



## **Rádio e Meio Ambiente: Educação para um comportamento ecologicamente correto<sup>1</sup>**

Elaine Mesquita de Oliveira<sup>2</sup>

Carlos Alberto Alves Lima<sup>3</sup>

Elaine Cristina Brandão Casado<sup>4</sup>

Orientador: Prof<sup>o</sup> Msc. Matheus Pereira Matos Felizola<sup>5</sup>

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

### **RESUMO:**

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o projeto de extensão “O meio ambiente no cotidiano: educação ambiental na Rádio UFS” desenvolvido pelo Laboratório de Estudos Interdisciplinares em Comunicação Ambiental (LICA) da Universidade Federal de Sergipe, sob coordenação dos professores Ana Ângela Farias Gomes e Matheus Felizola. O projeto consiste em material sonoro executados pelos bolsistas com um trabalho de criação textual e pesquisa de temas ambientais transmitidos por meio da linguagem sonora de forma que ajude na conscientização ambiental e em dicas para melhor comportamento ecologicamente correto e consumo dos recursos naturais.

**PALAVRAS-CHAVES:** comunicação ambiental; rádio; educação ambiental

### **1 - INTRODUÇÃO**

Temas como biodiversidade, aquecimento global, destruição da camada de ozônio, destinação do lixo, acidentes ambientais, emissão de dióxido de carbono, reciclagem, fontes alternativas de energia, desenvolvimento sustentável se tornaram cada vez mais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, email: elainemesoli@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 5º período de Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Sergipe. E-mail: albertoalveslima@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo. E-mail: elaine\_casado@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, Doutorando em ciências Sociais na UFRN email: aracaju@infonet.com.br.



prementes na contemporaneidade e começaram a ser abordados pelo movimento ambientalista espalhado pelo mundo desde meados da década de 40.

No Brasil, porém, a questão ambiental começa a ter maior destaque a partir da década de 70, mais especificamente com o somatório de acontecimentos dentro do próprio país e no exterior, como a Conferência de Estocolmo de 1972 e o aumento da devastação da Floresta Amazônica no Brasil. (ESTEVAN; PESTANA; LEAL, 2008)

A partir de então, começam a surgir efetivamente iniciativas ambientalistas no país, que mais tarde, acirrarão ainda mais o debate ambiental e propõem um novo modelo de desenvolvimento econômico, baseado na sustentabilidade.

Segundo Pedro Jacobi (2003, p.3), a questão ambiental e as posteriores ações de preservação ambiental começam a ter grande impacto na sociedade brasileira devido à visão política do governo brasileiro em acelerar o processo de desenvolvimento econômico, através da utilização dos recursos naturais na grande indústria emergente no país. Para isso, no entanto, era necessária a minimização dos problemas ambientais, que não significaria, necessariamente, uma postura de efetivo comprometimento com o movimento ambientalista no Brasil.

Assim, ainda segundo Pedro Jacobi, o ambientalismo demonstra expressivo crescimento a partir da década de 80, expandindo-se e começando a penetrar diversos setores da sociedade, estimulando o discurso do desenvolvimento sustentável e o engajamento de empresas, grupos e movimentos sociais a favor desta ideia. É importante ressaltar que seu crescimento e o maior interesse da opinião pública em relação à temática ambiental representaram um importante incentivo para o início das ações de educação e conscientização da sociedade para a problemática ambiental e a partir da década de 90 é que veremos um verdadeiro boom de entidades ambientalistas no país.

É então partindo do princípio de que a problemática ambiental ganha grande preponderância no cenário brasileiro, que nosso trabalho busca ampliar ainda mais a discussão ambiental, tanto dentro da própria Universidade Federal de Sergipe, quanto na comunidade que tem acesso à programação da Rádio UFS FM, levando a



conscientização e a educação ambiental para fora dos muros universitários e beneficiando a população como um todo.

## 2 - JUSTIFICATIVAS

Visto que a temática ambiental é assunto de ampla vertente e de grande importância, quatro professores do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe (UFS) que atuam nas áreas de Jornalismo, Audiovisual, Publicidade e Propaganda, Marketing e Mídias Sociais consideraram que o momento era propício para ampliar a discussão ambiental dentro da universidade, uma vez que esta já conta com três programas de pós-graduação e dois grupos de pesquisa centrados em questões do Meio Ambiente natural, do desenvolvimento sustentável e da relação sociedade-natureza.

Desta forma, foi criado o Laboratório Interdisciplinar de Comunicação Ambiental (LICA), um grupo de pesquisa e produção experimental por que têm como proposta mapear o campo da comunicação ambiental no Brasil, com foco no Nordeste. Além disso, apresenta referências teóricas, metodológicas e tecnológicas para a configuração da consolidação de um campo de comunicação ambiental focada no desenvolvimento regional sustentável e de articular uma rede interdisciplinar de pesquisadores interessados na abordagem das interfaces entre mídia e meio ambiente.

Como uma das ações executadas pelo grupo, o primeiro produto de inserção do LICA em produções experimentais é o quadro “Rádio e Meio Ambiente” com o propósito de atender à necessidade de projetos que envolvam os alunos de Comunicação Social no território de atividades extra-classe. Assim, ligando o estudo e a prática, desenvolveu-se uma produção radiofônica voltada para as temáticas relevantes do ambientalismo dentro da rádio universitária, a Rádio UFS FM. Foi escolhido o rádio como primeiro meio de comunicação a ser trabalhado pelas ações ambientais planejadas pelo grupo por ter uma forte relação com o ouvinte massivo e de fácil consumo.

O “Rádio e Meio Ambiente” são spots com periodicidade de renovações mensais, previamente gravado e transmitido pela Rádio Universitária da Federal de Sergipe,



localizada no município de São Cristovão, Sergipe, produzidos pelos estudantes bolsistas do projeto de extensão “O meio ambiente no cotidiano: educação ambiental na Rádio UFS” do LICA com registro no Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Extensão da Universidade (PIBIX). Tendo uma duração aproximada de 30 a 60 segundos, o quadro é pautado com questões ambientais, variando entre avisos, curiosidades, dicas e datas comemorativas do calendário ambiental.

Trabalhamos então com a perspectiva de Sachs (1986) de ecodesenvolvimento. Segundo ele, essa é uma meta baseada em seis caminhos fundamentais: satisfação das necessidades básicas; solidariedade com as gerações futuras; participação da população envolvida; preservação dos recursos naturais e do meio ambiente; elaboração de um sistema social que garanta emprego, segurança social e respeito a outras culturas e programas de educação. Nesse sentido, pretendemos explorar uma visão ambiental ampla, contribuindo de forma concreta na construção de uma perspectiva ecologicamente responsável por parte da comunidade sergipana.

Por fim, o projeto investe na publicidade radiofônica, explorando os recursos do rádio enquanto meio de comunicação: de fácil consumo, massivo. Pelo uso da música e da sonoplastia reforça o efeito da palavra, dando maior impacto ao texto. Um eficaz meio educativo, capaz de atingir os mais diversos públicos. Segundo Blanco (2005, p. 154), “o rádio resgata, pela força de seu conteúdo tecnológico, o vínculo das pessoas com sua comunidade”. Diante disso, o projeto pretende explorar o potencial do rádio de *vincular* socialmente, contribuindo na construção da cidadania.

Para McLuhan o rádio é um meio de comunicação quente, porque atinge, inicialmente, um único sentido do ser humano e o faz de maneira intensa, para depois envolver os demais sentidos. Ou seja, mexe com a capacidade de interpretação do ser humano fazendo com que as emoções transmitidas pela voz do locutor o atinjam diretamente. “O rádio é a extensão invisível do homem, pois desperta em todos, mesmo sem vê-lo, a noção de criação de imagens, e a associação daquilo que se ouve com o que se conhece. Atraindo a sociedade e a convidando a criar e imaginar seu complemento.” (MCLUHAN, 2001. p.334-345)



O rádio consegue levar à casa de todas as pessoas a transmissão de informações, por isso, este meio de comunicação tem importância fundamental na vida da sociedade, que toma conhecimento também dos fatos acontecidos fora de seu círculo social, a longas distâncias.

Hoje, o Brasil possui aproximadamente quatro mil emissoras de rádio, enquanto que nos Estados Unidos existe cerca de nove mil. Dadas as condições históricas, sociais e culturais, dentre elas o analfabetismo, o rádio tem importância maior entre nós do que entre os americanos. (Barbeiro, 2001, p. 13). A verdade é que grande parte da população brasileira ainda ouve o rádio, embora seja grande a predominância de outros meios de comunicação como a televisão e a Internet. É através do rádio que populações afastadas dos centros urbanos têm acesso às informações que não se fazem disponíveis sem que haja o deslocamento para a cidade.

Dessa forma, a difusão de informações para um grande número de pessoas de forma breve e simples é uma das vantagens de se construir uma educação ambiental através do rádio. Além disso, o veículo tem ainda um papel subjetivo na vida de seus ouvintes: a capacidade de interação e empatia que a emissora de rádio, os ouvintes e os apresentadores exercem uns nos outros como trocas de confidências, formando uma rede de contatos e amizades.

É nesta perspectiva que podemos perceber a importância de uma educação ambiental através do rádio. Sendo um meio de comunicação de grande alcance e poder de atração, a discussão das problemáticas ambientais, sejam por meio de programas radiojornalísticos ou mesmo campanhas publicitárias de conscientização ambiental, mostra-se necessárias, apostando-se na eficácia que esse tipo de comunicação pode proporcionar na difusão das informações.

Em nosso projeto, tentamos empregar os conhecimentos adquiridos acerca do poder do rádio como veículo transmissor de informações para utilizá-lo como um meio de comunicação de cunho didático e educativo. Através da produção mensal de spots com temáticas ambientais veiculados na rádio da própria universidade – Rádios UFS FM -, o projeto fomenta, pela força da transmissão radiofônica, a consciência ambiental na



comunidade acadêmica e seus arredores, difundindo a ética ecológica como uma prática simples no cotidiano.

### **3 – OBJETIVOS**

Geral

- Produzir spots sobre educação ambiental, difundindo a ética ecológica como uma prática simples no cotidiano.

Específicos

- Relacionar o nome da UFS a intervenções de educação ambiental.
- Fomentar uma visão ecologicamente correta na comunidade sergipana.
- Realizar oficina de produção radiofônica para os alunos.
- Propiciar experiências de criação e produção radiofônica para os alunos de Comunicação Social.
- Realizar oficinas de conteúdo sobre temáticas ambientais para os alunos, auxiliando na criação e produção dos spots.
- Contribuir com o propósito da Rádio UFS de intervir na disseminação de conteúdos educativos.

### **4 - MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS**

Este projeto baseia-se na produção de spots, que são peças radiofônicas publicitárias de 30 a 60 segundos de duração. O objetivo é produzir um mínimo de quatro spots por mês, alimentando regularmente o espaço da Rádio UFS destinado à publicidade educativa.

A cada mês, são produzidos um mínimo de quatro novos spots sobre educação ambiental versando sobre os mais diversos sub-temas: coleta seletiva, preservação dos mares e rios, alimentação saudável, produtos orgânicos, poluição do ar, poluição sonora etc.



## 5 - DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os spots produzidos pelo Rádio e Meio Ambiente são peças didáticas direcionadas a todo o público ouvinte, que se mantém informados em situações cotidianas, como no trânsito, peças unitárias com a curta duração entre trinta e sessenta segundos faz com que ajude na conscientização ambiental da maneira como as atuais gerações vivem: acelerada e sem tempo.

Datas importantes relacionadas ao tema em foco também terão spots especiais. Será o caso, por exemplo, da Semana do Meio Ambiente (mês de junho) e do período de lançamento da Campanha de Coleta Seletiva do Campus de São Cristóvão (em fase de implantação).

Com um método simples de gravação, um microfone e um estúdio de gravação, a produção acontece de forma mensal e em seguida editado e mixado por um técnico em radialismo. Os spots são iniciados por uma vinheta de abertura, seguido pelo locutor que fala e/ou dá dicas de como ter um comportamento ecologicamente correto e contribuir na preservação do Meio Ambiente e o encerramento se dá com uma vinheta de passagem que introduz a ficha técnica e a produção do produto se utilizando de uma linguagem radiofônica que, para Ferrareto:

“A linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um destes elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem”.  
(FERRARETO, 2000, pg. 26)

Mesmo se utilizando da linguagem sonora, a produção do conteúdo compreende o uso da linguagem escrita com a construção dos textos com uma linguagem coloquial, informal e que chame a atenção do público.

Todos os produtos se utilizam de uma linguagem clara, objetiva e clara para que a mensagem seja transmitida num curto espaço de tempo. Isto e, fornece o máximo de informação, com o mínimo de texto interagindo e envolvendo o locutor e o ouvinte.



### **5.1. O Spot como ferramenta eficaz de conscientização e educação ambiental**

Spot, também conhecido como anúncio radiofônico ou comercial de rádio, configura-se em uma mensagem publicitária sonorizada com a ajuda dos quatro elementos da linguagem radiofônica: a voz, a música, o efeito sonoro e, eventualmente, o silêncio. De acordo com o Ateliê das Letras, site com conteúdo sobre redação publicitária, por se tratar de uma produção sonora, o spot é uma forma de comunicação simples, rápida e de baixo custo

também conhecido como anúncio radiofônico ou comercial de rádio, nada mais é do que uma mensagem publicitária sonorizada com a ajuda dos quatro elementos da linguagem radiofônica: a voz, a música, o efeito sonoro e, eventualmente, o silêncio (ATELIÊ DAS LETRAS, 2011)

É por meio da música e da sonoplastia integradas, que reforçam o efeito da palavra produzindo um maior impacto ao texto de caráter ambiental, que nosso projeto realiza spots educativos para um meio de comunicação massivo e de fácil consumo. A narração, por meio da fala dos locutores, apoiada por trilha musical, vinhetas, efeitos sonoros devidamente mixados e editados, criam um cenário atraente para o ouvinte, que assim, fica atento à mensagem, levando-o a refletir sobre o tema.

Neste sentido, o rádio se configura como um veículo comunicativo com a capacidade de transmissão de uma educação popular. É pelo viés popular, que a educação ambiental ganha outro sentido, distinto daquele vinculado à concepção erudita e formal advinda da educação recebida dentro da própria escola. Por meio do rádio, a educação e conscientização ambiental tornam-se acessíveis e, simultaneamente, atrativas para os ouvintes, garantindo uma maior chance de aceitação da mensagem vinculada e, posteriormente, uma efetiva introdução do conteúdo divulgado em sua realidade social.

## **6 - CONSIDERAÇÕES**

O programa é uma oportunidade de aprendizado para os alunos participantes, pois possibilita a prática do aprendizado acadêmico, exposto a uma vitrine que reflete o lado profissional no aluno. O resultado produzido vai além da capacidade de organização e produção de um produto radiofônico. Alcança o verdadeiro objetivo da comunicação, a





prática do lado social que, conforme um dos objetivos do projeto, ajuda no fomento de uma consciência ecologicamente correta na comunidade sergipana

## REFERÊNCIAS

ATELIÊ DAS LETRAS **Spots de Rádio: criação e produção**. Acesso em 12 de abril de 2011 Disponível em <<http://www.ateliedeletras.com.br/html/spots-radio.php>>

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de Radiojornalismo – Produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BIANCO, Nélia R. del & MOREIRA, Sonia Virginia (org.). **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999.

ESTEVAM, F.H.C; PESTANA, G.S.; LEAL, T.R. **Ambientalismo: Uma perspectiva histórica**. Trabalho apresentado à disciplina História das Sociedades Contemporâneas da UFPE, 2008

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio - O veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2000.

FUNDAJ. **O Uso do Rádio na Educação e Comunicação Ambiental**. Acesso em 10 de abril de 2011. Disponível em <<http://www.fundaj.gov.br/geral/nesa/LivretoOUsodaRadionaEducacaoeComunicacaoAmbiental.pdf>>

JACOBI, Pedro. **Movimento ambientalista no Brasil. Representação social e complexidade da articulação de práticas coletivas**. In: Ribeiro, W. (org.) Publicado em Patrimônio Ambiental – EDUSP – 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MEDITSH, Eduardo. **O rádio na era da informação**. Florianópolis: Insular, 2001.

SACHS, Ignacy - **Ecodesenvolvimento. Crescer sem destruir**. São Paulo: Vértice, 1986