



Formação de radialistas: uma reflexão sobre o rádio e o controle social das políticas públicas¹

Ana Luisa Zaniboni Gomes²

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Resumo

Reconhecidamente o mais acessível e popular dos meios de comunicação no Brasil, o rádio é, potencialmente, um importante aliado do controle social das políticas públicas. Prova disso é que muitos radialistas de todo o país vêm desempenhando um importante papel transformador da realidade em seus territórios locais. Dados recolhidos junto a 155 radialistas de 142 emissoras de diferentes naturezas e expressões sobre a formação que buscaram e ainda buscam para o exercício de suas atividades cotidianas, nos permitem refletir sobre a possível ressignificação do rádio a partir da conscientização de seus comunicadores para o papel educativo que ambos têm a desempenhar no almejado protagonismo cidadão.

Palavras-chave

Rádio; Radialistas; Comunicação Radiofônica; Comunicação e Educação; Formação.

Introdução

A busca dos vários cenários e das muitas respostas que circunscrevem o problema da sub-valorização do rádio e do radialista na implementação e no acompanhamento das políticas públicas no Brasil tem motivado e direcionado minha atividade acadêmica e profissional na última década e meia.

Pelo fato de atuar diretamente na criação e gestão de projetos e produtos de comunicação para rádios e radialistas junto a órgãos governamentais, entidades do terceiro setor e aos movimentos populares e sindicais, tive a possibilidade de vivenciar ao menos parte da complexa realidade de centenas de pequenas e médias emissoras, de variadas expressões e em diferentes regiões do Brasil. Essa experimentação regular tem demonstrado a importância de se trabalhar pela valorização do veículo e pela

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Rádio e Mídias Sonoras.

² Bacharel em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Especialista em Gestão de Processos Comunicacionais pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Mestre em Ciências da Comunicação também pela ECA/USP. Jornalista profissional, é diretora da OBORÉ Projetos Especiais desde 1995 e responde pela gestão de seus núcleos e projetos. Endereço eletrônico: analuisa@obore.com; analuisagomes@usp.br



qualificação do papel protagonista do radialista na mediação das questões de efetivo interesse social.

A primeira sistematização dessas experiências me foi possível em 2002, ao discutir a parceria estratégica como uma terceira via para o relacionamento com o rádio e, a partir desses referenciais, desenvolver uma metodologia de gestão e avaliação de redes temáticas de parceria e cooperação (GOMES, 2001).

A segunda oportunidade de reflexão materializou-se em 2003, através do histórico da montagem de um sistema de comunicação envolvendo federações de trabalhadores de 25 estados do Brasil e mais de 600 programas de rádio coordenados por sindicatos de trabalhadores rurais (GOMES; GOMES, 2003).

A terceira experiência, mais recente e que procuro aqui sintetizar, refere-se ao desafio de pesquisar e refletir sobre o papel dos radialistas populares no âmbito das políticas públicas e no campo do controle social, aqui entendido como a participação da sociedade na definição, gestão e no acompanhamento das ações de governo como define Valla (1998). Este estudo parte de algumas ações voltadas à formação de radialistas desenvolvidas na Oboré³, até então consideradas inovadoras e passíveis de reprodução e que estimularam a discussão de problemáticas locais a partir do reconhecimento das políticas públicas nacionais. E são problematizadas a fim de compreender o motivo pelo qual, no contexto democrático que redefiniu as relações entre o Estado e a sociedade civil após longo período de regime militar, o rádio ainda é pouco envolvido com as políticas públicas mesmo sendo uma concessão pública e um dos meios de comunicação mais acessíveis e populares no país.

Desenvolvido no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (GOMES, 2007) entre 2004 e 2006, este estudo procura contribuir no redimensionamento dos muitos desafios instalados no campo da comunicação sobre o estudo da diversidade do rádio brasileiro no que tange à sua programação e à formação dos que estão cotidianamente à frente dos microfones das

³ Com sede na capital de São Paulo, a Oboré é uma empresa de comunicação criada em 1978 por então estudantes, jornalistas e artistas que atuavam militantemente na imprensa universitária e alternativa assessorando os movimentos sociais e sindical de trabalhadores na montagem de suas estruturas de comunicação em tempos de ditadura militar. A partir de 1993, através de seu recém-criado Núcleo de Rádio, passa a aplicar o conceito de rádio cidadã a toda emissora disposta a abrir parte de sua programação à causa pública, independente de seu tamanho ou expressão. Propõe-se também a atuar com radiocomunicadores populares e comunitários através de cursos temáticos e oficinas de radiojornalismo, municiando as emissoras com produtos radiofônicos centrados na valorização das políticas públicas, especialmente saúde, cultura, educação, agricultura familiar, desenvolvimento local, meio-ambiente, música e direitos. Seu pressuposto é que essas pequenas e médias emissoras, uma vez atuantes e integradas, funcionam como um valioso apoio às ações de desenvolvimento sócio-econômico e cultural dos seus municípios e de suas comunidades.



emissoras. O objetivo deste texto, portanto, é falar da construção e dos resultados desta pesquisa, desenhar o seu percurso e esclarecer suas intenções.

Um trajeto reconstituído

Eis a grande questão motivadora da pesquisa: o que falta para cumprir-se o encontro do rádio com as políticas públicas se o veículo, além de popular, é um ágil vetor no esclarecimento, acompanhamento e também na fiscalização dessas políticas?

A busca das possíveis respostas foi orientada por um sistema de hipóteses, cujo aspecto central considerou que os radialistas, assim como a maioria da população brasileira, não tinham muito que dizer sobre as políticas públicas porque desconheciam ou eram pouco informados sobre quais são e como funcionam essas políticas. Entretanto, quando passam a conhecê-las, a compreendê-las e a relacioná-las com as questões cotidianas locais, os comunicadores se auto-convocam para o seu papel protagonista e passam a assumir, na prática, a função do chamado controle social.

As opções e os procedimentos teórico-metodológicos da pesquisa foram baseados no Modelo Metodológico desenvolvido por Lopes (2001). Assumem o assento materialista e dialético utilizado no método interpretativo e as teorias que alinhavaram tal análise no campo da Comunicação no Brasil: partem da década de 30, com a Indústria Cultural, e chegam aos estudos transdisciplinares aqui fundamentados nas assertivas teóricas de Paulo Freire e Boaventura de Sousa Santos sobre a necessidade de um conhecimento científico comprometido com a transformação e emancipação dos homens e da sociedade.

O universo da pesquisa refere-se a 577 emissoras de rádio das quais 169 são comerciais (AM e FM) e 408 são comunitárias. Instaladas em 536 municípios de 24 estados do Brasil, juntas, cobrem 92% do território nacional: 4.131 dos 5.507 municípios brasileiros. As 142 emissoras destacadas como amostra da pesquisa refletem 25% deste universo e subdividem-se em 34 emissoras comerciais (25% da amostra) e 108 comunitárias (75% da amostra). Instaladas em 136 municípios de 19 unidades da federação, essas 142 emissoras, juntas, cobrem 1.898 municípios de 20 estados (34% da federação) e atingem, potencialmente, 13,7 milhões de pessoas. Foram estudadas desta amostra as grades de programação de 78 emissoras e analisadas as trajetórias de formação de 155 radialistas atuantes nessas 142 emissoras sediadas nos 136 municípios de 19 estados.



Conduzida pela compreensão dialética de mundo, esta pesquisa privilegiou sua análise no produto e nas condições de produção – humanas e materiais – em que o negócio do rádio está inserido. Nessa lógica, o primeiro movimento de investigação foi quantificar e qualificar o desencontro do rádio e das políticas públicas a partir da análise de grades de programação de 78 emissoras comerciais e comunitárias, evidenciando uma reflexão do ponto de vista de classe social e das condições de produção, consumo e vivência cultural. O segundo passo foi analisar tanto a trajetória quanto as demandas de formação de 155 comunicadores atuantes em 142 emissoras comerciais e comunitárias. E o terceiro movimento foi conhecer as trajetórias de seis rádios de baixa potência instaladas na cidade de São Paulo, cujas narrativas puderam contextualizar os desafios que a realidade impõe às comunidades populares que têm nessas pequenas emissoras um canal de luta pela inclusão e cidadania.

Frente ao retrato reconstituído do rádio e dos radialistas pesquisados, mais e novos desafios são problematizados sob a ótica da razão cosmopolita defendida por Santos (1995; 2004) a fim de refletir sobre as condições necessárias para a possível mudança do perfil do rádio e de sua aproximação com as políticas públicas. Esta etapa foi também fundamentada na perspectiva gramsciana (GRAMSCI, 1968; 1991) da construção de novos sistemas de alianças sociais como forma de se contrapor à hegemonia e na lógica freiriana (FREIRE, 2003) de que os níveis de consciência do ser humano transitam da sua forma ingênua à sua forma crítica - passagem provocada essencialmente pelo diálogo argumentativo e pela postura reflexiva e crítica perante a vida.

As grades de programação das emissoras

As grades de programação de 78 emissoras (19 comerciais e 59 comunitárias) foram analisadas como enunciados discursivos (BAKHTIN, 2003); portanto, reveladores até mesmo do grau de capacidade das emissoras de auto-definirem suas vitrines comunicacionais. Apenas 23 das 78 emissoras estudadas (29%) conseguiram efetivamente retratar sua programação de forma detalhada, traduzindo certo critério e cuidado na definição e montagem de sua programação. Porém, a pobreza dos seus enunciados dificultou uma análise mais profunda do retrato da programação dessas emissoras a partir das grades apresentadas.



Como procedimento inicial para descrição e análise do objeto, as grades foram classificadas a partir de suas figuras jurídicas – comerciais e comunitárias. Das 78 grades, 19 referem-se a emissoras comerciais (17 AM e 2 FM) e 59 a comunitárias. As grades das comerciais revelaram que essas emissoras têm média diária de 18 horas de funcionamento, com início da programação por volta das cinco da manhã e encerramento às onze da noite. Apenas duas emissoras AM (10%) operavam 24 horas.

Considerando os gêneros radiofônicos aqui tomados em suas três formas clássicas – Jornalístico ou Informativo, Musical e Variedades - , constatou-se que mais de 50% do horário dessas emissoras está preenchido com programas musicais, estilos notadamente sertanejo, jovem guarda, forró, brega, axé e música popular brasileira. Dez dessas emissoras (53%) registraram de dez a vinte horas dedicadas apenas a músicas. O noticiário jornalístico preenche, em média, três horas da programação diárias dessas emissoras (17% do total da programação), já considerados os 60 minutos da Voz do Brasil, programa oficial do governo brasileiro produzido em conjunto pela Radiobrás, Câmara dos Deputados, Senado Federal e poder Judiciário, e de veiculação obrigatória nas emissoras de todo o país. No gênero Variedades foram considerados também os programas de temas esportivos, religiosos e de prestação de serviços. Os temas esportivos ocupam, em média, 60 minutos da programação diária das emissoras, durante a semana, mas cerca de três horas nos finais de semana, especialmente aos domingos. Doze das dezenove emissoras (63%) mantêm programação religiosa, marcadamente católica, em média 70 minutos diários, inclusive com recitação do terço e transmissão da missa da paróquia local. O restante do horário está voltado à prestação de serviços como tempo e temperatura, hora certa, resultados da loteria esportiva, horóscopo, boletim policial e às tradicionais revistas radiofônicas – programas de variedades com participação de ouvintes, solicitação de músicas, leitura de cartas e citação dos aniversariantes do dia. Importante destacar que são nos espaços desses programas de variedades que, normalmente, são inseridos os temas voltados à saúde, cidadania e educação, apesar de não estarem referidos nas grades, de forma explícita.

As grades das comunitárias, por sua vez, apontaram média diária de 16 horas de programação, a maioria com início por volta das seis da manhã e encerramento às dez da noite. Apenas cinco emissoras (8%) funcionam 24 horas, sendo que da meia-noite às seis da manhã todas operam no automático, com programação musical.



O gênero Jornalístico ou Informativo preenche, em média, 90 minutos diários dessas grades, já considerados os 60 minutos obrigatórios reservados à Voz do Brasil. Importante destacar que, para vinte das 59 emissoras comunitárias (34%), este material que presta contas das ações dos três poderes da República é o único noticiário disponível na programação; para outras 27 emissoras (46%), além da Voz do Brasil, o tempo reservado a notícias jornalísticas varia de 20 a 60 minutos, apenas. O gênero Musical representa 69% da programação diária das comunitárias: ocupa onze das dezesseis horas totais nas quais prevalecem os ritmos sertanejo, forró, brega, rock, reggae e jovem guarda.

O gênero Variedades ocupa, em média, quatro horas da programação diária dessas rádios. A leitura detalhada da descrição desse programas aponta para um grande número de entidades e instituições que encaminham conteúdos radiofônicos prontos para veiculação – como é o caso da Oboré, Sebrae, Pastoral da Criança, Sesc/Senac, Itaú Cultural, Rádio Senado, Rádio Câmara e Supremo Tribunal Federal – ou que têm espaço reservado para divulgação de suas atividades institucionais ao vivo, como Sindicato de Trabalhadores Rurais, Sindicatos de Servidores Públicos, Conselhos Comunitários de Segurança (Conseg), Conselhos Tutelares, Polícia Militar, Alcoólatras Anônimos, Associações de Moradores, Câmaras Municipais, Prefeituras e Secretarias Municipais. Ainda no gênero Variedades incluem-se os programas religiosos, marcadamente de expressão católica e evangélica, presentes em 80% dessas rádios e ocupando cerca de duas horas diárias de suas programações. Além dos serviços de utilidade pública (oferta de empregos, dicas sobre o mercado de trabalho, denúncias e reclamações de moradores da região e dicas culturais), as grades das comunitárias são marcadas por temáticas diferenciadas como, por exemplo, programas recreativos, educacionais e musicais para o público infantil, conversas com adolescentes, fofocas do mundo artístico, resumo das novelas, horóscopo, aniversariantes do dia, dicas sobre nutrição e educação alimentar, conselhos veterinários para cuidados com os animais domésticos, dicas de saúde e beleza, simpatias, cobertura de campeonatos de futebol de várzea, dicas de pechinchas e permutas, sorteios, piadas, leituras de textos e crônicas e presença de professores ao vivo na rádio para falar sobre as atividades da semana na escola.



O perfil dos radialistas

Dos 155 radialistas pesquisados, 34 atuam em emissoras comerciais, maioria expressiva nas ondas médias, e 121 em radiodifusão comunitária de baixa potência. Deste total, 82% são homens e 18% mulheres. No sub-sistema comunitário, 85% são homens e 15% mulheres e o percentual de gênero nas emissoras comerciais é 70 e 30%. Dos 155 radialistas pesquisados, 92 possuem idade entre 30 e 45 anos. Nas 34 emissoras comerciais, 70% dos radialistas situam-se nesta faixa etária. Sessenta por cento dos 121 radialistas comunitários acusam idade entre 30 e 45 anos. Cinco por cento dos radialistas das emissoras comerciais têm menos de 30 anos e 6% entre 46 e 70 anos.

No sub-sistema comunitário, 30% têm menos de 30 anos e 26% entre 46 e 65 anos. Setenta e seis por cento dos 155 radialistas pesquisados têm até dez anos de trabalho na mesma emissora e 58% não refere atuação em outras rádios senão na atual. Em termos comparativos, 50% dos radialistas comunitários têm até 10 anos de trabalho na emissora, caindo para 44% os que atuam nas comerciais. Setenta e dois por cento dos radialistas comunitários (87) trabalham em regime voluntário. Um radialista informa que trabalha sem remuneração em uma rádio comercial, dentre os 34 pesquisados.

Os oito departamentos considerados tradicionais em empresas de radiodifusão - Jurídico, Pessoal, Artístico, Jornalístico, Técnico, Comercial, Promoção e Atendimento (público) – foram reordenados em quatro grandes áreas para facilitar a classificação das 149 funções relacionadas na pesquisa pelo grupo de radialistas: Jurídica, Técnica, Programação (Artístico / Jornalístico) e Gestão (Pessoal / Comercial / Promoção/ Alianças e Parcerias).

Na leitura segmentada, dos 121 radialistas comunitários, 65% atuam na programação da emissora e 55% deles estão ligados à gestão. Percentual similar desenvolve atividades ligadas à programação e gestão nas comerciais: 62% e 53%, respectivamente. Oito radialistas atuam em duas ou mais funções nas emissoras comerciais, sendo que, em cinco casos, assumem também os microfones. Trinta e seis dos 121 radialistas das emissoras comunitárias desempenham duas ou mais funções em suas rádios sendo que, em 72% dos casos, também fazem uso regular dos microfones.



Trajetórias de formação

Dos 34 radialistas atuantes em emissoras comerciais, onze (32%) referiram formação superior completa, quatro em Comunicação Social. Quatro radialistas ainda estavam cursando o ensino superior (12%), três no Jornalismo. Dezoito comunicadores (53%) tinham ensino médio completo e apenas um referiu não ter concluído o 2º grau. Esses dados específicos indicam que apenas sete radialistas que atuam no rádio comercial buscaram na educação formal a habilitação para atuar na área. Dos 121 radialistas comunitários, 22 (18%) tinham formação superior completa, três em Comunicação. Onze comunicadores (9%) ainda estavam no ensino superior (um na área da Comunicação) e seis (5%) no ensino médio. Dez comunicadores (8%) não concluíram ensino fundamental e 71 (59%) têm ensino médio completo. Nesse subsistema comunitário, os dados apontam que dos 121 radialistas apenas quatro buscaram sua formação no território da educação formal. Em síntese, 65% dos radialistas da amostra têm até o ensino médio. Apenas 7% deles buscou sua formação de comunicadores nos processos educativos formais, apesar de existirem cursos específicos em Rádio e TV oferecidos em nível superior e com certificação pelo MEC. Pode-se concluir, portanto, que a formação em rádio está territorializada, fundamentalmente, nos espaços educativos não-formais.

Formação específica

Setenta e seis por cento dos comunicadores das rádios comerciais e 57% dos comunicadores comunitários buscaram formação específica na área desde que começaram a atuar profissionalmente no rádio, o que denota um alto índice de interesse dos 155 radialistas pesquisados em se capacitarem para suas atividades. Mas cerca de 40% da amostra nunca fez curso algum - nem na área radiofônica nem em conteúdos - desde que começou a atuar, profissional ou voluntariamente, nos microfones da emissora, o que também é um índice alto.

Importante destacar que as referências ao tipo de curso realizado remetem a atividades de reciclagem ou de habilitação para determinadas tarefas cotidianas, como locução, reportagem ou informática, tratando-se, portanto, de experiências de formação



ligadas à educação não-formal. Os oito tipos de cursos mais citados na amostra, independentemente da classificação das emissoras, foram Locução (64 citações); Entrevista / Reportagem (37 citações); Informática (36 citações); Administração e Gerenciamento (33 citações); Linguagem radiofônica (28 citações); Marketing (27 citações), Redação (27 citações) e Técnicas de Jornalismo (25 citações). Na área de conteúdo, dos sete temas apresentados como opção, foram os mais citados, respectivamente, Comunicação (40 citações); Criança e Adolescente (30 citações); Educação (28 citações), Cultura e Arte (26 citações); Direitos / Cidadania (25 citações), Meio Ambiente (22 citações) e Saúde (20 citações).

As demandas de formação

Por fim, para qualificar a demanda sobre o tipo de formação que mais ajudaria os radialistas a melhorar sua atuação na emissora, foi solicitado, em pergunta aberta, que registrassem os três temas ou assuntos mais importantes. Todas as referências e assuntos foram classificados em áreas para facilitar a análise das respostas. A classificação da tabela de assuntos considerou as quatro grandes áreas: Jurídica, Técnica, Programação e Gestão.

A área da Programação é a que mais demanda interesse em aperfeiçoamento ou reciclagem profissional por parte dos radialistas das emissoras comerciais: 51 das 84 citações do grupo (60%). O incentivo às atividades jornalísticas da emissora, técnicas de entrevistas, reportagens e produção de textos, locução, linguagem radiofônica e técnicas de rádio foram os temas de interesse mais citados. Assuntos, aliás, pertinentes aos currículos formais oferecidos pelos cursos superiores específicos na área do rádio. Discussões sobre modelos de programação e encontros para qualificação profissional são igualmente citados como relevantes. Com relação aos conteúdos de programação, conhecimento de temas como Saúde, Direitos e Cidadania, Educação e Política estão entre os mais citados. Houve também referência a assuntos ligados ao Meio Ambiente, Previdência Social, Música e Economia.

A área da Gestão, que reúne temas ligados à administração, gerenciamento e sustentação financeira da emissora, recebeu 19 das 84 citações: treze ligadas à sustentabilidade e seis à administração do empreendimento, com destaque para ações de marketing, promoção de eventos e venda de publicidade. Na área Técnica (8% das



citações), verifica-se demanda para atualização nos assuntos ligados às novas tecnologias. Não houve referências à área Jurídica.

Também no sub-sistema das rádios comunitárias a área da Programação é a mais solicitada pelos comunicadores para implementar suas atividades cotidianas na emissora: 220 das 315 citações totais do grupo (70%). Temas como locução e apresentação de programas e organização da programação da rádio são os de maior interesse. Das 147 citações de conteúdo de programação, Direito e Cidadania (31 citações); Saúde (27) e Educação (22) são os temas que mais interessam a esses radialistas para melhorar sua atuação no rádio. Também foram citados de forma importante assuntos ligados à Cultura (16), Comunicação (14), Meio Ambiente (12), notícias jornalísticas (11) e conscientização política (6). Outros temas referidos foram Humor, Música, Criança e Adolescente e Agricultura. A questão da administração, gerenciamento e sustentação financeira da rádio (área da Gestão) foi destacada em 56 das 315 citações gerais deste grupo de radialistas. Assuntos jurídicos referentes à legislação das rádios comunitárias obtiveram cinco citações e a área Técnica 19, com destaque para os assuntos ligados à montagem de estúdios, antenas, manutenção e acesso às informações sobre novas tecnologias.

Retrato falado

Analisados de forma conjunta, os dados anteriormente expostos apontam que o universo do rádio estudado nesta pesquisa é apresentado aos ouvintes por homens com idade entre 30 e 45 anos, com 2º grau completo, formação específica em Locução e Técnicas de Entrevista e Reportagem e com conhecimentos básicos de Informática. Antigo na emissora, esse radialista-padrão já participou de cursos, seminários ou oficinas sobre Comunicação, Criança e Adolescente, Educação, Cultura, Cidadania, Meio Ambiente e Saúde.

Esse comunicador considera, essencialmente, que atividades de reciclagem e aperfeiçoamento na área do Jornalismo (técnicas de entrevistas, reportagens e produção de textos) e na área da Gestão (para aprender a organizar modelos de programação e a sustentar financeiramente seu programa ou sua emissora) poderiam colaborar na melhoria de sua atuação profissional.

Como contraponto a este perfil, os dados da pesquisa também apontam que um entre cada três comunicadores do rádio nunca fez curso algum - nem na área



radiofônica nem em conteúdos - desde que começou a atuar, profissional ou voluntariamente, nos microfones de alguma emissora.

Dos dados recolhidos especificamente no sub-sistema da radiodifusão de baixa potência, evidencia-se, além das dificuldades de legalização e de auto-sustentação da emissora, uma grande demanda de formação em locução, apresentação de programas e redação de notícias. Referências à falta de conhecimento para organizar a programação da rádio e produzir conteúdos de programação, aliada à falta de acesso e habilidade em trabalhar com as novas tecnologias, incluem-se entre as deficiências localizadas entre esses comunicadores populares.

Olhando para as 79 grades de programação das emissoras, mesmo com as já citadas dificuldades de análise em função da pobreza de seus enunciados, verifica-se que retratam um rádio que opera, em média, 17 horas diárias, das quais 60% é dedicada à música; 30% aos programas de variedades e 10% ao noticiário jornalístico.

Um ouvinte ligado em tempo integral nesta emissora-padrão, invariavelmente ouvirá mais de dez horas de música, de estilos sertanejo, jovem guarda, forró e brega. Ouvirá cerca de hora e meia de programação religiosa; uma hora de noticiário ou debate esportivo e duas horas e meia de variedades – momentos que permitirão a ele (ou a ela) acompanhar a previsão do tempo e da temperatura na sua cidade e região, conferir a hora certa e os resultados da loteria esportiva, divagar sobre as surpresas que o seu signo do zodíaco lhe reserva, atualizar-se sobre as ações da polícia e do movimento das delegacias através do boletim policial e saber quem são os aniversariantes do dia. Temas de saúde, educação e cidadania ocuparão não mais que quinze ou vinte minutos de seu tempo. Ouvirá também duas horas de notícias: uma hora da Voz do Brasil e mais uma hora de outras informações locais, nacionais e, eventualmente, internacionais.

Se esse ouvinte estiver sintonizado em uma das 59 rádios comunitárias da amostra, terá mais chance de passar um recado ao vivo ou reclamar dos problemas da sua rua ou do seu bairro. Poderá também conhecer as ofertas de empregos na sua região, saber das reuniões de sua associação, atualizar-se com as fofocas do mundo artístico, ouvir o resumo das novelas ou acompanhar as simpatias quentes para aquele dia. Grande possibilidade também de passar várias horas embalado ao som de hinos evangélicos e sermões religiosos. Terá chance de ouvir o Plantão Saúde, produzido pela Oboré. O programa A Gente Sabe, a Gente Faz, do Sebrae. O Viva a Vida, da Pastoral da Criança. A Prosa Rural, da Embrapa. Ou ainda os programas institucionais do Sindicato de Trabalhadores Rurais, dos Servidores Públicos, dos Conselhos



Comunitários de Segurança, dos Conselhos Tutelares, da Polícia Militar, dos Alcoólatras Anônimos, das associações de moradores e dos poderes locais como Câmaras, Prefeituras e Secretarias Municipais. Notícia jornalística, mesmo, este ouvinte só saberá das oficiais, uma vez que 34% dessas emissoras têm nos 60 minutos da Voz do Brasil o único espaço dedicado ao noticiário.

Conclusão

Afora as condicionantes tradicionais ligadas ao mercado e ao projeto empresarial e político das emissoras, um novo perfil do rádio pode ser desenhado, em grande parte, por seus comunicadores. Daí a importância de ações que colaborem para a ampliação do repertório informativo e simbólico dos radialistas, resgatando o papel educador que lhes é peculiar. Trata-se, em síntese, de colaborar na construção um outro universo de representação e de atuação social para o rádio, onde cada emissora é preposto do estado brasileiro para os serviços de comunicação através da radiodifusão mas até agora não está qualificada para agir em nome da causa pública.

No Brasil contemporâneo, onde as novas tecnologias ocupam espaço importante no cotidiano, o rádio ainda é a mais acessível fonte de informação e um forte formador de opinião para grande parcela da população do país que não sabe nem ler nem escrever nem contar (RETRATO..., 2005). Importante lembrar que dos atuais 182 milhões de brasileiros, 121 milhões têm mais de quinze anos, dos quais 14 milhões e 700 mil são analfabetos. Como aproximadamente 1/3 da população adulta tem menos de quatro anos completos de estudo, estatisticamente, 40 milhões de brasileiros são considerados analfabetos funcionais. Tais dados legitimam o rádio como um meio de comunicação ainda mais importante na vida da Nação por seu papel educativo e pela sua atuação possível e necessária no terreno da educação não-curricular.

Entretanto, esse valor educativo e cidadão atribuído ao veículo carece de ser esculpido no repertório dos próprios radialistas. Elevar o nível de conhecimento e de conscientização dos comunicadores para que eles estejam também habilitados para conversas mais consistentes com o seu público é ressignificar o rádio para uma atuação cooperante e concomitante nos muitos espaços educativos que se propõem ao serviço da democracia. É devolver ao rádio seus ouvidos, que aos poucos foram se ensurdecendo, e convocar de seus microfones outras palavras, agora musculadas por sua consciência crítica.



Referências bibliográficas

- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FREIRE, Paulo. **Educação e Emancipação**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, Paulo. **Educação e Atualidade Brasileira**. 3.ed. São Paulo: Cortez/IPF, 2003.
- GOMES, Ana Luisa Zaniboni. **Redes Temáticas de Rádio: a parceria e a cooperação como ferramenta de gestão**. 2001. 165 f. Monografia (Especialização) - Curso de Gestão de Processos Comunicacionais, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- GOMES, Ana Luisa Zaniboni e GOMES, Sergio. **Tecendo redes no Brasil Rural: a comunicação como ferramenta de desenvolvimento local**. Brasília: Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural - Nead / Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável / Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2003. 72 p. (Debates e Ação – Vol. 3).
- GOMES, Ana Luisa Zaniboni. **Formação de radialistas na era da inclusão discursiva: uma reflexão sobre a condição comunicativo-educativa do rádio no campo das políticas públicas**. 2006. 189f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- GRAMSCI, Antonio. **Literatura e Vida Nacional**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1968.
- GRAMSCI, Antonio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. 8.ed. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1991.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Loyola, 2001.
- RETRATO do Brasil. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 26 nov. 2005. Caderno Especial.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice: O Social e o Político na Pós-Modernidade**. 4. ed. Porto: Edições Afrontamento, 1995.
- SANTOS, Boaventura de Sousa (org). **Conhecimento Prudente para uma Vida Decente**. São Paulo: Cortez Editora, 2004.
- VALLA, Victor Vicent. Sobre participação popular: uma questão de perspectiva. **Cadernos de Saúde Pública**, v.14, 1998, p.9.