



# Participação e direito à comunicação: uma análise do programa de rádio *Ação Solar*

*Participation and the right to communicate: an analysis of the radio program Ação Solar*

**Danubia Andrade**

Mestre em Comunicação Social e Especialista em Artes, Cultura Visual e Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), professora do Departamento de Rádio e TV da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, MG - Brasil, e-mail: danubiajfm@gmail.com

---

## Resumo

Discutimos, neste artigo, o programa de rádio *Ação Solar*, transmitido pela Rádio Solar AM (1.010 kHz) de Juiz de Fora, Minas Gerais. Primeiramente, questionamos o termo “comunicação massiva” e redefinimos os contornos da palavra “participação”, para, enfim, interrogar se há *comunicação autêntica* quando se *participa* de um programa de rádio como o *Ação Solar*. Esse programa oferece aos seus ouvintes um ambiente dialógico e participativo? Poderíamos qualificá-lo como um exemplo de comunicação alternativa ou cidadã? Mais que levantar possíveis respostas, propomo-nos a discutir a função social do rádio no acesso às informações e seu papel como veículo de expressão das minorias, sem deixar de lado sua sintonia afinada com práticas populistas na esfera política da municipalidade.

**Palavras-chave:** Rádio. Participação. Cidadania. Direito à comunicação.

## Abstract

*The article discusses the radio program Ação Solar, transmitted by Radio Solar AM (1,010 kHz) of Juiz de Fora, Minas Gerais. Firstly, we question the term "mass communication" and the contours of the word "participation", to finally ask if there is authentic communication when it participates in a radio program like Ação Solar. This program offers to their listeners a space for dialogue and real participation? We could qualify it as an example of alternative communication or citizen media? We discuss the social function of radio in the access to information and its role as a vehicle of expression for minorities and its relationship with local politics.*

**Keywords:** Radio. Participation. Citizen. Right to communicate.

## Introdução

O termo “meios de comunicação de massa”, ou simplesmente “comunicação massiva”, surge no contexto da Escola de Frankfurt no mesmo momento em que também se delineiam os contornos de outras importantes definições nas áreas da comunicação, como indústria cultural ou cultura de massa. Esses termos nascem de uma das vertentes críticas mais importantes do século XX, que reuniu pensadores alemães no início na década de 1920 no *Institut für Sozialforschung* (Instituto de Pesquisa Social), na Alemanha e nos Estados Unidos durante o pós-guerra. A Escola de Frankfurt inaugurou o estudo crítico da comunicação e combinou economia política dos meios de comunicação, análise cultural dos textos e estudos de recepção pelo público dos efeitos sociais e ideológicos da cultura de massa.

A comunicação massiva seria enfim um processo comunicativo unidirecional e vertical, no qual um único emissor poderia enviar uma mensagem a um número ilimitado de receptores sem que estes pudessem respondê-la ou contestá-la. O processo comunicativo seria, portanto, de um para milhões, e esses espectadores estariam passivos e isolados no momento da recepção. São exemplos de meios de comunicação massiva o rádio, a televisão e o cinema, principalmente.

Existem correntes de pensamento, entretanto, que relativizam a incapacidade do espectador de resistir às mensagens que recebe pelos meios massivos. Conforme Hall (2003, p. 387), o processo de decodificação da mensagem implica possibilidades de diferentes posições do sujeito. Ele pode operar numa posição hegemônica-dominante, por meio do código-dominante, utilizar um código negociado ou mesmo destotalizar a mensagem do código preferencial para retotalizá-la dentro de algum referencial alternativo. Em outras palavras, ao decodificar a mensagem, não necessariamente o receptor se deixa guiar pelo código hegemônico ali implícito, podendo desconstruí-lo e até mesmo subvertê-lo. Além disso, nem toda mensagem mediada difunde valores sustentadores do *status quo*, havendo também espaço para a veiculação de mensagens contraideológicas ou alternativas.

O sociólogo francês Dominique Wolton (2006) compartilha do embasamento postulado por Hall ao argumentar que atualmente os veículos de comunicação atuam como laços sociais na sociedade

individual de massa. Isso porque, em uma sociedade cada vez mais mediada, os processos de identificação e construção de identidades se dariam, especialmente, em torno da relação entre os indivíduos e os meios. Wolton (2006, p. 135) acredita que a visão de laço social está, contemporaneamente, mudando o foco das pesquisas que anteriormente viam nos receptores seres passivos, entregando-se ao que o produto pronto e acabado lhes oferecia. As novas reflexões argumentam que os veículos de comunicação contêm o formato adequado para a recepção por parte do público. Ganham cada vez mais força os argumentos que apresentam o espectador como aquele que encontra nas mensagens recebidas uma fonte de informações para conversas sociais. Tal fato representa de maneira inequívoca uma ressignificação do discurso da informação sobre os processos comunicacionais.

Os questionamentos até então dispostos aguçam uma revisão do termo “massiva” dentro de “comunicação massiva”, na medida em que entendem o processo comunicativo não mais como uma imposição vertical emissor-receptor. Somando-se a isso, apresentamos as questões de Mario Kaplún (1984; 1998) a despeito da possibilidade efetiva de estabelecer-se um processo comunicativo mediado unidirecional. Afinal, tal processo é instaurado de fato quando se ouve um programa de rádio ou de TV? Há verdadeiramente comunicação entre o locutor e o espectador? Mesmo que o receptor possa, intimamente, tecer críticas à mensagem, ele poderá expressá-las? Em outras palavras, não seria o termo “comunicação massiva” incoerente em sua essência?

Para Kaplún (1998, p. 64), a verdadeira comunicação não se processa com um emissor que fala e outros muitos receptores que se limitam a ouvir, mas sim por dois ou mais indivíduos ou comunidades que intercambiam e compartilham experiências, conhecimentos, sentimentos. Desse modo, “comunicación es la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad” (PASQUALI, 1979 apud KAPLÚN, 1984, p. 14).

Nesse contexto, surge a figura denominada como “emirec” por Jean Cloutier: nem apenas emissor nem tão somente receptor; uma possibilidade para que o sujeito seja emissor-receptor

ao mesmo tempo. A comunicação entre “emi-recs” cria um modelo dialógico baseado na reciprocidade, na horizontalidade, na comunicação bidirecional e permanente.

No entanto, se o genuíno processo comunicativo prescinde de intercâmbio e troca entre pessoas que são, ao mesmo tempo, emissoras e receptoras, qual seria o papel dos meios tecnológicos como o rádio, a televisão ou o cinema nesse cenário? Primeiramente, Kaplún (1984, p. 15) deixa claro que a crítica ao modelo unidirecional de comunicação e a demanda por uma revisão do termo “comunicação massiva” não pretendem suprimir ou satanizar os meios massivos. Mesmo porque a transmissão de informações é também função necessária em todas as sociedades.

Em segundo lugar, há que se observar que os meios massivos de comunicação não estão fadados a repetir o modelo opressor de comunicação vertical e unidirecional. Assim como Hall, Kaplún acredita que as mesmas tecnologias que os criaram podem viabilizar iniciativas que caminhem para processos de comunicação comunitária ou alternativa. Dessa forma, os meios tecnológicos de comunicação – como a TV, o rádio ou o cinema – poderiam constituir-se como instrumentos de mediação da comunicação na medida em que possibilitassem um diálogo horizontal e de via dupla entre emissor e receptor. Brecht, de forma visionária, imagina as possibilidades do rádio como veículo de efetiva comunicação.

La radio tiene una cara donde debiera tener dos. Es un simple aparato distribuidor: simplemente reparte... Hay que transformar la radio, convertirla de instrumento de distribución en instrumento de comunicación. La radio sería el más fabuloso medio de comunicación pública imaginable, un sistema de interconexión fantástico, si no sólo supiera transmitir sino también recibir; permitir por tanto al radioescucha no solamente oír sino también hablar y, en lugar de aislarlo, comunicarlo. La radiodifusión debiera, en consecuencia apartarse de quienes la alimentan y convertir a los receptores en alimentadores (BRECHT, 1973 apud KAPLÚN, 1984, p.15).

Conforme Kaplún (1998, p. 67), meios de comunicação social que almejem ser democráticos e eficazes devem buscar estar a serviço de um processo educativo transformador, no qual os sujeitos possam compreender criticamente sua realidade e adquirir instrumentos para transformá-la. Além disso, deve-se ter como metas o diálogo e a participação.

## Nos bastidores do Ação Solar

O objeto do nosso estudo será o programa *Ação Solar* transmitido pela Rádio Solar AM (1.010 kHz) de Juiz de Fora, Minas Gerais, desde a década de 1990 até 2008. O *Ação Solar*, idealizado pelo radialista Francisco Carlos Canalli,<sup>1</sup> era apenas um quadro do programa *Rádio vivo*, ocupando seus trinta minutos finais, de 12h30 às 13h, de segunda à sexta-feira. Até o ano de 2005, o *Rádio vivo* era apresentado por Canalli, porém, depois que ele foi eleito vereador, o programa passou por uma reestruturação e José Carlos Oliveira assumiu seu comando, deixando para Canalli a faixa de horário de 12h15 às 13h. Assim, o *Ação Solar* ganhou independência do restante da programação matutina e alguns minutos de acréscimo.

O programa estudado tinha um caráter diferencial por ser de natureza “comunitária”, distanciando-se dos programas musicais ou de variedades. Seu objetivo era dar voz às pessoas mais carentes, encaminhando pedidos e reclamações e criando uma rede de ajuda entre os ouvintes. Em vários momentos, Canalli define o *Ação Solar* como “uma família” e, por meio de sua linguagem e suas expressões, cria uma sensação de grande intimidade entre ele e os ouvintes e entre os próprios ouvintes. Além disso, vale citar as diversas referências religiosas, com agradecimentos frequentes a Deus.

Diariamente, o programa iniciava com a vinheta musical “o coração amigo da Solar: Francisco Canalli” e em seguida o apresentador cumprimentava os ouvintes, fazia agradecimentos e falava do “papel social” do *Ação Solar*. Segue, a título de exemplo, a transcrição dos primeiros minutos do programa transmitido no dia 28 de novembro de 2007, quarta-feira.

<sup>1</sup> Esta informação, assim como outras, foi obtida por meio da audiência de diversos programas, assim como por intermédio de entrevistas com a produtora Aparecida das Graças Souza Ferreira, nos dias 28, 29 e 30 de novembro de 2007.

*Gente boa, gente amiga, gente bonita. Muito boa tarde! Estamos aí começando mais um programa Ação Solar. A partir de agora quero agradecer a sua audiência, agradecer a Deus em primeiro lugar por mais um dia de vida, pelo ar que respiramos, pela sua existência, pela existência deste canal que há 81 anos faz parte da vida de Juiz de Fora, não é isso? Bom, e meu carinho muito especial, meu abraço muito especial a você acompanhando a nossa programação. Quero agradecer todas as pessoas que estão na sintonia do programa Ação Solar. Aproveitar e mandar um abraço para a Associação dos Moradores do Bairro Furtado de Menezes e Vila Ozanã. [...]. O Ação Solar começa para ajudar a quem precisa! [...].*

Em outubro de 2007, o programa passou por uma transformação sutil, porém significativa. Até então, havia uma parte dele destinada aos telefonemas ao vivo, por meio dos quais os ouvintes teciam reclamações *no ar* aos órgãos da prefeitura, reivindicando água, luz, esgoto, capina e coleta de entulhos. O *Ação Solar* também narrava problemas nos postos de saúde e questões de defesa do consumidor, denúncias de mau atendimento em órgãos públicos e abuso de poder, entre outras falas. Nessas oportunidades, o ouvinte tinha voz e podia, quase sem censura, expressar sua indignação e tecer acusações contra quem fosse. Tratava-se de um espaço direto de interlocução, de comunicação horizontal, ainda que mediada, com os representantes de órgãos da prefeitura, vereadores ou outras autoridades do município.

Tal espaço, que identificamos ser de cunho assistencialista, mostrava-se como canal facilitador para a solução de problemas do cotidiano da cidade e era frequentemente acionado pelos ouvintes para intervir efetivamente na solução de seus problemas, tornando-o um mediador entre os cidadãos e o Poder Público, pois os moradores esperavam que a divulgação de seus problemas motivasse soluções.

Com as modificações, o *Ação Solar* suspendeu as chamadas telefônicas dos ouvintes, ou seja, eles não falavam mais *no ar*, suas reclamações eram intermediadas pela produção do programa e lidas (às vezes dramatizadas) por Francisco Canalli. Além disso, houve uma modificação na natureza dos pedidos, não mais reivindicações que diziam respeito à municipalidade e sim demandas para a sociedade civil: pediam-se cestas básicas, roupas, calçados, móveis, brinquedos, aparelhos eletrônicos, materiais

de construção e até mesmo remédios e dentaduras. Poderíamos dizer que a abrangência dos pedidos também se alterou. Antes, havia pedidos que atingiam uma coletividade, eram reclamações que diziam respeito aos moradores de uma determinada rua, de um bairro, de um grupo religioso, etc. Na última fase do programa, o seu formato restringia-se às demandas particulares, que atendiam aos anseios de uma família, quando não de uma única pessoa. No entanto, vale destacar que se tratavam, geralmente, de pedidos de primeira necessidade, como alimentos ou remédios.

Nesse sentido, os ouvintes do *Ação Solar* tiveram sua voz emudecida: não se trata apenas de perderem a oportunidade de falarem *no ar* ao longo do programa, suas reclamações e as demandas que abrangiam as comunidades foram silenciadas ao se transferir os pedidos para a ordem pessoal. Isso porque nesse programa havia um espaço mínimo para a participação do ouvinte, feita ao vivo, que permitia a ele falar sobre o que quisesse e não apenas fazer pedidos (utilizando-se dessa forma do caráter assistencialista do programa). Contudo, até mesmo esse espaço mínimo foi eliminado. Tal mudança fez com que o *Ação Solar* valorizasse as questões melodramáticas que cercam as dores e as experiências de cada indivíduo e enfraquecesse as organizações coletivas. O programa, que antes servia de palanque não apenas para seu apresentador como também para milhões de anônimos que podiam tecer suas críticas à administração municipal e a outros órgãos da cidade de Juiz de Fora, desloca a responsabilidade de solucionar tais questões para a sociedade civil. Entretanto, esse é o papel de um radialista que almeja construir um programa que de fato auxilie os cidadãos? E, ainda, será esse o papel de um vereador? Em que medida não seria o próprio Canalli, como então representante do legislativo municipal, responsável por tais demandas?

Outro viés do programa estudado era a divulgação recorrente de festas beneficentes, reuniões de sociedades de bairros (Sociedades Pró-melhoramentos), além de eventos organizados por igrejas ou templos. Nesse sentido, o programa funcionava como uma grande vitrine dos movimentos da sociedade organizada, incentivando inclusive a participação dos ouvintes no debate de questões comunitárias. No que concerne ao mundo do trabalho, o *Ação Solar* também dedicava alguns minutos a divulgar as oportunidades do Sistema Nacional de Empregos (SINE) e a ler os anúncios daqueles que

buscavam uma colocação. Cabe destacar que esses anúncios eram feitos gratuitamente. Esse era o espaço que mais se aproximava de uma comunicação cidadã.

Outra vertente do *Ação Solar* eram as suas eventuais promoções. Citamos como exemplo a promoção vigente em 2007 que presenteou com próteses dentárias 25 ouvintes, sendo 15 no mês de junho e outras 10 em novembro e dezembro. A seleção, porém, não se deu por meio de sorteio. Nos moldes do “Coração amigo”, que veremos a seguir, as pessoas escreveram cartas narrando suas dificuldades e necessidades e as “melhores” histórias foram contempladas. Vale destacar que a exigência de que o ouvinte escrevesse sua história era contraditória, uma vez que, na maioria dos casos, o participante desse tipo de promoção era semianalfabeto ou completamente iletrado. Assim sendo, como ele poderia escrever uma carta? Conforme entrevista realizada com a produtora do programa, Aparecida das Graças Souza Ferreira, de fato existe uma contradição, porém, as cartas serviriam como uma ferramenta para oferecer transparência e justiça às promoções.

Acreditamos que o quadro “Coração amigo” seja um símbolo do programa. Por meio dele, um ouvinte, previamente selecionado, ia ao estúdio e contava sua história de vida e os motivos que o levaram a pedir tais e tais coisas. Os itens mais pedidos eram roupas, calçados, fraldas infantis ou geriátricas, além de móveis e eletrodomésticos. Não raro, os participantes desse quadro emocionavam-se e choravam *no ar* ao narrarem suas misérias ou ao serem avisados de que haviam conseguido ganhar aquilo que pediam. A produtora do programa revelou que os pedidos que envolviam crianças e idosos tinham prioridade de escolha, por se entender que eram os grupos mais necessitados. As demandas eram feitas e os ouvintes que queriam ajudar o faziam telefonando ou dirigindo-se ao posto de coleta que funcionava próximo à rádio.<sup>2</sup> O apresentador agradecia nominalmente àqueles que contribuía, a menos que pedissem o anonimato.

Devemos nos ater, também, um pouco mais à dramaticidade utilizada por Francisco Canalli ao apresentar e narrar as histórias do “Coração amigo”. Para tanto, nos utilizaremos da transcrição de uma

pequena parte do programa transmitido no dia 30 de novembro de 2007, sexta-feira, no intuito de observar a linguagem, as metáforas e os vínculos de solidariedade que o locutor tece entre o participante do quadro e o ouvinte em casa.

*O Ação Solar está começando pra mais uma história que a vida conta. E a partir de agora eu quero pedir a sua atenção. Eu quero pedir a sua atenção. Você meu amigo, você minha amiga vai de alguma forma nos auxiliar em mais uma história que a vida conta. Entra vinheta musical: o coração amigo da Solar: Francisco Canalli.*

Sobe BG de música instrumental.

*Estou recebendo no programa de hoje, neste dia 30 de novembro, fechando o mês, a Maria da Silva Souza,<sup>3</sup> do bairro Santa Luzia. A Maria veio ao nosso programa, assim como vários ouvintes que vêm de segunda a sexta, pra contar com a solidariedade dos ouvintes porque está vivendo um momento de dificuldade. Maria, a família da Maria, como diversas famílias de Juiz de Fora e do nosso Brasil, não foge à regra, enfrentou o problema sério do desemprego e quando tem desemprego tem dificuldade porque não entra o dinheiro, atrasa as contas, falta tudo... É passar por um deserto, gente. Só quem já viveu o que é isso... Você que está empregado, agradeça a Deus pelo teu emprego, pelo salário que você recebe todo mês, mesmo que não seja tão gratificante assim o salário, mas Deus tem te abençoado e conseguido para você um trabalho, porque quando a pessoa enfrenta uma dificuldade como a da família da Maria [...].*

É necessário observar o jogo de cumplicidade tecido por meio de expressões como “história que a vida conta” ou “só quem já viveu isso”, além de chamadas diretas para que o ouvinte ajude com doações. No mais, como dito anteriormente, o apresentador do programa também fazia diversas referências religiosas, o que nos remete à consciência semi-intransitiva de Freire, que veremos posteriormente. Da fala de Canalli, depreende-se que a situação de desemprego pela qual passam muitas famílias juiz-foranas é fruto de uma “provação divina” e não consequência inescrutável de ações ou ausências na esfera política, da qual ele fazia parte na época.

<sup>2</sup> O programa dispunha de um galpão, localizado nas proximidades da Rádio Solar, onde eram depositadas as doações e realizada a triagem dos participantes do *Ação Solar*. O galpão funcionava na Rua Carlos Otto, 144, Juiz de Fora, MG.

<sup>3</sup> Para preservar a identidade da participante, uma vez que o programa está sendo deslocado de seu ambiente original, utilizaremos um nome fictício.

Não devemos nos esquecer que Francisco Canalli, além de apresentador do programa, era também vereador do município de Juiz de Fora, eleito no ano de 2004 pelo Partido da Mobilização Nacional (PMN), com 2.105 votos. Cabe ressaltar que Canalli não conseguiu se reeleger em 2008, quando concorreu pela legenda do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), mesmo obtendo 2300 votos.

No entanto, Juiz de Fora não tem exclusividade no convívio amigável de seus radialistas com a esfera da política. Esse jogo iniciou-se com intensidade a partir da década de 1990. Em São Paulo, por exemplo, o radialista Paulo Roberto Mansur (PDT), o Beto Mansur, foi um dos mais votados para a Câmara dos Deputados, assim como no Rio de Janeiro a radialista Cidinha Campos (PDT) foi campeã de votos (MOREIRA, 1998, p. 108).

Em Juiz de Fora, Alberto Bejani é um caso exemplar. Elegeu-se prefeito em 1988, pelo Partido da Juventude (PJ), como o “candidato dos pobres”, por mérito de sua ação assistencialista como Repórter 730, na Rádio Nova Cidade. Em 2004, pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), ganhou novamente as eleições municipais com 50,64% dos votos. Em junho de 2008, renunciou ao cargo após divulgação nacional de escândalos de corrupção. Bejani ainda é dono de uma emissora de rádio em uma cidade vizinha, a Rádio Top FM, em Santos Dumont, Minas Gerais.

Tendo por base o contexto narrado, deduzimos que, nas mãos da maioria dos políticos, o rádio funciona como forma de manter em evidência o candidato ou o grupo que representa. No *Ação Solar*, por exemplo, os papéis de radialista e vereador de Francisco Canalli confundiam-se e faziam com que o programa, mesmo que indiretamente, se transformasse num palanque diário. Poderíamos inclusive afirmar que o fato de Canalli não ter conseguido a reeleição deve-se mais às questões da matemática de sua legenda, que propriamente da falência do rádio como palanque.

## De que participação estamos falando?

A palavra “participação” era uma das mais recorrentes ao longo do *Ação Solar*. Na estrutura do programa, a participação do ouvinte era fundamental

para o desenrolar de todos os seus quadros, seja o “Coração amigo”, sejam as promoções, as doações ou os telefonemas. No entanto, o que podemos entender por *participação*? Ao ligar para a rádio e contar meus problemas ou os da minha comunidade estou *participando*? Eu *participo* quando faço uma doação? Primeiramente, precisamos entender a participação não apenas como um instrumento para a solução de problemas, mas, sobretudo, como uma necessidade fundamental do ser humano.

De fato, o primeiro passo para estabelecer um legítimo processo comunicativo é dar voz às próprias comunidades – e dar voz ao povo é o mote do *Ação Solar*. Qualquer meio de comunicação que tenha um compromisso com a cidadania deve oferecer espaço para a fala dos possíveis destinatários das mensagens. Esse momento é denominado por Kaplún (1998, p. 78) como “pré-alimentação”,<sup>4</sup> que consiste em colocar o destinatário não apenas no final do esquema comunicativo, como também no princípio, originando as mensagens ou, ao menos, servindo de fontes ou referenciais.

No entanto, ao dar voz ao povo, o *Ação Solar* opera com a ideia de participação. Assim, faz-se imprescindível rever os sentidos desse termo. Segundo Bordenave (1992, p. 24), poderíamos falar de processos de micro e de macroparticipação. A microparticipação seria a associação voluntária de duas ou mais pessoas numa atividade comum, na qual elas não pretendem unicamente tirar benefícios pessoais e imediatos. Ela acontece na esfera das comunidades, sindicatos, associações de bairro, grêmios estudantis, sociedades profissionais ou em muitas outras esferas sociais de tamanho reduzido, em que há espaço para a inserção de reivindicações, diálogo, discussão e democracia.

Já a macroparticipação, ou participação macrossocial, compreende a intervenção das pessoas em processos dinâmicos que constituem ou transformam a sociedade. Em outras palavras, os momentos de participação macrossocial são aqueles nos quais os indivíduos intervêm nas lutas sociais, econômicas e políticas de seu tempo. Parece-nos claro, como já afirmamos anteriormente, que o programa *Ação Solar* vai ao encontro de uma perspectiva assistencialista, assim sendo, não há vocação para a macroparticipação, pois não se observam estímulos

<sup>4</sup> *Prealimentación*, em espanhol ou *feedforward*, em inglês.

para a transformação social e sim para remediar as questões mais primárias.

No que concerne à microparticipação, devemos refletir sobre o programa estudado antes e depois de sua reestruturação. Como vimos inicialmente, dispunha-se de um espaço para que os ouvintes pudessem reclamar aos órgãos da prefeitura ou a outras autoridades do município. Nesse sentido, havia uma possibilidade para que grupos comunitários ou pequenas organizações estabelecessem efetivamente a microparticipação, ainda que mediada pelo rádio. Todavia, com a modificação na estrutura do programa, nem mesmo a microparticipação se faz presente, uma vez que as demandas passam a ter um cunho pessoal e imediatista.

Ao não mais oferecer espaço para a microparticipação, o *Ação Solar* recai numa falácia: quer-se um mundo mais solidário, mas não se colabora para formar indivíduos capazes de transformar a sociedade. Almeja-se que ela seja mais justa, mas não se desperta a percepção da audiência para as injustiças sociais a nível macro. Para Bordenave (1992, p. 57), trata-se de uma grave deficiência da democracia liberal pretender que o cidadão exerça a macroparticipação sem que ele tenha necessariamente vivido experiências nas quais desempenhou a microparticipação. Como consequência dessa realidade, nos deparamos com cidadãos/ouvintes que esperam que as soluções sejam encaminhadas por governos paternalistas, uma vez que essas pessoas não se sentem responsáveis por suas ações e escolhas. Além disso, se a participação é sempre orientada para reivindicações específicas, e não como parte integrante da macroparticipação, as demandas do povo podem servir de motor para políticos paternalistas e assistencialistas, criando vínculos de dependência.

A respeito de iniciativas da comunicação comunitária, Kaplún (1984, p. 83) nos fala da dificuldade do sujeito de perceber problemas que foram naturalizados socialmente. Em outras palavras, “puede haber necesidades muy reales que un grupo popular, por el poco desarrollo de su conciencia crítica, no esté en condiciones de percibir y no sienta como reivindicaciones” (KAPLUN, 1984, p. 85).

Essa dificuldade de percepção dos problemas, abordada por Kaplún, está vinculada ao nível de consciência social do sujeito. Dependendo desse nível de consciência, o indivíduo não é capaz de aproveitar o espaço midiático para tecer críticas ou observações referentes à sua realidade que ultrapassem a fronteira

do imediatismo, das reclamações de ordem específica. Ou seja, dependendo do nível de consciência do sujeito, é impossível perceber a estrutura de opressão macrosocial que o cerca. Assim, os participantes do “Coração amigo”, por exemplo, não falavam da crise econômica, do aumento da carga tributária, dos projetos de lei inócuos da Câmara Municipal ou das obras de saneamento realizadas no bairro vizinho. Suas falas estavam entrecortadas por demandas de primeira necessidade, como comida, remédios, roupas, etc.

Outra questão a ser considerada diz respeito à “cultura do silêncio”, definida por Freire (1978) como uma opressão cultural capaz de calar as vozes do povo, uma vez que age desvalorizando as reivindicações provenientes daqueles com pouca instrução e baixa renda, confirmando sentimentos de inferioridade, ignorância e rebaixamento intelectual. Sob a égide da cultura do silêncio, o povo é habituado a delegar a interpretação de seus problemas a outros mais “sábios”, assim como são desacostumados (e desaconselhados) a expressar seus desejos e a exigir. Em verdade, são treinados para obedecer e reconhecer autoridades. Não devemos nos esquecer, ainda, que a autogerência proposta pela comunicação comunitária é insegura e arriscada, pois traz compromissos e responsabilidades que o ato de delegar e pedir ajuda a suprimir. Por seu turno, a autogestão é um processo complexo e difícil, que necessariamente conta com o rompimento de condicionamentos culturais que imperam sob os povos oprimidos de todas as partes.

Nesse sentido, é válido trazeremos à discussão as definições de níveis de consciência elencadas por Paulo Freire (1978, p. 69). O nível de consciência que se deseja é a consciência crítica, na qual o sujeito consegue perceber os problemas sociais que o cercam não apenas no seu caráter mais emergencial, como também demonstra competência para ler a realidade em sua estrutura macro. A compreensão da realidade macrosocial e a consciência dos meios para modificá-la caracterizariam o nível de criticidade desejável ao sujeito social. Entretanto, para alcançar esse nível de conscientização, o sujeito passa por outros dois momentos: as consciências semi-intransitiva e transitiva-ingênua.

A semi-intransitiva seria aquela na qual o indivíduo não consegue captar os desafios de seu contexto ou os compreende distorcidamente, pois não possui uma percepção estrutural dos fatos. Nesse

nível de consciência é comum que se encontre a explicação para os problemas fora da realidade, seja nos desígnios divinos, no destino ou na inferioridade natural. A solução dos problemas, para os sujeitos com esse nível de consciência, não passa pela transformação da realidade e sim pelas ações com caráter mágico-defensivo ou mágico-terapêutico.

Já a consciência transitivo-ingênua possibilita a construção de uma identidade própria para a classe oprimida, o que permite identificação, solidariedade e pertencimento. No entanto, o rompimento com a cultura do silêncio ainda se faz de forma ingênua, ancorando-se em líderes políticos como mediadores entre as massas e a oligarquia. O populismo surge como uma tentativa de controle das massas, pois trata-se de uma prática política que almeja manipular os anseios daqueles que começam a perceber as injustiças sociais que cercam sua condição de oprimidos.

Freire salienta um caráter ambíguo no populismo: “Se, porém, a manipulação populista reforça, de um lado, a ingenuidade das massas emergentes, de outro, enquanto lhes estimula os protestos e as exigências, igualmente estimula o processo de desvelamento da realidade” (FREIRE, 1978, p. 76).

Acreditamos que as práticas populistas fizeram do rádio uma arma de propagação de discursos ideológicos, entretanto, na contramão do pensamento de muitos, não devemos entender o populismo como um estilo político acabado nem tampouco o rádio como um veículo isento de discursos manipuladores. Como vimos em nossa análise do programa de rádio *Ação Solar*, apresentado pelo jornalista, e na época vereador, Francisco Canalli, a sintonia entre rádio e política está cada vez mais intensa.

O programa estudado trabalhava, majoritariamente, com sujeitos que alternavam entre a consciência semi-intransitiva e a ingênua. Muitas vezes, o próprio apresentador explicava as dificuldades vividas por um participante do “Coração amigo” como desígnios divinos. Em outros momentos, Canalli tocava nas questões sociais que sujeitam os trabalhadores, valorizando sempre os direitos que lhes faltam em detrimento do papel transformador que lhes caberia cumprir. Com uma audiência que oscilava entre esses dois níveis de consciência, Canalli mantinha seus ouvintes sujeitos ao seu próprio discurso político, como vereador que almejava a reeleição, o que de fato não se realizou.

## A voz do povo no *Ação Solar*

No contexto atual, torna-se cada vez mais necessário admitir o direito à comunicação como parte de um quadro maior de direitos dos cidadãos. Num primeiro olhar, os direitos à informação e aos canais de expressão fazem parte dos direitos civis que asseguram a liberdade de opinião e de expressão de ideias, convicções, crenças, etc. No entanto, o direito à comunicação não se resume apenas a isso.

Incluir os Direitos à Comunicação nessa luta é reconhecer a centralidade do ser humano como agente do seu próprio destino, seja como indivíduo ou grupo, capaz do diálogo. É garantir que a conversa sempre aponte para a liberdade, a solidariedade, a dignidade e o respeito à vida (MELO; SATHLER, 2005, p. 8).

Primeiramente, é válido recordar que os direitos do ser humano são direitos históricos, ou seja, frutos de circunstâncias específicas. Eles não devem ser entendidos como fixos ou estáveis, ao contrário, devem estar sujeitos a constantes revisões e ao surgimento de novos direitos, uma vez que acompanham as mudanças que ocorrem nas sociedades, sejam os carecimentos ou interesses das condições históricas, dos meios de produção e as transformações técnicas, entre outros fatores. A cidadania reproduz a complexidade das sociedades.

Vivemos atualmente em sociedades nas quais a mediação e as tecnologias comunicativas se fazem presentes no cotidiano, interferindo na construção da realidade e em todas as práticas sociais do sujeito. Portanto, os direitos à informação e aos canais de expressão ganham outra abrangência e passam a constituir ferramentas importantes da cidadania. Não basta apenas expressar-se por meio da comunicação direta, é preciso produzir mensagens que possam atingir a outras pessoas e que sejam a “voz” midiática daquele grupo comunitário.

No se trata entonces de imitar o reproducir acriticamente el modelo de los medios masivos hegemónicos. Estamos en busca de “otra” comunicación: participativa, problematizadora, personalizante, interpelante. Para lo cual también necesita lograr eficacia. Pero a partir de otros principios y hasta con otras técnicas (KAPLÚN, 1998, p. 13).



Se os meios de comunicação são instrumentos de poder e dominação quando utilizados por grupos específicos, seu uso comunitário, como propagador de vozes antes emudecidas pela cultura do silêncio, revela-se um instrumento necessário à cidadania. “O acesso do cidadão aos meios de comunicação na condição de protagonista é fundamental para ampliar o poder de comunicar” (PERUZZO, 2007, p. 26).

Acreditamos que a informação jornalística deva ser pensada sob a perspectiva da cidadania, e a sua prática (a da cidadania) pode vir a tornar-se uma circunstância potencializadora do exercício dos direitos dos cidadãos. Compartilhamos da abordagem de Gentilli (1995) ao argumentar que os veículos de comunicação devam produzir informação para a cidadania e que a necessidade social de informação ocasione a necessidade do jornalismo. Isso porque, segundo o autor, “o direito à informação constitui-se num direito “em si” e ao mesmo tempo é a porta de acesso a outros direitos” (GENTILLI, 1995, p. 25). O autor ainda argumenta que o direito à informação não será conquistado por meio de medidas políticas de controle, mas por intermédio da participação ativa da sociedade. Assim como não se trata de apenas combater a formação de monopólios de comunicação, a pluralidade de fontes emissoras é uma conquista social. Dessa forma, um programa de rádio pode ser o elemento que rompe a inércia em direção a uma ampliação de direitos, na medida em que compreende o direito à informação como a porta de entrada para outros direitos, e o de expressão como visibilidade para grupos diversos.

Manzini-Covre (2001) ressalta que a cidadania deva ser vista como um processo e que ser cidadão significa ter direitos e deveres. A socióloga argumenta que cidadania requer prática e conhecimento, uma vez que “só existe cidadania se houver a prática da reivindicação, da apropriação de espaços, da pugna para valer os direitos do cidadão. Nesse sentido, a prática da cidadania pode ser a estratégia, por excelência, para a construção de uma sociedade melhor” (MANZINI-COVRE, 2001, p. 10).

Diante dessas considerações, veremos qual a importância de haver, na cidade de Juiz de Fora, um programa de rádio que possuía canais abertos de comunicação com o povo. E ainda refletiremos sobre a eficiência, para fins de cidadania, da inclusão dessas “vozes” em um programa de cunho assistencialista.

O *Ação Solar* compreendia o direito à informação como uma porta de acesso para outros direitos? Ele trabalhava para dar voz (e visibilidade) aos grupos comunitários e às minorias? Sob que aspectos o programa podia ser entendido como cidadão? Primeiramente, na medida em que se prestava a divulgar vagas de emprego, avisos referentes às reuniões de grupos comunitários ou de minorias, ações de saúde pública, campanhas diversas, entre outros, o *Ação Solar* contribuía fornecendo espaço gratuito para aqueles que não têm, normalmente, lugar na mídia comercial. Ademais, ao dar voz às associações, o programa incentivava a participação do ouvinte nessas organizações comunitárias, operando assim em favor da microparticipação.

Por outro lado, o *Ação Solar* não trabalhava com uma perspectiva de comunicação problematizadora e crítica da realidade social. Ao invés de contextualizar as demandas, o programa optava por repassá-las à sociedade civil. Ao pedir aos ouvintes que fizessem doações, o *Ação Solar* estava colaborando para uma estrutura na qual os governos isentavam-se de suas responsabilidades constitucionais e as transferiam para a sociedade. Conceder a cada indivíduo alimentos, emprego e remédios não seria obrigação dos governos e não de particulares? Inversamente, há que se perguntar: quando se trata de necessidades urgentes, não seria positivo mobilizar a sociedade para ajudar o outro? Isso não colabora para uma sociedade mais solidária? Contudo, na medida em que fosse mais solidária, não seria também essa sociedade mais alienada no que concerne às obrigações dos governos para consigo mesma?

Compreendemos, afinal, o *Ação Solar* como um formato assistencialista e melodramático, esquema bastante recorrente não apenas em rádios como também em programas de televisão. O apelo à solidariedade do ouvinte ou telespectador, somado à exploração da desgraça humana, operava com mais força que os anseios por difusão de informações, direito à expressão ou qualquer outro ponto que o vinculasse a um projeto de comunicação cidadã.

## Referências

BORDENAVE, J. E. D. **O que é participação**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1992.

FREIRE, P. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

GENTILLI, V. **Democracia de massas**: cidadania e informação. 1995. 218 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

HALL, S. Codificação/Decodificação. In: HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003. p. 387-404.

KAPLÚN, M. **Comunicación entre grupos**: el método del cassette-foro. Ottawa: International Development Research Centre, 1984.

\_\_\_\_\_. **Una pedagogía de la comunicación**. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

MANZINI-COVRE, M. L. **O que é cidadania**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

MELO, J. M. de; SATHLER, L. (Org.). **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2005.

MOREIRA, S. V. **Rádio palanque**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

PERUZZO, C. M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Lumina**, v. 1, n. 1, 2007. <[http://www.ppgcomufjf.bem-vindo.net/lumina/index.php?journal=edicao&page=article&op=view&path\[\]=4&path\[\]=10](http://www.ppgcomufjf.bem-vindo.net/lumina/index.php?journal=edicao&page=article&op=view&path[]=4&path[]=10)>. Acesso em: 20 jan. 2010.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 2006.

Recebido: 18/03/2010

*Received*: 03/18/2010

Aprovado: 24/05/2010

*Approved*: 05/24/2010