

A Rádio Lagar FM gerando informação, educação e cidadania

Avlairam Araújo CABRAL*

Resumo

Este estudo teve como objetivo analisar se a programação veiculada pela Rádio Comunitária Lagar FM de Campina Grande – PB cumpre o seu papel como veículo de comunicação, preenchendo todos os requisitos necessários para que possa ser enquadrada como Rádio Comunitária, com informações voltadas para a educação e cidadania. A metodologia adotada foi à análise de conteúdo e a pesquisa bibliográfica. Para compor o referencial teórico foram consultados livro e revistas especializadas. Após uma breve revisão bibliográfica a respeito do Rádio e especificamente, a Rádio Comunitária partiu-se para um aprofundamento do objeto de estudo, fazendo uma análise do conteúdo da programação veiculada pela emissora, tendo como proposta observar até que ponto sua programação está adequada às exigências legais da Rádio Comunitária. A conclusão a que este estudo chegou é que a Rádio Comunitária Lagar FM pode ser considerada um veículo transmissor de educação e cidadania.

Palavras-Chave: Rádio Comunitária. Análise de conteúdo. Educação e Cidadania.

Introdução

É incontestável que a globalização veio trazer para o mundo moderno o avanço tecnológico e, com ela vieram também às variações de comunicação e de armazenamento, o tratamento e a transmissão do conteúdo informacional, conseguindo, com isso, modificar as dimensões de espaço e tempo, tornando então possível à união de textos, sons e imagens.

O Século XX chegou, e com ele, várias transformações ocorreram no mundo da política, da economia, e também como não poderia ser diferente, nas comunicações.

Com vários séculos de história, desde a invenção da escrita até os dias de hoje, a comunicação passou, e ainda continua passando por várias fases de mudanças e problemas muitos destes provocados pelo avanço na tecnologia e transformação social.

* Aluna Especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB.

Sempre que novas tecnologias de comunicação vão surgindo, as adaptações, os problemas e as transformações desenvolvem-se como conseqüências, e com isso, o avanço da comunicação fica intrinsecamente relacionada com a influência direta ou indiretamente, com a comunicação atual.

Com o propósito de acelerar o processo de regulamentação no setor da radiodifusão de baixa potência, foi oficializado o debate sobre a democratização dos meios de comunicação de massa do país, onde historicamente está concentrada nas mãos de políticos e de grandes grupos econômicos.

As rádios comunitárias foram surgindo por diversas regiões do país, como resultados da luta pela democratização da informação, colocando-se a serviço de várias comunidades.

Ainda hoje, apesar de inovações no setor, o rádio continua sendo o veículo que tem maior alcance e aceitação junto a vários segmentos da sociedade. Sem pretender competir com as emissoras convencionais, e querendo oferecer às comunidades conteúdos de qualidade de cunho cultural, e educativo, as rádios comunitárias vem cedendo seu espaço e abrindo novos caminhos para a participação popular, com aprendizado e captação da educação e da cidadania nas várias etapas do processo de comunicação, tais como no processo, produção e veiculação da sua programação.

Para tanto foi realizado uma análise da programação da Rádio Comunitária Lagar FM especialmente no tocante ao que se refere a adaptação as normas de Rádio Comunitária dirigida á educação e a cidadania.

Deste modo, o trabalho exigiu uma fundamentação teórica onde foi abordado o crescimento da Rádio e sua importância como meio de comunicação, e especificamente ao estudar a Rádio Comunitária Localizada no Bairro das Malvinas procuramos, com isto, entender a importância deste veículo no que se refere ao relacionamento com a comunidade onde está inserida, e o seu compromisso com a missão da radiodifusão comunitária que é de transmitir a comunicação com responsabilidade e seriedade.

Para dar conta das questões acima, este trabalho está assim estruturado: no primeiro capítulo temos a Fundamentação Teórica que se referem à história do Rádio, suas características e conceitos, o surgimento da Rádio Comunitária com suas peculiaridades e como a comunicação está ligada à educação e à cidadania.

No segundo capítulo, é enfocada a história da Emissora. No terceiro capítulo, abordamos os aspectos metodológicos, apresentando o tipo de pesquisa que foi utilizado no estudo, principalmente fazendo uma análise do conteúdo da programação da Rádio Lagar FM, como instrumento de informação para educação e cidadania.

Origem da comunicação

A primeira forma organizada de comunicação humana já registrada quer seja acompanhada da linguagem gestual ou não, é sem dúvida, a linguagem oral. O que realmente ocorre na comunicação humana é um jogo colocado entre a fala e outros meios de comunicação, pois a linguagem oral não permanece e também não tem um longo alcance e por isso, os homens procuram fixar seus signos, procurando levá-los à distancia. E, foi através do desenho, que o homem usou como meio para fixar seus signos, conseguindo chegar até a escrita.

Segundo Bordenave (1996, p. 26),

Desenhos primitivos pintados por homens da era paleolítica (entre 35.000 e 15.000 anos antes da Era de Cristo), foram achados em cavernas como Altamira, Espanha, Dordogne e França. Ali se observam cenas de caça envolvendo animais e pessoas. Não se sabe se o propósito dessas figuras era mágico, estético ou simplesmente expressivo ou comunicativo.

Também, era por meio de desenhos que os Egípcios expressavam e representavam aspectos relacionados com sua cultura, colocavam gravuras nas casas, edifícios e nas câmaras mortuárias, isto a cerca de 3.000 anos Antes de Cristo.

Já, para tentar resolver o problema do alcance, o homem criou os signos sonoros e visuais, que podemos citar como exemplo: os sinais de fumaça, o berrante, o gonzo... Assim, eles conseguiam se comunicar mais distante. Conseguiam levar algum comunicado bem mais longe. Mas, foi realmente com a invenção da escrita que a solução veio de verdade, por volta do século IV a.C.

Para Bordenave, (1996, p. 26), “as mensagens escritas, com efeitos, podem ser transportadas a qualquer distância”. Pois, de muito longe, uma pessoa pode levar uma mensagem à outra por meio de sinais de fumaça, que é decifrada e entendida.

E a escrita só conseguiu evoluir mesmo a partir dos pictogramas que são signos que guardam correspondência direta entre o desenho, que é a imagem gráfica e o objeto representado. Ainda segundo o autor (1996, p. 26), “o desenho da mulher significava isso mesmo, mulher; o desenho do sol significava o sol, e assim por diante”. Pois, quando via-se o desenho já se sabia o que significava. E, um exemplo bem característico da escrita pictográfica é a existência dos hieróglifos do Antigo Egito.

A partir daí, o homem via a necessidade de que cada signo correspondesse a um determinado objeto, passando a representar idéias e ser chamado de escrita ideográfica, sendo imitada também pelos japoneses e chineses. Foram evoluindo, e descobriram que os nomes dos objetos eram compostos de fonemas, e que se aplicariam melhor os signos e não os objetos. E foi a escrita fonográfica que serviu de base para representar os sons.

Os alfabetos surgiram porque os signos gráficos representavam os sons, sendo criado, então, o conceito de letras, onde, cada letra, representa um determinado som.

A invenção do papel e dos tipos de imprensa móvel feitos de bronze, estanho e madeira que facilitava o transporte dos signos mais fáceis do que os pergaminhos e o couro já existentes são atribuídos aos Chineses. Foi através da linguagem falada e do uso da imagem que a cultura foi transmitida oralmente, apesar da existência do alfabeto já por muitos séculos.

Ainda de acordo com Bordenave, (1996, p.28) “na Idade Média, o povo não tinha acesso à linguagem escrita, já que eram os vitrais das Catedrais que, através das imagens coloridas comunicavam-lhe a história sagrada da fé e da cultura de seu povo”.

É no processo da comunicação humana que são usados meios simbólicos envolvendo a troca de informações, abrindo, com isso, um leque de maneiras de se comunicar,

Segundo Berlo, (1989, p.1), “tudo aquilo que a que as pessoas possam atribuir significados, pode ser e é usado em comunicação. O comportamento comunicativo tem um campo de ação tremendamente duplo”.

Podemos nos comunicar de milhares de maneiras diferentes. Nos comunicamos, falando, cantando, gesticulando, através da pintura, pela arte, com isso interagimos e efetuamos troca informacional com outras pessoas.

Conceitos de comunicação

O sentido de comunicação é bastante amplo. Temos uma visão do que é comunicação por vários ângulos e, podemos representá-los de muitas maneiras, pois, todo mundo se comunica de alguma forma, e, sabendo que o ser humano vive em sociedade, isto é, que não vive isolado, ele necessita se comunicar com outras pessoas durante sua vida, já que entendemos que comunicação é troca de informações, e de entendimentos que possam tornar comuns às idéias ou mensagens que sejam: verbais, escritas ou corporais.

Segundo Berlo (1989, p.93) a comunicação é “a interação social através de mensagem”. Pois, é por meio da mensagem que existe um intercâmbio mútuo, fazendo despertar à comunicação.

Para Bordenave (1996, p.41) “A comunicação de fato, é um processo multifacético que ocorre ao mesmo tempo em vários níveis - consciente, subconsciente, inconsciente – como parte orgânica do dinâmico processo da própria vida”. Logicamente, percebemos que a comunicação não é algo independente, tem várias faces durante seu processo, e também que faz parte de algum modo, da nossa vida.

No Dicionário de Comunicação de Rabaça e Barbosa (2001), encontramos vários conceitos de comunicação de diferentes autores. No nosso contexto escolhemos alguns que consideramos mais apropriados que se seguem:

“Conjunto dos conhecimentos (lingüísticos, psicológicos, antropológicos sociológicos, filosóficos, cibernéticos, etc.) relativos ao processo de comunicação”.

Estabelecimento de uma unidade social entre seres humanos, pelo uso de signos e de linguagem. (...) Toda comunicação procede por meios de signos, com os quais um organismo afeta o comportamento do outro (ou, de modo mais geral, o estado do outro). (...) Comunicação não é a resposta em si mesma, mais é essencialmente a relação que se estabelece com a relação que se estabelece com a transmissão do estímulo e a evolução da resposta (COLIN CHERY).

A comunicação é o processo da partição da experiência para que se torne patrimônio comum. Ela modifica a disposição mental das duas partes associadas. A sociedade não só continua a existir pela transmissão, pela comunicação, como também se pode perfeitamente dizer que ela é transmissão e comunicação (J. DEWEY).

Comunicação não se refere somente à transmissão verbal, explícita e intencional de mensagens. (...) O conceito de comunicação inclui todos esses processos por meio dos quais as pessoas influenciam outras pessoas. (...) Essa definição se baseia na premissa de que todas as ações ou eventos têm aspectos comunicativos assim que são percebidos por um ser humano; implica, além disso, que tal percepção modifica a informação que o indivíduo possui e, por conseguinte, influencia esse indivíduo. (J. RUESCH e G. BATESON). (RABAÇA e BARBOSA, 2001).

Também, “Em seu sentido mais amplo, ocorre comunicação sempre que um indivíduo atribui significado a um estímulo interno ou externo” (L. Taylor).

Apesar dos vários conceitos como se apresenta, o interessante é que podemos observar a importância da comunicação na nossa vida. Fazendo uma reflexão sobre esses exemplos, chegamos a uma conclusão pura e simples de que a comunicação é realmente imprescindível na vida humana, assim, todos interagem entre si, com um só propósito que é o de entender a mensagem transmitida, isso, para que possa existir de fato, uma comunicação.

A comunicação humana

Os processos de comunicação humanos utilizam meios simbólicos que envolvem a troca de informações, e para isso, temos um leque de maneiras diferentes de se comunicar:

Segundo Berlo (1989, p.1), “tudo aquilo que as pessoas possam atribuir significados pode e é usado em comunicação. O comportamento comunicativo tem um campo de ação tremendamente amplo”.

Se tudo que tem um significado é comunicação, então podemos nos comunicar falando, escrevendo, gesticulando, através da pintura, da arte, com isso, interagimos e efetuamos troca informacional com outras pessoas.

Podemos encontrar alguns elementos que são essenciais na comunicação humana:

- **Emissor** – é o elemento que transmite a mensagem.
- **Receptor** – é o elemento que recebe a mensagem.
- **Mensagem** – é o conjunto de informações recebidas.

- **Código** – é a combinação de signos utilizados na transmissão de uma mensagem.
- **Canal de Comunicação** – é por aonde a mensagem é transmitida: tv, rádio, revista...
- **Contexto** – é a situação que a mensagem se refere.

É na comunicação que o homem utiliza sinais bem organizados emitindo-os a outra pessoa. Existe um emissor e um receptor da mensagem que é emitida a partir de códigos e necessita de um canal de comunicação referindo-se a uma determinada situação.

Segundo Berlo (1989, p.62), “a comunicação, entretanto seria impossível sem a significação, isto é, a produção social do sentido”. Porque é justamente o significado das coisas, que as tornam fáceis de serem compreendidas.

da mesma forma que é impossível não comunicar – porque tudo na vida comunica – a pessoa que comunica em geral necessita dar a seus interlocutores uma idéia sobre o que ela deseja que sua mensagem seja decodificada e interpretada. Para que dessa forma, atribua sua real intenção.

Ainda de acordo com o autor (1989, p.56), “o fato de que cada cultura tenha seus próprios códigos de comunicação, torna bastante difícil a comunicação entre culturas diferentes”. Mas, não existe empecilho para que ocorra um entendimento entre eles. Não pode deixar de existir um modo de se fazer entender.

É humanamente impossível imaginar o mundo sem comunicação, e segundo (ibid, p.36), “sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si”.

É pela comunicação que as pessoas compartilham experiências, idéias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres independentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas.

Comunicação de massa

A comunicação sempre esteve presente desde o princípio da história humana, como podemos perceber no capítulo anterior, e, para por em prática idéias, valores,

descobertas e tabus, consagrando sua cultura, o homem chegou a conclusão não poderia evoluir em seu método, e através dos séculos, protagonizou uma história de luta pela comunicação fazendo com que se tornasse necessidade básica e essencial na sua vida, do mesmo modo que a moradia e a alimentação fazem parte do seu cotidiano, se tornando assim, peça indispensável para conseguir sobreviver.

O espetacular progresso desenvolvido pelo homem através dos séculos, fez com que surgisse a comunicação de massa atendendo a necessidade para poder cumprir seu papel de romper barreiras e de conseguir aproximas pessoas. Foi, com a comunicação de massa, e através de uma nova visão de sociedade, que o ambiente humano conseguiu ir modificando.

A vida social e a própria natureza humana fez com que houvesse profundas mudanças durante a Revolução Tecnológica do século XX, ao mesmo tempo em que conseguia controlar ou dominar as forças cósmicas, onde um mercado consumidor ia surgindo por conta do poder aquisitivo do homem médio e de suas pretensões de deleite dos bens, materiais e culturais que havia sido retirado quase totalmente no passado.

Trocando as posições que ocupavam na nova sociedade, valores e instituições, iam conseguindo com isso, serem devoradas pelas relações impessoais e a distancia nas relações primárias de família e de pequenos grupos, para a edificação e sobrevivência da espécie, sendo que, é a comunicação de massa que propõe o acordo básico da vida social nesse espantoso mundo moderno.

Afinal, fazemos parte de uma sociedade de massas, e se não conseguisse evoluir em sua natureza artesanal e horizontal, característica e satisfatória, a comunicação de massa não teria a capacidade de ostentar esse caráter essencial no processo de civilização contemporânea desde tempos imemoriais, chegando a adotar o caráter industrial e vertical que a nova sociedade criticava: o artesanato teria de ceder o comando geral à indústria.

A comunicação de massa é um processo industrializado de produção e distribuição oportuna de mensagens culturais em códigos de acesso e domínio coletivo, por meio de veículos mecânicos (elétricos / eletrônicos), aos vastos públicos que constituem a massa social, visando informa-la, educa-la, entretela ou persuadi-la, desse modo promovendo a integração individual e coletiva na realização do bem-estar da comunidade. (BELTRÃO, 1986. p.57)

E a comunicação de massa por ser caracteristicamente industrial e vertical se reserva a lançar e a elaborar produtos, bens e serviços culturais, em forma de mensagens, padronizados e em série, exigindo assim, grandes investimentos econômicos, técnicas e especialistas experientes e organizados visando atender as necessidades culturais de um público amplo, diversificado, sem organização e espalhado, onde o produtor-distribuidor da mensagem é desconhecido do receptor-massivo.

A comunicação de massa é a comunicação dirigida a um grande público (relativamente numeroso, heterogêneo e anônimo), por intermediários técnicos sustentados pela economia de mercado, e a partir de uma fonte organizada (geralmente ampla e complexa). A caracterização dessa fonte é importante para delimitar as fronteiras que separam a comunicação de massa da comunicação que não é de massa. (RABAÇA E BARBOSA, 2001, p.172)

Com a participação do homem numa sociedade urbana, dita sociedade moderna e não rural como a antiga sociedade, ele sente a necessidade de levar a massificação, pois, a urbanização e a industrialização são características predominantes de espaços urbanos e, a comunicação passa a ser uma atividade empresarial como outra qualquer, contando com surgimento e apoio maciço da publicidade e da propaganda.

Partindo desse pressuposto, e estando relacionada à condição de negócio, comunicação de massa enquanto produto de comunicação de caráter capitalista essencial deverá retornar com lucro, a quem decidir investir na sua produção.

Existem características que muito contribuem para a compreensão do fenômeno comunicação de massa e como conseqüência, são consideradas quatro funções básicas: informar, divertir, persuadir e ensinar, mesmo ignorando as finalidades e as necessidades inconscientes que certamente estão presentes tanto na fonte como nos receptores de mensagens.

De acordo com Emery,(1973. P.19)” Quase tudo que o homem sabe hoje em dia, é aprendido através de um veículo de comunicação de massa – televisão, rádio, jornal, revista, livro, ou filme” . Pois, o homem moderno aprende qualquer coisa de imediato e reage com rapidez.

Assim, grosso modo, a comunicação de massa muito contribui para a vida humana, e é graças a sua evolução que o homem pode voar pelo espaço, conseguindo enviar para

o mundo através do rádio, da televisão de jornais, da internet, fatos que estão acontecendo e com imagens ao vivo, resultando da industrialização e da universalização do homem e é, fato consumado que “seu poder” é muito amplo sobre a sociedade, fornecendo elementos indispensáveis a estruturação da vida cotidiana.

A reflexão acerca da comunicação de massa nos permite dizer que o processo de comunicação de massa é constituído de quatro fatores:

- **O Comunicador**, também chamado de fonte ou codificador.
- **A Mensagem**, transmitida através de palavra, desenhos, etc.e de símbolos.
- **O Canal**, que é o veículo, rádio, jornal, TV, revista, internet.
- **O Público**, também chamado de destinatário ou decodificador.

E que tais fatores, só vêm somar e contribuir com o progresso e revitalização da chamada veiculação das massas.

O rádio e sua trajetória

Foi com base em pesquisas sobre a existência das ondas eletromagnéticas, que no início do século XX, foi desenvolvida a tecnologia utilizada no meio de comunicação de massa Rádio, e com os avanços obtidos a partir do telégrafo e do telefone. O surgimento e desenvolvimento do rádio não aconteceram de forma lenta, mas, bem pelo contrário, aconteceram de uma forma rápida. O telefone levou cerca de 80 anos para se desenvolver plenamente, enquanto que o rádio fez o mesmo em menos de 25 anos.

Foi um industrial italiano, astuto e empreendedor chamado Guglielmo Marconi, quem inventou o Rádio. Com a patente sobre o telégrafo em 1896 conseguiu fazer transmissão de sinais a uma distância de 14,5 km, isso em 1897, enviando o primeiro sinal radiotelégrafo transoceânico em 1901.

Também, existem registros de ser atribuído ao canadense Reginald A. Fesseden, a primeira experiência de transmissão da voz por ondas eletromagnéticas, em 1906, entretanto o pioneirismo, tanto de Marconi como de Fesseden, são postos em questionamento, pois, há registros nesse sentido em outros países, a exemplo dos

Estados Unidos e do próprio Brasil, quando em 1830, um padre Gaúcho de nome Roberto Lendell de Moura teria feito uma demonstração ao mesmo tempo, de um telégrafo e um telefone sem fio, que tinha capacidade de transmissão de 8 km de distância.

Sem encontrar interesse por parte do Governo Brasileiro, o padre Lendell se decepciona, fica desiludido e esquece. E dezessete anos depois, decorrido o prazo da Lei, os americanos se apoderam de suas teorias, e nem sequer o reconhecimento da história o padre recebeu.

A união da indústria, do inventor e dos governos contribuiu e muito para o desenvolvimento do Rádio.

A radiofusão sonora em 1906 foi internacionalmente aceita e na noite de 24 de dezembro de 1906, houve de fato a primeira transmissão realmente comprovada e totalmente eficiente. Nesta noite, foi irradiado o som do violino, de trechos da Bíblia e de uma gravação fonográfica. Só, após a Primeira Guerra Mundial, é que surgiram as primeiras emissoras de Rádio, propriamente dito.

Meditich (2001, p.33), analisando o surgimento do Rádio no mundo, alerta que “não é adequado apontar o invento da comunicação sem fio ao surgimento do Rádio enquanto meio de comunicação de massa”, lembrando que foi através do uso social que se deu ao invento, que o mesmo se solidificou numa nova instituição. No início da radiofusão, é notório, que a maioria das estações tinham caráter comercial e privado e que também se apresentava com baixa potência de transmissão.

A radiofusão sofre grande transformação, na Europa, surgindo à interferência do Estado, com isso, torna-se valiosíssima, deixando de ser passatempo, para ser utilizado como agente a serviço da utilidade pública. O Estado criou legislação estabelecendo uma política de comunicações, adotadas como medidas pelos Estados Unidos e a Inglaterra, seguidas pela União Soviética com a criação de um conjunto de Leis de regulamentação da imprensa escrita e falada, cabendo ao Estado o uso exclusivo de todas as estações de Rádio, bem como de todos os meios de comunicações, isto, por conta do sistema vigente no país que era o socialismo.

Para Capparelli (1996, p.79) “o arsenal de controle do Estado vai da concessão de licença para a exploração a título precário à censura total”, pois, na América Latina,

os meios de comunicação, em especial, o Rádio, são mantidos pelo Estado, sendo sujeitos a todos os tipos de pressão.

A informação jamais se constitui em atividade totalmente livre, em qualquer que seja o regime político vigente, pois, a ação política aplicada sobre os meios de comunicação de massa não é nada fácil de ser detectada sendo condicionada pela visão política do assunto.

Quanto à publicidade comercial, esta também exerce forte influência na produção, já que tem o controle publicitário como maior responsável pelo funcionamento dos meios de comunicação de massa. E a cada dia que passa, o homem integra-se ao seu meio, agindo através da influência desses meios.

Conceitos e características do rádio

A cada instante de nossa existência, vão surgindo novas necessidades, novos valores e também novas exigências com mudanças bruscas que, muitas vezes fogem ao domínio do indivíduo, e, para que possa se compreender essa aceleração, é preciso que se crie estratégia, até mesmo de sobrevivência e, saber lidar com estas mudanças torna-se uma constante de empresas que desejam ser duradouras em meio a um mercado bastante competitivo.

Hoje, não é possível de se imaginar o mundo sem comunicação. Dessa forma, o rádio é considerado, um veículo que leva uma mensagem até um receptor, através de um transmissor, até um receptor, conseguindo assim, que haja uma comunicação.

Segundo Ferraretto (2001, p.23), “rádio é o meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir à distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas”.

Na verdade, o rádio exerce o papel importantíssimo, e a grande responsabilidade de levar a comunicação para as pessoas aonde quer que elas se encontrem.

É o veículo de radiodifusão sonora que transmite programas de entretenimento, educação e informação, música, notícia, discussões, utilidade pública, programas humorísticos, novelas, narrações e acontecimentos esportivos e sociais, entrevistas, e cursos, são os gêneros básicos dos programas. Serviço prestado mediante conexão do Estado, que o considera de interesse nacional e deve operar dentro de regras preestabelecidas em leis, regulamentos e normas (FERRARETTO, apud RABAÇA E BARBOSA, 2001. p.23)

É de fundamental importância saber que o Rádio é responsável pela distribuição de informações e com isso, as pessoas ficam atualizadas e por dentro do que acontece nos quatro cantos do mundo.

O rádio provoca uma aceleração de informação que também se estende a outros meios. Reduz o mundo dimensões de aldeia (...) Mas, ao mesmo tempo em que reduz o mundo a dimensões de aldeia, o rádio não efetua a homogeneização dos quarteirões da aldeia. Bem ao contrário. (IBID, 2001)

O autor considera o rádio de uma importância tamanha, porque ele leva informação tão rápida que é como se o mundo fosse bem pequeno e como tal, atinge todos ao mesmo tempo conseguindo se estender a outros meios, ainda por cima.

O rádio por ser considerado o meio de comunicação de massa mais rápido, consegue atingir maior público, conseguindo com isso, usufruir outras possibilidades tanto de conteúdo como de formato, chegando a proporcionar uma íntima participação da população como se fosse uma ponte para o modelo predominante. E, por essas e tantas outras características do rádio é que ele pode ser apontado também como o mais abrangente e de maior penetração. Isso não só no Brasil, mas em todo o mundo, podendo levar a comunicação aos quatro cantos do mundo, até nos lugares mais escondidos da terra.

Entre os meios de comunicação de massa, a rádio é o mais popular e o de maior alcance público, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar a informação para populações de vastas regiões que ainda hoje não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, económicos ou culturais. " (Beltão, 1968 p.112,).

O Rádio é sem dúvida, o veículo de informação mais completo que existe, é ele quem informa, e pode informar, levando a notícia para qualquer lugar, já que é um meio acessível a todos, ele chega com a notícia mais rapidamente, até mesmo na hora que ela acontece.

Para Ortriwano (1985. P. 78), o Rádio apresenta oito características que são:

1. **Linguagem Oral** – O Rádio fala, e para receber a mensagem que ele passa, é apenas necessário ouvir. Portanto, o rádio levou vantagem sobre os veículos impressos, pois, para receber informações, não é necessário que o ouvinte seja alfabetizado. Em consequência disso, a média do nível cultural do público ouvinte é mais baixado que a do público leitor, uma vez que, entre o público do rádio, pode estar incluída a faixa da população analfabeta, que no caso dos impressos é eliminada a priori.

2. **Penetração** – Em termos geográficos, o rádio é o meio mais abrangente dos meios, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance nacional. Ao mesmo tempo pode estar ao mesmo tempo, pode estar nele presente o regionalismo, pois, tendo maior complexidade tecnológica, permite a existência de emissoras locais, que poderão emitir mensagens mais próximas ao campo de experiências do ouvinte.

3. **Mobilidade** – Sob dois pontos de vista:

a) **emissor**: sendo menos complexo tecnicamente do que a televisão. Com relação a veículos impressos, o rádio leva vantagens muito grandes. Suas mensagens não requerem preparo anterior, podendo ser elaborada enquanto estão sendo transmitidas, além de eliminar o espaço crucial da distribuição: quem estiver ouvindo rádio, estará apto a receber informação. Com a utilização das unidades móveis de transmissão, as emissoras praticamente se “deslocam”, podendo transmitir de qualquer lugar dentro de seu raio de ação;

b) **receptor**: o ouvinte está livre de fios e tomadas e não precisa ficar em casa, ao lado do aparelho, O rádio hoje está em todo lugar: na sala, na cozinha, no banheiro, no quarto, no escritório, nas fábricas, no automóvel, eliminando também o hiato da audiência durante o tempo de locomoção de um lugar para o outro. Seu tamanho diminuto torna-o facilmente transportável, permitindo, inclusive, recepção individualizada nos lugares públicos.

4. **Baixo Custo** - em comparação a televisão e aos veículos impressos, o aparelho receptor de rádio é o mais barato, estando sua aquisição ao alcance de uma parcela muito maior da população. O ouvinte – assim como o telespectador e o leitor – geralmente não se dá conta de que o usufruto das mensagens dos meios de comunicação de massa exige um pagamento permanente para sua manutenção. Este pagamento está diluído no preço que o consumidor pago pelos produtos e/ou nos impostos. É desta

verba que os veículos sobrevivem, mesmo os impressos, uma vez que o faturamento resultante da venda dos exemplares não é suficiente para mantê-los.

5. **Imediatismo** - os fatos podem ser transmitidos no mesmo instante em que ocorrem. O aspecto técnico para a transmissão é menos complexo do que o da televisão e não exige a elaboração necessária aos impressos para que a mensagem possa ser divulgada. O rádio permite “trazer” o mundo ao ouvinte enquanto pós-acontecimentos estão se desenrolando.

6. **Instataneidade** - a mensagem precisa ser recebida no momento em que ela é emitida. Se o ouvinte não estiver exposto ao meio naquele instante, a mensagem não o atingirá. Não é possível “deixar de ouvir” em condições mais adequadas.

7. **Sensorialidade** – o rádio leva o ouvinte, fazendo-o participar pós meio de da criação de um “diálogo mental” com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais de acordo com as expectativas de cada um.

8. **Autonomia** – o rádio, livre de fios e tomadas – graças ao transmissor – deixou de ser meio de recepção coletiva e tornou-se meio individualizado. As pessoas podem receber suas mensagens sozinhas, em qualquer lugar que estejam. Essa característica faz com que o emissor possa falar para toda a sua audiência como se estivesse falando para cada um em particular, dirigindo-se diretamente àquele ouvinte específico. A mensagem oral se presta muito bem para a comunicação “intimista”. É como se o rádio estivesse “contando” para cada um em particular. Ao mesmo tempo, a atividade de “ouvir” não exclui a possibilidade de desenvolver outras tarefas, como ler, dirigir, cozinhar, etc. O rádio se adapta muito bem ao papel de “pano de fundo” em qualquer ambiente, despertando a atenção quando a mensagem apresentada é de interesse mais específico do ouvinte.

E, justamente pelo fato de reunir todas estas peculiaridades, é que o Rádio é considerado o meio de comunicação de massa mais privilegiado. Só ele possui todas essas características intrínsecas, considerando que no Brasil, o Rádio ainda cresce, pois, o brasileiro “ouve” mais do que “lê”.

O rádio no Brasil

Para Ferraretto (2001, p.95), “a primeira associação a transmitir efetivamente, embora sem frequência ou continuidade, foi a Rádio Clube de Pernambuco em 6 de abril de 1919”. Existem documentos que dizem que o Rádio no Brasil teria nascido em Recife, quando Oscar Moreira Pinto, importando um transmissor da França, inaugura a Rádio Clube de Pernambuco, no dia 6 de abril de 1919, mais tarde se associando a Augusto Pereira e João Cardoso Ayres.

Oficialmente só no dia 7 de Setembro de 1922, foi que ocorreu a primeira irradiação pública propriamente dita, foi durante o discurso do então Presidente Epitácio Pessoa, na inauguração da exposição de Centenário da Independência em uma pequena emissora montada especialmente para o evento, mas que não teve vida muito longa. As primeiras tentativas de implantação do Rádio no Brasil tinham como prioridade, utilizar a nova tecnologia na educação e na cultura pelos Pais afora e o Brasil entra na era do Rádio em definitivo, no dia 1º de maio de 1923.

Foi transmitido além do discurso do Presidente, trecho de “O Guarany” de Carlos Gomes que foram apresentados no Teatro Municipal.

Esta apresentação despertou o interesse dos pioneiros do Rádio no Brasil, que se reuniram com Roquette-Pinto e criaram em 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

Segundo Peruzzo (1998, p.34) “Roquette-Pinto, pioneiro da radiofonia no Brasil, para conseguir atingir a educação e a cultura, em 1927, utilizou-se do Rádio para transmitir Operas italianas”.

A Rádio Sociedade foi a primeira emissora do País a transmitir a fala de cientistas e intelectuais, estrangeiros em visita ao Brasil.

Ainda de acordo com Peruzzo, (1998, p.53), “apesar de surgiram outras Leis, portarias e regulamentos, só a partir de 1962, se iniciou com uma Legislação que anseia todos os aspectos da radiofusão”.

É a partir de 1930, que rádio começa a se popularizar, e o Brasil já contava com 29 emissoras de rádio espalhadas pelo país que conseguiam transmitir lazer e entretenimento.

O Governo começa a se preocupar com o novo meio e regulamenta a criação do De. 21.111 autorizando a veiculação da propaganda pelo rádio por acreditar que o meio era um serviço de interesse nacional e com finalidade bastante educativa.

Segundo Frota Neto (1993, p.58), “quanto ao sistema nacional de rádio, o governo esteve sempre presente, e como a rádio nacional do Rio, às vezes, muito à frente do setor privado”.

Isto, porque o Estado era detentor de privilégios, e autoritário como só ele mesmo, poderia manipular onde desejasse e o que desejasse.

No início dos anos 30, a Record, pioneira em todos os sentidos, líder em audiência, introduz a propaganda política, trazendo políticos até seus microfones. Organizando, posteriormente, a cadeia de emissoras paulistas na Revolução Constitucionalista de 1934, vindo a tornar-se agente da reviravolta ocorrida logo a seguir nas emissoras brasileiras.

Foi criado, após a revolução de 30, o DOP – Departamento Oficial de Propaganda, depois transformado em DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda, diretamente ligado a Presidência da República, substituindo o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, que fiscalizava a censura no Rádio, Cinema, Teatro e Jornais.

O Decreto nº 20.047 de 1931 vem definir os parâmetros da radiodifusão, com o poder de concessão assegurada pelo Governo, prevendo a criação de uma Rede Nacional controlada pelo Estado através do Ministério da Educação e Cultura, destinando uma hora diária a um programa noticioso obrigatório. Sendo criada a Hora do Brasil, impulsionando assim, o Rádio como Empreendimento Comercial.

Os investimentos publicitários só ganharam campo, no ponto de vista econômico e o Rádio empurra com isso o avanço de agências publicitárias.

Apesar do pouco tempo de existência, o Rádio tomou proporções gigantescas, e com isso, torna-se o veículo mais rápido, abrangente e eficiente da informação. No início, era proibida por lei a utilização de comerciais. As Rádios se mantinham por doações eventuais de entidades públicas ou privadas, e pelos que possuíam aparelhos receptores.

Para Ortrivano,(1985. P.15) “a introdução de mensagens comerciais transfigura o Rádio: o que era “erudito”, “educativo”, “cultural”, passa a transformar-se em “popular”, voltado para o lazer e a diversão”.

A partir disso, quando os programadores são forçados a mudar de linha, pois, as mensagens transfiguram imediatamente o rádio, conseguindo atingir o público, já que não podiam interromper concertos, passam a pontilhar entre uma música e outra, programas humorísticos e conseguem dominar toda a programação. E para disputar o mercado, as emissoras começam a se organizar como empresas, e a preocupação “educativa” é trocada por interesses mercantis.

Depois de 1930, o Rádio sofre uma transformação radical, e surge um Decreto nº 21.111 de 1º de maio de 1932 que permitia o uso da publicidade.

Em 12 de setembro de 1936 é inaugurada a emissora que veio a torrar-se a maior Rádio lenda do País, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro,

De acordo com Frota Neto, (1993. P.13), “a emissora nascia, com o que havia de mais moderno em tecnologia de equipamentos no mundo, oito orquestras, e as melhores possíveis equipes de profissionais. Quase toda a inteligência pertencia aos quadros da Rádio Nacional”.

O impacto do Rádio sobre a sociedade Brasileira a partir de meados de 30, foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir 30 anos depois. Pelo Rádio o indivíduo encontra a nação de forma idílica: não a nação ela própria, mas a imagem que dela está se formando. (ORTRIVANO.1985)

Chega a década de 40, e com ela surge o que foi denominado de a “A Época de Ouro do Rádio Brasileiro”.

As concorrências sentidas entre as emissoras deram início a grande disputa de público e as rádios vão se popularizando, sempre procurando ganhar espaços.

na ânsia de angariar ouvintes, inclusive, os numerossíssimos analfabetos, a programação de certas emissoras vai-se popularizando, a exemplo da Rádio Nacional. Boa parte dessas programações então, mais do que ao popular, descem ao popularesco e ao baixo nível. (ORTRIWANO 1985, p.15)

Ainda nesta década surge a rádio-novela “Em busca da Felicidade”, que foi ao ar pela Rede Nacional do Rio de Janeiro, e como o sucesso foi estrondoso, em 1945, só a Radio Nacional, já transmitia 14 novelas diferentes.

Algumas emissoras, para driblar a concorrência, se especializaram em esportes, introduzindo inovações nas transmissões esportivas. Então começa a surgir uma atividade bem mais estruturada do jornalismo com o lançamento do Repórter Esso, o Grande Jornal falado Tupi, e o Matutino Tupi. Termina a “Época de Ouro” do Rádio Brasileiro com o surgimento de um novo meio por volta de 1950: A Televisão.

A partir de 1970 começam a surgir as rádios FM no país. E, o rádio continua a crescer pelo país afora e, esse crescimento, teria tido o incentivo do regime militar, impulsionando a indústria fonográfica e de aparelhos próprios a esse uso, tendo controle mais facilitado devido a transmissão com menor abrangência..

Lá pelos anos 90 surgem os transmissores de sistema digital, e o rádio definitivamente entra na internet e a população sendo agraciada com informações on line.

Salientamos que, mesmo que a população ainda queira valorizar a imagem, fazendo com que exista um poder inquestionável para a televisão, foi o rádio quem abriu espaço para o início e desenvolvimento de alguns programas que assistimos hoje nas telas de tv.

Sabe-se que programas de auditório, programas humorísticos, novelas, jornalismo, seriados, apresentação de cantores, concursos de cantores, a vida dos artistas, tudo passou pelo Rádio. E mesmo após a entrada da televisão, o Rádio não morrerá jamais”.

O rádio na Paraíba

Em 1931, o rádio inicia sua história na Paraíba, quando José Monteiro de Oliveira e Oliver Van Shatam, fundaram a Rádio Clube da Paraíba, a emissora sobrevivida com o apoio dos sócios, pois não existiam ainda os comerciais. A programação transmitia musicais clássicos, programas educativos, divulgava novos talentos humorísticos, programas infantis e de auditório.

A primeira transmissão fora do estúdio foi um fato inédito: a visita do Presidente Getúlio Vargas ao Estado, em 1933. Três anos depois, em 1936, a Rádio Clube da Paraíba deixa de ser privada virando estatal a serviço do governo, e foi com um acordo entre o interventor e os donos da Radio Clube, a emissora é doada para o patrimônio público da União sendo rebatizada de PRI-4 e se torna veículo de propaganda do Governo. A Emissora passou a chamar-se Rádio Difusora da Paraíba, logo mudando para Radio Tabajara, sendo descaracterizada já que era educativa e passa a divulgar tudo que é de interesse do Estado.

Em João Pessoa, foram criadas na década de 60, a Radio Arapuã e a Radio Correio da Paraíba. A Radio Arapuã passa a ser a mais conceituada e principal da Paraíba, já que a Tabajara enfrentava sérios problemas financeiros. Nesta nova fase, a Arapuã AM já apresentava musicais e excelentes trabalhos de jornalismo.

Foram nascendo as FMs e para neutralizarem a credibilidade das AMs, colocaram o ex Presidente da República Arthur da Costa e Silva, como patrocinador da emissora.

Nos anos seguintes, as Igrejas Evangélicas foram comprando a emissora, por exemplo, a Cidade Verde – (AM) Sat, adquirida pela Igreja Universal do Reino de Deus e também algumas adquiridas por políticos como é o caso da Sanhauá, AM.

Em Campina Grande, a Rádio Cariri foi fundada em 1949 por José Jataí, Hilton Motta e Gil Gonçalves, tendo sua sede localizada em Bodocongó de onde sua programação era transmitida. Sem recursos, pouco tempo depois, a Radio sai do ar, mesmo assim, ainda conseguiu lançar artistas de nome nacional, como é o caso de Marines e sua Gente, Abdias, Genival Lacerda, Rosil Cavalcante entre outros.

A emissora acaba sendo vendida ao então Senador Epitácio Pessoa Cavalcanti, filho de João Pessoa, e incorporada por Assis Chateaubriand, aos Associados. A sede funcionava no Edifício Rique, na Rua João Pessoa, no centro da Cidade.

Quando Epitácio Pessoa esteve na cidade, fez anotações a respeito do que pretendia adquirir para equipar a rádio, e quando voltava para o Rio de Janeiro, morreu de repente. A emissora não conseguiu sobreviver e acabou fechando as portas. Logo após a morte de Epitácio Pessoa, é inaugurada a Radio Borborema, no Bairro do Alto Branco em Campina Grande. Foi no dia 8 de Dezembro de 1949 que Assis

Chateaubriand, João Calmon, e grande comitiva do Rio de Janeiro, Recife e São Paulo inauguraram a emissora que seria a pioneira dos associados na Paraíba.

Ainda hoje, está no ar e sua sede está localizada no Edifício Rique, juntamente com a TV Borborema e o Jornal Diário da Borborema, e tem sua programação voltada para a informação e esportes.

Em 7 de abril de 1951, nasce a Radio Caturité, tem sua sede funcionando na Rua João Pessoa, no centro de Campina Grande, sua programação é bastante eclética atendendo a todos os gostos e classes. A emissora é bem popular, musical, jornalística, esportiva, de promoção social, e religiosa A Radio foi vendida por motivos políticos ao Deputado Drowt Ernani, depois a Diocese do município comprou a emissora, e é a atual proprietária.

E foram se seguindo os nascimentos de muitas outras emissoras por todo o interior do Estado, fazendo com que a Paraíba também entrasse na onda e lançasse todo seu potencial artístico

Origem da rádio comunitária: caminhos percorridos

Apesar de ter seu pioneirismo na década de 70 com o aparecimento das rádios de auto falantes, ou Rádios Livres, onde predominavam os meios de comunicações, nas mãos de grupos ou pessoas privilegiadas que por decisão do Poder Executivo Federal, que detinham as concessões de canais, só foi a partir de 1995, que o Brasil começou a descobrir as Rádios Comunitárias, e iniciaram a operar como Rádios Livres, já que o rádio abriu caminhos com sua facilidade de penetração e de poder aglutinar mais facilmente comunidades e grupos organizados fazendo com que houvesse o interesse no crescimento desse tipo de Rádio. E Foi num momento de cenário político marcante da história brasileira que as rádios livres começam a aparecer.

No Brasil, as rádios livres começaram a aparecer nos anos setenta, numa época em que o regime militar estava em vigor, e os meios de comunicação de massa estavam, de forma predominante, nas mãos de pessoas ou grupos privilegiados com a concessão de canais, por decisão unilateral do Poder Executivo Federal. (PERUZZO, 1998, p.3)

E foram as Rádios Livres que ousaram iniciar a reforma agrária no ar, enquanto o Congresso discutia proposta de leis para a radiofusão de baixa potência, isso com visível atraso em relação às demandas sociais para o setor.

A cooperativa dos Rádio-Amantes, por exemplo, anunciava: Nós iniciamos um movimento de reforma agrária no ar: O rádio é uma conquista técnica da humanidade e não pode ficar nas mãos (...) de proprietários concessionários. (PERUZZO, 1998, p.4)

São amantes do rádio que ativam as Rádios Livres, eles entram no ar, mesmo sem terem autorização para poderem funcionar. E correm o risco da lei de telecomunicações que vem sendo aplicada, que para quem estiver operando irregularmente, prevê prisão, apreensão e lacre dos transmissores.

É a Lei 4.117, de 27 de agosto de 1963 e o Decreto-lei 236 de 1967 que as consideram ilegais, pois proíbem sem autorização do Governo a instalação e utilização de telecomunicações, mas são omissos ao que se refere ao tipo das Rádios de Baixa Potência. Já a Constituição de 1988, Art 220, garante que “manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição”, e o Art. 5º assegura: “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou licença”.

Pesquisas podem confirmar a preferência pelos rádios locais, pelos moradores de determinada localidade, dando assim, um destaque especial aos temas de sua comunidade.

A pioneira no ramo foi a Rádio Paranóica (ES) em 1970, hoje, continua no ar só mudou o nome para Radio Sempre Livre. Depois foi a vez da Rádio Specro, de Sorocaba, em 1976, e a cidade chegou a ter, no início de 80, mais de quarenta emissoras desse tipo. Em 1978, surge outra pioneira, a RCG – rádio Globo de Criciúma (SC). Em 1985, São Paulo já contava com dezenas delas, e foi criada uma Cooperativa de Rádio-Amantes.

As Rádios tinham nomes curiosos, tipo: Rádio Totó, Rádio Trip, Rádio Ternura, Rádio Livre-Gravidade... Até na Biblioteca da Universidade Federal do Espírito Santo funcionava a Radio TX 107, 3, operada por alunos do Curso de Comunicação Social.

Atualmente, a ploriferação das emissoras Comunitárias é resultado de um processo de mobilização social para se obter a regulamentação da radiofusão de baixa potência, quando no dia 10 de abril de 1995, o Ministro das Comunicações Sergio Motta, reconheceu publicamente a existência de milhares de emissoras em todo o País, assumindo o compromisso de regulamentar seu funcionamento.

Existem emissoras que se consideram comunitárias, mas que funcionam de fato como micro-empresas, por estarem preocupadas apenas visando o lado do lucro.

As emissoras ainda hoje vêm enfrentando muita repressão e só algumas é que conseguiram ser regularizadas.

Conceitos e características de rádio comunitária

Rádio Comunitária é administrada coletivamente com um conteúdo plural e sem fins lucrativos e que tem posto em prática tal definição ajudando e conduzindo, não só o movimento das rádios comunitárias, mas também os profissionais que lutam pela democratização da comunicação, tratando de consolidar esse movimento chegando a adaptar-se a outras realidades, outros gostos e variadas questões sociais, fazendo com que se reflita sobre os caminhos que as emissoras trilham sem que sejam descaracterizadas Apesar de tão pouco tempo, esse movimento, vem ganhando força.

É justamente por causa dessa diversidade, e é por todas as emissoras serem chamadas de piratas que se começa a fazer determinadas distinções.

...a diferença entre rádio comunitária e uma pirata está em seu objetivo, ou seja, a comunitária não visa lucro, e sim a prestação de serviço. Já as piratas são emissoras comercializam espaços em sua programação sem a participação de moradores, considerando apenas o lado financeiro. (PERUZZO, 1998, p. 10)

É é ai onde está a diferença fundamental, pois a rádio comunitária além de pertencer à comunidade, é organizada dirigida e pautada pela própria comunidade e é ela quem fala e também é quem ouve_a população.

De acordo com a autora, para que possa ser considerada essencialmente comunitária, autêntica, legítima, e verdadeira, esse tipo de rádio deve respeitar algumas características e peculiaridades:

- Não devem ter fins lucrativos e sim ser um produto da comunidade;
- devem ter vínculo orgânico com a realidade local, tratando de seus problemas, interesses e cultura;
- a programação deve ser interativa, permitindo acesso do público ao veículo;
- devem valorizar e incentivar a produção e transmissão de culturas locais;
- devem ter compromisso com a educação e cidadania;
- devem democratizar o poder de comunicar. (Peruzzo, 1998, p.418/419)

Para que não percam sua postura de comunitárias, as chamadas rádios livres têm a obrigação de refletir sucessivamente e até incansavelmente com bastante cuidado sobre seu trabalho, com o propósito de acolher todas as expressões da comunidade, sejam elas quais forem.

No entanto, a comunicação no Brasil suporta um choque entre a autenticidade de uma comunitária, que atenderia às peculiaridades e especificidades descritas, contra o uso diferenciado, comercial ou ainda prática de proselitismo político-partidário e religioso. As concessões de rádios comunitárias para outros usos que não o comunitário é comum no país.

Existem muitos limites e problemas, no contexto da radiofusão. Em períodos pré-eleitorais, é comum existir a tentativa de manipulação desses veículos, já que é um meio excelente do candidato falar diretamente com seus eleitores. Porém, quanto mais a comunidade se organiza, mais ela consegue assegurar sua autonomia. Assim, ainda se tem muito a desenvolver e crescer em qualidade participativa na programação e na gestão de qualidade de veículos de radiofusão comunitária. Sabemos que somos um povo sem tradições participativas e culturalmente impregnadas de vieses de conformismo e tendência a transferir aos governantes a responsabilidade pela solução dos problemas sociais.

Com tudo, de alguns anos para cá, o costume dos movimentos populares tem modificado este quadro, possibilitando a elaboração de novos valores, que estão sendo introduzidos em experiências de comunicação comunitária, e essas experiências da radiofusão comunitária possibilita uma crescente demanda pela mídia local e por programas locais nas grandes massas, permitindo, através desses canais a expressão das diferenças e as identidades culturais das populações locais.

Ainda de acordo com a pesquisadora, “A proliferação atual de emissoras comunitárias é o resultado do processo de mobilização social pela regulamentação da radiodifusão de baixa potência, (...)” (PERUZZO, 1998, p.5)

As próprias atividades da Rádio podem funcionar como traiçoeiras, correndo o risco de perder sua característica comunitária, e local, quando, ao crescerem demasiadamente, tentam abranger um número cada vez maior de pessoas.

Torna-se extremamente necessário que a Rádio Comunitária tenha uma programação voltada à uma pauta de luta, tanto no campo popular, como na cidadania etc. A pluralidade de conteúdos é fundamental para sua total eficácia. Se não for plural, não é Rádio Comunitária. Também é levada em conta a qualidade de sua programação para que ela obtenha diálogo com a comunidade, expressando uma relação de interatividade com o público.

A Rádio Comunitária pode conseguir poder de aglutinação de forças sociais, resgatando a cultura local, gerando emprego e renda, promovendo o desenvolvimento local, ouvindo e dando vez e voz às pessoas que não conseguem espaço na grande mídia, tentando equiparar os interesses e os gostos populares, oferecendo várias opções ao público como estratégia de fortalecimento das comunidades.

A programação da mesma não deve seguir os mesmos critérios de audiência das rádios comerciais. Ela deve oferecer programação de qualidade, que seja apropriada às expectativas e necessidades específicas da comunidade.

E assim, deverá então, ser estruturada a partir de cinco pilares imprescindíveis e fundamentais que vão lhe orientar.

- **Educação** – A programação educativa veiculada, deve apresentar-se como uma complementação na formação escolar, abrindo horizontes de crianças e de adultos, com o intuito de auxiliar na formação integral do homem.
- **Cultura** – A programação cultural deverá criar, promover e divulgar a cultura e o artista regional e nacional poucos absorvidos pelo mercado comercial, oferecendo um espetáculo da realidade e da atualidade, ajudando a divulgar uma entidade que é local, regional ou nacional.
- **Informação** – A programação jornalística deve ser independente, pluralista e informativa. Incentivando o debate e mantendo um canal de comunicação aberto

diretamente com o público, não se submetendo a uma pauta imposta pelos meios de comunicação de massa, pelos interesses de mercado ou por interesses conjunturais do poder político ou econômico, tendo seu foco direcionado à sociedade, mantendo o cidadão como seu mercado.

- **Utilidade Pública** - Abrir espaços para a realização de campanhas assistenciais com arrecadação de alimentos, remédios etc. para a população mais carente de sua comunidade.
- **Entretenimento** – A Rádio Comunitária também é entretenimento, por ser diferente das demais emissoras comerciais e por sua natureza educativa e cultural, assume o risco, em sua programação, de uma dinâmica de reflexão em substituição a dinâmica de mercado, tão comum às grades de emissoras comerciais, devendo incluir muita música, dando vez e voz ao ouvinte, entrevistando artistas e personalidades conhecidos da comunidade.

O papel da comunicação na educação

Numa sociedade moderna onde a comunicação tem uma influência bem acentuada e crescente sobre as mentes e corações, chegando a moldar e até fabricar consensos, a astúcia do papel educativo na mídia é geradora de uma consciência crítica sobre a formação da opinião pública tornando-se dessa maneira fascinante, com isso chega, a provocar reflexões sobre o processo de produção da informação e também a forçar relação entre a mídia e a educação como sendo uma tarefa imediata para a construção da cidadania.

A velocidade vertiginosa dos avanços tecnológicos, tem provocado profundas mudanças. Essa revolução transformou definitivamente o conceito de Educação e Educação, ultrapassando fronteiras entre essas áreas de aprendizagem, conhecimento e atuação. O comunicador deixa de ser um mero formador de opinião para ser um formador de consciências. (FLOR, 2004, p.19).

O advento da globalização e o crescente avanço tecnológico chegam muito rápidos e dessa maneira, tem conseguido transformar e ate mesmo, criar novo conceito de comunicação e educação. E, é também pelo uso freqüente das novas tecnologias nas

redes de comunicação, que fizeram com que a informatização da sociedade alcançasse altos patamares avançando principalmente no tocante à influência por ela exercida e, também quanto a sua extensão.

A mídia atual, controlada por grupos dominantes de boa parte da produção mundial, como vídeo, televisão, música, rádio, jornal, revistas, livros e internet, fazem com que a “aldeia global”, vire uma realidade imediata e inquestionável.

Isso leva a ampliação de processos midiático criados na variedade dos meios fazendo com que a comunicação se tornasse imprescindível para a sociedade, através da sua penetração no nosso cotidiano com o uso de artifícios públicos de comunicação social espalhados por diversas profissões, entre ela a publicidade, o jornalismo, a radiofonia, a criação cinematográfica, e com introdução no espaço de todas as instituições e atividades da sociedade, podendo ser acrescida da economia, política, literatura, saúde, negócios e, sem dúvida alguma, a educação.

Desta forma, podemos afirmar que há um inter-relacionamento entre os campos da comunicação e da educação, que advém das inquietações do século passado e que nos remonta ao tempo, com a grande ampliação da mídia de comunicação surgindo com uma nova roupagem nos conceitos de ensino-aprendizagem, de conhecimento e de educação.

Teóricos têm discutido a possibilidade de inter-relacionamento entre as duas áreas, pois, que vem se transformando rapidamente e intensamente, quando o educador se vê obrigado a acompanhar os passos corridos das novas tecnologias da comunicação na escola, tendo inclusive também o dever de entender sua extensão política, econômica e social, sugerindo novas formas de estudo para que acompanhem esse processo comunicativo na atual sociedade, e assim podendo transmitir o processo ensino/aprendizagem ainda mais atualizado. E dessa forma, os educadores passaram a olhar a educação com outros olhos, fazendo com que entendessem o processo de mudança e, provando que é extremamente importante que a comunicação e a educação sempre caminhem lado à lado.

O século XX fez com que fosse impulsionado as series de mudanças com sua acelerada e crescente atuação nos segmentos políticos, sociais e econômicos, tornando os dois princípios em constante reconstrução.

Há que se formular todo o sistema educacional brasileiro, aplicando-se projetos inovadores que adotem, por exemplo, o estudo dos meios de comunicação para acabar com a estrutura autoritária e unilateral da escola, proporcionando um ensino mais motivador, menos verbaliza e mais sintonizado com o resto do mundo. (FLOR, 2004, p.06)

Com o propósito de acompanhar essas mudanças, torna-se necessário que a educação e a comunicação caminhem juntas na construção de uma sociedade mais crítica, compartilhando diretamente dos destinos da nação, na construção de uma democracia plena.

É a partir de 1980 que o estudo dos meios de comunicação começa a entrar na escola que é manipuladora e geradora da cultura e do conhecimento interpretando os fatos do dia-a-dia nos meios de comunicação.

Os dois campos são bastante abrangentes e diversificados, por isso, são discutidas as várias maneiras de inserção da mídia na escola, principalmente com o surgimento da internet, incentivando estudo mais aprimorado da comunicação e educação no nosso país, forçando à reflexão sobre a interconexão que ambos possuem causando as possibilidades de transformação que podem surgir na sociedade. Todo assunto que surge na sociedade, está direta ou indiretamente ligado à questão educacional, nada podendo ser rejeitado para uma possível avaliação de caráter educativo, tudo pode virar objeto de ensino e aprendizagem.

nelas estão inseridas todas atividades comunicativas aliada a uma atividade educativa, discutindo os caminhos que se cruzam entre a comunicação e a educação, numa realidade

Os campos ao se inte-relacionarem se põem em constante debate, o educacional se coloca, diretamente, como uma questão central no desenvolvimento das novas interações da comunicação social. E os processos comunicacionais, desenvolvidos em torno da invenção, são postos numa expectativa educacional. Paralelamente, a questão comunicacional, para além de seu espaço próprio, interessa a todas as demais atividades humanas. (FLOR, 2004, p. 21)

Esse inter-relacionamento dos dois campos acabam se tornando bastante delicado, mas não deixando de ser real dependendo do uso de experimentação da pesquisa e da reflexão. Podendo, em algumas opiniões, impor limites à aprendizagem.

São os estudos da Comunicação e Educação que formam os profissionais que vão atuar e utilizar recursos que são específicos do espaço educacional, a partir daí levando seu olhar crítico e metodológico para a análise das políticas e dos processos comunicacionais. E é com essa visão que Educadores e Comunicadores, cada vez mais tem se empenhado usando varias saídas para poderem utilizar os meios de comunicação vindo com isso, a cada dia renovar duas estratégias.

A comunicação do ponto de vista da cidadania

Para que a cidadania seja exercida hoje em dia, se faz necessário o uso da informação e é, justamente através dos meios de comunicação que as pessoas tomam conhecimento das coisas podendo então reivindicar seus direitos.

Os Meios de Comunicação estão direcionados a orientação social, e não apenas como mero entretenimento, conseguindo contribuir para um mais amplo envolvimento consciente da população no que se refere a seus direitos e deveres.

A conquista dos direitos do cidadão tem avançado a medida que o tempo vai passando, e conseqüentemente a tecnologia e a ciência vão se desenvolvendo obrigando então que novos conceitos sejam também criados forçando uma adaptação as mudanças sociais, fazendo com que o individuo esteja a par dessas mudanças tomando conhecimento de novos direitos e deveres que vem sendo adquiridos por ele dia a dia.

A cidadania é um processo que está sempre em desenvolvimento. Para que haja uma plena execução de cidadania, é preciso que exista uma intensa captação do papel da indústria cultural e do educador como agentes mobilizadores e transformadores dessa realidade.

È essa conscientização que força o uso absoluto do cumprimento e, com isso, consegue atribuir um sentido concreto à palavra “cidadania”.

Com o passar do tempo, a sociedade vai adquirindo novos direitos em seu favor, e com o advento da internet muito utilizada hoje, o mundo se transforma numa “aldeia” com isso, deixa de ser assunto local envolvendo também a ciência e a tecnologia, provocando as prováveis adaptações para haja consenso de caráter e comportamento dos cidadãos tornando a comunicação fator importantíssimo para que ocorra a divulgação

desses novos direitos, pois, o cidadão só pode ir em busca de seu direito, depois que estiver informado.

A cidadania vem sendo exercida desde antigamente, pois, no século XVIII, já era praticada atribuindo direitos civis, individuais, religiosos e até de orientação sexual, chegando hoje aos direitos à cidadania planetária em espaços globais e até a cidadania midiática em espaços eletrônicos.

Cidadania é o conhecimento e a prática dos direitos constituídos pelo homem e para o homem e só essa prática é que pode mudar o seu estado passivo com relação à situação em que vive. Muitas vezes apenas direitos lhe são, sem que haja retorno dos benefícios que já são legalmente seus, como por exemplo, educação, saúde e segurança, dentre outros que são importantes até mesmo para sua sobrevivência. (SOARES, 2005, p.24)

Por isso, é preciso que ele esteja informado para que adquira conhecimento sobre seus direitos. Com a informação na mão, ele consegue reverter essa passividade, forçando a compreensão, o entendimento e a adaptação da maneira que lhe foi transmitida, para cada nível de educação e de acesso aos meios de comunicação, porque se faz necessário a compreensão do que se vê e se ouve para que aconteça a transformação e as mudanças necessárias. É preciso que ocorra mobilização na sociedade para que sejam exercidos seus direitos conquistados e para que lutem pelos “novos” que por ventura surjam no futuro.

A formulação do direito à comunicação, é certamente, muito mais abrangente que o direito a livre informação, e mais que isso, sua concretização através da luta política aparecem como condição para democratizar a comunicação e a informação, enquanto campo de poder, e, principalmente, para realizar a própria democracia na sociedade. Sem isto, a cidadania não se atualiza, nem pode ser exercida plenamente na contemporaneidade. (RUBIM, 2002, p.113)

Análise de conteúdo

Segundo Bardin (1977), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma

grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações.

Ainda segundo Bardin, (1977, p 34) a análise de conteúdo é uma técnica que consiste em apurar descrições de conteúdo muito aproximadas, subjetivas, para por em evidencia com objetividade a natureza e as forças relativas dos estímulos a que o sujeito é submetido.

Uma análise de conteúdo de um determinado objeto, para que possa ser elaborada é necessário que seja analisado o contexto em que ele está inserido, onde as falas ou frases e palavras tem vários significados que podem variar de acordo com o texto.

A primeira etapa do trabalho teve como base a escolha do que ia ser estudado. Para isso foi feito uma leitura para coleta dos dados. A segunda etapa foi feita uma análise de conteúdo da programação desenvolvida pela emissora para saber se ela realmente se enquadra no perfil de rádio comunitária e que possa auxiliar a comunidade. Foi utilizada a análise de conteúdo nesta pesquisa por melhor se enquadrar na forma de estudo sobre a rádio em questão.

Analisando a programação da Rádio Lagar FM

A Programação da semana da Rádio Lagar FM é iniciada às 5h30, com o programa Hora do Maná, e é encerrada com o programa Amor Sem Limite às 24h00. A programação no final de semana é iniciada às 5h30, e é encerrada às 23h00, no Sábado e no domingo.

Durante a semana os programas que mais se destacam são: Gente da Gente, por ser apresentado por pessoas da comunidade, abordando assuntos da comunidade local, e o programa Noticiário 87, de cunho jornalístico, repassando as notícias nacionais e locais, inclusive assuntos referentes à população do Bairro. Já no final de semana, os que mais se destacam são os programas religiosos, e também os programas musicais, com participação direta da população pelo telefone.

A programação da Lagar FM é marcada pelas seguintes categorias de programas: Noticiário, Musical, Infantil, Esportivo, Saúde, Cultural, Entretenimento e Religioso.

Na categoria **Noticiário** temos:

O Noticiário 87, apresentado por Delfino Carlos, Roviére Ferreira e Shirlei Guerra, que vai ao ar de segunda a sexta-feira das 6h00 até às 7h30, e aos sábados das 6h00 às 8h30, apresentando as notícias internacionais, nacionais, e locais.

O Paraíba Notícias, apresentado por Marconi Tenório, segunda a sexta-feira, no horário das 13h00 às 14h00, abordando notícias nacionais, da cidade e da comunidade.

Na categoria **Musical**, temos:

Forroção Sertanejo, apresentado por Ramos Silva, transmitido de segunda a sexta-feira, das 17h00 às 17h30, com músicas de forró, com um especial do “melhor” do forró sertanejo às sextas-feiras com uma hora e meia de duração das 17h00 às 18h00. Sempre Saudade, apresentado por Gutemberg Araújo, de terça a quinta-feira das 17h30 às 18h00, com músicas românticas dos anos dourados.

Na Categoria **Infantil**, temos:

O programa Geração Infantil que é apresentado por Shirlei Guerra, e vai ao ar aos sábados 8h30 às 9h30, com músicas e informativos dirigidos às crianças do Bairro.

Na Categoria **Esportivo**, temos:

O Comando Esportivo, apresentado por Rinaldo Medeiros, de segunda a sexta-feira, das 18h00 às 19h00, onde é discutido o futebol nacional, o estadual, e o local.

Na Categoria **Saúde**, temos:

O Especial Saúde, apresentado pela professora Elvira, às quartas e quintas-feiras, com assuntos ligados a medicina alternativas, com convidados a falar sobre saúde, e com a participação direta do ouvinte.

Na Categoria **Educação**, temos:

O Especial de Educação, apresentado pelo professor Fabio Maia, na terça-feira, das 7h30 às 8h30, e às sexta-feiras, no mesmo horário apresentado sempre por um profissional da área trazendo entrevistados e explicações sobre alguma matéria escolar.

Na Categoria **Cultural**, temos:

O Especial de Cultura: é apresentado um programa produzido pelo Sesc- Senac e veiculando assuntos sobre: cultura, folclore e Literatura Brasileira, das 7h30 às 8h30, as segundas-feiras.

Na Categoria **Entretenimento**, temos:

O programa Gente da Gente, que é apresentado por Ilma Rodrigues, de segunda à sexta-feira, das 10h30 às 12h00, com entretenimento, músicas, notícias, novelas, horóscopo, e aberto à participação do ouvinte, através de telefone, carta, e-mail.

O programa Muvuca apresentado por Junior Araújo, aos sábados das 12h30, às 14h00; dirigido ao público jovem, com muita música nos ritmos de axé, rock, forró, e com participação direta do ouvinte pelo telefone.

Na Categoria **Religioso**, temos:

Jesus Cristo é o Caminho, programa apresentado por Roberto Ferreira nas segundas-feiras, das 20h00 às 21h00, e aos sábados das 20h00 às 21h00, voltado para o público Católico.

Vinde e Voltemos, apresentado por José Luiz às sextas-feiras, das 20h00 às 21h00, dirigido a comunidade Católica.

E o restante dos horários na sua maioria noturno, são preenchidos com programas e músicas Góspel, dirigidos ao público Evangélico.

Conclusão

De caráter público, o movimento das Rádios Comunitárias está aos poucos, construindo uma mobilização cultural e política bastante diversificada e importante. No que se refere ao Rádio, são um forte indicativo de consideráveis mudanças que estão por acontecer nos meios de comunicação de massa no nosso país, começando a perpassar também o sistema de televisão, com a abertura de canais comunitários surgidos pela Lei de TV a Cabo.

As Rádios comunitárias oferecem as comunidades, conteúdos de cunho cultural e educativo, sem pretender competir com as emissoras convencionais, que não se interessa em privilegiar este campo. A rádio comunitária abre espaço para o aprendizado da cidadania, com sua dinâmica, e proporcionando mecanismos para a participação popular nas várias etapas do processo de comunicação, com na gestão dos veículos e também no planejamento e produção de programas.

Existem muitos limites e problemas, no contexto da radiofusão. Em períodos pré-eleitorais, é comum existir a tentativa de manipulação desses veículos, Já que é um meio excelente do candidato falar diretamente com seus eleitores. Porém, quanto mais a

comunidade se organiza, mais ela consegue assegurar sua autonomia. Assim, ainda se tem muito a desenvolver e crescer em qualidade participativa na programação e na gestão de qualidade de veículos de radiofusão comunitária. Sabemos que somos um povo sem tradições participativas e culturalmente impregnadas de vieses de conformismo e tendência a transferir aos governantes a responsabilidade pela solução dos problemas sociais.

Com tudo, de alguns anos para cá, o costume dos movimentos populares tem modificado este quadro, possibilitando a elaboração de novos valores, que estão sendo introduzidos em experiências de comunicação comunitária, e essas experiências da radiofusão comunitária possibilita uma crescente demanda pela mídia local e por programas locais nas grandes massas, permitindo, através desses canais a expressão das diferenças e as identidades culturais das populações locais.

De acordo com a pesquisa feita na Rádio Comunitária Lagar FM, podemos observar que a emissora se enquadra no que se refere ao perfil de Rádio Comunitária, já que atende os requisitos necessários para funcionamento de uma emissora tal, por apresentar em sua programação diária uma grande diversificação e por sua estrutura ser sustentada e orientada por pilares que são imprescindíveis ao seu bom funcionamento.

A Rádio Lagar FM, tem incluído em sua grade programas de **Educação**, e, com isso, vem conseguindo levar a comunidade local, uma complementação escolar, auxiliando, de uma toda especial, na formação integral do indivíduo.

Também, através de sua programação **cultural**, divulga e promovendo artistas e produtos da terra, bem como a cultura popular.

É por causa de sua programação **jornalística** e independente, que a Rádio Comunitária Lagar FM, mantém a população do Bairro sempre bem informada de todos os acontecimentos locais, nacionais, e inclusive, internacionais.

A **Utilidade Pública** também está presente na Rádio Lagar FM, acompanhando e ajudando a comunidade, divulgando campanhas de vacinação, documentos perdidos e achados, arrecadação de alimentos e de remédios à população carente local.

Enfim, também tem seu horário de **entretenimento**. incluindo música e dando vez e voz ao ouvinte, como também entrevistando os artistas e personalidades locais.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo. Ed.Press Universitaires de France. 1977.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo pela televisão e pelo rádio: perspectivas**. In: Revista da escola de comunicações culturais, USP, vol.1, nº1,

_____, Luiz e QUIRINO. Newton de Oliveira. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Ed. Summus, 1986.

BERLO, David K., **O processo da comunicação**. São Paulo: Livraria Martin Fontes Editora LTDA, 1989.

BORDENAVE, Juan E. **O que é comunicação?** São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.

CAPARELLI, Sergio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Summus. 1996.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2 ed. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzetlo, 2001.

FLOR, Danielle dos Santos Batista. **A Imagem da Aids na Mídia. Uma Análise do Ministério da Saúde dos Carnavais de 2003 e 2004 no combate a prevenção de Aids**. Trabalho Monográfico apresentado em 2004. Campina Grande – PB.

FROTA NETO, Antônio. **Comunicação no Poder & TV Comunitária**. Porto Alegre: Ed. Rigel, 1993.

IANNI, Octávio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação. Teoria e técnica do novo jornalismo**. Florianópolis: Insular, Ed da UFSC. 2001.

ORTRIWANO, Gisela Swetlanna. **A informação do rádio, os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Ed. Summus. 1985.

PERUZZO, Cecília. **Comunicação & Sociedade**. Nº 3. São Paulo. Ed. Vozes. 1998.

_____, **Comunicação nos momentos populares à participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Ed. Vozes. 1998.

QUÉIRÓZ, Edmilda Gomes de. **Rádio Comunitária FM de Sta Cruz do Capibaribe e Construção da Cidadania.** Trabalho Monográfico apresentado em 2005. Campina Grande. - PB.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação.** 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus. 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Cidadania, Comunicação e Cultura. In: PERUZZO. Cecília M Krohling et alli. Comunicação: Veredas. **Revista de Programa Pós-Graduação em Comunicação.** São Paulo: Ed. Unimar. 2002.

SOARES, Gisele de Siqueira. **Estudo de Recepção da Comunidade do Catolé sobre a FM:**