

# Dicas para Comunicadores Populares

Rádio: Comunicação para a cidadania.

RECOMSOL / UCBC  
Rede de Comunicadores Solidários da UCBC

# Créditos

## **Coordenação de Comunicação**

Ana Cristina Suzina (2002)

## **Coordenação Editorial**

Pedro Sanchez Coronel

Elson Faxina

## **Redação**

Equipe de Rádio da Rede de Comunicadores Solidários à Criança:

Adriana Barbosa de Souza - Amazonas

Andréa Pinheiro - Ceará

Bete Rabello - São Paulo

Celso Anunciação - Bahia

Francisco Moraes - Rio Grande do Norte

Nanci Alves - Minas Gerais

Patrícia Tosta - Bahia

Ronizia Gonçalves - Acre

Thays Poletto - Paraná

Vilma Alcantara - Piauí

## **Colaboração:**

Evandro de Souza Santos – Pará

Elton Bozzetto – Rio Grande do Sul

Jessé Barbosa da Silva – Piauí

Mazilda Nevez da Silva - Amazonas

## **Redação final**

Celso Anunciação

## **Diagramação**

## **Ilustrações**

## **Fotos**

Curitiba, 2001



## Conteúdo

Introdução
Apresentação
De Guerreiro a Amigo – A História do Rádio
Capítulo 1– Rádio e cidadania
Capítulo 2 – Linguagem
Capítulo 3– Como falar no Rádio
Capítulo 4– Gêneros e formatos
Capítulo 5 - Comentário
Capítulo 6 - Entrevista
Capítulo 7 - Enquete
Capítulo 8 - Notícia
Capítulo 9 – Sociodrama
Capítulo 10 – Spot
Capítulo 11– Vinheta
Capítulo 12- Rádio-revista
Capítulo 13 - Programa “Viva a Vida”
Capítulo 14 - Dinâmicas
Capítulo 15 – Avaliação
Anexos: Dicas de leitura
Bibliografia



## Apresentação

*Ô de casa!? Tem alguém aí?  
Ah, que bom que você está aí, porque nós,  
da Rede de Comunicadores Solidários à Criança,  
estamos chegando para ficar com você nas próximas páginas  
e em todas as ondas que levam vida, alegria e esperança no futuro.*

### **O que é?**

Esta cartilha quer ser como o rádio: uma companhia constante; um instrumento de trabalho, como a enxada, que ajuda o agricultor a trabalhar a terra; como a pororoca, que destrói e renova tudo.

### **Como foi feita?**

A idéia de fazer uma cartilha nasceu da experiência e da necessidade. Da experiência da nossa Equipe de Rádio da Rede de Comunicadores Solidários à Criança, adquirida nas diversas comunidades do Brasil, onde estivemos capacitando os voluntários e as voluntárias da Pastoral da Criança que divulgam, produzem e apresentam o programa *Viva a Vida* local.

Muita riqueza foi acumulada desde 1998, quando a troca de experiência começou a ser sistematizada pela Equipe de Rádio da Rede de Comunicadores Solidários à Criança.

Daí surgiu a necessidade, tanto da Equipe quanto dos participantes das oficinas, de terem um material que, ao mesmo tempo, trouxesse o conhecimento já construído e a possibilidade de continuar esse processo coletivo, através de multiplicadores desse conhecimento.

### **Como utilizar?**

Além de servir para auxiliar o seu trabalho, esta cartilha é um convite para que você se torne um multiplicador. Por isso, cada capítulo traz dicas de como capacitar e, no final, você encontrará sugestões de livros que poderão ajudá-lo nesta missão.

Mas a melhor forma de você utilizar esta cartilha é renovando-a a cada dia de trabalho, tornando-a viva, dialogando com ela, acrescentando seu saber e experiência. Afinal, como já dissemos, ela quer ser uma companheira nesta viagem pelas ondas do rádio e não uma estátua de pedra.

Boa leitura e bom trabalho!



## De Guerreiro a Amigo

Você escuta rádio? Quando escuta? Onde você escuta? E por que você escuta rádio?

A essa altura, se juntarmos as respostas de todos os que estão lendo ou já leram esta cartilha, vamos concluir, junto com o IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que o rádio é o meio de comunicação de maior abrangência no Brasil. Enquanto a TV está na casa de 81% dos brasileiros, o rádio está em quase 89%. E na zona rural esta diferença aumenta ainda mais: 48% possuem TV e mais de 80% possuem rádio.

O rádio é, assim, o companheiro de todas as horas; o amigo que aconselha, desperta e faz dormir; serve de cupido: promove amores e amizades; é o mensageiro para os lugares onde o correio não chega e para quem as letras não fazem sentido; ele diverte, emociona, faz rir e chorar, vira palanque e cabo eleitoral, informa e desinforma, liberta e aliena...

Mas, será que foi sempre assim? O rádio quando foi criado, no final do século XIX, foi confinado ao ambiente militar. Por ser considerado arma de guerra, até 1919, as emissões particulares eram proibidas em toda parte.

A 1ª Guerra Mundial (1914-1917) foi o primeiro laboratório de utilização do rádio para fins militares. Para se ter uma idéia, foi a radiocomunicação que garantiu o sucesso das operações navais da Inglaterra. Naquele período, era a Inglaterra que praticamente dominava a tecnologia da comunicação sem fio, fazendo transmissões de mensagens que cruzavam o Oceano Atlântico através das ondas do rádio. Isto fez com que os EUA, após a Guerra, reunissem esforços junto com grandes companhias do país, para investirem, maciçamente, na nova tecnologia.

Depois que saiu de sua fase experimental e as emissões particulares foram liberadas, os anos 20 receberam o rádio com grande entusiasmo. No mundo inteiro acreditava-se que ele serviria para elevar o nível cultural de toda a população.

O professor Roquette Pinto é um exemplo desse otimismo no Brasil. Junto com Henry Morize, fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 20 de abril de 1923, marcando assim a instalação definitiva da radiodifusão no Brasil:

“Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão, livremente, o conforto moral das ciências e da arte (...). Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportam no espaço, silenciosamente, as harmonias”. (TOTA, 1990:17)

Assim, a primeira função do rádio brasileiro foi, principalmente, educativa.

Nesta fase inicial, o rádio ainda era um produto acessível apenas às elites urbanas, sendo um dos marcos da expansão da sociedade de consumo. Apesar dos esforços de Roquette Pinto por uma programação educativa e cultural popular, o rádio acabava transmitindo mais o que melhor caía no gosto dessas elites: óperas,

conferências, palestras, inclusive em outras línguas. Mas também veiculava, além dos noticiários, aulas de português, francês, história do Brasil, geografia, física, química, higiene, silvicultura.

Passado esse entusiasmo inicial, outros usos do rádio foram aparecendo, como o uso político e o uso comercial. Ele passou a ser usado para vender produtos: de ideologias a pasta de dentes.

O rádio foi utilizado para propagar ideologias como, por exemplo, o Nazismo, na Alemanha. O Ministro da Informação e Propaganda, Paul Joseph Goebbels, usou o rádio intensamente como estratégia para criar uma imagem de Hitler como um homem poderoso e invencível. Há pesquisadores que afirmam que Hitler não teria sido possível sem o rádio.

No Brasil, o primeiro governante a usar o rádio com o objetivo de doutrinação ideológica foi Getúlio Vargas. Ele criou, em 1937, o programa *Hora do Brasil* (hoje, “*A voz do Brasil*”) que transmitia seus discursos, de segunda a sexta-feira, em cadeia nacional, tornando-se o divulgador oficial do governo.

Tanto no uso político quanto no comercial, o rádio passou a visar o lucro e o poder para os que o tinham nas mãos.

Os anos 40 foram decisivos, pois a comunicação popular se firmou no rádio. Enfim, a música brasileira, os programas humorísticos, as novelas, criaram e aperfeiçoaram a linguagem do rádio brasileiro.

Na década de 50, com o aparecimento da TV, o rádio parecia ter entrado em decadência. Na realidade, ele passou por um longo período de transição e busca de nova identidade; resistiu à grande crise e retomou, a partir dos anos 60, um pouco do seu espírito inicial. Embora com bem menos entusiasmo, voltou a ser usado para fins educativos e culturais.

No Brasil, foram criados os programas de alfabetização para jovens e adultos, como o Movimento de Educação de Base. O MEB utilizava amplamente o rádio para chegar nos mais distantes recantos do país e cumprir a missão de alfabetizar todos os brasileiros.

Hoje, este uso foi novamente esquecido pela maioria dos que atuam no rádio. O Professor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Roberto Salvador, questiona:

*O hábito de ouvir Rádio é característico de 88 por cento da população brasileira. E isto porque ele está em todos os lugares (...). E aí eu pergunto: cadê o Rádio na sala de aula? Afinal, se ele é do agrado de tantos por que a escola dele não se agradou?*

Voltando para nossa história, é bom lembrar que os vários usos do rádio acontecem juntos, só que uns se sobressaem mais do que os outros, de acordo com a época. E é isto que estamos destacando nesta breve história.

A partir da década de 70, teve início o processo de democratização do rádio: as ondas hertzianas são patrimônio da humanidade, pertencem a todos, portanto, todos têm o direito de emitir opiniões, participar da construção das notícias, ser sujeito da comunicação. Neste sentido, o movimento das rádios comunitárias, também chamadas livres, participativas ou populares, tem conseguido grande avanço no processo de democratização do rádio e na utilização do veículo para fins sociais. Assim, o rádio dá um passo a mais para cumprir sua missão de “não somente levar o ouvinte a escutar, mas levá-lo a falar” (Bertolt Brecht).

Na perspectiva da Associação Latino-americana de Educação Radiofônica – ALER, o papel do rádio nestes novos tempos “consiste em formar os cidadãos para a construção de uma sociedade mais democrática.” Neste sentido, a ALER aponta algumas idéias de como podemos usar o rádio para alcançar este objetivo:

1. **Dar a palavra ao povo porque a palavra é poder.** Hoje, só o que aparece nos meios de comunicação ‘existe’. Por isso, o rádio deve continuar entregando o poder da palavra aos trabalhadores, às mulheres, às crianças, às instituições da sociedade civil, às pessoas que participam dessas organizações, ao homem da esquina, sobretudo, aos setores e sujeitos sociais marginalizados. A participação dá poder e este poder permite atuar sobre a realidade para transformá-la.

2. **Estar aberto a todos os setores.** Todos devem poder falar: os diferentes partidos políticos, os poderes públicos... O rádio deve estar aberto à pluralidade, ou seja, a todos os atores sociais sem distinção, nem discriminação.

3. **Uma comunicação horizontal.** O rádio deve estar conectado com o povo e a sociedade. Deve partir e se nutrir da vida das comunidades, levar em conta a pessoa e sua integridade, suas necessidades, seus afetos, seus gostos e interesses.

4. **Promover uma participação educativa.** A participação permite ao povo avançar na formação de um saber: quando falamos temos que estruturar nosso pensamento, realizar um processo intelectual que nos ajude a crescer. Esta participação será útil e educativa na medida em que o rádio planeje e estabeleça objetivos claros.

5. **A produção criativa de espaços e formas participativas.** A participação não está somente em oferecer o microfone para que todos falem. Ela passa pela produção de programas criativos e de entretenimento que promovam uma participação de qualidade e que contribua com o cumprimento do projeto de democratização da comunicação.

Assim, o rádio, neste novo milênio, põe todo o seu potencial à disposição da cidadania e da solidariedade. A continuação dessa história só depende de nós, comunicadores solidários: como estamos usando o rádio? E para quê?

Muitos decretaram o fim do rádio, quando a TV surgiu na década de 50. Mas ele resistiu e, hoje, mesmo com todo o desenvolvimento de outros meios de comunicação, como a TV a cabo e a internet, ele continua sendo o veículo de massa mais democrático e o mais eficaz para se fazer uma mobilização social, pois fala para a comunidade. E,

apesar de toda a globalização, as respostas, as saídas para os problemas da sociedade, com certeza, passam por soluções encontradas pela própria comunidade (desde um problema com a rede de esgotos, uma doação de sangue, até uma cobrança de políticas públicas mais eficazes). A história do rádio no terceiro milênio está nas mãos de cada um de nós que quer realmente usar e abusar deste veículo para ajudar a formar cidadãos conscientes e uma sociedade justa e solidária.

Por tudo isso, nós, comunicadores solidários, que fazemos cursos, que produzimos, que queremos democratizar a comunicação, precisamos usá-lo sem medo, mas com competência, seriedade e leveza para que o rádio cumpra seu compromisso social. Isso ainda não está escrito, é uma história que nós vamos escrever juntos.

*Essa história não termina*

*Acaba de começar*

*O que vai acontecer ( ou o que vamos escrever)*

*É coisa de imaginar!!!*

(Chico dos Bonecos-Carretel de Invenções/Fundação Fé e Alegria do Brasil)