



## **Rádio e Educação – a programação educativa<sup>1</sup>**

Bruna CORREIA<sup>2</sup>

Eliane ALBUQUERQUE<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

### **RESUMO**

O rádio é um meio de comunicação de massa de abrangência variada. Tanto nacionalmente quanto em âmbito local, apresenta um público diversificado que possui gostos e necessidades de programação tão variadas quanto. Apesar das grandes dificuldades nesse meio profissional, a produção radiofônica apresenta uma gama variada de possibilidades que tornam possível conciliar o que o ouvinte almeja com uma produção de programação cultural rica, educativa, ética e estética, sem deixar de lado a questão econômica que tanto interfere na produção de programação. O trabalho com a educação nos meios de comunicação tem sido tendência atualmente nas discussões de programação de qualidade, que possam fazer a ponte entre a sociedade e os veículos de comunicação, fazendo escoar uma produção socialmente integrada à realidade em que vivemos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio ; programação; educação; comunicação.

### **APRESENTAÇÃO**

O presente artigo discorre sobre o rádio como veículo de integração social e formador, mostrando a aplicabilidade deste no campo da educação. Para tanto, faz uma síntese a respeito das noções de Educação e Educomunicação, mostrando as possibilidades de interação e exemplificando através da educação à distância.

É apresentada a definição de rádio educativa e sua história desde a fase pioneira com o advento da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, passando pela segunda fase com a implantação de redes educativas, terceira fase com a interiorização, quarta fase com a utilização do rádio para fins educativos pelo estado, quinta fase com a inauguração de FM educativas e, a atualidade na sexta fase com o auxílio da disseminação da educação através de rádios comunitárias e internet.

Concluindo, tem-se a análise de uma peça radiofônica, o programa “Sabores do Brasil”: Imigração Japonesa, o qual exemplifica o que é um programa educativo, suas características e funções e como este pode fazer interação com a sociedade produzindo efeito cognitivo.

### **EDUCAÇÃO, EDUCOMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA - CONCEITOS E APLICABILIDADES**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz -UESC, email: [bninha\\_bu@hotmail.com](mailto:bninha_bu@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz -UESC, email: [nanealbuquerque@hotmail.com](mailto:nanealbuquerque@hotmail.com)



Segundo o Novo Dicionário da Língua Portuguesa, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, educação é o "Processo de desenvolvimento da capacidade física, intelectual ou moral da criança e do ser humano em geral, visando à sua melhor integração individual e social" (FERREIRA, 2005, p. 226). De uma forma mais ampla, educação é um processo em continuidade, o qual envolve o desenvolvimento integral de todas as faculdades humanas, o conjunto das normas e das influências pedagógicas aplicadas ao desenvolvimento geral do corpo e do espírito, desde a infância. Além disso, também é cortesia, respeito, conhecimento e atitude, que nos são transmitidas através do ensino, da leitura e dos exemplos que percebemos á nossa volta (DUBNER, 2007).

A educação é transmitida através de cada cultura, a qual produz sua própria significação, conhecimentos e paradigmas. A interrelação entre cada conhecimento e sua aplicação correlata é feita pelos processos de interação social, verberação, leitura e escrita, ou até mesmo gestualmente, através da comunicação entre o corpo social, instituições e sociedade. Assim, a associação da educação com comunicação é inerente ao processo educacional e o processo inverso também é verdadeiro. Não se pode transmitir conhecimento sem comunicá-lo, muito menos comunicar algo sem conhecimento prévio, seja qual forma ele tenha.

No entanto, informar é diferente de educar. A informação, apesar de pressupor conhecimento acerca de determinado fato, nem sempre colabora para fins pedagógicos e de crescimento pessoal do indivíduo, é apenas situacional, trazendo um conhecimento pontual o qual, muitas vezes, não interfere para atribuição de novos dados significativos na realidade do indivíduo. Já a educação pressupõe que a informação tenha efeito cognitivo, forme pensamento e interação com o novo dado assimilado, de forma que este novo conhecimento seja aproveitado para o desenvolvimento intelectual e físico do grupo social e do sujeito.

Enfatizando a comunicação e sua relação com educação, vale ressaltar a Educomunicação como um termo que interliga essas duas áreas e converge em outras ciências humanas, produzindo uma interação contextual com a realidade na qual vivemos. Utilizando as tecnologias e as linguagens das mídias, esse conceito traz em sua raiz teórica a possibilidade de pessoas e grupos expressarem o que pensam e sentem, e assim, decidirem o que querem pra si mesmas e para o mundo em que vivem. É um termo que admite o pleno exercício da cidadania e participação a fim da transformação social através da aquisição e troca de conhecimento.<sup>2</sup>

Segundo pesquisa do texto do Programa de Educomunicação Socioambiental do Órgão Gestor da Política Nacional de Educação Ambiental (BRASIL, 2005), admitem-se três qualidades da educação levando em consideração a comunicação em seu potencial educador: o testemunho, a argumentação e a mobilização. Nesses três pontos a questão social é apropriada pela sociedade e suas lideranças. O mesmo texto defende que não há comunicação plena sem consciência educativa e nem educação plena sem instrumentalização comunicativa. Logo, tem-se a educomunicação, a qual além de representar a co-relação entre Comunicação e Educação, também designa a leitura crítica dos meios.

Saber ler é entender e descobrir as representações do que se passa à nossa volta, situando na realidade as suas representações. Ler criticamente é produzir uma consciência crítica, compreendendo o mundo além das aparências, investigando e

---

<sup>2</sup> Informações encontradas no site da ONG Gens/ Projeto Cala-boca já morreu. Disponível em <<http://www.portalgens.com.br/educom/>>. Acesso em 29 de março de 2009.



dialogando com o que é passado e com as inovações que surgem, criando novas percepções, atribuindo valores acerca do que se é lido de acordo com suas próprias definições. (SOUZA, 2006) Assim, uma leitura crítica dos meios de comunicação é feita quando observamos as significações dentro da mensagem que o produto está mediando ao destinatário, ou seja, perceber para além das palavras e frases as contextualizações com a realidade a qual se insere o veículo ou meio que produziu o produto mediático e para que fins o fez.

São características marcantes as possibilidades de interação social por interface da mídia. Os meios de comunicação estão mais presentes do que nunca na vida das pessoas produzindo discursos e fantasias, criando novas concepções, reverberando valores, formulando subjetividades. Através da internet, rádio, TV, outdoor é possível transmitir e trocar informações com todo o mundo, dependendo apenas do acesso aos seus suportes, e conhecer infinitos tipos de culturas e o modo pelo qual veem o mundo. (MANSUR, 2007)

Nesse contexto, os educadores acreditam em produções alternativas nos ambientes educacionais para aguçar o espírito crítico dos envolvidos no processo, essa co-gestão acaba tornando peculiar a Educomunicação. (MENEZES, 2001). Trata-se aqui da real possibilidade de uma outra forma de convivência social, onde o indivíduo passa a ser visto com sujeito, seja no respeito ao outro ou na participação conjunta das decisões. É intervir socialmente, participar da formação de conceitos e na criação de novos paradigmas. Segundo o professor Ismar de Oliveira Soares (2004),

“...isso foi alcançado graças a um grande esforço produzido de forma alternativa até atingir a grande mídia, com a participação de comunicadores, educadores e de pessoas das mais diversas áreas, que se juntaram e passaram a trabalhar com referenciais teóricos e metodológicos da várias áreas das ciências humanas e acabaram constituindo um movimento social em torno da cidadania, da democracia e em torno da luta para quebrar a hegemonia dos sistemas estabelecidos” (SOARES, 2004)

Para esclarecimento acerca dos conceitos, é de fundamental importância diferenciar políticas de comunicação da ação de monitoramento dos meios de comunicação e gestão da democratização da informação, muitas vezes confundidos, assim como comunicação não é o mesmo que informação.

As políticas de comunicação são ações estruturais, políticas e econômicas que visam o aprimoramento de determinado veículo ou órgão institucional (SOUZA, 2000), ou seja, são ações que monitoram sistematicamente os atos dessas instituições ou empresas de forma que possam assegurar uma política de conduta que se adéque à estrutura física da empresa assim como seja economicamente rentável. Tais políticas interferem diretamente no que é produzido pelos meios de comunicação, ou seja, se um veículo possui uma conduta que prima pela educação, produzirá material educativo, se não, trará mais informação e entretenimento de forma que estes não estejam ligados à fins educativos.

Quando falamos em gestão da democratização estamos tratando da aplicação da democracia em uma gestão determinada. Assim, gerir a democratização da comunicação é proporcionar meios através dos quais possa ser feita uma comunicação em que todos participem igualmente, tenham voz e lugar no espaço, interajam entre si e possam transmitir informação e conhecimento e não só recebê-los.



Hoje, a educação ocorre de diversas maneiras e os meios de comunicação, com o desenvolvimento da tecnologia e o discurso da globalização, estão facilitando a aquisição de conhecimentos pelo homem. Exemplificando, temos a chamada educação à distância que está se disseminando rapidamente. Poder adquirir conhecimento através de informações veiculadas e não repassadas pessoalmente é democratizar a educação, fazendo com que pessoas que antes não poderiam ter acesso à mesma, possam até mesmo adquirir conhecimento e participar da práxis científica, capacitando-se profissionalmente através dos cursos superiores concluídos à distância. Isso só foi possível através do desenvolvimento tecnológico da internet e dos meios de comunicação, mas principalmente porque houve interesse desses meios, os quais criaram uma política que abriu espaço para a educação e permitiram o gerenciamento dos seus veículos de maneira democrática.

A internet trouxe o mundo para o local. É possível conhecer qualquer lugar no mundo, ler o que quiser e aprender o que quiser. O conhecimento não tem mais barreiras, é a vontade própria que está aproximando as pessoas da educação, que aqui não se limita à informação pontual dos fatos e conhecimentos, mas abrange a interação social e a comunicação de fato, onde é possível dialogar e conhecer novas concepções.

Resgatar o sujeito, em meio à onda devastadora de informações, possibilitando o entrosamento e consciência do seu papel como ativo e modificador, é válido. Falar em democratização em tempos de divergência parece contraditório, mas qual seria o papel da educação, senão formadora de uma nova atitude? Cabe aos mass media propagar o que de fato pode ser transformador. Protagonismo social, eis a ferramenta fortalecedora na construção de uma sociedade sustentável.

## **A HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL - POSSIBILIDADES NO CAMPO DA EDUCAÇÃO**

Após a distribuição por todo o mundo, o rádio acaba por chegar ao Brasil em 07 de Setembro de 1922 na comemoração do centenário da independência, e é neste momento que o cientista e educador Roquette Pinto enxerga uma nova possibilidade de se educar no Brasil. A Rádio Sociedade, inaugurada em 20 de abril de 1923, nasce educativa e cultural e marca o advento da radiodifusão no país, onde, segundo Roquette Pinto, os menos favorecidos encontrariam a oportunidade de adquirir cultura e conhecimento.

Porém, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro tinha dois grandes problemas, primeiramente vivia de doações de associados e ouvintes, e também para a intenção do seu fundador, que era levar a educação a todos, a rádio possuía uma programação muito sofisticada o que acabou por afastá-la do seu público-alvo. Em 1936 ela é doada ao Ministério da Educação e Cultura, onde acaba sendo utilizada para disseminar ideais do governo Vargas.

Antes dessa doação, o rádio já havia adquirido um caráter dicotômico, seguindo o caminho de rádio comercial, pois logo após a crise de 1929 Vargas acaba por incentivar o crescimento econômico e consequentemente a busca pelo lucro, assim em 1931 a radiodifusão sonora é regulamentada e logo após passa a ser permitida a veiculação da publicidade com 10% das programações de horário comercial. Neste momento ficam definidos os dois caminhos do rádio no Brasil: a radio educativa, mantida pelo governo e por fundações, e a rádio comercial com uma programação voltada ao entretenimento do público e ao lucro dos empresários da área.

A partir deste momento o rádio se distribui em grande escala alcançando públicos diferenciados, com realidades e culturas diferentes, e mesmo com o advento da



televisão na década de 50, este crescimento não pára, pois por ser um meio de comunicação barato e multicultural seu grande alcance se torna uma realidade. A criação de escolas radiofônicas na década de 60 e do projeto Minerva na década de 70 tentaram manter o caminho do rádio educativo, no entanto, com o fenômeno da regionalização, a grande maioria das emissoras de rádio de cunho educativo ficou concentrada no eixo sul-sudeste, não respondendo à diversidade cultural do restante do país.

Assim, começaram a ser realizadas novas experiências com a programação do rádio como a criação de programas educativos gravados em fita cassete ou produzidos de acordo com o modo de vida do público, rádios populares por alto falantes que disseminam as idéias e acontecimentos de uma determinada região caracterizando as rádios comunitárias, que foram regulamentadas em 1998, com a determinação de “... atender às comunidades onde estão instaladas, estimulando o conhecimento, a informação, o convívio e a integração social, prestando também serviços de utilidade pública.” (ALBUQUERQUE, 200-).

Nesse contexto é importante salientar as diferenças entre rádio comunitária e rádio educativa e suas características principais. A primeira como já dito, tem como função principal atender as demandas de uma comunidade específica. Ela pode ter programações educativas, mas deve se concentrar nessa comunidade específica, servindo interesses também em relação à informação e ao entretenimento. As rádios educativas devem ter programação de cunho prioritariamente educativo; podem ter programações de entretenimento e devem fornecer informações, mas estas têm que se apresentar em formato específico que atenda às necessidades de educar e não precisam se restringir a uma ou outra comunidade.

Mesmo com todas estas diferenças, a rádio educativa possui características próprias que mantêm sua essência como meio de comunicação ativo nas comunidades, atuando nestas como objeto de promoção social e valorização cultural do ambiente no qual se situa através de sua programação diferenciada. Além disso, vários fatores como parceria entre emissoras, interiorização e disseminação, são necessários para a manutenção desta atividade radiofônica que ajuda na formação e preservação de culturas locais.

A partir da década de 90 a rádio comercial mantém sua audiência com sua programação priorizando a música e a informação, outras seguindo um processo de verticalidade e horizontalidade nascido nas emissoras de televisão, com a segmentação de sua programação por faixa de horário. Também vale ressaltar a existência das rádios AM, com caráter essencialmente jornalístico, e as FM, com caráter musical.

As rádios educativas continuam com seu caráter sem fins lucrativos, mesmo passando por diversas dificuldades. Muitas são financiadas pelo governo e outras por organizações não-governamentais, mas é comum a todas elas a concorrência com as emissoras comerciais.

Com o surgimento do rádio pela internet tem-se uma inovação no meio. A interatividade não é só pelo telefone ou correspondências dos ouvintes, mas pelo uso do computador, e mais, ela não se restringe ao alcance das ondas sonoras. Há a possibilidade de acesso as emissoras de todo o mundo, de interagir com estas e de adquirir conhecimento e informação de outras culturas. Esta nova rádio abre caminhos para um novo tipo de programação, o qual acompanha novas tendências globais, que possibilitam também o processo educacional junto ao veículo de forma que não seja restrito e possa contextualizar diversas realidades.

## **SABORES DO BRASIL: UMA PROGRAMAÇÃO EDUCATIVA**





Um exemplo que pode ser levado em consideração como produção de rádio educativa é o Programa radiofônico “Sabores do Brasil”: Imigração Japonesa, produzido na Rádio Difusora do Macapá – AP. É uma realização do Sintonia SESC/Senac, contando com representantes técnicos de ambos os grupos.

O programa enquadra-se no gênero de rádio educativo, utilizando um formato que mistura o educativo e cultural com a participação do ouvinte. O hibridismo da obra faz-se presente devido a sua pluralidade de formatos, a qual é característica comum dos programas radiofônicos. Esta mistura proporciona dinamismo ao programa, o qual fica mais atraente para o ouvinte.

Sabores do Brasil: Imigração Japonesa apresenta a temática sobre culinária ligada a uma reflexão acerca da influência dos japoneses nos temperos, pratos e hábitos alimentares dos brasileiros, tendo como público-alvo principal descendentes de japoneses que vivem no Brasil, não excluindo a possibilidade de historiadores e amantes da culinária que se interessem pelo programa.

Com sete minutos e dois segundos de duração, o programa possui apenas um bloco. Começa com a utilização de recursos de trilha de abertura, com um jingle dos programas Sintonia SESC/SENAC, seguindo de uma chamada para o programa “Sabores do Brasil”, com um BG específico para que o ouvinte associe com a temática.

Em seguida, os locutores fazem uma chamada do conteúdo do programa. As chamadas dos locutores, os efeitos sonoros, assim como os silêncios, definem bem cada momento do programa. O BG de música japonesa cria uma imagem mental fazendo o clima para o assunto que será falado, o tema. A atuação dos locutores é leve e interativa entre eles. Logo após a uma explicação mais profunda sobre culinária japonesa, há uma inserção de entrevista com Alfredo Homma, técnico da EMBRAPA e especialista no assunto. É uma entrevista de caráter bastante técnico, com exposição e explicação de termos específicos. Segue com a participação de um ouvinte com uma linguagem coloquial, em sonora expõe suas impressões sobre o tema. O produto é finalizado com os apresentadores falando sobre formas de interação com o rádio. Nesse momento percebemos mais claramente o uso do rádio com o objetivo educacional e integrador.

O suporte midiático, seja qual for, sempre foi visto como um aliado na educação. Isso parte do entendimento que se tem sobre a quantidade do público que alcança, da dinamicidade e interatividade. No caso do programa de rádio educativo analisado, educa sobre cultura, história e atualidades de uma forma leve, chamando a atenção do telespectador sem que ele note que está aprendendo. Esses meios podem ser mais explorados e utilizados em escolas e comunidades.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Eliana. **Segmentação das emissoras radiofônicas no Brasil**. Ilhéus: UESC, 200-. Material didático para a disciplina Oficina de Rádio Educativo do curso de Comunicação Social Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz.

BLOIS, Marlene. **Rádio educativo no Brasil: uma história em construção**. XXVI Congresso anual em ciência da comunicação, 2003.

DUBNER, Débora. O que é educação. [www.itu.com](http://www.itu.com), Itu, 2007. Disponível em: <[http://www.itu.com.br/noticias/detalhe.asp?cod\\_conteudo=9143&adm=1](http://www.itu.com.br/noticias/detalhe.asp?cod_conteudo=9143&adm=1)>. Acesso em 31 mar. 2009.



FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2. Ed. Rio Grande do Sul: Editora Sagra Luzzatto. 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo: Positivo, 2005.

MANSUR, Vanderson. Educomunicação com Audiovisual. **Ciranda**, 2007. Disponível em <<http://www.ciranda.net/spip/article1590.html>>. Acesso em 30 de março de 2009.

MENEZES, Ebenezer de. **Novo Campo entre a Comunicação e a Educação**. São Paulo: Agência EducaBrasil, 2001. Disponível em <<http://www.midiamix.com.br/eb/exe/texto.asp?id=447>>. Acesso em 29 de março de 2009.

MONTEIRO, Cláudia Guerra. **O papel educativo dos meios de comunicação**. São Paulo: USP, 2008

BRASIL. **Programa de educomunicação socioambiental** - Série Documentos Técnicos 2. Órgão gestor da Política Nacional de Educação Ambiental. Brasília: Ministério da Educação, 2005.

SOARES. Ismar de Oliveira. **Educommunication**. São Paulo: NCE-ECA/USP, 2004.

SOUZA, H. **Políticas da Comunicação: Reformas e Continuidades**, in PINTO, M. (coord.) A Comunicação e os Media em Portugal. Braga: Departamento de Ciências da Comunicação, 2000. □ Disponível em <[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1227/1/hsousa\\_CapCronologias\\_2000.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1227/1/hsousa_CapCronologias_2000.pdf)>. Acesso em 31 de março de 2009.

SOUZA, Luciano Simões de. **A Educação pela Comunicação como Estratégia de Inclusão Social: o caso da escola interativa**. São Leopoldo, 2006. Dissertação de Mestrado em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Disponível em: <[www.centroruibianchi.sp.gov.br/usr/share/documents/LucianoSimoesdeSouza.pdf](http://www.centroruibianchi.sp.gov.br/usr/share/documents/LucianoSimoesdeSouza.pdf)>. Acesso em 31 mar. 2009.

<<http://www.sebrae.com.br/revistasebrae/02/artigo7.htm>>. Acesso em 29 de março de 2009.

<[http://www.aminharadio.com/radio/brasil80\\_advento](http://www.aminharadio.com/radio/brasil80_advento)>. Acesso em 29 de março de 2009.

<<http://www.alb.com.br/anaisjornal/jornal1/MesasRedondas/IveteCardoso.htm>>. Acesso em 29 de março de 2009.

<<http://www.portalgens.com.br/educom/>>. Acesso em 29 de março de 2009.