



## Comunicação Comunitária e os Jovens – Uma análise da Rádio Comunitária do Dendê<sup>1</sup>

Yohanna Maia<sup>2</sup>, Rafaela Andrade<sup>3</sup>  
Andréa Pinheiro Paiva Cavalcante<sup>4</sup>  
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

### Resumo

O presente artigo apresenta uma reflexão sobre a prática da comunicação comunitária a partir do estudo da Rádio Comunitária Edson Queiroz. A emissora atua no bairro desde 1993 e mais recentemente vem desenvolvendo ações para inserir a participação dos jovens na programação, seja em programas esportivos ou mais especificamente no programa sobre Hip Hop ou ainda através do curso destinado aos jovens para capacitá-los a atuarem na rádio, realizado com apoio da Universidade de Fortaleza. As reflexões aqui apresentadas estão apoiadas em autores como Beltrán, Cogo e Peruzzo.

**Palavras-chave:** Rádio; Rádio Comunitária; Comunicação Comunitária.

### 1. Introdução

Após conhecer a Rádio Comunitária do Dendê, localizada no bairro Edson Queiroz, nas proximidades da Universidade de Fortaleza e perceber como sua existência é importante para a vida da comunidade, especialmente o trabalho com os jovens, sentimo-nos motivadas a elaborar este texto. A possibilidade de articular o conhecimento teórico sobre rádio com a experiência de uma emissora comunitária foi o principal motivo que nos levou a elaborar este trabalho.

O presente artigo baseia-se na compreensão do ideal de comunicação comunitária e sua importância dentro do processo mais geral da comunicação. Destacamos ainda as características e principais formas de expressão da emissora, assim como a relação entre a comunidade e a Rádio Edson Queiroz.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Comunicação Audiovisual (cinema, rádio e televisão), da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluna do semestre 6º do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, na Unifor  
e-mail:yohanna.maia@gmail.com

<sup>3</sup> Aluna do semestre 7º do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, na Unifor  
e-mail:rafa87\_andrade@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade de Fortaleza, email: andreapinheiro@unifor.br.



## 2. Mas como surgiu essa idéia de “comunitária”?

A comunicação humana, em seu modelo clássico, é constituída a partir de três elementos principais: emissor, mensagem e receptor. Este modelo, dito linear, tem como concepção a noção de que a transmissão correta de uma boa mensagem garante a recepção adequada por parte do receptor. Segundo Luiz Ramiro Beltán (1981), neste caso, podemos constatar que o receptor comporta-se como um ser passivo que participa de um processo puramente mecânico, o que transforma erroneamente a comunicação em um fenômeno estático. Já o emissor apresenta-se como portador do monopólio da mensagem e constrói uma relação vertical onde o papel do receptor consiste apenas em escutar e obedecer, fazendo do processo de comunicação algo extremamente antidemocrático.

Visto que esta estrutura apresentava limitações, posto que considerava a ênfase do processo no emissor, estudos na América Latina propõem um novo modelo de comunicação mais humanizado, democrático e não elitista, onde o receptor é ressignificado e tem a oportunidade de ser também emissor, ter espaço de fala e opinar (BELTRÁN, 1981). Enfim, passa a ser compreendido como sujeito integrante e ativo do processo de comunicação.

Jesus Martin-Barbero, assim como Beltrán, contribuiu para a compreensão do papel político do receptor e suas idéias se somam ao pensamento do educador brasileiro Paulo Freire, que dá relevância a comunicação baseada no diálogo, na participação e na reciprocidade, onde o conteúdo da mensagem é o essencial. Quando existe a interação entre emissor e receptor, abre-se espaço para a comunicação que se alia à educação. Neste ponto, podemos destacar a estreita relação entre comunicação e cultura.

É enquanto ser de relações, de contatos, não apenas “no mundo”, mas “com o mundo” que o homem cria, recria e dinamiza a vida, fazendo cultura em comunicação com outros. Ao contrário, no mundo da não comunicação, comparado por Freire à educação formal bancária (mera transmissão de informação), só há lugar para a “cultura do silêncio”. (COGO, 1998, p.31)

Aos poucos, essa nova proposta vai sendo incorporada por várias instituições, onde merece destaque a Igreja Católica por meio do Movimento de Educação de Base (MEB). O MEB teve amplo destaque no Nordeste, na década de 1960, e através das



Escolas Radiofônicas, propunha um conceito de alfabetização centrado no pensamento Freireano de educar o povo para a produção e utilização de meios alternativos de comunicação baseados no ideal de “dá a voz aos que não tem voz” (COGO, 1998).

Daí surgem as primeiras experiências de comunicação popular, com as CEBs (Comunidades Eclesiais de Base), a partir das quais foram criadas escolas radiofônicas de comunicação, educação e conscientização que funcionavam como espaços de reunião para alfabetizar-se e celebrar. Em Fortaleza este trabalho teve apoio da Arquidiocese e serviu para reafirmar a grande relação entre comunicação e movimentos sociais.

Essas iniciativas são a confirmação do que havia sido proposto por Brecht (1932), ou seja, a transformação do rádio de simples aparato de transmissão, em um aparelho de comunicação e educação, capaz de não somente transmitir, mas receber e possibilitar ao ouvinte sair do patamar de isolamento e colocar-se em verdadeira comunicação.

Somada às experiências vivenciadas no âmbito da Igreja Católica, podemos destacar a estreita relação dos movimentos sociais com a política, principalmente nos movimentos operários e sindicais, urbanos e rurais.

Neste contexto é oportuno retomar o que diz a autora Regina Festa, “a experiência brasileira mostra claramente que a comunicação popular e alternativa aparece e se desenvolve na mesma medida da capacidade de movimentos sociais articularem o seu projeto alternativo de sociedade” (FESTA, 1986). Este fato é característico da maior parte dos países da América Latina, onde a comunicação popular cresce junto a movimentos e organizações que representam a profunda insatisfação do povo frente às restrições dos governos e da liberdade de expressão.

Assim, o conceito *popular* passa a caracterizar-se como uma inserção no contexto da luta, agregando uma nova definição à comunicação comunitária. Vale ressaltar que a comunicação popular não vai se contrapor ou negar a comunicação de massa de forma agressiva. José Martinez (apud COGO, 1998, p.43) fala que “a comunicação é popular não por se contrapor à burguesa, mas pela forma de inserir-se num processo de transformação da realidade”.

Nesse sentido, COGO (1998) afirma que a comunicação é assim caracterizada por criar a possibilidade de participação “do todo” na construção da mensagem.



O que não significa que o popular possa ser confundido com a massa. Apenas devem ser reconhecidos as ambigüidades e os conflitos que encerram as culturas populares no seu processo permanente e simultâneo de resistência e conformismo à cultura dominante. (COGO, 1998, p.47)

Frente a esse processo, podemos destacar a idéia das rádios comunitárias, ou seja, rádios que tem como objetivo principal a democratização da comunicação por meio da palavra que, em muitos casos, está nas mãos, ou ‘bocas’, de poucos. No Brasil, as rádios populares surgem por volta de 1983, através das experiências das CEBs que se iniciaram na zona leste de São Paulo. A partir delas se desenvolvem as rádios comunitárias que se apresentaram como meios onde a comunidade tinha a oportunidade de se expressar pelo rádio, de ter um espaço na programação. De modo que:

O bairro aparece, então, como grande mediador entre universo privado da casa e o mundo público da cidade, um espaço que se estrutura com base em certos tipos específicos de sociabilidade e, por último, de comunicação entre parentes e vizinhos. (COGO, 1998, p.51)

Na experiência que apresentaremos a seguir, destaca-se a inserção de jovens na produção de programa radiofônico exibido pela Rádio Comunitária Edson Queiroz.

### **3. A comunidade entra no ar**

A Rádio Comunitária Edson Queiroz foi fundada em 1993 pelos irmãos Leandro Ribeiro e João Almeida, moradores do bairro. Eles organizavam festas na comunidade e nas imediações e motivados pela experiência do Conjunto Alvorada, conjunto habitacional que passou a designar o bairro e que fica nas proximidades, resolveram instalar uma rádio de alto-falantes na comunidade. A emissora nunca teve finalidade lucrativa, asseguram os fundadores. O objetivo, segundo eles, é servir à comunidade, mediante veiculação de músicas, informações e prestação de serviços.

A rádio do Dendê constitui-se em uma experiência de emissora comunitária cuja veiculação não se dá através de transmissores de ondas eletromagnéticas, mas de caixinhas de som, afixadas em alguns postes da comunidade. Apesar dos organizadores estimarem que a disposição das caixas atinja cerca de 70% da comunidade, é fato que esse tipo de transmissão considerado ainda vertical e impositivo, posto que não oferece ao ouvinte a possibilidade de desligar ou mesmo mudar de emissora, cobre uma parte



restrita do bairro e se concentra, naturalmente, nos locais onde estão afixadas as caixas de som.

A organização de um grupo ou de uma comunidade em torno de um projeto de comunicação não é por si definidora do modelo de rádio que virá a ser adotado. Para José Ignacio Lopez Vigil, o que define uma rádio comunitária será sua forma de atuação para democratizar a palavra “que está concentrada em poucas bocas e em pouquíssimas mãos para que nossa sociedade seja mais democrática”. (VIGIL apud COGO, 1998, p.75)

A Rádio Comunitária Edson Queiroz funciona de segunda-feira a sábado, em horários alternados durante a manhã, a tarde e a noite. Pela manhã, de 8h às 12h, é apresentado o *Intercâmbio*, programa predominantemente musical, mas que também abre espaço para divulgação de informação, como ofertas de emprego, horóscopo, matérias jornalísticas.

A Rádio faz uma pausa para o intervalo no horário do almoço e só retoma as atividades às 16h, quando é apresentado o programa *Pôr-do-Sol*. Das 18h às 19h, entra no ar *Palavra que liberta*, produção de uma igreja evangélica do bairro e a programação se encerra às 21h, com *Comunitária no Esporte*, programa veiculado às segundas e sextas-feiras. De terça a quinta, das 19h às 21h, é apresentado *Fm só sucesso*.

Aos sábados a programação se modifica. Pela manhã vai ao ar o programa *Som na caixa*, à tarde, às 16h, *Por do Sol* e das 19h às 21h, *Som da Periferia*. Aos domingos, a emissora só funciona no horário da noite, das 19h às 21h, com o programa de reggae *Sinal Verde*.

A despeito de funcionar todos os dias e em vários horários, a programação privilegia a veiculação de músicas da “moda”, tal qual o fazem as grandes emissoras comerciais, a maioria dos programas não trata das questões relacionadas à comunidade, com exceção da programação esportiva, cuja ênfase está em focar os campeonatos de futebol disputados no bairro.

A estrutura da programação quase não favorece o diálogo com a comunidade, restando assim poucos espaços para participação. Além da programação musical não diferir em quase nada de uma emissora comercial, o estilo de locução adotado também não parece estabelecer uma identidade com o modo de falar das pessoas da comunidade. Há um tom de impostação na voz dos locutores, especialmente no programa



*Intercâmbio* e nos comerciais veiculados pela emissora. Aliás, os comerciais merecem algumas considerações que contribuam para a compreensão de escala nas relações internas no bairro e fora dele.

A definição de rádio comunitária passa pela compreensão de que ela não tem finalidade lucrativa e a legislação que regulamenta o serviço de rádios de baixa potência, o que não é o caso do Edson Queiroz, visto que ela não transmite através de ondas eletromagnéticas, exige que não sejam veiculados comerciais, mas apoios culturais, que se diferenciam pelo fato de que nos apoios culturais, não aparecem os produtos, mas a assinatura institucional do patrocinador. Já os comerciais são mais explícitos, anunciam o produto, o preço e as ofertas, por exemplo.

A Rádio Comunitária Edson Queiroz tem vários anunciantes do bairro que desembolsam mensalmente cerca de R\$30,00 (Trinta reais) por mais de dez chamadas diárias sem duração predeterminadas, bem diferente da lógica das rádios comerciais, que definem os comerciais pela duração: 15”, 30”, 45” e 60” e cujo valor está relacionado com o tempo de duração da chamada. Há uma variedade de preços muito grande na grade das emissoras comerciais, visto que a definição do valor a ser cobrado tem relação com a posição da emissora nas pesquisas do Ibope.

O valor arrecadado com a venda de anúncios é revertido para a manutenção da rádio, tais como gastos com energia elétrica, aquisição de CDs e com o sistema de cabeamento que garante a transmissão do som do estúdio da emissora para as caixinhas de som.

Os programas musicais são apresentados por pessoas da comunidade, que assim como os diretores-fundadores trabalham na rádio de forma voluntária. Todos eles aprenderam na prática como “fazer rádio” e transmitem esse conhecimento a cada novo membro que se inicia nessa aventura. Todos os programas são transmitidos ao vivo e a programação é feita tendo com base uma grade de programação elaborada pelos próprios produtores dos programas. “Quando não estamos no ar com algum programa, deixamos rolar a música que segue uma seqüência que a gente já deixa pronta”, diz um dos apresentadores<sup>5</sup>.

A violência e o desemprego são dois grandes problemas do bairro. A rivalidade entre as gangues, por exemplo, já foi amplamente noticiada pelos jornais de Fortaleza.

---

<sup>5</sup> Entrevista realizada dia 19 de maio de 2008.



Em função desse contexto, a rádio tem buscado realizar atividades que envolvam os jovens da comunidade.

Um exemplo dessa iniciativa de inclusão dos jovens na programação da emissora é o programa de hip-hop que vai ao ar durante as manhãs de todos os sábados. O objetivo do programa é transmitir a cultura do hip-hop e mostrar o que há de novo dentro desse universo.

Sob o comando de uma jovem da comunidade, o programa também é espaço de divulgação para os diversos grupos adeptos dessa cultura no Dendê. Esse exemplo de transformação de todas as formas de expressão da comunidade em programas de rádio é prova da democratização dos meios de comunicação e do poder que o povo tem de se comunicar.

Concretamente, a participação popular na comunicação comunitária pode significar, numa gradação crescente: o simples envolvimento das pessoas, geralmente ocasional, no nível das mensagens, ou seja, dando entrevistas, avisos, depoimentos e sugestões ou cantando, pedindo a inscrição de músicas e aderindo a concursos; elaborar matérias; compartilhar a produção global do jornalzinho; do programa de rádio, etc. (PERUZZO, 1999, p. 142).

Tendo em vista a grande importância da Rádio do Dendê e seu papel de inclusão social para jovens da comunidade, é que a professora Rosana Campos, do Curso de Terapia Ocupacional da Universidade de Fortaleza criou, em parceria com a Associação dos Moradores do Dendê e com a Rádio Comunitária, o projeto “Jovem Locutor Comunitário”.

O objetivo, conforme consta do Projeto, é capacitar jovens de 10 a 16 anos “no exercício de práticas cidadãs com enfoque sócio-educativo, preventivo e de entretenimento”.

O projeto consistiu inicialmente na realização de um curso com duração de três meses, de abril a junho de 2008. Do programa do curso constam temas referentes aos aspectos históricos do rádio, à questão da linguagem e da legislação radiofônica, assim como questões voltadas para o uso profissional da voz. A intenção é que ao final do curso os participantes possam criar um programa específico ao público infanto-juvenil na Rádio Comunitária do Dendê.



As aulas do curso foram ministradas por estudantes e professores do Curso de Publicidade, Jornalismo e Fonoaudiologia, com supervisão dos professores Charleston Teixeira e Andréa Pinheiro.

Durante as aulas os alunos foram estimulados a produzir notícias, radioteatros e spots que foram gravados com o acompanhamento do grupo de estudantes e professores do Curso de Fonoaudiologia.

Iniciativas como essa reforçam a importância da universidade atuar em sintonia com as demandas da sociedade, ao mesmo tempo que se constitui em uma experiência onde os jovens moradores da comunidade tiveram contato com as instalações da Unifor e com os estudantes dos Cursos de Publicidade e de Fonoaudiologia, muitos dos quais se preparam, através do Programa de Monitoria Voluntária e Institucional, para a carreira docente.

#### **4. Conclusões:**

A experiência da Rádio Comunitária Edson Queiroz dá a dimensão da responsabilidade de se fazer comunicação com compromisso social. O envolvimento de jovens na programação da emissora é uma estratégia para envolvê-los em práticas construtivas que possibilitam contato com novas áreas de conhecimento. É também uma oportunidade para que a rádio dialogue com as novas gerações do bairro, abrindo espaços para gêneros musicais como o hip hop.

Projetos como o da Rádio Comunitária do Dendê e sua relação com a comunidade, sobretudo com os jovens que fazem parte dela, são extremamente importantes e devem servir de exemplo diante de um país onde as diferenças sociais são cada vez maiores e é crescente o número de jovens nas ruas à mercê da violência.

#### **5. Bibliografia:**

BELTRÁN, Luiz Ramiro. *Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo/IMS, 1981.

BRECHT, Bertolt. *Teoria do Rádio* (1932). In: *Teorias do Rádio: textos e contextos*. v. 1. p. 35-45. org. Eduardo Meditsch. DF: Insular, 2005.





CAVALCANTE, Andréa Pinheiro Paiva. *A Escuta Popular da Rádio Comunitária Edson Queiroz – estudo introdutório sobre a produção do sujeito no espaço da periferia*. Ceará, 2006. 215 f. Dissertação (Mestrado em Educação Brasileira) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

COGO, Denise Maria. *No ar ... uma Rádio Comunitária*. São Paulo: Ed. Paulinas, 1998.

FESTA, Regina & SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo, ED. Paulinas, 1986.

PERUZZO, Círcia Maria K. *Comunicação nos Movimentos Populares: a participação na construção da cidadania*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1999.

VIGIL, José Inácio Lopez. *Manual dos Radialistas Apaixonados*. São Paulo: Paulinas, 2003.