



## RADIOJORNALISMO ATIVISTA: UM MODELO DE AÇÃO PARA O JORNALISMO ALTERNATIVO

Rafael Duarte Oliveira Venancio<sup>1</sup>

**RESUMO:** Considerando a constituição da sociedade enquanto Mundo da Vida e Sistema proposta por Jürgen Habermas, o presente trabalho elabora um modelo de ação para o jornalismo de rádio dentro de uma dimensão comunicacional alternativa. Considerando que o proprietário é o tipo-ideal da Comunicação Social sistêmica e o chamado “radiojornalismo comunitário” é o tipo-ideal da Comunicação Social mundana, o radiojornalista ativista seria aquele que usaria um foco mundano para mudar o status quo sistêmico. Com isso, encontramos aqui um modelo de ação para o radiojornalista agir na sociedade, reforçando sua esfera de diálogo (ação comunicativa), mas mantendo também os objetivos sistêmicos (ação instrumental) de sua prática midiática.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Radiojornalismo; Ativismo; Jornalismo Alternativo; Ação Política; Rádio.*

---

<sup>1</sup> Doutorando em Meios e Processos Audiovisuais pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre em Ciências da Comunicação e bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo também na ECA-USP. Professor na área de História e Linguagem em Cinema e Rádio do Centro Universitário Senac-SP (graduação e pós-graduação *latu sensu*), do Complexo Educacional FMU-FIAM-FAAM e do Instituto Europeo di Design - SP. Lattes: [lattes.cnpq.br/3649723115710339](http://lattes.cnpq.br/3649723115710339). E-mail: [rdov1601@yahoo.com.br](mailto:rdov1601@yahoo.com.br).

## Introdução

Como o jornalismo alternativo deve agir para cumprir sua função específica na cena comunicacional? Como esse tipo de jornalista deve se posicionar em um mundo dividido entre aqueles que concentram o direito à comunicação e aqueles que estão às margens? Será que há alguma forma mais eficiente de pensar tal papel?

Essas questões motivam o presente artigo que busca, através de um enfoque na atividade do radiojornalismo, um modelo de ação para o jornalismo dentro de uma dimensão comunicacional alternativa. O nome desse modelo é o do ativismo.

O ativismo aqui será construído sob a base da teoria habermasiana da dupla racionalidade, que divide nossa realidade do contrato social em duas dimensões: Mundo da Vida e Sistema, cotidiano e *mainstream*. Dessa forma, iniciaremos aqui com uma breve explanação desse arcabouço teórico.

Depois, construiremos quatro modelos de ação. Além do ativista, colocaremos o modelo de ação do ativista em contraposição aos modelos do proprietário, do realizador e do produtor. Esses quatro modelos são típico-ideais construídos em cima do arcabouço habermasiano – com inspiração das ideias sociológicas de C. Wright Mills – para indicar as diretrizes teóricas de ação de cada um.

Por fim, demonstraremos como o modelo de ação do ativista é o ideal para o jornalismo alternativo e para as especificidades do radiojornalista. Aqui é o lugar de lembrança da vocação do rádio, segundo Bertold Brecht, para o diálogo e para a expansão do direito à comunicação.

## Mundo da Vida e Sistema: a dupla ação em Jurgen Habermas

A ideia de racionalidade possui, em seu cerne, a forma que o ser humano interage com o mundo e com a sua realidade social. A racionalidade possui um amplo papel no processo político da formação de uma sociedade. É através dela que os homens não formam bandos, mas sim se entrelaçam em um contrato social. Essa relação da racionalidade, seu papel no Projeto Moderno da Filosofia e seu papel formacional nas

sociedades foi uma das questões estudadas por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer no livro *Dialética do Esclarecimento*. Um estudo sobre a racionalidade desde a Grécia Antiga até o mundo da Segunda Guerra Mundial onde era visto o processo entre mito e o esclarecimento (visão científicada).

O primeiro estudo, o fundamento teórico dos seguintes, procura tornar mais inteligível o entrelaçamento da racionalidade e da realidade social, bem como o entrelaçamento, inseparável do primeiro, da natureza e da dominação da natureza. A crítica aí feita ao esclarecimento deve preparar um conceito positivo do esclarecimento, que o solte do emaranhado que o prende a uma dominação cega. Em linhas gerais, o primeiro estudo pode ser reduzido em sua parte crítica a duas teses: o mito já é esclarecimento e o esclarecimento acaba por reverter à mitologia (ADORNO & HORKHEIMER 1985: 15).

Segundo eles, os mitos representavam a dominação e um medo perante a natureza. Aplicando, por exemplo, no caso da erosão, o mito diria que a terra se desgastou por causa do castigo divino ou por maldição de algum ser folclórico. Então, “no sentido mais amplo do progresso do pensamento, o esclarecimento tem perseguido sempre o objetivo de livrar os homens do medo e de investi-los na posição de senhores” (ADORNO & HORKHEIMER 1985: 19). Some a imaginação para dar lugar ao saber.

No entanto, o que o esclarecimento não percebe é que o mito faz parte dele. “No cálculo científico dos acontecimentos anula-se a conta que outrora o pensamento dera, nos mitos, dos acontecimentos. O mito queria relatar, denominar, dizer a origem, mas também expor, fixar, explicar. Com o registro e a coleção dos mitos, essa tendência reforçou-se” (ADORNO & HORKHEIMER 1985: 23).

Dessa forma, o esclarecimento também virou mito e “mito” aqui entendido no sentido de dominação. Haveria apenas um tipo de racionalidade, denominada *instrumental*, que bloquearia toda possibilidade de crítica e de emancipação. Com isso, a crítica deles entraria em uma aporia.

A aporia com que defrontamos em nosso trabalho revela-se assim como o primeiro objeto a investigar: a auto-destruição do esclarecimento. Não alimentamos dúvida nenhuma – e nisso reside nossa *petitio principii* – de que a liberdade na sociedade é inseparável do pensamento esclarecedor. Contudo, acreditamos ter reconhecido com a mesma clareza que o próprio conceito desse pensamento, tanto quanto as formas históricas concretas, as instituições

da sociedade com as quais está entrelaçado, contém o germe para a regressão que hoje tem lugar por toda parte. Se o esclarecimento não acolhe dentro de si a reflexão sobre esse elemento regressivo, ele está selando seu próprio destino (ADORNO & HORKHEIMER 1985: 13).

Nesse livro, Adorno e Horkheimer, seguindo o seu modelo de Teoria Crítica, estão fazendo o diagnóstico do tempo presente e vendo a capacidade de emancipação do período que corresponde ao fim da Segunda Guerra Mundial (NOBRE 2004: 49). Ou seja, não significa que ainda temos essa situação de aporia na crítica da racionalidade.

Para contrapor esse diagnóstico da *Dialética do Esclarecimento*,

Habermas formulou um novo conceito de *racionalidade*. Para ele, a racionalidade instrumental identificada por Horkheimer e Adorno como a única dominante e, por isso, objeto por excelência da crítica não deve ser demonizada, mas é preciso, diferentemente, impor-lhe freios. Para tanto, Habermas irá formular uma teoria da racionalidade de dupla face, em que a instrumental convive com um outro tipo de racionalidade que ele denomina “comunicativa” (NOBRE 2004: 55).

Essa racionalidade dupla, segundo Jürgen Habermas, parte da distinção, dos conceitos hegelianos do período de Iena, entre trabalho (racionalidade/ação instrumental) e interação (racionalidade/ação comunicativa).

Por “trabalho” ou *ação racional teleológica* entendo ou a ação instrumental ou a escolha racional ou, então uma combinação das duas. A ação instrumental orienta-se *por regras técnicas* que se apóiam no saber empírico. Estas regras implicam em cada caso prognoses sobre eventos observáveis, físicos ou sociais; tais prognoses podem revelar-se verdadeiras ou falsas. O comportamento da escolha racional orienta-se por *estratégias* que se baseiam num saber analítico. Implicam deduções de regras de preferência (sistemas de valores) e máximas gerais; estas proposições estão deduzidas de um modo correto ou falso. A ação racional teleológica realiza fins definidos sob condições dadas; mas, enquanto a ação instrumental organiza meios que são adequados ou inadequados segundo critérios de um controle eficiente da realidade, a ação estratégica depende apenas de uma valoração correta de possíveis alternativas de comportamento, que só pode obter-se de uma dedução feita com o auxílio de valores e máximas (HABERMAS 2001: 57).

Portanto, a ação instrumental é orientada para calcular os melhores meios para atingir o êxito, são “ações dirigidas à dominação da natureza e à organização da sociedade que visam à produção das condições materiais da vida e que permitem as coordenações das ações, isto é, possibilitam a reprodução *material* da sociedade” (NOBRE 2004: 56).

Por outro lado, entendo por *ação comunicativa* uma interação simbolicamente mediada. Ela orienta-se segundo *normas de vigência obrigatória* que definem as expectativas recíprocas de comportamento e que têm de ser entendidas e reconhecidas, pelo menos, por dois sujeitos agentes. As normas sociais são reforçadas por sanções. O seu sentido objetiva-se na

comunicação lingüística cotidiana. Enquanto a validade das regras e estratégias técnicas depende da validade de enunciados empiricamente verdadeiros ou analiticamente corretos, a validade das normas sociais só se funda na intersubjetividade do acordo acerca de intenções e só é assegurada pelo reconhecimento geral das obrigações (HABERMAS 2001: 57-8).

Com isso, a ação comunicativa é “orientada para o *entendimento* e não para a manipulação de objetos e pessoas no mundo em vista da reprodução material da vida (como é o caso da racionalidade instrumental)” (NOBRE 2004: 56). As duas, em interação, vão desenhando a realidade das relações sociais contemporâneas.

Ora, no campo da Comunicação Social, podemos reconhecer que o *mainstream* comunicacional é o representante da ação instrumental enquanto as atividades culturais daqueles que estão às margens desse *mainstream* (e do acesso, conseqüentemente) é um dos representantes da ação comunicativa.

O que queremos dizer é que o *mainstream* comunicacional é montado pelas atividades culturais de alta visibilidade na sociedade. Cinemas, exposições em espaços culturais de bancos, atividades desenvolvidas por grandes corporações, teatros e museus são os exemplos claros aonde há interferência direta do Estado, do Capital e das elites culturais.

Mas, há aqueles que estão às margens de acesso ao *mainstream* (o principal acesso à Cultura, na visão de muitos), mas que promovem, entre os seus, as atividades culturais. Exemplos bons são as rádios comunitárias, os espaços culturais de bairros, as festas de estações, entre outros. No entanto, tais atividades são fora do *mainstream*, pois não repercutem na esfera pública, mas só na comunidade sem chegar aos ouvidos dos representantes da ação instrumental, muito menos da sociedade como um todo.

Por que, então, não é ideal pensar apenas nesse mundo fora do *mainstream*? O motivo é que o diálogo proporcionado por ela seria dentro da ação comunicativa. Aliás, ela seria apenas ação comunicativa, pois ficaria muito próximo dos pressupostos dela que são “uma série de condições como: que não haja assimetrias de poder, dinheiro ou posição social entre os sujeitos que pretendem se entender, que os sujeitos só se deixem convencer pelo melhor argumento; ou que não haja distúrbios psicológicos que atrapalhem a comunicação” (NOBRE 2004: 57).

Só que essas condições não são para existir, o objetivo é pressupô-las antes, para

tentar observar os obstáculos que impedem a comunicação e ultrapassá-los. Além disso, a ação comunicativa precisa entrar em interação com a instrumental para que as mudanças sociais possam acontecer.

Por exemplo, se fazemos apenas algo fora do *mainstream*, ou seja, não há nenhum participante externo à comunidade às margens do acesso à Cultura, ela ficará apenas interna a esse grupo. Com isso, os resultados da interação e do diálogo não interpenetrarão a sociedade e não abrirão novos campos de Conhecimento e Cultura.

O interessante é que isso vale também para aqueles que são privilegiados no acesso à Cultura. As atividades culturais ficariam restritas para poucos e não sairiam dessa mônada. Aliás, no limite, poderíamos dizer que é esse estilo que provoca os grupos de excluídos no acesso à Cultura.

Uma situação ideal possui esses dois lados dialogando. A principal forma de conseguir isso está centrada no próprio ator comunicacional. Ele pode ser, de certa forma, representante tanto do *mainstream* cultural como da ordem empresarial e empreendedora.

Aliás, mesmo que os comunicadores não estejam ligados à ordem dominante, eles sempre representarão isso para o seu público. A explicação é bastante óbvia: os comunicadores não são os excluídos da questão, eles têm o acesso e o público sabe disso.

Com essa identificação a mudança através do diálogo pode ser efetuada. Acontece assim: os comunicadores (ação instrumental) trazem o tema a ser debatido, em qualquer atividade cultural, com o público (ação comunicativa). O público, com a sua visão de mundo, reflete e dialoga sobre o tema com os divulgadores. O produto desse diálogo, com o seu forte conteúdo popular, vai ser incorporado ao *mainstream* já que abrirá novos campos e visões de pesquisa e de atividades comunicacionais futuras.

Claro que essa transformação do *mainstream* pode significar tanto uma mudança emancipadora como uma mudança que não resultará em ganhos emancipadores. É um pouco da visão que Enrique Dussel tem da filosofia.

Para Dussel, a filosofia nasceu nos espaços periféricos em tempos criativos, mas, aos poucos, foi para o centro em suas épocas clássicas, nas grandes ontologias, até degradar-se na má consciência das idades morais, melhor

dizendo, moralistas. Segundo o autor, o centro é; a periferia não é. O pensamento crítico que surge na periferia termina sempre por dirigir-se ao centro. É sua morte. O pensamento que se refugia no centro termina por ser pensado como a única realidade. Fora de seus sentidos está o não-ser, o nada, a barbárie, o sem sentido. O ser é o próprio fundamento do sistema ou a totalidade de sentido da cultura e do mundo dos homens do centro. Para Dussel, a ontologia, o pensamento que exprime o ser, do sistema vigente e central, é a ideologia das ideologias, é o fundamento das ideologias do império, do centro (HICKERT 2005: 20-1).

No entanto, se partimos do raciocínio que o produto do diálogo da atividade cultural é dialógico graças à periferia (que, por sua vez, são os excluídos), sempre teremos um ganho emancipatório. A questão é se o ganho sempre será emancipatório. A tendência é que, no caso da Comunicação Social, ele proporcione sempre uma riqueza que pode ir, aos poucos, tirando o caráter unidimensional do *mainstream* para transformá-lo em pluralista.

Mas, não há garantias da eternidade do emancipatório, pois o que é, para uma época, emancipatório, pode não ser para a seguinte. Um exemplo disso é a aceitação do rock e de outros ritmos negros na cena musical dos anos 50 (emancipatório) e sua transformação em produto comercial nos anos 60 (não-emancipatório). O que se mantém é a riqueza, que proporcionou o surgimento de diversos estilos de rock até hoje.

Claro que, também, a ação comunicativa sozinha poderia realizar esse debate cujo resultado seria emancipatório. Isso está dentro da própria teoria de Habermas, que “não afirma que o resultado do consenso seria um dogma; ao contrário, os conteúdos auferidos de uma prática comunicativa, seguindo o princípio da dialética hegeliana, estão sempre abertos ao debate, num processo contínuo de análise reflexiva tanto dos valores e normas quanto da própria vivência dos sujeitos” (POLLI 2005: 63).

No entanto, sem o representante da ação instrumental no diálogo não há garantias de incorporação do resultado dialógico no *mainstream*. Algo apenas da Periferia pode dar voz aos que não tem voz, mas só foco *para* a Periferia pode garantir isso e a incorporação/consolidação dessa voz na esfera pública. Por isso que podemos dizer que o *hip hop* não é uma *CNN* Negra (THOMPSON 2006: 135), mas quando a *CNN* se abrir para dialogar com o *hip hop*, o ganho em pluralidade na esfera pública será incomensurável.

De certa forma, a principal consequência de uma Comunicação Social com



enfoque *para* a Periferia, que busca resolver o problema daqueles que estão às margens, é uma inserção dessas pessoas na esfera pública. Mas, afinal, o que é a esfera pública? Usando os princípios da racionalidade dupla proposta por Habermas, a definição diz que entre o “mundo da vida”, representante da ação comunicativa, e os “sub-sistemas”, representantes da ação instrumental, há a “intermediação da esfera pública e, em especial, da opinião pública – desde que esta última não se deixe colonizar, oprimir, sufocar” (BUCCI 2002: 61).

A esfera pública, como intermediação, proporciona a possibilidade da comunicação entre as duas instâncias e, com isso, a própria modificação delas. Tanto que Bucci, ao discorrer sobre a ligação da esfera pública com o mundo da vida, a trata em dois momentos:

Sobre o mundo da vida está o canteiro em que a árvore da esfera pública se reproduz. Com a morte da esfera pública burguesa tal qual ela havia sido definida em *Mudança Estrutural*, Habermas busca o “mundo da vida”, cuja essência mora bem longe do capital e longe do Estado – o Estado, aliás, que, ao menos sob a social-democracia européia, teria pretendido encarnar o ideal da opinião pública e garantir a saúde da esfera pública –, para nele enraizar a viabilidade de uma esfera pública ressurrecta (BUCCI 2002: 68).

No entanto, não podemos esperar que apenas o enraizamento na ação comunicativa irá sustentar, principalmente no nosso caso acerca do acesso à Cultura, uma esfera pública diferente da burguesa. Como o próprio Habermas lembra, essa última “desenvolve-se no campo de tensões entre o Estado e sociedade, mas de modo tal que ela mesma se torna parte do setor privado” (HABERMAS 1984: 169). Assim, na questão da Cultura, surge a chamada cultura de massa e os meios de comunicação em massa.

Ao contrário do que supõe um preconceito muito difundido, a esse diagnóstico sócio-psicológico não corresponde agora sociologicamente um público que, como que a partir da periferia, seja invadido e inundado por massas de consumidores semi-analfabetos, sobretudo nos níveis mais elevados da nova classe média, que disporia de uma certa continuidade com a tradição daquelas pessoas provadas literariamente pensantes do século XVIII e começo do século XIX. Senão seria de se esperar especificamente que as instituições e os modos de comportamento da nova cultura consumista se espalhariam primeiro e mais extensamente nas camadas sociais mais baixas do que nas camadas mais elevadas. A uma suposição dessas não correspondem as relações contemporâneas: antes, a leitura regular de revistas-de-fim-de-semana, revistas ilustradas e jornais sensacionalistas, o costume de ouvir regularmente rádio ou de assistir à televisão, até mesmo freqüentar regularmente o cinema, são coisas que sempre ainda podem ser encontradas de modo relativamente mais forte nos grupos de status mais elevados e entre a população urbana do que nos grupos de status mais baixo e



entre a população rural. Esta espécie de consumo de cultura sobe em proporção quase direta com o status medido por critérios de posição profissional, de renda e de formação escolar, bem como com o grau de urbanização (HABERMAS 1984: 204-5).

Assim, temos uma configuração, que de certa forma se mantém atualmente, que a cultura de massa não é para a “massa” (camadas mais baixas) e sim para as próprias elites sociais, que possuem as suas condições de acesso. O sentido que “massa” tem aqui é de expansão do público que

por um lado, as linhas de expansão do público não devem, sem mais nem menos, ser retrojetadas de seu contexto social hodierno de um modo tal como se tivesse sido anexados ao círculo do público-leitor burguês urbano daqueles “estamentos cultos” como que sempre novas camadas marginais; por outro lado, a situação de fato exclui também, no entanto, a versão antitética de que o público dos meios de comunicação de massa “de baixo”, do operariado, e “de fora”, da população rural, tenha aniquilado e suprimido o público antigo (HABERMAS 1984: 205).

Essa questão dos meios de comunicação de massa “de baixo”, no Brasil, teve uma função bastante específica: combate a exclusão no acesso à comunicação e à Cultura. Esse movimento foi aqui identificado como Comunicação *da* (e para) a Periferia que, ao se contrapor às atividades meramente extensionistas praticadas até então (Gestão Cultural *na* Periferia), mostrava um retrato específico de uma época. Sabe-se que,

apenas a partir da década de 70, entretanto, os bispos abandonam a ilusão quanto à possibilidade de uma evangelização libertadora através dos meios de comunicação de massa, despertando para a necessidade cada vez mais urgente de educar o povo para a produção e utilização de seus próprios meios de comunicação. Os bispos apontam, então, para a utilização dos meios alternativos grupais de comunicação e, já nessa época, se encarregam de cunhar a expressão, “dar voz aos que não tem voz” (COGO 1994: 29).

Apesar de ser válida, a Comunicação *da* Periferia não provoca nenhuma mudança do *mainstream* dentro da esfera pública. Isso é função do diálogo problematizador da Gestão Cultural *para* a Periferia que utiliza o próprio mecanismo da racionalidade dupla habermasiana. É nessa dupla habermasiana que devemos pensar o ativismo na dimensão jornalística do Rádio. Eis aqui a procura pelo radiojornalismo ativista, que é um Modelo de Ação para o Jornalismo Alternativo.

## Rádio, Ativismo e os modelos de ação

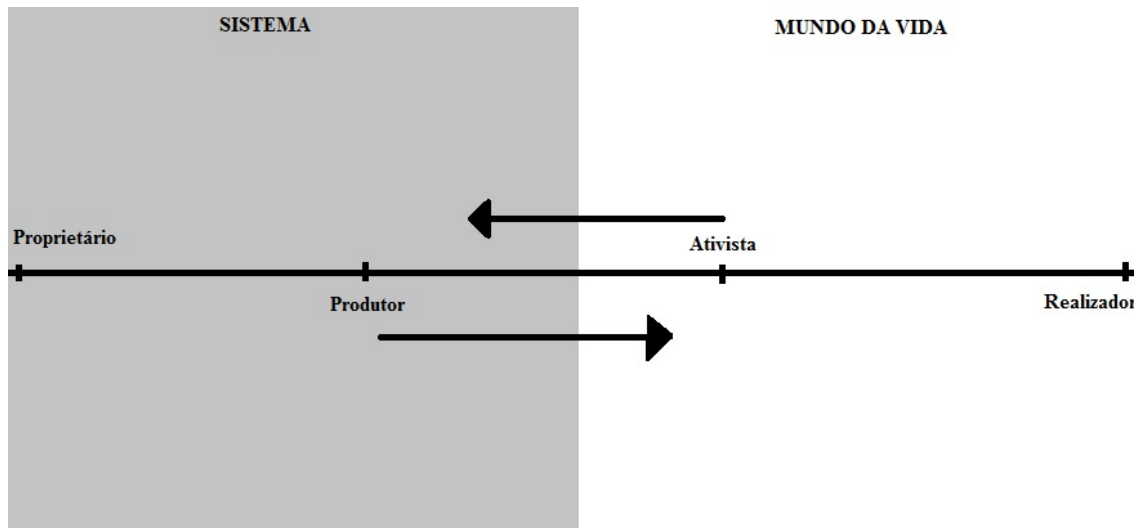
Da reflexão feita no tópico anterior, podemos desenhar o seguinte quadro teórico:

	<b>Sistema</b>	<b>Mundo da Vida</b>
Racionalidade	Instrumental	Comunicativa
Forma de ação	Teleológica (voltada a fins)	Dialogal
Campos de ação	Política, Economia, Leis	Cotidiano, Tradição
Posicionamento	<i>Mainstream</i>	Margens

Observando o arcabouço habermasiano, percebemos que todos nós somos participantes das duas dimensões. Quando somos funcionários no nosso emprego ou estatística para nosso governo, ocupamos uma posição sistêmica. Quando estamos no nosso cotidiano, ocupamos uma posição mundana. Com isso podemos notar que tais posições são intercambiáveis e que podemos encontrar uma espécie de gradação entre as situações postas.

Para a atitude em Comunicação Social, de dentro do Sistema e voltada para afetar o Sistema, chamaremos de *proprietário*. Para aquela de dentro do Mundo da Vida e voltada para afetar o Mundo da Vida, chamaremos de *realizador*. Para aquela de dentro do Sistema e voltada para afetar o Mundo da Vida, chamaremos de *produtor*. Por fim, o nosso foco no presente trabalho, para aquela de dentro do Mundo da Vida e voltada para afetar o Sistema, chamaremos de *ativista*.

Os quatro modelos de ação estão, dessa forma, em uma gradação até mesmo pela sua própria condição típica-ideal. Com isso podemos, até mesmo, colocá-los em um diagrama teórico que demonstra as relações entre eles dentro da amplitude do contrato social.



O proprietário é o modelo de ação típica-ideal dos donos dos meios de comunicação. O proprietário é, nada mais nada menos, um empresário que trata a comunicação como um negócio qualquer. No nosso exemplo aqui, dirige uma rádio tal como dirigiria um comércio, uma empresa. O foco aqui é o lucro econômico, a busca por poder político e a constituição de elites.

11

Tal como C. Wright Mills coloca, é esse tipo de modelo que promove, na Comunicação Social, o chamado “problema da opinião pública” que promove a elipse do público<sup>2</sup> em massa<sup>3</sup>:

O público e a massa podem ser distinguidos mais facilmente pelos seus modos predominantes de comunicação: numa comunidade de públicos, a discussão é o meio de comunicação fundamental, e os veículos de comunicação em massa, quando existem, apenas ampliam e animam a

<sup>2</sup> O público para Wright Mills (1981, p. 356): “Num *público*, como podemos entender a expressão, 1) praticamente o mesmo número de pessoas expressa e recebe opiniões. 2) A comunicação pública é organizada de tal modo que há possibilidade imediata e efetiva de responder a qualquer opinião expressa em público. A opinião formada por essa discussão 3) prontamente encontra uma saída na ação efetiva, mesmo contra – se necessário – o sistema de autoridade predominante. E 4) as instituições de autoridade não penetram no público, que é mais ou menos autônomo em suas operações. Quando essas condições prevalecem, temos um modelo de comunidade de públicos, e esse modelo se enquadra nas várias suposições da teoria democrática clássica”.

<sup>3</sup> A massa para Wright Mills (1981, p. 356): “Na massa, 1) o número de pessoas que expressam opiniões é muito menor que o número de pessoas para recebê-las, pois a comunidade de públicos se transforma numa coleção abstrata de indivíduos que recebem impressões através de veículos de comunicação em massa. 2) As comunicações que predominam são tão organizadas que é difícil ou impossível ao indivíduo responder imediatamente, ou com qualquer eficiência. 3) A colocação da opinião em prática é controlada pelas autoridades que organizam e fiscalizam os canais para tal ação. 4) A massa não tem autonomia em relação às instituições – pelo contrário, os agentes de instituições autorizadas nela penetram, reduzindo-lhe a independência que possa ter na formação de opinião pela discussão”.

discussão, ligando um “*público primário*” com as discussões de outro. Numa sociedade de massas, o tipo de comunicação predominante é o veículo formal, e os públicos se tornam apenas simples *mercados desses veículos*: expostos que são ao conteúdo dos veículos de comunicações em massa (WRIGHT MILLS, 1981, p. 356-7).

Já o produtor respeita o caráter mundano da massa – seguindo o termo de Wright Mills – e busca criar produtos que afetem o Mundo da Vida, criando tradições que facilitam a legitimação sistêmica de seus produtos. Eis aqui a força para a criação de *fandoms*. No caso do rádio, isso é muito comum no programas de *talk radio*, que possuem uma forte interface com o radiojornalismo, colocando esse comunicador enquanto representante do modelo de ação do produtor.

Dessa forma, é muito acertado colocar os comunicadores do *talk radio* popular enquanto *olimpianos*, o produto mais original da indústria cultural para Edgar Morin em seus tempos de neurose:

A cultura de massas, durante os anos [19]60-65, estendendo seus poderes sobre o mundo ocidental, produz industrialmente os mitos condicionadores da integração do público consumidor à realidade social. Neurose tem aqui não somente o sentido de um mal no espírito, mas de um compromisso entre esse mal e a realidade, através de fantasias, de mitos e de ritos” (*apud* MORIN, 1977).

Assim, a neurose é bem representada pela diluição do público em massa, através, principalmente, da veiculação pela cultura de massa de mitos e fantasmagorias que fazem o elo do homem com a realidade. Um exemplo desses mitos é a criação de heróis, os olímpianos: “No encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os olímpianos modernos. Esses olímpianos não são apenas os astros de cinema, mas também os campeões, príncipes, reis, playboys, exploradores, artistas célebres, Picasso, Cocteau, Dalí, Sagan”. (MORIN, 1967, p. 111).

E, tal como Edgar Morin (1967, p. 113) coloca, “conjugando a vida quotidiana e a vida olímpiana, os olímpianos se tornam modelos de cultura no sentido etnográfico do termo, isto é, modelos de vida. São heróis modelos. Encarnam os mitos de autorrealização da vida privada”, que compele a massa segui-los, fazendo-a massas atomizadas de indivíduos vivendo teleologicamente.

Assim que se articula a ideologia de maior parte dos comunicadores do *talk radio popular*, uma ideologia da vida privada e suas metas em um estar-no-mundo. Isso é visto até na descrição oficial dos programas radiofônicos desse tipo da cena atual do

rádio paulistano:

Programa Paulo Barboza

*Um Show de Comunicação com O Maior Amor de São Paulo*

De segunda a sexta, das 08:30 às 11:00 e aos Sábados das 08:30 às 10:00

- **TELEFONE PREMIADO:** A qualquer momento do programa um número de telefone é sorteado de São Paulo e Grande São Paulo. Prêmios em dinheiro para quem estiver ouvindo!
- **CARTA DA FÉ:** Paulo Barboza conta diariamente um milagre. Sempre uma história verdadeira!
- **CORRENTE DE AMOR:** O maior momento do rádio brasileiro. A imagem peregrina de Nossa Senhora Aparecida, réplica autenticada da imagem do Santuário Nacional de Aparecida do Norte, visitando durante 24 horas os lares de São Paulo. Participação especial do querido PADRE JUAREZ DE CASTRO, respondendo a todas as perguntas e dando a benção da paz, da cura, da esperança!
- **HORÓSCOPO:** O que dizem os astros sobre o seu trabalho, vida amorosa, saúde e o sexo do bebê com o mago da comunicação CICERO AUGUSTO, a maior autoridade em astrologia do país!
- **OS BASTIDORES DOS FAMOSOS:** O que acontece no mundo agitado dos artistas, das novelas e no dia a dia você sabe primeiro com a mais agitada, a mais bem informada, mais louca e mais amada repórter do mundo artístico ÂNGELA MATTOS
- **PAULO BARBOZA COMUNICAÇÃO:** Todos os repórteres da CAPITAL sob a coordenação de LUIZ CARLOS RAMOS informando ao vivo o que está acontecendo.

### Programa da Cinthia

- Cinthia é a sua companhia de todas as tardes. Descontração, alegria, músicas de sucesso e a participação dos ouvintes são as marcas do programa líder de audiência entre segunda e sexta-feira, das 15h30 às 17h. Aliando charme, sensibilidade e simpatia, Cinthia conquista a amizade de todos. Os quadros Minha Cara Metade, Verdade ou Mentira, Receita dos Famosos e Quinta-feira Mística enriquecem ainda mais o programa que também conta com as presenças das crianças Aninha, Juju e Nina. Não fique sem a companhia da voz feminina do rádio brasileiro.<sup>4</sup>

Notem que o mesmo modelo do passado, com Zé Bértio, Silvio Santos e outros, continua presente nos programas de variedades (e todos possuem a música, que não deve ser vista como um fator de exclusão dentro do *talk radio*). Essa é a permanência da ação linguística radiofônica do *talk radio* com os seus comunicadores *olimpianos*.

No entanto, essa ideologia da vida privada é, muitas vezes, misturada com ideologias de vida pública, se envolvendo com o jogo político. Como o comunicador do *talk radio popular* possui grande visibilidade, não é difícil para ele se aventurar em carreira política (ou apoiar direta e publicamente candidatos). Bom exemplo atual aqui, entre muitos, é Paulo Barboza Filho, radialista popular como o pai, e apoiado por ele em sua carreira política no legislativo brasileiro. Isso só reforça o caráter da ação do comunicador de *talk radio* enquanto representante do modelo de ação típico-ideal do produtor.

Já o realizador é um modelo de ação voltado para a manutenção da tradição, do cotidiano e da cultura. Eis aqui o “radiojornalismo comunitário”. É aquilo que já mencionamos de uma comunicação *da periferia para periferia* em nosso tópico anterior. Ele não promove nenhuma mudança sistêmica que melhore as condições de formação de um público. Ele é apenas um reforço do cotidiano e da situação de exclusão. É uma comunicação alternativa, mas não voltada para a mudança.

---

<sup>4</sup> Informações retiradas do site oficial da Rádio Capital AM: [www.radiocapital.am.br](http://www.radiocapital.am.br)

Visto isso, eis aqui a necessidade do ativista, ou seja, alguém que leve as demandas mundanas para o sistêmico. Eis aqui uma função básica dentro da deontologia do jornalismo alternativo que o rádio pode potencializar.

### **A força do radiojornalista ativista**

Observamos então que o radiojornalista enquanto ativista é um modelo de ação que respeita as ideias de Bertold Brecht acerca do rádio enquanto ferramenta dialogal. Brecht (2005, p. 36) acreditava que o rádio podia ser “uma coisa realmente democrática”.

É interessante tomar a palavra *coisa* sob o sentido da palavra latina *res*. Ou seja, dessa forma, ver o rádio enquanto coisa democrática significa transformá-lo em um sujeito-objeto da democracia. E as duas sugestões brechtianas para isso são bem encaixadas para o jornalismo de rádio.

A primeira é bastante simples:

Opino, pois, que vocês deveriam aproximar-se mais dos acontecimentos reais com os aparelhos e não se limitar à reprodução ou à informação. Têm que se aproximar de autênticas sessões do Reichstag e, acima de tudo, também dos grandes processos. Posto que isso representaria um grande passo adiante, haverá, seguramente, uma série de leis que tentem impedi-lo. Têm que se dirigir à opinião pública para suprimir essas leis. O medo que os deputados têm de ser ouvidos em todo o território do Reich não pode ser menosprezado, já que é justificado, mas têm que vencê-lo, do mesmo modo que o medo que, creio, diversos tribunais mostrariam se tivessem que ditar sentenças diante de todo o povo (BRECHT, 2005, p. 37).

Ora, aqui vemos bem o caminho do ativista de ser um ator mundano tendo como alvo o Sistema. Brecht, inclusive, descreve as reações contrárias que isso pode provocar nas instâncias de ação instrumental da sociedade. O que temos é a visão de um radiojornalista atuante, fora do estúdio, levando os fatos para quem não consegue acessá-los.

É interessante que Brecht vê a mediação do rádio enquanto um mecanismo ativo de apresentação dos fatos. Aqui, mais vale a transmissão da sessão do Parlamento do que a notícia seca e fria de que “houve uma sessão do Parlamento”. Isso é interessante para o modelo de ação do ativista: direito à comunicação não é apenas dar voz às margens, mas também dar ouvidos para elas. Escutar o *mainstream* e entender a



situação marginal que o proletariado se encontra é, para Brecht, a melhor forma de agir. Eis aqui o estranhamento, o *Verfremdungseffekt*, que Brecht tanto busca em suas peças teatrais aplicado no jornalismo de rádio.

Já a segunda sugestão de Brecht é um complemento interessante a esse provimento de ouvidos:

Além disso, vocês podem preparar, diante do microfone, em lugar de resenhas mortas, entrevistas reais, nas quais os interrogados têm menos oportunidade de se inventar esmeradas mentiras, como podem fazer para os periódicos. Seria muito interessante organizar disputas entre especialistas eminentes. Poderiam organizar em salas grandes ou pequenas, à vontade, conferências seguidas de debate. Mas todos esses atos vocês teriam que divulgá-los claramente, com avisos prévios, entre a cinzenta uniformidade do menu diário de música caseira e cursos de idiomas (BRECHT, 2005, p. 37).

Eis aqui a busca de formação de público, tal como o conceito é cunhado por C. Wright Mills. Isso fica ainda mais claro neste outro trecho do tratado radiofônico brechtiano, inclusive mostrando a resistência do Sistema em aceitar essa invasão ativa do Mundo da Vida em seus domínios (afinal, apenas a passividade legitimadora da ação comunicativa é que interessa aos objetivos sistêmicos):

Nosso Governo tem necessidade da atividade radiofônica da mesma forma que nossa administração da Justiça. Quando Governo ou Justiça se opõem a essa atividade radiofônica, é porque têm medo e não pertencem senão a tempos anteriores à invenção do rádio, ainda não anteriores à invenção da pólvora. Desconheço, tanto quanto vocês, as obrigações, por exemplo, do Chanceler; é tarefa do rádio explicá-las, mas parte dessas obrigações e constituída pelo fato de a autoridade suprema informar à Nação, regularmente, através do rádio, sobre sua atividade e a legitimidade de sua atuação.

A tarefa da radiodifusão, como tudo, não se esgota ao transmitir essas informações. Além disso, tem que organizar a maneira de pedir informações, isto é, converter os informes dos governantes em respostas às perguntas dos governados. A radiodifusão tem que tornar possível o intercâmbio. Apenas ela pode organizar, em conjunto, as falas entre os ramos do comércio e os consumidores sobre a normatização dos artigos de consumo, os debates sobre altas de preço do pão, as disputas municipais. Se consideram que isso é utópico, eu lhes peço que reflitam sobre o porquê de ser utópico (BRECHT, 2005, p. 42).

Podemos, com isso, afirmar que Brecht é uma inspiração para o ativista enquanto modelo de ação pois ele diagrama um modo para o radiojornalista agir na sociedade, reforçando sua esfera de diálogo (ação comunicativa), mas mantendo também os objetivos sistêmicos (ação instrumental) de sua prática midiática.

Podemos ficar aqui com a frase de Brecht (2005, p. 39): “Não se deve

subministrar o rádio, mas modificá-lo”. Modificá-lo rumo ao ativismo, esse modelo de ação que serve tanto para aquilo que acreditamos ser um jornalismo alternativo ideal, mas também para aquilo que acreditamos ser chave dentro da deontologia jornalística.

### **Bibliografia**

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento* (trad. Guido Antonio de Almeida). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BRECHT, Bertold. “Teoria do rádio (1927-1932)”. In: MEDITSCH, Eduardo. *Teorias do Rádio*. Florianópolis: Insular, 2005.

BUCCI, Eugênio. *Televisão objeto: a crítica e suas questões de método*. Tese de Doutorado. São Paulo: ECA-USP, 2002.

COGO, Denise M. *No ar... uma rádio popular*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA-USP, 1994.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública* (trad. Flávio R. Kothe). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, Jürgen. *The Theory of Communicative Action* (dois vol.). Boston: Beacon, 1989.

HABERMAS, Jürgen. “Progresso técnico e mundo social da vida”. In: HABERMAS, Jürgen. *Técnica e ciência como “ideologia”* (trad. Artur Morão). Lisboa: Ed. 70, 2001a.

HABERMAS, Jürgen. “Técnica e ciência como ‘ideologia’”. In: HABERMAS, Jürgen. *Técnica e ciência como “ideologia”* (trad. Artur Morão). Lisboa: Ed. 70, 2001b.

HABERMAS, Jürgen. *A Ética da Discussão e a Questão da Verdade* (trad. Marcelo B. Cipolla). São Paulo: Martins Fontes, 2004.

HICKERT, Carmen. *Enrique Dussel: O professor à luz do conceito de mestre em uma práxis pedagógica libertadora*. São Leopoldo: Escola Superior de Teologia, 2005.

HORKHEIMER, Max. “Teoria Tradicional e Teoria Crítica”. In: HORKHEIMER, Max *et alli. Os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX – O Espírito do Tempo*. R. J.: Forense, 1967.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX – O Espírito do Tempo: volume II (Necrose)*. Rio de Janeiro: Forense, 1977.

NOBRE, Marcos. *Lukács e os limites da reificação*. São Paulo: Ed. 34, 2001.

NOBRE, Marcos. *A Teoria Crítica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

POLLI, José Renato. “Freire e Habermas”. *Viver Mente & Cérebro – História da Pedagogia*. v.4, 2005, p.56-65.

THOMPSON, Stephan L. “Tá ligado no q tô falando? Significados das letras do Hip Hop”. In: DARBY, Derrick & SHELBY, Tommie (org.) *Hip Hop e a filosofia* (trad. Martha M. Leal). São Paulo: Madras, 2006.

VENANCIO, Rafael D. O. *Difusão Metropolitana e Divulgação Científica*. São Paulo: Plêiade, 2007.

WRIGHT MILLS, C. *A Elite do Poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.