



Perspectivas da comunicação popular: Um estudo de caso da Rádio Comunitária Nova Geração de Jataizinho. (PR)¹

Autor: Eduardo Y. Yamamoto²
Mestrando em Comunicação pela Unesp – Bauru (SP)

Resumo: O presente artigo aborda os resultados de um Estudo de Recepção realizado sobre a audiência da Rádio Comunitária Nova Geração de Jataizinho (PR). Os dados da pesquisa apontaram para formas de manifestação da comunicação popular irrestrita aos canais técnicos de comunicação. Por comunicação popular entende-se um conjunto de práticas comunicativas, que permeia o cotidiano dos indivíduos, e abre caminho para possíveis transformações sociais. A articulação dos dados da pesquisa demonstra um partidarismo político assumido pela referida rádio, em dissonância com a lei que instituiu o serviço e com os anseios da comunidade representada. Tal fato é apresentado pelo consumo não passivo da recepção a partir da própria comunidade.

Palavras-Chave: Estudo de Recepção; Comunicação popular; Rádio Comunitária; Movimentos sociais.

1. APRESENTAÇÃO

A comunicação popular, produto e produtora dos mais diversos movimentos sociais, e em constantes mutações culturais, deve ser compreendida dentro da fenomenologia sujeito-sociedade.

A manifestação de diversas realidades, tanto no plano individual do pensamento quanto aquelas compartilhadas no cotidiano extrapola os mecanismos ideológicos e “instabiliza” a idéia reificante do pensamento único (MANNHEIM, 1982, p. 50). O desejo por transformações, que se manifesta ora na pena de um escritor³ (plano individual), ora ainda num âmbito coletivo⁴, traduz um fenômeno pertencente àquilo que se denomina real. Por fazer parte também desta realidade efetiva, dado o caráter dialeticamente contraditório do concreto, o pensamento ganha claros contornos, embora necessite de um grupo social para materializá-lo.

Pode ser que existam alguns fenômenos sociais e, talvez, alguns aspectos de todo os acontecimentos sociais que se possam observar externamente como se

¹ Trabalho apresentado ao NP Comunicação para a Cidadania.

² Especialista em Comunicação Popular e Comunitária (UEL-PR). Atualmente é aluno regular do programa de mestrado em Comunicação da Unesp (Universidade Estadual Paulista - Bauru).

³ Referência à obra “Utopia” de Thomas Morus.

⁴ A exemplo da revolução iluminista e das revoluções socialistas dos séculos XIX e XX. Aqui se deve enfatizar a natureza dinâmica (dialética) das práticas sociais.



fossem coisas. Mas isso não deve levar a inferir que somente são reais as manifestações da vida social que encontrem expressão em coisas materiais. Seria uma concepção bastante estreita da ciência social limitá-la aos objetos concretos externamente perceptíveis e mensuráveis. (Wirth, In: MANNHEIM, 1982, p. 18).

A garantia de um grupo específico na gerência dos meios simbólicos e materiais de dominação dão sustentação à idéia restrita de realidade. Neste caso, os aparatos ideológicos e coercitivos garantiriam a ordem pública e o *status quo*. É importante lembrar que este mesmo grupo alcançou tal posição num enfrentamento social histórico - travado também no campo do pensamento – e possível graças, e somente, a uma situação social específica. Esta idéia é tributária de Althusser⁵ e traduz a emergência dos movimentos sociais na perspectiva de crítica à realidade e às formas de pensamento hegemônico. É desse modo que a utopia caminha em sentido oposto à ideologia. E é também nesta perspectiva que a comunicação popular caminha, colocando-se como importante instrumento de modificação da sociedade.

A possibilidade de construção de uma comunicação popular num período de Cultura de Massa, ou cultura “capitalística”, a “Cultura do Pensamento Único”, conforme Guattari⁶, traduz uma demanda, teórica e prática, por uma cultura verdadeiramente democrática. Essa demanda repousa-se na concepção de que comunicação popular e comunicação de massa ou de elite não se excluem, ao contrário, se aproximam no sentido da busca por canais alternativos que viabilizem as reivindicações da base. Se por um lado a lógica do capital opera a exclusão de indivíduos do sistema produtivo, negando também a manifestação de vozes dissonantes ao sistema, pois mantêm as mesmas raízes constitutivas - vale dizer, conservadoras - ; por outro produzem situações em que as trocas de experiências comuns possibilitam o encontro dos sujeitos. Tais encontros se fazem por inúmeras instâncias, seja ela de ordem simbólica, discursiva, ou mesmo pelas condições materiais imediatas. Trata-se de uma busca pela superação através das próprias contradições do capitalismo. Constata-se que mesmo as ações que produzem sinergias para transformações históricas venham também das classes dominantes.

⁵ ALTHUSSER, L. *Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado*. São Paulo: Ed. Presença, 1970.

⁶ GUATTARI, Felix & Suely Rolnik. *Micropolítica: Cartografias do Desejo*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.



Embora o termo popular⁷ venha permeado de conflitos, nesta apresentação far-se-á o uso da definição de Hall que verifica o popular como lugar dos contratos, a negociação de poder:

Cultura popular é um dos locais onde a luta a favor ou contra a cultura dos poderosos é engajada; é o prêmio a ser conquistado ou perdido nessa luta. É a arena do consentimento e da resistência. Não é a esfera onde o socialismo ou uma cultura socialista – já formada – pode simplesmente ser expressa. Mas é um dos locais onde o socialismo pode ser constituído. É por isso que a cultura popular importa. (HALL, 2003, p. 263).

A compreensão da vida social através da cultura torna nítidas as situações em que idéias sociais surgem e se cristalizam no tecido social. É dessa maneira que se evidencia a importância das práticas discursivas no cotidiano dos grupos sociais. O resgate dos estudos culturais ingleses e dos estudos de recepção latino-americano aproxima tal pensamento à apreciação das diversas representações culturais e comunicativas da sociedade.

O empreendimento opositivo entre alta e baixa cultura, o equívoco desta separação visto o caráter permeável (circular) entre ambas esferas⁸; ou a generalização da cultura de massa, como lugar do não conflito, para dar cabo aos estudos da comunicação popular, constituem alguns dos muitos olhares acerca da comunicação popular. Aqui, não se trata de observar a comunicação popular no interior de uma cultura imaculada, ou mesmo a partir de aparatos técnicos alternativos, embora também se possa pensar nesses termos. Trata-se, entretanto, de validar a comunicação popular dentro de uma dinâmica da sociedade em que o fenômeno cultural e comunicativo se faz presente por inúmeras manifestações.

1.1. De Birmingham à América Latina

Embora fragmentadas, a importância das teorias da comunicação (abarcados nos paradigmas: informacional, semiótico-informacional, semiótico-textual e dialógico⁹) se

⁷ Por “popular” entende-se a idéia dialética de poder, a oposição ao status quo. As tipologias referentes à cultura e comunicação popular preenchem vasta bibliografia, ora amalgamada na cultura de massa, ora enquanto elemento comunicativo folclórico, imaculado. Para melhor entendimento desta relação, ver Peruzzo: “Comunicação nos Movimentos Populares (1998)”. Na classificação da autora, o presente artigo assume a terceira vertente, a popular-alternativa, buscando uma articulação entre cultura e comunicação.

⁸ Para melhor entendimento desta relação sugerimos a leitura “A cultura popular na Idade Média” de Mikhail Bakhtin.

⁹ FRANÇA, Vera V. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, Luís G. (org.) *Estratégias e culturas da comunicação*. Brasília: Ed. UnB, 2001. p. 13-29.



localiza em sua especificidade institucional e no contexto em que são forjados. A utilidade destes estudos ganha importância na medida em que atendem às demandas de suas respectivas formações históricas e sociais.

A aproximação com os Estudos Culturais¹⁰ e de Recepção reflete bastante o pensamento acima, visto as condições que permeiam as produções prático-teóricas de seus agentes. Observa-se que as idéias destas duas escolas aproximam-se em suas abordagens sobre a subjetividade, as peculiaridades de suas realidades e formações sócio-históricas, além da heterogeneidade dos muitos “populares” existentes. Nomes como Jesus Martin Barbero, Nestor Garcia Canclini, Paulo Freire, Armand Mattelart, Eliseo Verón, dentre outros pensadores do cenário latino americano da comunicação ganham relevância por trazerem a tônica da valorização da identidade local, além da troca de experiências em realidades próximas ao contexto brasileiro¹¹.

Tais construções são tributárias de um viés dos Estudos Culturais ingleses, inicialmente voltados à recepção de textos literários das classes operárias. A clivagem proposta por seus fundadores - Raymond Williams, E. P. Thompson, e Richard Hoggart - embora apresentem assimetrias em suas propostas, revelam um ponto de convergência em suas especulações sobre cultura, história e sociedade. Conforme a leitura de Escosteguy¹²:

O que os une é uma abordagem que insiste em afirmar que através da análise da cultura de uma sociedade – as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura – é possível reconstruir o comportamento padronizado e as constelações de idéias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade. É uma perspectiva que enfatiza a *‘atividade humana’, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo* (Storey, 1997: 46 grifo da autora).

Apesar de grande parte das teorias da comunicação formulada até meados do século XX anunciar uma totalização da realidade social, e operada pelos aparatos técnicos da comunicação, tal redução analítica negligencia uma abordagem mais ampla e dinâmica do fenômeno popular da comunicação.

¹⁰ Não obstante, e conforme Escosteguy: Vale lembrar que os mass media e a cultura popular são recortes para refletir sobre a esfera cultural como um campo de relações estruturadas pelo poder e por diferenças sociais, sendo portanto um equívoco reduzir o projeto dos Estudos Culturais a um modelo de comunicação, pois os questionamentos propostos por essa tradição extrapolam o campo da comunicação.” (In.: HOHLFELDT, 2001, p.151)

¹¹ Não é por outro motivo que os Estudos de Recepção tivessem uma grande repercussão na América Latina, dado a nossa tradição de dominados, erroneamente observados como receptores passivos.

¹² In.: HOHLFELDT, 2001, p. 155.



Para além da oposição entre cultura de elite ou de massa observamos a comunicação popular no espaço da cotidianidade, lugar de complexidades e por isso, de cuidados interdisciplinares. A comunicação popular, compreendida como prática social e transpassada por diversas culturas, manifesta-se nos diversos movimentos sociais. São manifestações específicas, cujo ponto em comum se estabelece no desejo por mudanças históricas.

1.2. Cultura, Movimentos Sociais e Comunicação

As contribuições da antropologia de Levi-Strauss¹³, com sua crítica à hierarquização cultural, e do pensamento político de Gramsci¹⁴ para consolidação de uma esfera cultural em constante embate, fornecerão os pressupostos necessários para articulação dos conceitos de comunicação popular, cultura e movimentos sociais. Ao ampliar o marxismo à luz do século XX, Gramsci observa o amálgama característico das culturas populares que permeiam o cotidiano e as construções da vida em comum. Não existe cultura pura, ou mesmo ingênua; o que ocorre, em especial à cultura popular, é a sua relação histórica, de diferença ou contraste, com a cultura dominante. É dessa maneira que o intelectual italiano busca a distinção, através da formação de blocos contra-hegemônicos, a base da comunicação popular.

Neste pensamento, a revitalização dos espaços públicos, terreno privilegiado para expressão da comunicação popular, ganha grande importância devido à heterogeneidade que caracteriza os interesses coletivos, dentro da Sociedade Civil, além dos conflitos que surgem do desejo de destruição ou manutenção da ordem estabelecida, e nas subculturas emergentes dentro de uma mesma cultura¹⁵.

Por outro lado, a convergência epistemológica vivenciada a partir nos anos 70 afetará o domínio da comunicação e possibilitará uma articulação conceitual. Tal convergência amplia o horizonte da comunicação popular com outros campos do

¹³ Lévi –Strauss mostra que as colaborações dos estudos desenvolvidos entre geneticistas e etnólogos puderam demonstrar que as relações entre evolução orgânica e cultural são análogas e complementares; suscitando que não há aptidões inatas, como preconizavam as teorias fundamentadas por estudos biológicos anteriores, que acabavam por defender as desigualdades sociais, já que estas eram consideradas naturais. A diversidade de culturas varia, portanto, conforme as especificidades geográficas, históricas e sociológicas; e não às características anatômicas ou fisiológicas. (PEREIRA, 2003, p. 4).

¹⁴ COUTINHO, Carlos. N. *Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político*. Ed. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 1999. p. 121-143.

¹⁵ CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas*. São Paulo. Ed. Edusp, 2ª edição, 1998.



conhecimento - Biologia, Sociologia, Antropologia, Lingüística -, e estabelece, portanto, uma aproximação interdisciplinar a partir do domínio da linguagem.

Nesta abordagem observa-se uma aproximação dos Estudos Culturais e da Recepção no que se refere às possibilidades de linguagem no interior da cultura popular. É através de sua codificação que se verifica as formas de cristalização de idéias sociais, ideologias, ou formas sutis de dominação, além de canais de emancipação. Conforme Stockinger¹⁶, “a comunicação que revela o que a hierarquia esconde” (In.: Levi-Strauss, 2003, p. 26).

Na seqüência apresentamos os dados de um Estudo de Recepção realizado na rádio comunitária Nova Geração de Jataizinho (PR). Aqui, a pesquisa irá focar o contexto das eleições municipais de 2004: entrevistas com os candidatos, líderes comunitários, análise de programas radiofônicos, além das informações sobre a audiência (questionário sobre uma amostragem representativa). As questões levantadas são frutos deste trabalho empírico. Este, por sua vez, possibilitou um outro olhar da recepção, e fora do tradicional modelo comunicativo informacional.

2. A RECEPÇÃO

Os questionários foram aplicados entre os dias 6 e 13 de outubro de 2004 pelo próprio pesquisador. A aplicação abrangeu as áreas urbanas e rurais do município. Durante o processo de coleta dos dados empregaram-se observações contextuais, alheias ao que está no papel, o que ofereceu à pesquisa maior quantidade de informações para análise. Observou-se que a maioria dos respondentes não compreendia, ou não sabia ler, as perguntas, sendo necessário recorrer ao código oral para obtenção dos dados. A fórmula utilizada para calcular amostragem e margem de erro baseia-se na população total do ambiente que se quer estudar – em nosso caso, 11.327 habitantes.

A tabulação dos dados, entrevistas com líderes de opinião (candidatos a prefeito, padres, líderes comunitários), além dos temas dos grupos de discussão¹⁷, obedeceram a um critério aberto, espontâneo, para melhor fluência das questões que ali se problematizavam naquele momento. As relações entre política e rádio comunitária

¹⁶ STOCKINGER, Gottfried, 2003. p. 26

¹⁷ Realizaram-se 2 grupos de discussão: o primeiro no dia 13 de novembro de 2004, e o segundo uma semana depois. Nestes grupos os pesquisadores levaram à discussão apenas os dados tabulados dos questionários. Embora o número de participantes tenha sido baixo nos 2 grupos, 10 pessoas, considerou-se tal número representativo. Conforme BAUER, Martin. W; GASKEL George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes, 2003.



vieram à tona tanto nas entrevistas com a população, quanto nos grupos de discussão, e nas conversas com os candidatos.

2.1. Rádio Comunitária Nova Geração: uma breve contextualização

A instalação da Rádio Comunitária Nova Geração em Jataizinho está profundamente associada à Igreja Católica da cidade, representada nas pessoas de Frei Adelino Frigo e Odemir Marques. Algumas peculiaridades neste espaço despertaram o interesse do pesquisador: em primeiro lugar, pelo fato da rádio comunitária ser o único veículo de comunicação local; segundo por ela ter sido construída pelos esforços e demanda da própria comunidade, conforme o diretor Odemir Marques:

Respondendo processo de uma e nós já colocamos a outra rádio no ar. Só que nesse ínterim nós já começamos a construir este salão aqui todinho ajudado pela comunidade. Um doava tijolo, o outro dava areia, cal, vitrô, dez barras de ferro (...) tinha gente que dava dinheiro, R\$ 25 (...). Então todo mundo ajudou, prefeitura, igreja, comunidade. E o pessoal trabalhou de graça também. (...) engenheiro doou serviço, a prefeitura cedeu um funcionário por três meses. (MARQUES, depoimento dado em outubro de 2004)

No dia 10 de agosto de 2001, fundou-se a rádio comunitária Nova Geração. As boas relações que a rádio nutria com o poder público local, entretanto, transformaram-se em atritos durante a administração 2001-2004, comandada por Teresinha de Fátima Sanches (PMDB). A suposta má administração municipal desencadeou uma série de críticas. Estas eram levadas ao ar pelos próprios cidadãos nos microfones da rádio Nova Geração. Até então, a prefeitura se encarregava de pagar as contas de água e energia elétrica da emissora, apoio que foi retirado ao mesmo tempo em que a ajuda financeira – que era concedida pela legislatura anterior – também foi negada. A situação foi agravada em 2003, com a veiculação na rádio de uma matéria sobre a suposta instalação de um presídio industrial na cidade:

Quando a gente deu a matéria, os deuses viraram contra a rádio. No outro dia, depois que deu esse problema, aí já veio os fiscais da Anatel [Agência Nacional de Telecomunicações] solicitar cópia de fita. Eles levaram a fita e não deu em nada. Aí dedaram nós pro Ecad [Escritório Central de Arrecadação]. (MARQUES, depoimento dado em outubro de 2004).

Entretanto, a apuração do programa Vale Tudo apresentado por Claudinei de Oliveira Cabral (Din-Din) no dia 19 de agosto de 2003, aponta para uma abordagem tendenciosa e parcial do assunto. A matéria, veiculada pelo diário Folha de Londrina, indicava que Jataizinho, por meio da prefeita, havia se disponibilizado a receber um presídio industrial estadual. Uma enquête foi montada durante o programa e no decorrer do mesmo os ouvintes ligavam para manifestar a sua insatisfação à instalação do presídio. O direito de resposta da prefeita, que também ligou para participar da enquête, era interrompido por intimidações e ironias do apresentador.

Din Din: Sim. Alô? Doutora Teresinha?

Prefeita: Sim?

Din Din: A senhora não está ouvindo a rádio?

Prefeita: Eu estou ouvindo sim. Eu estou ligando porque eu gostaria de desmentir mais esta mentira que vocês estão colocando no ar. Que a respeito de reunião que eu participei com prefeitos e ofereci o município para instalação de presídio. Eu nunca participei de reunião nenhuma. E ontem à tarde quando a Folha de Londrina me ligou e me disse que existia essa história, eu deixei bem claro... e vocês podem ler isso, que se isso chegasse a ser uma realidade, um oferecimento à cidade de Jataizinho, a comunidade seria consultada...

Din Din (entra e corta a prefeita): Quem mente aqui... Doutora... Faça o favor... A senhora faça o favor... não, não, peraí, Não a senhora faça o favor, aqui. A senhora está certa em participar... É claro falar, também... Mas então quem mente aqui é a própria Folha de Londrina, um jornal idôneo, um jornal que circula em todo o Estado do Paraná?

Prefeita: Eu acho que não é possível fazer essa enquête porque em nenhum momento...

Din Din: ... e eu vou fazer essa enquête de agora até o fim do nosso programa... Tiago Marques [operador de som], por favor...

Prefeita: ...então faça a enquête, só que a comunidade pode ficar tranqüila, porque em nenhum momento a prefeita fez qualquer movimento neste sentido...

Din Din: Sim senhora.

Prefeita: Boa tarde aos ouvintes... e novamente peço desculpa à nossa comunidade por estar ouvindo tamanha besteira... Boa Tarde.

Din Din: E eu fico feliz da vida em saber que a senhora ouviu o meu programa, um abraço... (Desliga o telefone da prefeita)

Din Din: Quinze horas e vinte e dois. Saiu na Folha de Londrina e eu coloco no ar... (PROGRAMA VALE TUDO, 19/08/2003).

Pelas falas dos ouvintes que ligaram para participar da enquête, verifica-se uma incompreensão da notícia veiculada pelo apresentador, confundindo a audiência. A maioria deles ligava para protestar sobre a falta de emprego na cidade. Ou seja, tangenciava o núcleo da notícia. Se por um lado seja válida a participação e a mobilização social através de um veículo comunitário, por outro, o apresentador se valeu desta movimentação como estratégia política. Isso se torna ainda mais evidente pelo fato do mesmo ter-se lançado neste mesmo período como candidato a vereador da



cidade. Embora a Nova Geração se expresse como instituição comunitária de comunicação é nítida sua reprodução, em vários aspectos, como veículo massivo comercial. Tal fato nos faz pensar sobre a situação de inúmeras outras rádios comunitárias do Paraná em semelhante situação¹⁸. Questões sobre fontes de financiamento, atritos ou cooptação com o poder político local, e o desejo de expandir as possibilidades de transmissão, reproduzem uma lógica de mobilização social problemática¹⁹. À custa da despolitização das massas, líderes comunitários se apropriam de espaços públicos, e figuram-se nos chamados “Grupos de Interesses” (COSTA, p. 47, 1994).

A seguir transcrevemos as falas dos dois principais candidatos²⁰ e suas opiniões sobre a rádio comunitária Nova Geração:

Há mais ou menos dois anos quando eles assumiram essa diretoria, eles direcionaram todo o trabalho deles para a minha difamação. Então durante todo esse tempo eu tive que pedir um monte de vezes, fitas, cópias, isso está tudo arquivado [...] Nunca tive direito de resposta, ou espaço na rádio... a gente fez algumas promoções, pra poder manter, consertar transmissor, fazer festa, conseguir patrocínio [...] Parei, parei [de patrocinar a rádio]... Por causa dos ataques pessoais, e por que a prefeitura investindo como entidade pública não tinha benefício nenhum. Nos três últimos anos ela teve um direcionamento unicamente político. Não comunitário, tanto que os programas, cada um tinha um candidato a vereador fazendo o programa. E as pessoas que eram convidadas para entrevistas eram somente as pessoas que seriam candidatas depois. (SANCHES, Teresinha. Depoimento dado em outubro de 2004).

Ali [Nova Geração] ficou exclusivamente aquelas pessoas que tinham uma tendência pra determinado candidato. Na própria diretoria foram colocadas pessoas de um partido... teve um candidato aí que espaço foi aberto pra ele não sei se foi cinco, seis, sete vezes... Eu não fui convidado nenhuma, entendeu? Então isso é política. (FERNANDES, Wilson. Depoimento dado em outubro de 2004).

A tendência partidária foi apontada também por inúmeras pessoas entrevistadas na coleta de dados para a pesquisa, e mesmo durante o grupo de discussão. “*Eu acho*

¹⁸ Para um melhor esclarecimento sobre a situação das rádios comunitárias do Paraná ver: MANSANO, Fábio A. *Para uma leitura crítica das rádios comunitárias*. Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Estadual de Londrina (PR), 2003.

¹⁹ PEREIRA, Vitor Sorano; YAMAMOTO, Eduardo Y. *Sujeito: Som: Representação – um Estudo de Recepção da Rádio Nova Geração de Jataizinho*. Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Estadual de Londrina (PR), 2004.

²⁰ A apuração apontou o pedetista Wilson Fernandes como o novo prefeito eleito, com 38,92% dos votos válidos. A candidata peemedebista à reeleição, Teresinha de Fátima Sanches, ficou com 21,38% dos votos. Fonte: Folha de Londrina. Disponível no site: www.bonde.com.br/eleicoes/mun2004/1turno/apuracao/PR/76473.htm. Pesquisa feita em 08.12.2005



que já foi uma coisa [o programa Vale Tudo do dia 19/08/03] que deixou [a Nova Geração] mais baixo...” (PARTICIPANTE 1 DO GRUPO DE DISCUSSÃO II).

É interessante observar a naturalidade com que o assunto emergiu no grupo de discussão, pois apesar da rádio negligenciar “o lado” da prefeita às denúncias do apresentador, e também em outros programas, conforme os respondentes, os participantes sentiram uma lacuna no fato: “a gente também tem que ver o lado de porquê eles [a Prefeitura] não tão querendo ajudar a rádio”. (PARTICIPANTE 3 DO GRUPO DE DISCUSSÃO II).

2.2. Rádio Palanque²¹

Não é raro o uso de veículos de comunicação para fins particulares. Em se tratando de rádios comunitárias, restritos a pequenos espaços, como no caso de Jataizinho em que inexistente outro meio de comunicação local, tal observação se torna ainda mais nítida. Chama atenção, entretanto, o uso político assumido pela Nova Geração.

Ademais, é necessário considerar a distinção entre comunicação popular e comunitária, principalmente no que se refere ao seu uso discursivo. Ao invés de tomá-las como sinônimas é preciso observar seu posicionamento político-ideológico enquanto conscientizadora de classes, ou como ferramenta de dominação. O popular e o comunitário constituem conceitos lingüísticos diferentes: o primeiro é entendido sob ponto de vista de classes sociais, o segundo na perspectiva do multiculturalismo (despolarização). Seu aspecto comunicativo transita tanto para a conscientização política, como também enquanto instrumento de mobilização de massa, ou garantia da manutenção do *status quo*.

Os que se utilizam da rádio como instrumento político, ou para fins religiosos, o fazem consciente de seu poder persuasivo. Entretanto, mais ingênuo do que acreditar na manipulação das audiências é negligenciar o fato de que a construção do imaginário coletivo se dê apenas pelos veículos de comunicação de massa e seus aportes técnicos. Os grupos de discussão, além dos dados dos questionários mostraram outras formas de comunicação popular realizadas dentro daquela comunidade, a exemplo dos conselhos de bairro. Neste espaço, detectou-se a fonte das críticas das ações da rádio comunitária,

²¹ Referência ao livro de Sônia Virgínia Moreira, que trata do percurso político construído através deste veículo de comunicação. (*Rádio Palanque*, Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.)



cujas representações e serviços se apresentavam díspares em relação a grande parte da comunidade.

Seja pelo descontentamento dos ouvintes ao partidarismo assumido pela rádio comunitária, seja por formas mais interpessoais de comunicação, como as reuniões entre as diversas comunidades de Jataizinho - cujas reivindicações vão desde a construção de creches e postos de saúde, até a valorização dos artistas locais -, observa-se nestes espaços o desejo por transformações daquela realidade.

Neste caso, a pouca participação dos ouvintes na produção dos programas da rádio comunitária, embora construída por uma demanda da comunidade, pode ser observada como uma forma de protesto, nunca, porém, como apatia política. Os diversos patamares existentes de conscientização política²² (consciência de classe, normatização do Direito moderno enquanto salvaguarda de interesses particulares, participação política, etc) impede que se faça qualquer julgamento sobre a atividade política desta comunidade. O que se verifica aqui são outros lugares, atores e formas de embate, dentro ou não dos meios de comunicação.

3. IDEOLOGIA, UTOPIA E CONTROLE DO INCONSCIENTE COLETIVO

Às situações sociais em que o pensamento assume modos plurais de realidades divergentes, representa uma dissolução de uma visão unitária, observado pelo desmascaramento ideológico. O olhar deste trabalho sobre a comunicação popular assume a forma de um pensamento influenciado socialmente, embora a sua tendência seja a de perscrutar as distorções das motivações situacionais inconscientes do pensamento dos grupos.

Uma observação deve também ser feita quanto às limitações referentes ao sujeito conhecedor. Epistemologicamente, trata-se de verificar as raízes sociológicas do pensamento motivador das transformações sociais. Quando se advoga a seu favor, distorce-se parte da realidade em prol de um projeto futuro em que, possivelmente, as pessoas seriam mais felizes. Entretanto, torna-se passível da mesma crítica ideológica.

O conceito de pensar *utópico* reflete a descoberta [...] de que certos grupos oprimidos estão intelectualmente tão firmemente interessados na destruição e na transformação de uma dada condição da sociedade que, mesmo involuntariamente, somente vêm na situação os elementos que tendem a negá-la. (MANNHEIM, 1982, p. 67)

²² FERREIRA, Pedro R. *Os instrumentos de Análise da Esquerda na Atualidade* – princípios, conceitos e categorias. Revista Espaço Acadêmico, v. 19, n. Ano II, 2002.

O inconsciente coletivo e a atividade por ele impelida oculta em duas direções certos aspectos da realidade social. É possível, ademais, determinar especificamente a fonte e a direção da distorção. O alinhamento destas duas direções, e as fases mais significativas na emergência do papel do controle do inconsciente, devem aparecer na história da ideologia e da utopia. Nesse ponto, observa-se nos estudos sociais da linguagem uma interface importante de verificação da práxis popular da comunicação, e de penetração em determinada cultura.

3. 1. Apontamentos

O Estudo da Recepção representou uma ferramenta útil para coleta de material e mergulho no universo pesquisado. Foi a partir dele que se pôde chegar aos dados qualitativos da pesquisa, além das questões levantadas neste trabalho. O direcionamento das informações coletadas nesta pesquisa pode servir de base para construção de outras análises nesta direção. Um viés interessante diz respeito aos tipos de músicas²³ preferidas pela audiência de Jataizinho.

A música enquanto material simbólico resume em si a percepção de mundo não só do artista que a cria, mas de todo um povo, por utilizar-se de padrões de leitura dos mundos de vida destes indivíduos. Estudar a estética musical de uma sociedade pode ser, portanto, um modo de penetrar analiticamente em sua cultura.

ESTILOS MUSICAIS FAVORITOS DA POPULAÇÃO DE JATAIZINHO x TOCAM OU NÃO TOCAM	Não tocam				toça pouco				toçam bastante				toçam demais				
	10 x 19	20 x 29	30 x 39	40 ou mais	10 x 19	20 x 29	30 x 39	40 ou mais	10 x 19	20 x 29	30 x 39	40 ou mais	10 x 19	20 x 29	30 x 39	40 ou mais	
Rock/Pop	2	1	0	0	3	30	5	0	0	35	24	3	3	0	30	1	0
MPB	1	0	0	0	1	18	4	3	1	26	9	4	10	0	23	1	0
Internacional	0	1	0	0	1	2	4	2	0	8	1	2	2	0	5	0	0
Axé	1	0	0	0	1	20	1	1	0	22	12	6	1	0	19	2	0
Rap/Hip Hop	2	1	0	0	3	10	1	0	0	11	2	0	0	0	2	0	0
Sertanejo	0	0	0	0	0	25	10	21	3	59	20	18	30	6	74	1	0
Pagode	3	0	0	0	3	8	2	2	0	12	5	6	5	0	16	1	0
Gospel	1	0	0	0	1	7	0	6	0	13	2	1	1	0	4	0	0
Romântica	0	0	0	0	0	2	1	2	1	6	6	2	2	0	10	0	0
Música antiga	0	0	0	0	0	1	0	4	1	6	1	1	6	3	11	0	0
Dança	0	0	0	0	0	10	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0
Caipira	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	0	0	1	1	2	0	0
Evangélica	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	3	1	4	0	0
Samba	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0	0	0
Ferrá	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Tango	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Música Clássica	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	11	3	0	0	14	133	28	45	8	214	82	45	64	12	203	6	2

Audiência dos estilos musicais da Rádio Comunitária Nova Geração

²³ A escolha da música como encaminhamento dos dados deste artigo reflete o objetivo aqui proposto: observar a comunicação popular no cotidiano da comunidade. Embora a música se limite aos aportes técnicos de comunicação, ela constitui um ponto de partida para verificação de outras manifestações discursivas fora da rádio.



Pelos dados da pesquisa, além da preferência pela música sertaneja (de raiz, ou as duplas) observa-se alta incidência da música gospel de diferentes religiões. Esse último estilo é tocado prioritariamente em programas específicos produzidos por líderes religiosos de cada crença. Mais nitidamente, as facções religiosas e a cultura sertaneja apresentam a música como agregador social, fator de coesão. Entrementes, espelham como um microcosmo o universo de Jataizinho, que também se reconhece nas músicas ali preferidas. Talvez seja por esta razão que se ouve grande parte dos entrevistados afirmando que a Rádio Comunitária Nova Geração deva dar espaço para os artistas locais. E deve ser também por isso a declaração de Din-Din: “*A gente passa na rua e o pessoal pede ‘olha, toca a minha música lá’. Ou quando você anda e escuta todo mundo ligado na mesma rádio.*” (OLIVEIRA, depoimento de outubro de 2004).

Ainda que se pese a crítica ritualística da cultura (a anulação das diferenças de classe) pode-se pensar em contrapartida no caráter cultural resistente nesta localidade, além das análises de seus aspectos cotidianos. Este entendimento pode contribuir em grande medida para visualização de alguns princípios que regem o dia-a-dia desta comunidade.

Um ponto importante, e que merece especial atenção, diz respeito à música Hip Hop (o RAP, *Rhythm And Poetry*), requisitado na programação da rádio por ouvintes de diferentes locais e de faixa etária inferior a 30 anos. Direcionado aos jovens da periferia, mas não necessariamente restritos eles, as letras retratam um universo específico da marginalidade, cujos problemas são identificados pela precária situação social. A batida suja que marca o ritmo das canções compatibiliza com as letras, o que dá a sensação de mergulho neste universo. Enquanto fator condicionante da identidade destes jovens pode-se dizer que este estilo compõe a realidade discursiva de muito dos entrevistados. Uma análise semiótica do Hip Hop, de acordo com Henn²⁴, dimensiona o campo de disputas sógnicas entre o discurso conservador da mídia, e os elementos do Hip Hop que tentam desestabilizá-la. Tais elementos são bastante recorrentes nos signos do RAP, e em outras manifestações do Hip Hop como o graffiti (arte visual) e o break (dança). Para concluir, pode-se dizer que a comunicação popular extrapola a dimensão funcional da comunicação (técnica), pois segundo Wolton, a comunicação encerra sua raiz na necessidade existencial do homem, normativa e antropológica: “A comunicação como aspiração remete ao fundamento de toda a experiência humana” (2004, p. 56). Ademais,

²⁴ HENN, Ronaldo. *A dimensão semiótica da violência*. Trabalho apresentado ao NP 15 – Semiótica da Comunicação do VI Encontro dos núcleos de pesquisa da Intercom. Belo Horizonte, 2003.



O que há de popular numa notícia é o drama que não descreve a realidade e sim retrata a arena de forças nesta ação dramática que só existe no seu momento histórico, convidando a participação do leitor, ao tocar no seu cotidiano. (PEREIRA, 2003. p.13).

Trata-se, entretanto, de evidenciar uma distinção, a histórica luta dos sujeitos na condução de sua própria vida e do grupo. A comunicação popular existe na proporção dos movimentos sociais que se desenvolvem historicamente. Em cada um deles, suas linguagens serão comumente identificáveis pelos sujeitos participantes. E, neste caso, a cultura fornecerá os códigos e suas interpretações.

REFERÊNCIA

COSTA, Sérgio. *Esfera pública, redescoberta da sociedade civil e Movimentos sociais no Brasil: uma abordagem tentativa*. Novos Estudos CEBRAP. No 38, março 1994.

GUATTARI, Felix & Suely Rolnik. *Micropolítica: Cartografias do Desejo*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.

HALL, Stuart. *Da Diáspora – Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HOHLFELDT, Antonio; outros (Org). *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2001.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *As Estruturas Elementares do Parentesco*. Petrópolis: Vozes, 1976.

MANNHEIM, Karl. *Ideologia e Utopia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 1982.

PERUZZO, Cecília M. K. *Comunicação nos Movimentos Populares*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

STOCKINGER, Gottfried. *A Sociedade da Comunicação*. Rio de Janeiro: Ed. Papel Virtual, 2003.

WOLTON, Dominique. *Pensar a Comunicação*. Brasília: Ed. UnB, 2004.

OUTRAS REFERÊNCIAS:



PEREIRA. Lúcia H. M. *Comunicação popular: para além do bem e do mal*. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-lucia-comunicacao-popular.pdf. 2003. Acesso em 03/04/2005.