



Boletim do Museu Paraense Emílio

Goeldi. Ciências Humanas

ISSN: 1981-8122

boletim.humanas@museu-goeldi.br

Museu Paraense Emílio Goeldi

Brasil

Fonseca de Castro, Fábio

Macrodinâmicas da comunicação midiática na Amazônia

Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, vol. 8, núm. 2, mayo-agosto, 2013, pp. 435-445

Museu Paraense Emílio Goeldi

Belém, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=394035000013>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Macrodinâmicas da comunicação midiática na Amazônia Macrodynamics of media communication in the Amazon

Fábio Fonseca de Castro

Universidade Federal do Pará. Belém, Pará, Brasil

Resumo: O artigo discute as características do sistema de comunicação midiática presente na região amazônica, observando como redes de televisão, emissoras de rádio, jornais impressos e ações de comunicação comunitária e popular atuam, construindo estratégias de reprodução social de modelos hegemônicos ou, alternativamente, ensaiando processos contra-hegemônicos. Pretende-se um estudo de economia política da comunicação, substancializado com uma aproximação ao fenômeno da intersubjetividade, por meio da qual se pretende compreender mais adequadamente as peculiaridades amazônicas na cena midiática brasileira. A perspectiva teórico-metodológica adotada procura discutir o papel de sistemas e da ação sistemática no contexto de uma guinada culturalista da economia política da comunicação. São identificadas oito macrodinâmicas presentes na comunicação midiática da Amazônia: a lógica sistêmica na disputa pelo capital comunicativo; a dinâmica geoespacial dos mercados; a percepção da função comunicativa em sua dinâmica estritamente mercadológica; a complexidade local do fenômeno do 'coronelismo eletrônico'; o predomínio da 'função de propaganda'; a lógica de exclusão da comunicação comunitária; o papel do 'objeto amazônico' na aferição do capital comunicacional; e o papel regional da comunicação religiosa.

Palavras-chave: Comunicação. Mídia. Economia política. Política de concessões em radiodifusão. Relações de poder. Amazônia.

Abstract: The article discusses the characteristics of media communication system in the Amazon, describing how television networks, radio stations, newspapers, and communal and popular communication act, building strategies for the social reproduction of hegemonic models or, alternatively, rehearsing counter-hegemonic processes. The analysis highlights the political economy of communication, substantiated with an approach to the phenomenon of intersubjectivity, whereby we want to understand properly the Amazonian peculiarities in the Brazilian media scene. The theoretical-methodological approach considers the role of systems and systemic action in the context of a culturalist yaw in the political economy of communication. The article identifies eight macrodynamics in the Amazonian mediatic communication: the systematic logic in the dispute for communicative capital; the geospatial dynamics of the markets; the perception of communicative function as marketing; the local complexity of the phenomenon of 'electronic colonels'; the prevalence of the 'advertising function'; the logic of exclusion of community communication; the role of the 'Amazonian object' in gauging the communicative capital; and the regional role of religious media.

Keywords: Communication. Media. Political economy. Broadcasting concessions policy. Power relations. Amazon.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Macrodinâmicas da comunicação midiática na Amazônia. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 8, n. 2, p. 435-445, maio-ago. 2013.

Autor para correspondência: Fábio Fonseca de Castro. Rua João Balbi, 138, ap. 1001. Nazaré. Belém, PA, Brasil. CEP 66055-280 (fabio.fonsecadecastro@gmail.com).

Recebido em 16/09/2012

Aprovado em 15/06/2013



INTRODUÇÃO

Desenvolvemos, entre 2010 e 2012, um projeto de pesquisa cujo objetivo foi mapear e compreender as dinâmicas dos sistemas de comunicação midiática – massivos e populares – presentes na região amazônica. Os resultados dessa investigação foram publicados recentemente (Castro, 2012a, 2012b, 2012c), em artigos nos quais procuramos uma abordagem descritiva e comparativa desses sistemas de comunicação, iniciando uma discussão que desejamos melhor sistematizar por meio do presente trabalho. Ele pode ser considerado uma síntese interpretativa dos processos sociais que caracterizariam a cena midiática amazônica.

Os objetivos do presente texto são proceder a uma reflexão crítica a respeito da forma do sistema enquanto estratégia de reprodução social de modelos hegemônicos no espaço amazônico, e descrever as variáveis que compõem a experiência social dos agentes locais envolvidos na comunicação midiática. Trata-se, portanto, de um estudo de economia política da comunicação, mas com uma aproximação ao fenômeno da intersubjetividade.

Partimos dos dados disponíveis no cadastro de outorgas do Ministério das Comunicações e da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) para traçar um desenho tão amplo quanto possível do sistema de comunicação amazônico, bem como de seus inúmeros subsistemas, e o confrontamos com o estado da arte sobre o assunto, procurando discutir suas variáveis.

Há pouca pesquisa sobre os sistemas de comunicação da região Norte. Partimos do levantamento de Crepaldi (2005) para observar essa situação, acrescentando os dados que apuramos com nosso levantamento de campo (Castro, 2012a, 2012b). Festa (1986) discute o funcionamento dos veículos a partir do ponto de vista de moradores de Santarém, Pará. Vieira Júnior (1993) indaga sobre o grau de influência política nos jornais de Rondônia. Beltrão (1996) explora o papel da mídia no desenvolvimento sustentável. Cabral (2000) investiga

o desenvolvimento da Rede Amazônica de Televisão e elabora um panorama da restante cena regional. Veloso observa a dimensão política dos grandes jornais paraenses (Veloso, 2008b) e a luta contra-hegemônica do jornalismo alternativo feito por Lúcio Flávio Pinto em Belém (Veloso, 2008a). O próprio jornalista tematiza constantemente a cena midiática no estado do Pará (*Jornal Pessoal*, 1987-2011), contribuindo com informações para a compreensão das relações internas do sistema estudado. A pouca variedade de estudos sobre o tema não oblitera sua importância, e compreendemos a série de artigos que elaboramos a partir de nossa pesquisa como uma primeira etapa para investigação mais ampla, necessariamente cooperativa, a qual possa agregar pesquisadores de toda a região amazônica em torno da reflexão sobre os diversos aspectos da comunicação midiática nesse espaço sociocultural.

O artigo está dividido em três partes, além desta introdução: inicialmente, procuramos colocar o ponto central da observação realizada, a noção de sistemas de comunicação, conceituando-o e especificando como o utilizamos; em seguida, apresentamos as reflexões de nossa investigação, identificando, a partir da noção de sistemas, as macrodinâmicas da comunicação no espaço amazônico. Por fim, procuramos uma síntese da observação, ao mesmo tempo indicativa do trajeto que se faz necessário para o aprofundamento das questões levantadas.

SISTEMAS E AÇÃO SISTÊMICA NA GUINADA CULTURALISTA DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO

Partimos do pressuposto de que os sistemas de comunicação são úteis para objetivar, a partir da perspectiva da economia política, as estratégias de reprodução social dos diversos atores do campo comunicativo observado. Essas estratégias têm, no sistema, não apenas sua unidade de poder, mas também sua forma de atuação – elas se produzem sistematicamente – e acabam gerando uma similitude no processo de resistência e de luta contra-



hegemônica à ação dos sistemas: também a resistência e a luta contra-hegemônica se produzem na materialidade do sistema e sistemicamente.

As estratégias de reprodução social dos diversos atores do campo comunicativo correspondem a jogos de poder que preveem ações escalonadas e movimentos de parceria, concorrência ou indiferença entre si. É nesse escalonamento que se dá a ação sistêmica. Ou seja, o sistema e a ação sistêmica não são fins em si mesmos, mas meios, instrumentos, práticas sociais impulsionadas e moldadas pela dinâmica econômica que envolve a vida social.

A questão que nos interessa, levando em conta esse dinamismo geral, é perceber em que medida e de que maneira os aspectos locais e regionais influenciam na conformação geral do sistema referido, e compreender o dinamismo da comunicação e da mídia no jogo da reprodução social levado a termo no espaço amazônico. Em outras palavras, indagar quais seriam as características e as especificidades socioculturais e socioeconômicas do sistema de comunicação midiática presente na região amazônica, e compreender como a experiência histórica e as características geopolíticas do espaço amazônico fundamentam usos e apropriações dos sistemas locais e regionais de comunicação midiática.

Procuramos, então, colocar a questão dos sistemas de comunicação pela via da economia política. Segundo McQuail (1994, p. 82), a economia política é um velho rótulo que renova o foco da teoria crítica sobre a “relação entre a estrutura econômica, a dinâmica das indústrias midiáticas e o conteúdo ideológico da mídia”. Marques de Melo (2009, p. 24), discutindo a sugestão de McQuail, relaciona os pressupostos da abordagem desse autor:

- as ideias de que a lógica e o controle econômico são determinantes do processo;
- a estrutura midiática deriva para a concentração;
- a integração global constitui um imperativo midiático;
- os conteúdos e as audiências assumem perfis mercadológicos;
- a diversidade fica reduzida;

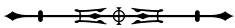
- as vozes alternativas e oposicionistas tendem à marginalidade;
- o interesse público na comunicação passa a subordinar-se aos interesses privados.

Trata-se, como é perceptível, de uma lógica tributária do cânone marxista e, como tal, possui certa ortodoxia quando se refere ao grau de determinação que os agentes infraestruturais tendem a exercer sobre os agentes superestruturais do processo social. McQuail tenta, é certo, escapar dessa dimensão determinista, ao acompanhar diversos autores contemporâneos, como Smythe (1981), em um plano teórico mais geral, e Mosco (1996), no plano específico da economia política da comunicação.

Smythe (1981) produz importante crítica ao modelo ortodoxo e à matriz economicista, esforçando-se para demarcar um equilíbrio entre tradição e mudança no referencial da economia política. Mosco (1996), por sua vez, procura se concentrar sobre os fenômenos imediatamente decorrentes das questões ligadas aos sistemas comunicativos, na atualização que promove desse referencial. Com essa disposição, ele define a economia política da comunicação como “*the study of social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution and consumption of resources*” (Mosco, 1996, p. 25).

A partir dessa perspectiva, Meehan *et al.* (1993) procuram acrescentar, à economia política da comunicação, a história e outros elementos socioculturais, cuja dimensão intersubjetiva exige uma guinada culturalista, como a questão da totalidade social, os temas da filosofia moral e a práxis.

A distensão da economia política, no campo da comunicação, tem produzido uma importante reflexão no Brasil. Bolaño (2008) e Bolaño *et al.* (2005) têm procurado explicitar uma taxonomia das indústrias culturais e, em paralelo, sistematizar um modelo analítico com o objetivo de “identificar a trama de problemas e teorias com as quais se concebem as realidades persistentes do novo entorno informativo” (Bolaño *et al.*, 2005, p. 25).



O modelo de Bolaño et al. (2005, p. 27) realiza-se por meio de uma “análise genealógica de reconstrução histórica que faça compreensível as contraditórias condições sociais, acadêmicas e político-culturais que determinam o alcance do pensamento emancipador em comunicação”. Pode-se indagar, a partir desse referencial, a maneira como passam a ser percebidos os sistemas e as ações sistêmicas sob a perspectiva de uma economia política que supere o determinismo economicista e confira mais valor à experiência social.

A interpretação que procuramos desenvolver no curso de nossa observação pensa a economia política da comunicação como uma dinâmica cuja principal materialização conflitiva contemporânea é a relação entre os sistemas-mundo, os sistemas-nacionais e os sistemas-regionais/lokais. Essas múltiplas esferas de manifestação dos fenômenos sistêmicos não conformam, em nossa interpretação, um cone de poder linear – tal como provavelmente seria interpretado por um viés ortodoxo –, mas, ao contrário, trazem à tona níveis intersubjetivos que se influenciam e se interpenetram.

Essa perspectiva surge da necessidade de, sem perder um referencial crítico, acrescentar a ele uma dimensão histórica, capaz de considerar a experiência social como fator dinâmico. Dessa maneira, trata-se de renovar, mas também de superar, os impasses colocados pelo debate sobre a indústria cultural.

Há um bloco importante de autores que estão atualmente se dedicando a fazer essa passagem e a compreender a questão. Entre eles, estão Mattelart (2000), Sreberny-Mohammadi (1995) e Hamelink (1993). O processo de concentração e internacionalização da mídia, especificamente, é analisado por Sánchez-Tabernero (1993). Por sua vez, os processos antípodas de globalização e regionalização da comunicação são tematizados por Thompson (1998) e Robertson (2000). O primeiro observa as dinâmicas de globalização da mídia, enquanto o segundo aborda a dinâmica de contraposição da globalização e de toda

forma de homogeneização da cultura e da comunicação (Crepaldi, 2005).

Em seu conjunto, esses autores preservam uma percepção de que a lógica dos sistemas e grupos de comunicação se enquadra na perspectiva crítica dos estudos das indústrias culturais, por meio da qual se comprehende que a comunicação e a cultura estão vinculadas às mesmas regras básicas da economia capitalista (Fadul e Rebouças, 2005). Essa proposição não perde sua atualidade, mesmo diante da situação de complexidade da sociedade atual, que demanda uma capacidade analítica centrada na observação dinâmica e multifatorial dos processos sociais. Ao contrário, trata-se de autores que produzem uma reflexão sensível ao paradigma da complexidade, ainda que em diferentes graus de aproximação a esse paradigma. No entanto, pensamos que se trata de ir além na compreensão da experiência social e de procurar uma sensibilização das leituras mais econômicas dos processos de poder ligados à comunicação pelas dinâmicas intersubjetivas e culturais, presentes no mesmo processo.

É nesse sentido que procuramos pensar em uma economia política da comunicação que contenha elementos para a superação de uma abordagem, por assim dizer, economicista do processo. Embora, até o momento, esse modelo analítico tenha estabelecido apenas seus princípios gerais, podemos sintetizá-lo por meio do indicativo de que ele procura se concentrar sobre a evocação de um referencial hermenêutico para melhor colocar o problema da crítica ideológica, essencial à economia política.

Trata-se, com efeito, da proposta de Ricoeur (2008) de promover uma aproximação entre hermenêutica e teoria crítica, objetivando superar a pretensa aporia decorrente da sugestão clássica de que esses dois modelos teóricos são, entre si, incompatíveis. Com esse horizonte, o presente artigo constitui apenas uma abordagem geral de fenômenos específicos, a qual parte dessa proposição teórica. Sem desejar aprofundá-la, mas partindo dela, tentamos, a seguir, descrever os elementos principais presentes no que compreendemos como sendo a macrodinâmica da comunicação midiática no espaço amazônico.



ELEMENTOS MACRODINÂMICOS DA COMUNICAÇÃO NA AMAZÔNIA

Relacionamos, a seguir, os elementos centrais da nossa observação e os organizamos segundo suas dinâmicas gerais, explicando algumas especificidades e, por fim, identificando as variáveis divergentes em relação ao modelo.

Junto com essa observação comparativa, por meio da qual colocamos os grupos de comunicação presentes na Amazônia em uma dimensão de paralelismo, há um esforço por posicioná-los em relação às características sociais, culturais, políticas e econômicas da sociedade amazônica em geral ou de seus espaços mesorregionais e, em particular, de identificar sua dimensão situacional. Sem procurar uma análise extenuante, trata-se de discutir os elementos mais comuns e importantes para a estruturação sistêmica desses grupos.

A LÓGICA DO SISTEMA COMO DISPUTA PELO CAPITAL COMUNICATIVO

Em relação às dinâmicas gerais, observamos, em primeiro lugar, que a atuação das empresas é sistêmica – ou seja, obedece a um padrão de atuação escalonada e hierarquizada. A matéria-prima dessa atuação é a distribuição da informação. A equação é simples: quanto maior o poder de difusão, de atuação em rede, maior o capital essencial do setor, que é o capital comunicacional.

Porém, há um fenômeno que rompe essa lógica: a força contrária da demanda pela informação local, um impulso a questionar a legitimidade da rede, embora não invalide o sistema. A Rede Amazônica de Televisão é o melhor exemplo disso: cresceu e se fortaleceu por meio de um sólido capital comunicacional, aferido por sua extensa malha de geradoras e retransmissoras; mas passou a ceder diante da pressão local pela informação e teve de abrir mão de seu noticiário unificado e centralizado na cabeça da rede, em Manaus, e permitir que as subsedes estaduais passassem a gerar seus próprios jornais.

Na verdade, a real centralização está na Rede Globo, da qual a Rede Amazônica é apenas uma afiliada,

mas também, em relação a ela, as redes locais passam a desenvolver sua demanda própria pelo controle da distribuição de informação. A perpetuidade desse ciclo de disputa pelo poder de informar, o qual opõe a lógica de concentração à lógica de acessibilidade, é, justamente, o que conforma o sistema e confere valor ao capital, por assim dizer, comunicativo.

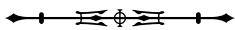
A DINÂMICA GEOESPECIAL DOS MERCADOS

Um fator fundamental a considerar para a compreensão da estrutura de sistemas de comunicação na Amazônia é a diversidade entre dois grandes modelos, relacionados à própria estrutura de produção do espaço regional. De um lado, uma Amazônia mais preservada, com um modelo urbano menos diversificado e uma prática conteudística mais voltada para a tipificação generalizante de uma pretensa ‘realidade amazônica’, menos focada no cotidiano e nas questões locais; de outro, um modelo mais dinâmico, focado sobre a ‘fronteira em movimento’, com subsistemas mais diversos e dinâmicos.

Na Amazônia ocidental, menos povoada e que tende a uma centralização empresarial em Manaus, observa-se uma variedade menor de empresas e de subsistemas de comunicação. Das cidades que poderiam ser consideradas como polos, Manaus, Rio Branco, Boa Vista e Porto Velho são capitais; das demais cidades, apenas Parintins, no Amazonas, sedia um grupo próprio de expressão.

Já na Amazônia oriental, observa-se o contrário: a grande cidade desse espaço, Belém, é apenas a cabeça de uma extensa rede de cidades e de rotas comerciais. As cidades médias, como Ananindeua, Castanhal, Bragança, Cametá, Abaetetuba, Tucuruí, Macapá, Santarém, Itaituba, Altamira, Marabá, Parauapebas e Conceição do Araguaia – das quais apenas Macapá é outra capital – são polos da rede e possuem seus subsistemas específicos, com grupos muitas vezes litigantes e com produção local de informação muito mais intensa.

A diversidade de grupos presentes no estado do Pará gera uma dinâmica midiática bem mais diversificada,



na qual a presença de uma tipificação sobre a 'realidade amazônica' é menos evidente e cede lugar às questões cotidianas. Essa situação explica o fraco impulso empresarial na direção de uma estrutura própria de retransmissoras, bem como o fato de serem duas as empresas afiliadas à Globo. Nesse estado, o modelo de negócios vigente estabelece uma prática de rodízio, e até mesmo de leilão, das afiliações: os subsistemas unem-se e dispersam-se com grande agilidade em relação às redes estaduais, e estas às redes nacionais.

A PERCEPÇÃO DA FUNÇÃO COMUNICATIVA EM SUA FUNÇÃO ESTRITAMENTE MERCADOLÓGICA

A percepção da radiodifusão, em sua função de mercado, é generalizada na região. A nosso ver, é bem mais do que no restante do país, e basta citar dois exemplos: no Pará, maior estado amazônico em população e em produção, que é também onde está situada a sociedade civil mais ativa, o governo estadual chegou ao ponto de ceder sua estrutura de transmissão e seu sinal ao grupo privado Organizações Rômulo Maiorana (ORM), pagando ainda por isso, como se fosse o governo que estivesse prestando um serviço ao grupo privado. No Amazonas, o segundo estado, a rede pública é quase inexistente.

Isso se dá porque, como demonstra Lopes (2008), os critérios econômicos tendem a ser dominantes em um processo de licitação para a concessão de outorgas de rádio e televisão (TV) no Brasil. Esse autor demonstra como, das 905 licitações concluídas entre 1997 e 2008 nas quais houve ao menos dois concorrentes, 846 foram vencidas pela empresa que apresentou a melhor oferta de preço. Em 16 casos, o vencedor foi o concorrente que apresentou a melhor oferta técnica juntamente com a melhor oferta

de preço. Em apenas 43 licitações, a proposta técnica foi preponderante sobre a oferta de preço.

Essa tendência demonstra como o país nunca obedeceu às prioridades definidas na própria Constituição para a concessão de outorgas de radiodifusão. A Constituição Federal estabelece, no artigo 221, que as finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas devem nortear qualquer tipo de outorga de radiodifusão, mas esses critérios são geral e ostensivamente ignorados, reduzindo a radiofusão a uma função exígua e colocando-a, constantemente, à mercê de sua 'função de propaganda', a ser descrita adiante.

PARA ALÉM DO 'CORONELISMO ELETRÔNICO'

O conceito mais comumente utilizado na compreensão do fenômeno de poder que se relaciona aos sistemas de comunicação, nas regiões periféricas do Brasil, é o de 'coronelismo eletrônico'¹. Embora seja evidente que a maioria dos grupos está economicamente associada a projetos pessoais ou partidários de poder, pensamos que sua autoridade é, frequentemente, questionada pela sociedade, o que torna relativo esse conceito.

A propriedade de latifúndios eletromagnéticos não anula a capacidade da sociedade de se mobilizar contrariamente a esse acúmulo de poder. O exemplo mais bizarro, sem dúvida, é o oferecido pelo senador amapaense Gilvan Borges, que, possuindo um canal de TV em Macapá, uma retransmissora e quatro estações de rádio, apresenta, em seu nome, mais de 170 solicitações de outorga de TV e rádio nos estados da Amazônia oriental. Mesmo com esse poder midiático, o senador não conseguiu os votos necessários para ser reconduzido ao Senado em 2010².

Fadul e Rebouças (2005, p. 4) notam o risco dos estudos que adotam o conceito de cair no "discurso

¹ Sobre a noção de coronelismo eletrônico, ver Motter (1994), Caldas (1995), Costa e Brener (1997), Lopes (2008), Bayma (2001) e Capparelli e Santos (2005).

² Gilvan Borges ficou em terceiro lugar, atrás dos candidatos Randolfe Rodrigues (Partido Socialismo e Liberdade – PSOL) e João Capiberibe (Partido Socialista Brasileiro – PSB), mas assumiu a vaga de Capiberibe em função do atraso da decisão judicial referente ao enquadramento dele na Lei da Ficha Limpa.



quase panfletário e engajado contra as ‘forças’ oligárquicas da região”. A nosso ver, é preciso superar a percepção ideológica da passividade social diante do controle midiático sem, no entanto, ignorá-lo.

O PREDOMÍNIO DA ‘FUNÇÃO DE PROPAGANDA’

Herman e Chomsky (2003) referem-se ao que denominam ‘modelo de propaganda’ para discutir a forma como atua a mídia norte-americana, quando em função dos interesses que a controlam. Por meio desse modelo, as formas diversas do poder social, como os interesses financeiros, produtivos e políticos, determinam a maneira como a informação é filtrada pelas redes de comunicação, cerceando e mesmo invalidando as informações que lhes são contrárias. Trata-se de um modelo perfeitamente aplicável à realidade amazônica, embora bem mais ativo naqueles grupos que possuem um veículo de mídia impressa.

O caso é perfeitamente observável no Pará, estado no qual os grupos de comunicação mais importantes surgiram a partir de veículos impressos, mantidos como verdadeiros bastiões econômicos de sua influência política e utilizados em toda forma de chantagem a empresas e ao poder público para se capitalizar. O papel do jornalismo impresso é fundamental para a constituição desse modelo de propaganda porque atinge as camadas médias da população, bem como as elites locais, pautando – ou melhor, limitando – o debate público. Por outro lado, porque é em um veículo impresso que a empresa possui mais espaço, já que, no contrato de afiliação a uma rede de televisão nacional, o tempo de jornalismo é restrito³.

Veloso (2008b, p. 11) observa como o ‘modelo de propaganda’ caracteriza o caso específico do jornal “Diário do Pará”:

A busca pela profissionalização não afastou o Diário do Pará de sua principal característica: a de ser um jornal de campanha, destinado, em última análise, a defender os interesses privativos do clã Barbalho, que tem três outros expoentes na cena política local: a ex-mulher de Jáder, Elcione Barbalho, deputada federal; o filho do casal, Hélder, atualmente prefeito da segunda maior cidade do Estado, Ananindeua; e o ex-deputado José Priante, primo de Jáder. Com este objetivo, qual seja o de estender o domínio político e midiático da família Barbalho, o jornal recorrerá ao estilo caluniador dos pasquineiros do Império, sempre que não houver fatos a serem usados contra seus adversários.

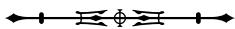
Esse modelo se repete em diversos veículos locais e, na ausência de regulações que protejam a sociedade de tais formas de abuso do poder midiático, tende a se reproduzir, norteando um jogo de poder que está além das funções informativas, educativas e culturais da comunicação midiática.

A LÓGICA DE EXCLUSÃO DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

É preciso considerar que uma geopolítica da comunicação popular e comunitária envolve as seguintes dinâmicas, a serem observadas:

- A prática de criminalização dos movimentos de comunicação popular, realizada por meio da dura repressão policial e jurídica com a qual o Ministério das Comunicações e a ANATEL perseguem comunicadores que disputam o direito de comunicar;
- A prática de apropriação do espectro midiático de baixa frequência por políticos e empresas, seja por meio do recebimento indireto de concessões (a concessão é dada a terceiros, pessoas de confiança do político ou empresário), seja por intermédio do simples acordo de uso, normalmente remunerado;
- A baixa qualificação do conteúdo das emissoras comunitárias, que tendem a reproduzir o modelo

³ Há ainda a considerar um evento característico do sistema midiático amazônico: a prática das emissoras de rádio de reproduzirem as manchetes e os *leads* dos jornais impressos, sem qualquer reformulação de texto e sem nenhuma avaliação crítica ou mesmo ideológica do conteúdo reproduzido, o que amplia ainda mais o poder da mídia impressa.



das Frequências Moduladas (FM) ou das Amplitudes Moduladas (AM), simplesmente porque não possuem o direito de acessar fundos públicos para sua própria qualificação técnica ou para a produção de conteúdos.

Trata-se de um composto de estratégias de comunicação que se reproduz em todo o país e cuja lógica obedece à visão mais restrita da comunicação como empresa privada e à lógica concorrencial da sociedade capitalista. Percebemos que os grandes sistemas regionais – articulados, em geral, com o poder público dominante – usam de sua influência para restringir a atuação e limitar as formas de comunicação democrática, usurpar o espectro público e criminalizar os indivíduos e as organizações que atuam pelo direito à comunicação. Essa variável incide sobre o sistema regional de maneira decisiva, limitando sua forma e determinando seu modelo de negócios.

O PAPEL DO ‘OBJETO AMAZÔNICO’ NA AFERIÇÃO DO CAPITAL COMUNICACIONAL

Não procuramos, neste artigo, referir a dimensão conteudística do sistema regional, mas é necessário observar que a pretensa capacidade com a qual os veículos têm de figurar, midiaticamente, a região confere-lhes uma moeda a mais no jogo econômico de suas mútuas influências. Isso está relacionado a uma capacidade de produção, em primeiro lugar; mas também a seu poder de ‘linkar’, nacionalmente, a região, produzindo conteúdo que será veiculado em rede nacional; em terceiro lugar, a determinada capacidade subjetiva de ecoar coerências regionais e locais.

A respeito disso, também é preciso referir uma importante diferença no modo de recepção do conteúdo regional: para a Amazônia oriental, sobretudo no norte e nordeste paraense, Marajó, baixo Amazonas, baixo Tocantins e também no Amapá, o que tem mais valor é a capacidade de referenciar as dinâmicas culturais locais, na sua dimensão histórica e na sua peculiaridade. Esse conteúdo se integraliza como uma espécie de dimensão amazônica, a qual não precisa se dizer, se afirmar, como

amazônica – e que simplesmente é, está. Já para a Amazônia ocidental, incluindo os estados do Amazonas, Roraima, Acre e Rondônia, mas também uma parte sul do Pará, formada pela área de Carajás, do Araguaia, do alto Tapajós e alto Xingu, predomina uma valorização de dimensão mais mítica, mais correspondente à visão global sobre o que é a floresta latifoliada, uma percepção pautada pela ideologização da mata virgem, dos mitos e grupos indígenas e mais disposta a adequar-se aos desígnios do senso comum a respeito da região.

Essas duas formas de representação tornam-se moedas de troca na estratégia de afiliação de redes. A Rede Amazônica de Televisão, por exemplo, teve, historicamente, maior disposição por se tornar porta-voz dessa Amazônia do senso comum e, portanto, de reproduzir o ideário dominante na sociedade nacional brasileira, desde o regime militar, o que a capitalizou para que fosse ela, e não outra qualquer, a empresa a receber mais concessões e mais vantagens do poder central brasileiro.

O PAPEL DO SUBSISTEMA RELIGIOSO

É necessário referir também essa variável no sistema regional, de resto, presente em todo o território brasileiro. A especificidade amazônica está na constituição de duas redes religiosas locais, uma delas, a Rede Nazaré, comprometida com um projeto ambicioso de formação cristã, associado à vivência amazônica.

Como no restante do país, as igrejas católica e evangélica – esta em seus diversos ramos e formações – possuem uma atuação missionária que, por vezes, constitui verdadeiro proselitismo religioso.

No país, a atuação da Igreja Católica é particularmente expressiva no campo do rádio, pois controla nada menos que três redes nacionais: a União de Radiodifusão Católica, criada em abril de 1976 e que faz parte da Catholic Association for Radio and Television (Unda), rede internacional criada em 1968, em Colônia, na Alemanha, da qual fazem parte, atualmente, 184 emissoras de rádio associadas; a Rede Católica de Rádio



(RCR), fundada em 1992, que agrega 185 emissoras afiliadas, distribuindo sua programação, em meio digital, por satélite; e a Rede Milícia, criada em 1995 e que reúne 112 emissoras na transmissão do programa “A Igreja no rádio”, gerado a partir da Rádio Imaculada Conceição, de Santo André, São Paulo, diariamente, entre meia-noite e 5 horas da manhã. É preciso ainda considerar a Associação Nacional Católica de Rádios Comunitárias (ANCARC), a qual possui cerca de 200 rádios comunitárias associadas, todas devidamente autorizadas.

Entre as emissoras evangélicas, destacam-se a Fundação Evangélica Boas Novas, da Igreja Assembleia de Deus (IAD), que possui 19 retransmissoras; a Rádio e Televisão Record S.A., que possui 196; a Rede Mulher de Televisão Ltda. (desde 9 de setembro de 2007, Record News), com 61; e a Rede Família de Comunicações, que possui dez.

Na Amazônia, as redes Record, Boas Novas e Canção Nova possuem estruturas importantes, mas é a Rede Nazaré, vinculada à influente Arquidiocese de Belém, que se destaca. As 79 retransmissoras da Rede Nazaré, espalhadas pela região, traduzem um esforço grande de evangelização. A referida ambição do sistema se demarca, por exemplo, no caso da outorga de 56 canais retransmissores ao grupo, pelo ministro das Comunicações, Miro Teixeira, em um único dia, 20 de janeiro de 2004. O fato precedeu a demissão do ministro pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, embora não tenha ficado claro se a demissão se deveu ou não ao fato referido (Castro, 2003).

Essa dinâmica ainda é pouco estudada, mas, certamente, não é sem razão que duas importantes redes nacionais de comunicação religiosa, uma católica e outra evangélica, estejam sediadas, justamente, na cidade de Belém.

UMA BREVE SÍNTESE PARA CONTINUAR EM FRENTE

Pode-se dizer que o sistema de comunicação midiática da Amazônia se coloca, simultaneamente, nos níveis local, nacional e global, tal como, em geral, o conjunto dos sistemas de comunicação presentes na sociedade

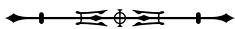
globalizada. Essa situação permite uma ampliação das suas malhas dialógicas e intersubjetivas.

Essa malhagem possui, também se pode dizer, uma conformação em constante processo de mudança, em permanente sedimentação, a qual decorre da forma tomada pela experiência social dos sujeitos que a vivenciam, inclusive de sua interação por meio de esferas mais amplas (nacional, global), similares (outras esferas locais, regionais etc.) ou de sua interação com essas esferas.

Procuramos entrever, por meio deste artigo, aquelas que consideramos como sendo as principais macrodinâmicas verificadas nos sistemas de comunicação presentes no espaço amazônico, inclusive observando que algumas dessas dinâmicas serão mais recorrentes do que outras em certos espaços subamazônicos e em certos grupos sociais. Trata-se de processos sociais particularmente inseridos no espaço sócio-histórico amazônico, os quais elucidam peculiaridades locais da disputa pela constituição e pelo controle da reprodução social e que, portanto, ajudam a compreender as diferenças amazônicas em relação a outros espaços de poder, mais evidentemente em relação ao espaço da sociedade nacional brasileira, que sobrepõe à realidade amazônica sua normatividade, suas dinâmicas macroprodutivas e sua própria disputa pela constituição e pelo controle da reprodução social.

No plano abstrato da percepção da organização social desses processos de poder, assumimos que o modelo dos sistemas, pesando sua subjetividade, sua abstração – útil para orientar a movimentação dos agentes sociais na construção de processos de correferencialidade, mas, de qualquer forma, essencialmente uma abstração –, conforma um mecanismo válido e ativo na dinâmica dos macroprocessos observados.

Por sua vez, no plano empírico da disputa pelo poder, demos início à investigação sobre como a atuação dos agentes sociais possui uma disposição sistêmica, movida e orientada pela própria experiência social e histórica desses agentes.



REFERÊNCIAS

- BAYMA, Israel. **A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil.** Brasília: Bancada do PT na Câmara dos Deputados, 2001. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/RelatorioIsrael.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2011.
- BELTRÃO, Jimena Felipe. Desenvolvimento sustentável e o papel dos mídia na Amazônia Brasileira. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 19, n. 2, p. 79-92, jul.-dez. 1996.
- BOLAÑO, César. **Comunicação, educação, economia e sociedade no Brasil:** desenvolvimento histórico, estrutura atual e desafios do século XXI. São Cristóvão: UFS, 2008.
- BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento.** Buenos Aires: La Crujía, 2005.
- CABRAL, Eula Dantas Taveira. **Rede Amazônica de Rádio e Televisão e seu processo de regionalização (1968-1998).** 2000. 181f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2000.
- CALDAS, Maria das Graças Conde. **O latifúndio no ar:** mídia e poder na Nova República. 1995. 200 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.
- CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito. In: BRITTO, Valério; BOLAÑO, César (Orgs.). **Rede Globo:** 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005. p. 77-101.
- CASTRO, Daniel. Outro canal: católicos levam primeiros canais de Lula. **Folha de S. Paulo**, 21 ago. 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u36024.shtml>>. Acesso em: 10 fev. 2011.
- CASTRO, Fábio Fonseca de. Sistemas de Comunicação na Amazônia. **Revista Fronteiras**, v. 14, n. 3, p. 179-191, 2012a.
- CASTRO, Fábio Fonseca de. Geopolítica da comunicação na Amazônia. **Comunicação & Sociedade**, v. 33, n. 57, p. 151-171, 2012b.
- CASTRO, Fábio Fonseca de. Comunicação, identidade e TV pública no Pará. **Em Questão**, v. 18, n. 2, p. 149-167, 2012c.
- COSTA, Sylvio; BRENER, Jayme. Coronelismo eletrônico: o governo Fernando Henrique e o novo capítulo de uma velha história. **Comunicação & Política**, v. 4, n. 2, p. 29-53, 1997.
- CREPALDI, Lilian Grupos midiáticos do Norte brasileiro: processos de regionalização, nacionalização e internacionalização. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÉNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0724-1.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2011.
- FADUL, Anamaria; REBOUÇAS, Edgard. Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia: o caso do Nordeste brasileiro como referência. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÉNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom, 2005. CD ROM.
- FESTA, Regina Dalva. Comunicação na selva amazônica. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 9, n. 54, p. 5-16, jan.-jun. 1986.
- HAMELINK, Cees. Globalização e cultura do silêncio. In: HAUSSEN, Doris F. (Org.). **Sistemas de comunicação e identidades na América Latina.** Porto Alegre: Edipucrs/Intercom, 1993. p. 7-14.
- HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público:** política e poder econômico no uso da mídia. São Paulo: Futura, 2003.
- JORNAL PESSOAL. Belém: Jornal Pessoal, 1987-2011.
- LOPES, Cristiano Aguiar. Licitações nas outorgas de Rádio e TV: a ineficácia dos critérios técnicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÉNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais...** Natal: INTERCOM, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0386-1.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2011.
- MARQUES DE MELO, José. Economia política da comunicação no Brasil de 1923-2008: precursores, pioneiros, baluartes e vanguardistas. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 32, n. 1, p. 15-31, jan.-jun. 2009.
- MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação.** Bauru: Edusc, 2000.
- MCQUAIL, Denis. **Mass communication theory.** Londres: Sage, 1994.
- MEEHAN, Eileen; MOSCO, Vincent; WASKO, Janet. Rethinking political economy: change and continuity. In: LEVY, Mark; GUREVICH, Michael (Eds.). **Defining media studies.** New York: Oxford, 1993. p. 348-349.
- MOSCO, Vincent. **The political economy of communication:** rethinking and renewal. London: Sage, 1996.
- MOTTER, Paulino. O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. **Comunicação & Política**, v. 1, n. 1, p. 89-116, 1994.
- RICOEUR, Paul. **Hermenêutica e ideologias.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- ROBERTSON, Roland. Glocalização: tempo-espacó e homogeneidade-heterogeneidade. In: ROBERTSON, Roland. **Globalização:** teoria social e cultura global. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 246-268.



SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso. **Razones para la concentración, diversificación e internacionalización de los medios de comunicación.** Concentración de la comunicación europea. Barcelona: Centro d'Investigación de la Comunicación, 1993.

SMYTHE, Dallas W. Communications: blindspot of economics. In: MELODY, W. H.; SALTER, L.; HEYER, P. (Eds.). **Culture, communication and dependency:** the tradition of H. A. Innis. Norwood: Ablex, 1981. p. 263-291.

SREBERNY-MOHAMMADI, Anabelle. The global and the local in the international communications. In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael (Eds.). **Mass media and society.** 2. ed. Londres: Arnold, 1995. p. 177-203.

THOMPSON, John B. A globalização da comunicação. In: THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 135-159.

VELOSO, Maria do Socorro F. **Imprensa, poder e contra-hegemonia da Amazônia:** 20 anos do Jornal Pessoal (1987-2007). 2008. 192 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008a.

VELOSO, Maria do Socorro F. Jornal como empresa e política como negócios: um perfil do patronato de mídia no Pará. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 6., 2008, São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo/Universidade Metodista de São Paulo, 2008b. Disponível em: <<http://sbpjor.kamotini.inghost.net/sbpjor/admjar/arquivos/individual67mariadosocorroveloso.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2011.

VIEIRAJÚNIOR, Antônio. **Rondônia – 1987:** a influência do poder político nos jornais de Porto Velho. 1993. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

