítica do ouvinte à construção do cidadão*. Comunicação apresentada no GT Mídia Sonora durante o 25º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, Salvador, 2002.

DEUS, Sandra de. O rádio como espaço de visibilidade política (governo da Frente Popular em Porto Alegre 1989/1990).2005. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

FAGEN, Richard R. *Política e Comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971. 175p.

GOSSELIN, André. Cartografía de un campo de investigación y actividades. En: GAUTHIER, Giles y otros. *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 1998, p. 9-28. (Colección El Mamífero Parlante.

GRISA, Ângelo. *Histórias de ouvintes: a audiência popular no rádio*. Itajaí: Univali, 2003. 43p. HALE, Julian. *La Radio como arma política*. Madrid: Gustavo Gili, 1975. 266p.

HERZ, Daniel et alli. *Política de Comunicação e estratégia*. Porto Alegre: Prefeitura Municipal, 1989.

LIEDKE, Paulo Fernando. *A esquerda presta contas – comunicação e democracia nas cidades*. Florianópolis: UFSC, 2002. 195p.

LIMA, Venício. Comunicação, política e cidadania. *Fronteiras: Estudos midiáticos*. São Leopoldo, v. 3, n. 2, p.191-209, dez. 2001.

LIMA, Venício . *Mídia, teoria e política*. 2. ed. São Paulo: Perseu Abramo, 2004. 365p.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, n. 29, ano 10, p. 05-34, out.1995.

MATA, María Cristina. *La construcción técnica de la democracia*. Mimeo. Sem data.

MATA, María Cristina. Rádios y públicos populares. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 19, p. 55-69, jan.1988.

MATA, María Cristina. Radio: memórias de la recepción. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 30, p. 40-53, jul.1991.

MATA, María Cristina. La radio: una relación comunicativa. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 35, p. 10-13, 1993.

MATA, María Cristina. Entre la plaza y la platea. In: MATA, María Cristina. *Política y Comunicación*. Argentina: Catálogos, [19--], p. 61-76.

MATOS, Heloísa. (Org.). *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta, 1994.

MAZZARINO, Jane Márcia. *A cidadania da escuta - os ouvintes como produtores de sentido inseridos no processo comunicacional mediado pelo rádio* - um estudo de caso do programa Acorda Rio Grande, da rádio Independente, de Lajeado, RS. 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Centro de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2001.

OSÓRIO, Pedro Luiz da Silveira. *Comunicação e cidadania – estudo sobre a contribuição da Administração Popular para um novo modelo de comunicação política e governamental*. 2003. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. (Dissertação de Mestrado), não publicada.

PAIVA, Vanessa. *A mensagem radiofônica: o acontecimento (re)significado*. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

PARES I MAICAS, Manuel. *La comunicación política*. Barcelona: Institut de ciències polítiques e socials, 1991.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação & Política*. São Paulo: Hacker Editores, 2000. 133p.

SILVA, Marcelo Kunrath. *A construção da participação popular*. *Sociologias* - Revista Semestral do Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFRGS, Porto Alegre, v. 2, ano 1, jul./dez. 1999.

SILVA, Mauricio F. *Quem me elegeu foi o rádio: como o rádio elege o seu representante*. São Paulo: Olho d'água, 2000. 91p.

SOUSA SANTOS, Boaventura. *Um discurso sobre as ciências sociais*. São Paulo: Cortez, 2003. 92p.

SOUSA SANTOS, Boaventura. *Pela mão de Alice: o político e o social na pós-modernidade*. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2000. 348p.

WEBER, Maria Helena. *Comunicação e espetáculos da política*. Porto Alegre: UFRGS, 2000. 217p.

WEBER, Maria Helena. *A comunicação como estratégia de compartilhar o poder*. Mimeo. Trabalho apresentado no 2º Colóquio Brasil- Itália di Scienze della Comunicazione, Porto Alegre, 2001.

WEBER, Maria Helena. *Na imagem pública o benefício da dúvida*. Porto Alegre, 2002.
(não publicado)

WINOCUR, Rosalía. La participación en la radio, una posibilidad negociada de ampliación de espacio público. *Diálogos de la comunicación*, Lima, p 36-46, 2000.

WINOCUR, Rosalía. *Ciudadanos mediáticos*. La construcción de lo público en la radio. Barcelona: Gedisa, 2002. 220p.