



Entre o Popular e o Populista: um estudo do papel social do rádio no programa Canal Aberto¹

Gabriele WELTER²
Ricardo PAVAN³

Universidade do Oeste de Santa Catarina, São Miguel do Oeste, SC

RESUMO

A existência de um programa que se caracteriza como popular dentro de um veículo de comunicação como o rádio que já possui essa característica por natureza, nos instiga a descobrir aonde leva essa exacerbação da proximidade com o público. A presente pesquisa visa fazer um estudo do papel popular e assistencialista do rádio, a partir do Programa *Canal Aberto*, da Rádio Integração AM 1180, de São José do Cedro – Santa Catarina. Para isso, buscamos nos mais diversos referenciais uma base que fundamentasse a nossa pesquisa em um programa que ganha tanta audiência, por ser portador de um discurso assistencialista, em que se procura resolver casos particulares de pessoas que buscam o programa para receber roupas, calçados, eletrodomésticos, remédios e os mais diferentes pedidos.

Palavras-chave: Rádio; popular; assistencialista; discurso; audiência.

1 INTRODUÇÃO

O avanço e popularização da televisão, fez com que muitas vezes se pensasse que o rádio perderia espaço, porém, ele conseguiu se manter em evidência ressaltando a característica que desde o seu início foi a mais forte: a popularidade. É a proximidade que o rádio mantém com o seu público, garante sua sobrevivência. Ele se coloca como companheiro e amigo do ouvinte estabelecendo uma relação de cumplicidade e fidelidade.

Aliar o fato de que o próprio meio já é considerado popular à existência de programas que se identificam como populares dentro da grade de programação, nos traz uma inquietação a partir de uma pré-observação: essa exacerbação do popular remete ao populismo e ao assistencialismo.

Martín-Barbero (2003), apresenta o surgimento do populismo no Brasil, no governo de Getúlio Vargas, além do modelo populista proposto por Lázaro Cárdenas, no México em 1934, onde a massa passa a ser vista como protagonista da política

¹ Trabalho apresentado no IJ 07 – Interfaces Comunicacionais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Acadêmica do 8º período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo – UNOESC- SMO, email: gabriele.welter@yahoo.com.br

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, UNOESC-SMO, email: pavanfront@yahoo.com.br



nacional. Partimos de uma perspectiva histórica do populismo, que surge em uma época em que, graças ao êxodo rural, as cidades se enchem das massas de trabalhadores. Conforme Lopes (1988), o discurso populista encontra nas ondas do rádio a melhor forma de penetrar no ambiente de grande parte da população.

A característica popular do rádio pode ser verificada em uma das definições de Roquette-Pinto, para o veículo de comunicação que acabava de ser instalado no país. “O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que realizem com o espírito altruísta e elevado” (ROQUETE PINTO apud. FERRARETO: 1997: 97).

Devido ao baixo custo, a instantaneidade, e a praticidade no seu uso o rádio pode, segundo Pavan (2002), ser elevado ao patamar de meio de comunicação de maior relevância social. Mas uma característica determinante para isso, é o fato de que o rádio transpõe as barreiras do analfabetismo e até mesmo a falta de energia elétrica. “Poucos conseguem entregar a mensagem com a mesma linguagem, com o mesmo sotaque, nas cores, nos símbolos, nos valores, usos e costumes da comunidade local” (FRANZÃO, 2006, p. 58).

Uma das formas com que o rádio se apresenta é exercendo o papel do Estado, desempenhando uma função assistencialista e paternalista. De acordo com Nunes (2000), o rádio acaba, nesse momento, substituindo o Estado, preenchendo espaços que ele e suas instituições não conseguem ocupar “As necessidades prementes dos ouvintes são atendidas em certa medida, por esses radialistas que exercem grande força carismática sobre o seu público, acumulando uma espécie de capital pessoal” (NUNES, 2000, p.43).

Ainda de acordo com Nunes (2000), a população acaba por vislumbrar o radialista como um “delegado do ouvinte”, uma vez que ele vai à busca da resolução dos problemas do ouvinte, mostrando-se como um agente de transformação social.

2 RÁDIO INTEGRAÇÃO DO OESTE AM 1180

Com sua sede localizada no município de São José do Cedro, Extremo-Oeste Catarinense, a Rádio Integração AM 1180 é o primeiro veículo de comunicação implantado na cidade, em 1977. Há que se destacar aqui a relevância da emissora para a cidade de São José do Cedro, como difusora das informações e da cultura local e regional. Por ser a rádio que durante muito tempo “reinou” sozinha em São José do



Cedro, a Rádio Integração AM 1180 conquistou a confiança e a credibilidade da população, mostrando-se sempre presente nos maiores acontecimentos e eventos da comunidade Cedrense, firmando-se como um meio de comunicação popular.

2.1 O “NOSSO” PROGRAMA CANAL ABERTO

Um dos programas de maior destaque da emissora é o *Canal Aberto*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira às 11 horas da manhã, há mais de 10 anos. Idealizado pelo então diretor da rádio, Nereo Lopes de Lima, o programa é composto por quadros e entrevistas, mas principalmente por campanhas que visam atender a causas sociais, mantendo vivo o ideal da emissora, que de acordo com Matias (2008), é ser uma emissora próxima da comunidade e envolvida com as causas sociais nos mais diversos âmbitos. Ao iniciar o programa, o atual apresentador, Argeu Padilha, diz para os ouvintes que está entrando no ar o “nosso” programa *Canal Aberto*. Tal atitude demonstra o esforço do locutor em repassar a idéia de que o ouvinte é peça fundamental na produção do programa.

O programa foi criado, segundo Argeu Padilha (informação verbal)⁴, com o intuito de ser um programa que tivesse uma identidade e uma ligação forte com a comunidade na questão social. “Então a intenção do programa é justamente essa, é mostrar o problema, mas ao mesmo tempo você ir buscar a solução pra ele. Porque você expor a ferida é fácil, você tem que ter a pomada pra passar”. (informação verbal).⁵

O programa tem seu aspecto popular destacado pela linguagem utilizada, e pelos temas tratados como questões de saúde pública, informações de utilidade pública, questões relacionadas ao município ou mesmo à região que corresponde aos municípios de abrangência da Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR), de Dionísio Cerqueira. Mas o programa vai além dessas temáticas, fazendo com que além de popular, adquira um caráter assistencialista, que é onde acontece a maior parte das participações do público. Os pedidos são os mais diversos, desde roupas, calçados, material escolar, móveis e eletrodomésticos, casa para alugar, cadeira de rodas, etc. Esses pedidos são feitos por carta, telefone, ou até mesmo pela abordagem do apresentador na rua. Não há faixa etária específica que participa do programa, crianças também escrevem cartas pedindo brinquedos ou presentes de Natal ou Páscoa.

⁴ Entrevista concedida pelo comunicador Argeu Padilha, para esta pesquisa em 26 de outubro de 2010.

⁵ Entrevista concedida pelo comunicador Argeu Padilha, para esta pesquisa em 26 de outubro de 2010.



2.2 A PROXIMIDADE COM O OUVINTE

Faltando um minuto para as onze horas da manhã, um pras onze. Bom dia! Está no ar o Programa Canal Aberto, manhã de segunda-feira, dia 10 de maio de 2010. Outono brasileiro com um jeitinho bem de inverno né, coisa boa os primeiros friozinhos a gente sente um pouco mais, mas daqui a pouco já acostuma também, que maravilha! 15 graus, quatro décimos é a temperatura aqui na nossa Rua da Comunicação, a Rua Padre Aurélio, a umidade relativa do ar está boa, está em 53% nesse momento. Como é que foi o seu final de semana meu amigo, minha amiga? Foi bom? É?! Que Maravilha! Quem bom né... Que bom poder contar com a sua audiência, nesse início de semana, hoje é segunda-feira, início de semana e a gente como costumeiramente gosta de sempre, na abertura do nosso programa, pedir que Deus nos dirija durante todos os dias dessa semana, que tudo de bom, que tudo de melhor possa acontecer pra você e pra sua família, muita paz, muita saúde, muita alegria, sucesso nos negócios, sucesso na sua vida particular, sucesso no amor, em tudo a gente deseja só alegria, só felicidade pra você! Ta bom meu amigo? (PROGRAMA CANAL ABERTO, 10 de Maio de 2010).

Já no início do programa é possível perceber o quanto o comunicador Argeu Padilha se coloca como amigo do ouvinte, acentuando a proximidade com o público. Segundo Stertz in Marques de Melo (2003), o rádio propicia ao ouvinte e ao locutor manterem um diálogo mental, “E, pelo fato de a sensorialidade envolver o receptor, fazendo uma relação muito forte com o rádio, este apresenta mais uma marca específica: o intimismo” (STERTZ in MARQUES DE MELO, 2003, p. 155).

2.3 PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Uma das características mais marcantes do rádio, é a forma com que ele realiza uma certa “prestação de serviço” para a comunidade através do serviço de utilidade pública. Tais serviços, segundo Santos (2004), não se resumem a informações de “achados e perdidos”, mas atuam de maneira mais abrangente, sendo utilizado também como um espaço para as reivindicações dos mais diferentes segmentos da sociedade. Por mais que a finalidade desses quadros seja manter um público cativo e fiel, o rádio acaba por colocar no ar as reclamações e solicitações dos ouvintes dando maior visibilidade às suas demandas. As pessoas passam assim, a ver a sua rádio preferida como uma aliada fiel, para a solução dos mais diferentes problemas.



Há no programa, um quadro onde o locutor anuncia de forma gratuita, oportunidades de negócio, para os mais diferentes segmentos. Tanto para compra, quanto para venda.

Eu tenho aqui um negócio de ocasião, atenção! Vende-se quatro chácaras com dez mil metros quadrados cada e uma casa de seis por oito aceita-se carro no negócio, vende-se mais uma chácara com galpão de 340 m², próprio para fábrica de móveis com transformador de 35 KW, trifásico, também uma casa de moradia de 100m², e estrebaria com capacidade para dez vacas de leite, aceita-se no negócio uma *mercedinha*, é aquele caminhão mercedinha 609 né, 608, 610 tem também, 710 também, é aquele caminhão mercedinha, ta, aceita-se no negócio, maiores informações 054 99481302, ta certo, mais informações podem ligar pra cá. (PROGRAMA CANAL ABERTO, 10 de Maio de 2010.)

Outro quadro que também chama atenção, em relação à prestação de serviços é o *Bolsa de Emprego*, que segundo o próprio locutor faz com que o programa seja a maior agência de empregos do Extremo-Oeste Catarinense. Dessa forma pode ser atribuída ao rádio a mesma função que Amaral (2006), destacou no impresso. “Os jornais ajudam os leitores e enfrentar a burocracia, a conseguir um emprego, a defender o seu dinheiro, a garantir seus direitos e fiscalizar a qualidade dos serviços públicos.” (AMARAL, 2006, p. 59). Os veículos populares precisam se tornar imprescindíveis a vida do público e para isso fazem uso da prestação de serviço. É a necessidade de auxílio por parte da mídia que faz com que esse público apareça, ou seja, a existência pública dessas pessoas só é evidenciada quando elas ganham visibilidade pelos seus dramas.

Outro exemplo do serviço prestado pelo programa é o de utilidade pública. As temáticas encontradas vão desde a perda de documentos, da pessoa que envia recado para outra, pelo rádio, até avisos da Secretaria da Saúde ou de qualquer outra entidade municipal.

Olha, a Secretaria da Saúde aqui de São José do Cedro comunica que o Doutor Airton, do PSF Quatro não vai atender no Posto de Saúde amanhã, sexta-feira, dia 25 de junho, comunica também que amanhã o atendimento em Padre Réus será das 13 às 19 horas, aliás o atendimento no serviço público de São José do Cedro amanhã, todo ele será das 13:30 às 19 horas em São José do Cedro. Já em Guarujá do Sul e Princesa eu conversava agora a pouco com o pessoal da secretaria da saúde, vai ser então das 7:30 as 10:30, depois da uma e meia da tarde até as cinco da tarde. (PROGRAMA CANAL ABERTO, 24 de Junho de 2010).



2.4 O ASSISTENCIALISMO NO RÁDIO

O programa *Canal Aberto*, figura também como um espaço para que as pessoas façam as mais diversas reclamações e reivindicações. Os ouvintes buscam fazer com que a mídia mobilize não somente a população, mas também o poder público. A maioria dos veículos, segundo Amaral (2006), constrói um tipo de **espectador** que se torna dependente desse assistencialismo, pois ali é o espaço que elas encontram para contar suas histórias ou as injustiças contra elas praticadas. “Baseiam-se na idéia de que o público precisa de muita prestação de serviço, entretenimento e intermediação com o poder público, mas nada que ultrapasse muito uma visão doméstica de mundo” (AMARAL, 2006, p. 62).

Tem moradores aí da Rua Santos Dumont, próximo ao bairro Promorar, que estão dizendo o seguinte, olha tem terrenos baldios aí que nós mesmos, os moradores fizeram a limpeza do terreno para o lixo não tomar conta, pro matagal não tomar conta do terreno, mas o proprietário parece que até agora não atentou para esse detalhe ainda, e que precisa fazer a limpeza do terreno, aliás essa é uma questão que a gente ta trazendo, levantando, já também e eu estou aguardando o pessoal da Vigilância Sanitária, aqui de São José do Cedro né, o Marcos, pessoal aí da Dengue também, que está vendo aí a forma legal para que os proprietários desses terrenos baldios possam fazer a limpeza do terreno regularmente, não adianta fazer uma vez e depois esquecer, tem que fazer a limpeza regularmente, ta, algo previsto em Lei para que os proprietários desses terrenos baldios façam a limpeza, nós temos aí a questão gente, principal é a Dengue, e a gente tem que cuidar, mas tem outros fatores, fator estético, fica feio aí um terreno baldio todo cheio de mato, junta lixo, bicho e outras coisas mais, ta bom. Então nessa semana a gente vai procurar o pessoal aí pra ver o que ficou acertado nessa questão também (PROGRAMA CANAL ABERTO 10 de maio de 2010).

O radialista se transforma no que Nunes (2000), denomina como “Delegado do Ouvinte”, uma vez que a sua proximidade e o trabalho social que realiza junto ao público, fazem com que ele conquiste a credibilidade, confiança, carinho e respeito do público. Em relação ao campo simbólico em que o radialista atua, podemos considerar que além do papel de intermediador da população com o Estado, ele passa a exercer as suas funções. Segundo Grisa (2003), quando o Estado se mostra deficiente, o rádio de audiência popular reforça o seu sentido solidário.

Com uma trilha de fundo marcante, o locutor além de expor os problemas deixa clara a sua indignação em relação ao fato em questão, que é percebida pelo tom de voz



utilizado. As reclamações encaminhadas são as mais variadas, indo desde os terrenos baldios que estão tomados pela capoeira, até a morte de animais por envenenamento.

Morador do bairro jardim reclama que deram veneno para o seu cachorro de estimação, e a preocupação maior é que ele tem um filho de um ano e oito meses e teme que o menino possa ter contato com esse veneno. Ela pede para que essas pessoas tomem consciência, coloquem a mão na consciência, e parem de fazer esta barbaridade, o bichinho não tem nada a ver com o possível desafeto aí, ta, então, por favor, não façam esse tipo de barbaridade. Moradores do Bairro jardim também entraram em contato com a nossa produção que sempre estão envenenando gato, cachorro, isso é uma vergonha! Isso é uma barbaridade, isso não se faz, então a gente já registrou várias vezes esse tipo de denúncia aqui no programa Canal aberto e a gente ta pedindo para que as pessoas tomem consciência a esse respeito (PROGRAMA CANAL ABERTO 14 de Maio de 2010).

O programa CANAL ABERTO, permite que as pessoas tornem-se os atores principais das histórias que são contadas. No caso citado, o ouvinte se coloca como vítima de alguma pessoa mal intencionada que deu veneno para o seu cachorro, mas ressalta que a preocupação dele não se restringe ao animal, mas também ao seu filho que ainda é pequeno. Mas dá uma pista de que sabe quem pode ter sido o autor da “barbaridade”, pois destaca que o bichinho não tem nada a ver com o “possível desafeto”. A mídia é um instrumento de poder e a partir do momento em que a comunidade tem acesso a esse instrumento, o utiliza para intimidar aqueles que por algum motivo estejam indo contra o seu bem-estar.

O quadro que mais chama atenção no programa é o que tem relação direta com o assistencialismo. As pessoas ligam ou enviam cartas ao programa com a finalidade de suprir as suas carências, enviam seus argumentos na busca de convencer o público de que ela precisa de determinado donativo e não tem condições de comprar. “O assistencialismo, outro viés da utilidade da mídia faz com que os populares apareçam como coitados que precisam ser ajudados” (AMARAL, 2006, p. 69). No assistencialismo as pessoas são ajudadas a conquistar direitos, que muitas vezes já são seus por natureza, mas que não são atendidos. As pessoas sentem-se rejeitadas pelo Estado enquanto instituição mantenedora da ordem e do bem estar social, e procuram uma alternativa no programa CANAL ABERTO.



Olha só, eu tenho um pedido pra fazer aqui no programa, antes de fazer a próxima matéria: “Prezado Locutor, eu gostaria de ganhar uma cama de casal com colchão e uma mesa com cadeira, não temos nesse momento condições de comprar, estamos desempregados e meu esposo e um filho, nós temos aí um problema de saúde, e neste momento a gente não pode trabalhar. Então aí a gente tá precisando de uma cama de casal com colchão, e uma mesa com cadeira, meu nome Rosemar Lopes da Silva, moro no Rua Amambuí, Bairro Jardim”, tá gente, então se alguém aí puder ajudar, pra que a gente possa passar esses móveis aí pra Rosemar Lopes da Silva, . (...) Se você for doar, doe, por favor alguma coisa que vale a pena pra pessoa que vai ganhar, tá. A gente agradece de coração o que as pessoas estão fazendo. Só que às vezes tem umas pessoas que mandam uns móveis aí que pelo amor de Deus. Quer dizer, isso não é caridade, isso não é amor ao próximo, por que quando é a caridade o amor ao próximo eu vou doar alguma coisa que realmente pode ser útil para o meu próximo, que possa realmente ser aproveitado por quem receber. Se a pessoa tá pedindo aqui no nosso programa é porque não tem condições, então, por favor, faça isso e eu tenho certeza de que Deus vai ter recompensar grandemente (PROGRAMA CANAL ABERTO, 11 de Maio de 2010).

O locutor chama a atenção das pessoas tentando fazer com que elas tomem como uma responsabilidade sua ajudar os outros, incentivando a caridade e o amor ao próximo. Mas o fato que mais chama atenção nesse trecho é uma característica que aparece em todos os programas - a religiosidade. Como se trata de uma cidade pequena, de interior, onde a religiosidade é muito forte, o fato de o locutor mencionar e demonstrar a fé que tem em Deus faz com que ele adquira ainda mais credibilidade perante o público. Sua imagem se afirma como um homem solidário, preocupado com os problemas da sociedade e que crê em Deus. De acordo com Volpato (2010), não podemos esquecer de que a religião e a religiosidade estão diretamente ligadas à cultura de um povo, e por isso é um assunto que tem visibilidade nos meios de comunicação das comunidades.

É interessante notarmos o apelo participativo do programa, destacado também por uma das vinhetas do programa “Ligue para a gente e faça valer o seu direito”. Percebe-se uma característica da emissora e que ganha grande destaque no programa, que é o investimento no “estar com” o ouvinte, fazendo com que ele sinta-se como peça fundamental da programação. O ouvinte, nesse caso sobe de posição, o que além de popularidade, cria uma relação de afetividade e confiança com a emissora.

O sentido afetivo é despertado a maneira que o rádio se configura como promotor de intimidade, o que permite, segundo Grisa (2003), que os ouvintes estabeleçam relações com o programa que são constituídas basicamente por laços



emocionais. O rádio não esconde o sentimento do ouvinte, ao contrário, ele vai tomar posse dele para obter audiência.

O principal sentido despertado no programa é o da *solidariedade*. Nesse caso o rádio passa a ser visto, conforme Grisa (2003), como promotor de *ajuda* que é destinada as pessoas mais necessitadas, sejam elas pessoas enfermas, desamparadas, que tenham algum problema na sua comunidade ou com sua família, e que não conseguem resolver tais problemas sozinhos. As pessoas abrem suas vidas no programa, expõem o seu problema e buscam soluções.

Através de uma linguagem particular e dotado de certa dramaticidade o locutor faz o pedido e subseqüentemente o apelo para que a comunidade participe e doe o item que é pedido pelo ouvinte.

Cartinha Urgente! “Oi, eu sou Laudinéia, moro no Bairro Pró-morar, eu resolvi escrever pro teu programa Padilha porque eu estou precisando de um nebulizador, eu tenho 14 anos e fica difícil ir ao Posto de Saúde todos os dias fazer nebulização, então é o seguinte Padilha, eu estou pedindo e desde já eu fico agradecida, se alguém tiver um nebulizador pra me dar, aproveitando, eu gostaria de pedir também forros de cama, lençóis e cobertas, estou realmente precisando muito, eu agradeço tudo que vocês fizerem por mim.” Laudinéia! A gente vai ver se consegue um nebulizador pra você, gente olha! Ela tem 14 anos, todos os dias ela precisa fazer nebulização, agora no inverno, mais freqüente ainda porque a gente sabe que quem tem problema de respiração precisa fazer nebulização, a coisa fica mais séria ainda nessa época do ano, então, se alguém puder doar um nebulizador pra gente entre em contato. Tem um lá na sua casa, está jogado? Ou seja, guardado em uma caixa lá ocupando espaço, você não está usando, que bom! Agradeça a Deus que você não usa, que não precisa usar também, então doe pra essa menina aqui, a Laudinéia, ela tem 14 anos e ainda mais precisa também forros de cama, lençóis e cobertas. Muito Bem! Laudinéia a gente vai ver se consegue ainda nesta semana. Olha só, outra pessoa que precisa aqui também, de forros de cama, de cobertores, ela diz assim ó: “Escrevo essa carta pra pedir uma ajuda, Argeu! Estou pedindo roupas, calçados quentes pra ir a aula e forros de cama e também uma cesta básica, eu não tenho condições, nesse momento a minha situação realmente não é das melhores, trabalho por dia, tenho 5 filhos, sou só eu e meus filhos, eu agradeço se for atendida, somos em 3 meninos e 2 meninas, de 3 a 14 anos, todos estudam, eu me chamo Isabel Almeida, e moro na Mariflor.” Então gente, esses dois pedidos eu gostaria de atender essa semana, não é muita coisa eu sei que se todos nós doarmos um pouquinho vai ajudar. Roupas, forros de cama, cesta básica, calçados quentes, e nós vamos passar isso pra Isabel Almeida da Mariflor. E, a Laudinéia precisa aí também de cobertores, lençóis, de cobertas, enfim, pra se protegem do frio. Tá gente, esses dois pedidos que eu faço hoje no nosso Programa. (Programa CANAL ABERTO, 12 de Maio de 2010).



O locutor começa destacando a carta, “Cartinha Urgente”, o que já faz com que aquelas pessoas que costumam ouvir o programa, aumentem o volume do rádio. A trilha oficial do programa sai e entra em BG, uma trilha melancólica, que vai dar maior ênfase ao pedido. As pessoas valem-se da condição em que se encontram, nesse caso o locutor do programa argumenta, que a menina tem apenas 14 anos e precisa ir ao Posto de Saúde todos os dias, que, diga-se de passagem, é um tanto distante da localidade onde a menina reside. “Há muitos programas que se apóiam em depoimentos de cidadãos comuns sobre os seus dramas particulares, em que o povo não aparece em sua realidade cultural, mas em seu lado grotesco, feio, deformado, miserável, vítima, sem destino” (AMARAL, 2006, p. 44).

O locutor mais uma vez interpela para que as pessoas doem, para que agradeçam a Deus se elas têm um nebulizador e não precisam usar, conseguindo assim sensibilizar um número maior de pessoas. O compromisso com quem pede é firmado pelo apresentador quando ele diz: “Então gente, esses dois pedidos eu gostaria de atender essa semana, não é muita coisa eu sei que se todos nós doarmos um pouquinho vai ajudar”. O que chama a atenção aqui não é apenas a interpelação do ouvinte por parte do locutor, mas principalmente a personalização do pedido. Ou seja, o apresentador “toma as dores” do ouvinte, quando diz “*eu* gostaria de atender (...) *eu* sei que se todos...”, personalizando o assistencialismo.

Por prestarem ajuda a determinados grupos e utilizar isso como parte de sua programação, os meios de comunicação assistencialistas são bem vistos pela sociedade, pois ela vê o veículo e o programa, bem como o apresentador como alguém que ajuda as pessoas. Há nesse contexto a visualização locutor como um herói, que auxilia a população e soluciona os seus problemas. O rádio tem esse poder de fascínio sobre o público e o locutor, principalmente desse tipo de programa não é considerado apenas um profissional, mas ganha certo *status* de personalidade na cidade.

A figura do locutor é construída segundo Nogueira (2008), a partir da voz emitida e ouvida. Por superar a solidão e os problemas cotidianos ele se torna o “centro de referência” para as pessoas que estão na solidão, acabando por trazer para elas “consolo e segurança”. O próprio apresentador do Programa afirma que há um “antes e um depois do programa” em sua vida

A relação do locutor é tão próxima, que não há idade para escrever cartas e fazer seus pedidos ao programa. Crianças enviam cartas enfeitadas em busca da realização de seus desejos. Chama-nos a atenção com que o locutor se direciona as meninas,



intitulando-se de “Tio Padilha”. Voltamos aqui a uma situação que já havia sido destacada pelo locutor anteriormente, que pessoas que não se identificam não têm seus pedidos divulgados e atendidos. Nesse caso, mesmo contra essa “nova regra” o locutor fala que as meninas pedem um violão, porque querem aprender a tocar na Igreja, e depois de divulgar o pedido delas diz que não pode pedir o donativo para elas.

Onze horas e um minuto, olha eu tenho um pedido aqui no programa, até uma cartinha muito bonita do sonho de duas meninas, uma de 12 e uma de 14 anos, de ter um violão, só que é o seguinte queridas, elas escreveram aqui, que “gostaríamos que não divulgassem o nosso nome”, nesse caso, o **Tio Padilha** não vai poder fazer o pedido, porque é uma regra do programa, que a gente já implantou há algum tempo e se eu abrir uma exceção aí não vai dar certo, o pessoal que faz pedido, só faz pedido a partir do momento que divulga o seu nome, ta certo. Então se vocês quiserem, resolverem, sem problema nenhum eu vou pedir o violão, cada uma pede um violão aqui, porque elas querem aprender a tocar violão e querem tocar na igreja na comunidade, nos cultos, nas missas e uma tem 10 e outra tem 14 anos de idade e elas querem muito, tem o sonho muito grande de ter este violão ta, ou dois violões, um pra cada uma ou um só já estaria bom, mas como elas escreveram na carta que “não gostaríamos que divulgassem o nosso nome”. Então eu não vou poder fazer o pedido se não divulgar o nome, porque eu não posso abrir uma exceção nesse sentido, porque senão não vai dar muito certo, quando é pra doar, aí tudo bem é outro departamento, agora quando é pra pedir aí a regra do programa, uma regra básica que a gente já implantou, repito, há algum tempo, é de que se diga o nome, senão não tem outra maneira (PROGRAMA CANAL ABERTO, 24 de Junho de 2010).

2.5 UM PROGRAMA RENTÁVEL

Além de ter grande popularidade, o programa CANAL ABERTO, traz um bom retorno comercial para a emissora. Isso pode ser percebido pela quantidade de espaço comercial que não se resume apenas ao intervalo, mas também intervenções feitas ao vivo pelo comunicador.

A questão comercial do programa é muito forte. Segundo o apresentador do Programa, tem empresas que estão na fila, para, assim que surgir uma vaga, patrocinarem o programa.



O programa CANAL ABERTO supervalorizou a questão comercial, antes ele tinha um determinado valor, mas a partir do momento que ele passou a ter uma credibilidade maior, a gente conseguiu explorar mais esse valor e também as pessoas procuraram, “quais são os horários mais procurados?” CANAL ABERTO, Jornal do Meio-dia e futebol. Do rádio AM, do legítimo rádio AM, são os três carros-chefe. Então ele deu uma dimensão assim que, nossa! Em termos comerciais ele está muito bom. Pena que só tem meia hora, (...) você ter 10 comerciais em meia hora de programa, que é o que nós temos hoje e tem mais 8 ou 10 querendo entrar, mas não tem como você “inchar o negócio”, o pessoal vai fazer comercial, por essa questão da credibilidade a questão comercial traz retorno para a rádio (informação verbal)⁶

Segundo o próprio locutor, o programa prefere ter uma peculiaridade que se encontra na novela, quando o espectador fica com o “gostinho de quero mais”, por isso, muitas vezes, o apresentador no final do programa, diz sobre o que vai falar o programa seguinte. “Olha, tem outro pedido aqui também, deixe-me ver aqui também, bom, vamos deixar pra amanhã esse pedido, é uma cartinha aqui muito emocionante também, é um pedido de ajuda aqui no nosso programa...” (PROGRAMA CANAL ABERTO, 11 de Maio de 2010).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa foi motivada pelo desejo de se buscar as matrizes populares e assistencialistas presentes no programa CANAL ABERTO, veiculado de segunda a sexta-feira às 11 horas da manhã na Rádio Integração AM 1180, do município de São José do Cedro – Extremo Oeste de Santa Catarina. Chamou-nos a atenção a exacerbação do popular, que se reflete em uma programação que vai além ao apresentar características populistas e assistencialistas.

O fato de o programa ser ao vivo faz com que, segundo Salomão (2003), se busque seduzir o ouvinte por uma linguagem coloquial, pelo imprevisto, imediatismo e exigência de síntese na enunciação do fato, do conteúdo. É uma questão estética de grande relevância, pois o fato do rádio ser composto somente por áudio faz com que ele cativa muito mais a imaginação das pessoas e com isso, acabe por se tornar uma experiência mágica de perguntas e respostas imediatas formadas por emoções sucessivas. No populismo, a massa é colocada como responsável por algum acontecimento. Isso oferece ao ouvinte a possibilidade de sentir-se parte fundamental do processo de comunicação, fazendo com que ela mantenha um vínculo com determinado

⁶ Entrevista concedida pelo comunicador Argeu Padilha, para esta pesquisa em 26 de outubro de 2010.



programa ou emissora. Cabe ressaltar, que também o apresentador do programa CANAL ABERTO, Argeu Padilha, viu sua popularidade aumentar significativamente após tomar a frente do programa. Já destaca Canclíni (2003) que os valores de um povo, quando assumidos por um líder carismático, reconhecem a ordem administradas por eles e que dá aos setores populares a confiança de que eles são participantes de um sistema que os inclui e reconhece.

Ao buscarmos o entendimento dos sentidos que são promovidos pelo programa CANAL ABERTO, percebemos que muito além do aspecto comunitário, há o despertar de um sentido muito comum nesse tipo de programa, o de *solidariedade*. Nesse caso o rádio passa a ser visto, conforme Grisa (2003), como promotor de *ajuda* que é destinada às pessoas mais necessitadas, sejam elas pessoas enfermas, desamparadas, que tenham algum problema na sua comunidade ou com sua família, e que não conseguem resolver tais dificuldades sozinhas. A diferença básica entre um programa comunitário e um programa solidário é que o primeiro vai em busca de causas sociais maiores, que beneficiarão todo um grupo ou comunidade, já o último está relacionado a solução de problemas particulares que não ultrapassem muito o limite do seu quintal.

O rádio deixa de ser apenas um veículo de informação e entretenimento e passa a ser instrumento de transformação social. Ele volta-se por completo para sua área de abrangência evidenciando a cultura, os costumes e principalmente as necessidades do *seu* povo. O rádio exerce, a partir daí o papel do Estado dando destaque ao assistencialismo e ao paternalismo presentes na atenção dada aos pedidos da população. A emissora radiofônica passa a preencher assim a lacuna que há entre a população e o Estado, seja na intermediação entre essas duas esferas ou mesmo cumprindo um papel que caberia ao Estado. O programa CANAL ABERTO, se apresenta como uma ferramenta de acesso ao poder público, mas também aparece em seu lugar, uma vez que é obrigação do Estado a manutenção do bem-estar social. O público do programa mostra-se extremamente carente, não só de donativos materiais como roupas, calçados e aparelhos eletrônicos, mas também de atenção do poder público e da sociedade, que supostamente não valorizam suas reclamações.

Outro fator de destaque que pôde ser percebido durante o estudo foi o caráter de utilidade pública do programa, que não se resume a quadros de achados e perdidos, mas vão além. O programa é utilizado como um canal para se fazer as mais variadas reivindicações dos mais diversos segmentos da sociedade, evidenciando assim as suas necessidades. Desde o terreno baldio ao lado de casa que está cheio de entulhos e



abandonado, até o cachorro do vizinho que late a noite toda, ou mesmo o animal que foi envenenado. A população vê no programa, um apoio para a solução dos mais diversos problemas.

Além de personalizar os pedidos dizendo “*eu* gostaria de fazer essa doação ainda hoje”, o locutor interpela o público ouvinte para que faça as doações elevando isso ao patamar de responsabilidade de cada ouvinte, destacando a caridade e o amor ao próximo. Outro ponto que chama a atenção é a espiritualidade presente em praticamente todos os programas, o locutor sempre se mostra temente a Deus e o utiliza como forma de incentivo para que as pessoas façam suas doações porque “Deus vai recompensar ou abençoá-lo por sua doação”.

Tanto apresentador do programa quanto emissora, são bem vistos pela sociedade por ajudar a determinados grupos de pessoas e utilizar isso como parte de sua programação. O locutor passa a ser visto muitas vezes como um herói, que resolve os problemas dos mais necessitados. Além de serem considerados bons profissionais, ganham certo *status* de personalidade na cidade. Exemplo disso é destacado pelo próprio apresentador que nos conta que as pessoas, principalmente as mais humildes o tratam como se ele fosse um astro, que é uma honra poder conversar ou recebê-lo em suas casas.

De acordo com alguns estudos latino-americanos, a comunicação popular exerce várias funções dentro de um contexto social, mas está ligada principalmente ao lema de “dar voz aos que não tem voz”, expressão utilizada por Luiz Beltrán, a partir o Concílio Vaticano II que aconteceu em Puebla. Essa característica dá destaque ao programa, pois repassa uma noção de rádio como promotor de dignidade humana, que atende as necessidades da população, embora as experiências em sua ampla maioria mostrem que hoje há todo um interesse comercial e político por trás das produções radiofônicas populares.

Percebemos a “onipresença” que a mídia tenta repassar a sociedade, fazendo parte do dia a dia das pessoas tanto como fonte de lazer e entretenimento, como também de notícias e informações relevantes, principalmente relacionadas à sua localidade. Mas o rádio vai além, mostrando-se também como um promotor de cidadania, “ouvindo” os lamentos da população mais carente, atendendo as mais variadas reivindicações. A mídia não faz somente a intermediação entre população e poder público, mas assume, ela mesma o papel do Estado enquanto mantenedor da ordem e do bem estar social. O rádio exerce uma função paternalista quando vai em busca da solução de casos



particulares, e tenta colocar-se como não somente como um meio de comunicação, mas mostrando-se como um agente transformador da realidade. Seu aspecto populista é muito bem destacado pela relação de proximidade que o programa mantém com o público e, principalmente, pela simpatia que ele desperta nas classes menos favorecidas. Isso se deve ao fato de o rádio se colocar como amigo do ouvinte, defendendo os interesses e reivindicações, principalmente das classes mais humildes.

Referências bibliográficas

- AMARAL, Marcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001. 375p.
- FRANZÃO, Angelo. **Midialização: o poder da mídia**. São Paulo, Nobel, 2006.
- GRISA, Jairo. **Histórias de ouvinte: a audiência popular no rádio**. Itajaí (SC): Univali, 2003.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social**. São Paulo: Edições Loyola, 1988.
- MARQUES DE MELO, José; PERUZZO, Cícilia M. K.; KUNSCH, Waldemar Luiz. **Mídia, regionalismo e cultura**. Passo Fundo, RS: UPF, 2003.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- MATIAS, Lucas Maraschim. **A construção da história da rádio integração pelos relatos orais**. São Miguel do Oeste, SC: 2008. 1CD-ROM : TCC (graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo) - Universidade do Oeste de Santa Catarina, São Miguel do Oeste, 2008.
- NUNES, Márcia Vidal. **Rádio e Política: do microfone ao palanque: os radialistas políticos em Fortaleza. (1982-1996)**. São Paulo: Annablume 2000.
- SANTOS, Maria Inês Detsi de Andrade. **Gênero e Comunicação: o masculino e o feminino em programas populares de rádio**. São Paulo: Annablume, 2004. 176 p.
- PAVAN, Ricardo. **Música sertaneja: mediações e mídiatizações na conexão popular/massivo**. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2002.
- SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: Annablume, 2003.
- Sites e periódicos**
- NOGUEIRA, Silvia Garcia. A construção social do radialista e seu duplo: relativizando a realidade em Ilhéus. Revista Alceu, v.8, p. 174 a 184. jan./jun. 2008. Disponível em: <http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu_n16_Nogueira.pdf>. Acesso em: 12 set. 2010.
- VOLPATO, Marcelo de Oliveira. A religião nas rádios comunitárias “Gospel FM” e “Jornal FM”. **Revista ALTERJOR**. Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP) Ano 01 – Volume 01 Edição 01 – Janeiro-Dezembro de 2010. Disponível em: <http://www.usp.br/alterjor/Volpato_religiao.pdf>. Acesso em 13 ago. 2010.