

A importância do rádio na prestação de serviços e melhorias urbanas

Miguel A. de Oliveira Júnior

Mestre em Linguística Aplicada – Professor das Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, da Associação Educacional Dom Bosco e da Escola Superior de Cruzeiro

Kelem Santos

Graduanda em Publicidade e Propaganda – Faculdades Integradas Teresa D'Ávila

Victoria Ribeiro

Graduanda em Rádio, TV e Internet – Faculdades Integradas Teresa D'Ávila

RESUMO

Será realizada uma análise da importância da rádio AM e FM na prestação de serviços urbanos, e como a população vê a rádio como uma forma de solução para os problemas de sua região. É analisada também a importância da rádio não só como veículo de informação, mas como ela tem influência nas decisões da prefeitura quanto à melhoria de serviço para a população, uma vez que se torna um dos meios de comunicação mais interativos entre o povo e a organização pública da cidade. É notório que o rádio é um meio de comunicação essencial na sociedade, mesmo após o surgimento de outras mídias e com o avanço da tecnologia. De todos os meios de prestação de serviços, o rádio é o que possui maior confiabilidade devido à instantaneidade com que propaga a informação.

Palavras-chave:

Rádio – Rádio no Brasil – Comunicação Social - Prestação de Serviços – História do Rádio

ABSTRACT

It analyses the importance of the AM and FM radios, how it helps in the development of public services and how the population see this mass communication media as a sort of solution to local problems. It also analyses how the radio is important not only as media, but also how it influences in the decisions taken by local governments in relation to improvements on services to attend the needs of the population; as the radio has become

A importância do rádio na prestação de serviços e melhorias urbanas

*Miguel A. de Oliveira Júnior Mestre em Linguística Aplicada – Professor das
Faculdades Integradas Teresa D’Ávila, da Associação Educacional Dom Bosco e da
Escola Superior de Cruzeiro*

Kelem Santos

Graduanda em Publicidade e Propaganda – Faculdades Integradas Teresa D’Ávila

*Victoria Ribeiro Graduanda
em Rádio, TV e Internet – Faculdades Integradas Teresa D’Ávila*

RESUMO

Será realizada uma análise da importância da rádio AM e FM na prestação de serviços urbanos, e como a população vê a rádio como uma forma de solução para os problemas de sua região. É analisada também a importância da rádio não só como veículo

de informação, mas como ela tem influência nas decisões da prefeitura quanto à melhoria

de serviço para a população, uma vez que se torna um dos meios de comunicação mais

interativos entre o povo e a organização pública da cidade. É notório que o rádio é um meio

de comunicação essencial na sociedade, mesmo após o surgimento de outras mídias e com o avanço da tecnologia. De todos os meios de prestação de serviços, o rádio é o que

possui maior confiabilidade devido à instantaneidade com que propaga a informação.

Palavras-chave:

Rádio – Rádio no Brasil – Comunicação Social - Prestação de Serviços – História do Rádio

ABSTRACT

It analyses the importance of the AM and FM radios, how it helps in the development of public services and how the population see this mass communication media as a sort of

solution to local problems. It also analyses how the radio is important not only as media, but

also how it influences in the decisions taken by local governments in relation to improvements on services to attend the needs of the population; as the radio has become

one of the most interactive media between population and the government. It is overt the fact that the radio is essential in the society, even after the development of new medias and with the improvements in technology. Among all the media responsible for broadcasting information related to public services, the radio is the one with higher reliability due to the immediacy with which information is delivered.

Keywords

Radio – Radio in Brazil – Social Communication – Public Services – History of radio

INTRODUÇÃO

Desde o seu surgimento no Brasil, em 1922, o rádio tem sido de grande utilidade pública e uma forma de entretenimento para pessoas de diversas idades e classes sociais.

A morte do rádio chegou a ser anunciada mais de uma vez. Com o advento da televisão e o surgimento da internet, muitos acreditavam que seria o fim do rádio. Porém a portabilidade, relação custo-benefício, a instantaneidade na informação e o fato de ser democrático, fazem com que o rádio permaneça na sociedade; e que outras formas de se ouvir e fazer rádio sejam desenvolvidas.

Um exemplo disso é a web rádio, que cresce cada vez mais e é popular entre os jovens, público que supostamente não tem grande interesse por esse meio de comunicação.

O rádio é conveniente. Não exige que uma pessoa pare o que estiver fazendo para que interaja com ele, diferentemente da TV e da internet. A linguagem radiofônica conversa diretamente com o ouvinte, mas não exige dele uma parcela de atenção que o impeça de realizar outras atividades.

O rádio é barato. Não é necessário muito para fazer um rádio funcionar. O ouvinte pode estar com um rádio de pilhas, afastado das grandes cidades, sem eletricidade; e ainda assim consegue receber o sinal da rádio e desfrutar da mesma informação e entretenimento que uma pessoa localizada em meio aos grandes centros e cercada de informação.

O rádio é instantâneo. Para transmitir informação, só são necessários um locutor e o equipamento. Não exige o preparativo e preocupação com imagem da televisão. Não exige a preocupação com edição de conteúdo da internet. O conteúdo pode ser transmitido na íntegra, com muito mais rapidez na entrega de informação. E caso seja necessário retificar uma informação errada, aquilo também é feito instantaneamente; ao contrário, por exemplo, da mídia impressa que depende da próxima publicação para retratar uma "errata".

O rádio é democrático. Um cego, assim como um deficiente físico conseguem desfrutar da programação do rádio. Um pobre, assim como um milionário ambos podem ter acesso ao rádio. O rádio exige menos que qualquer outro meio de comunicação. A acessibilidade que oferece ainda é superior a outros meios de comunicação.

one of the most interactive media between population and the government. It is overt the

fact that the radio is essential in the society, even after the development of new medias and

with the improvements in technology. Among all the media responsible for broadcasting information related to public services, the radio is the one with higher reliability due to the

immediacy with which information is delivered.

Keywords

Radio – Radio in Brazil – Social Communication – Public Services – History of radio

INTRODUÇÃO

Desde o seu surgimento no Brasil, em 1922, o rádio tem sido de grande utilidade pública e uma forma de entretenimento para pessoas de diversas idades e classes sociais.

A morte do rádio chegou a ser anunciada mais de uma vez. Com o advento da televisão e o surgimento da internet, muitos acreditavam que seria o fim do rádio. Porém a portabilidade, relação custo-benefício, a instantaneidade na informação e o fato de ser democrático, fazem com que o rádio permaneça na sociedade; e que outras formas de se ouvir e fazer rádio sejam desenvolvidas.

Um exemplo disso é a web rádio, que cresce cada vez mais e é popular entre os jovens, público que supostamente não tem grande interesse por esse meio de comunicação.

O rádio é conveniente. Não exige que uma pessoa pare o que estiver fazendo para que interaja com ele, diferentemente da TV e da internet. A linguagem radiofônica conversa diretamente com o ouvinte, mas não exige dele uma parcela de atenção que o impeça de realizar outras atividades.

O rádio é barato. Não é necessário muito para fazer um rádio funcionar. O ouvinte pode estar com um rádio de pilhas, afastado das grandes cidades, sem eletricidade; e ainda assim consegue receber o sinal da rádio e desfrutar da mesma informação e entretenimento que uma pessoa localizada em meio aos grandes centros e cercada de informação.

O rádio é instantâneo. Para transmitir informação, só são necessários um locutor e o equipamento. Não exige o preparativo e preocupação com imagem da televisão. Não exige a preocupação com edição de conteúdo da internet. O conteúdo pode ser

transmitido na íntegra, com muito mais rapidez na entrega de informação. E caso seja necessário retificar uma informação errada, aquilo também é feito instantaneamente; ao contrário, por exemplo, da mídia impressa que depende da próxima publicação para retratar uma “errata”.

O rádio é democrático. Um cego, assim como um deficiente físico conseguem desfrutar da programação do rádio. Um pobre, assim como um milionário ambos podem ter acesso ao rádio. O rádio exige menos que qualquer outro meio de comunicação. A acessibilidade que oferece ainda é superior a outros meios de comunicação.

O rádio é prestador de serviços. Se o ouvinte encontra-se em meio ao trânsito, ou em uma estrada afastada e necessita de informações pode não ser capaz de acessar a internet, por exemplo. Mas pode contar com o rádio para lhe transmitir em tempo real as últimas notícias.

O rádio é um instrumento importante nos lares e no cotidiano das pessoas, pois faz parte de seu contexto histórico, político e social. O mundo precisou e sempre precisará desse meio de comunicação versátil, democrático e confiável; e a importância do rádio deve ser ressaltada, para o bem da comunicação e da sociedade como um todo.

O DESENVOLVIMENTO DA INFORMAÇÃO NO RÁDIO

No Brasil, a rádio surgiu nos anos 20 e era restrita aos militares. Quando foi liberada oficialmente para civis, era restrita à elite e seu conteúdo era quase que exclusivamente educacional. O governo controlava as rádios sociedades, que pagavam uma mensalidade para poderem transmitir conteúdo; assim sendo, investir em uma rádio sociedade era um retorno arriscado e incerto.

No governo Vargas foram decretadas as primeiras leis que contribuíram para que a rádio se desenvolvesse como empresa. Segundo Gisela Ortriwano, a publicidade quebrou tabu de que a rádio deveria ser educativa, cultural e erudita; pois transfigurou sua imagem para um meio de comunicação popular, voltado ao lazer e a diversão.

Com o advento da publicidade, as emissoras trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado. A competição teve, originalmente, três facetas: desenvolvimento técnico, status da emissora e sua popularidade. A preocupação "educativa" foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis. (ORTRIWANO, 1985)

Meditisch, professor e jornalista brasileiro, usa o termo "rádio espetáculo" para definir o período da era de ouro da rádio nos anos 50. A influência e o poder do rádio eram tão significativos que os atores da rádio novelas eram proibidos de se deixarem fotografar, justamente para não quebrarem o encanto do imaginário dos ouvintes. A programação do rádio durante esse tempo migrara quase que totalmente para a televisão. O que prevaleceu na rádio até hoje foi a transmissão da informação.

A rádio informativa fala de coisas que anteriormente não eram notícia (a hora certa, por exemplo), e revoluciona a ideia da reportagem com transmissões ao vivo. Aprofunda e contrapõe ideias e opiniões com facilidade e orienta as massas urbanas como o cão de um cego. Põe em contato os mais remotos sítios do interior e concede espaço para o receptor se manifestar como nenhum outro meio. É um servidor quase sempre gratuito, que não toma o tempo nem monopoliza a atenção do público. E é assim, mesmo sem a palavra escrita e sem as imagens, suportes que, para muitos, parecem esgotar todo o mundo da informação de nosso tempo. Por isso, requer uma nova conceptualização que dê conta de sua amplitude e especificidade. (MEDITSCH, 1999)

Qualquer meio de comunicação está sujeito a encontrar problemas em sua transição e adaptação em meio a novas mídias, fato que a rádio já presenciou e atualmente continua vivenciando.

O rádio é prestador de serviços. Se o ouvinte encontra-se em meio ao trânsito, ou em uma estrada afastada e necessita de informações pode não ser capaz de acessar a internet, por exemplo. Mas pode contar com o rádio para lhe transmitir em tempo real as últimas notícias.

O rádio é um instrumento importante nos lares e no cotidiano das pessoas, pois faz parte de seu contexto histórico, político e social. O mundo precisou e sempre precisará desse meio de comunicação versátil, democrático e confiável; e a importância do rádio deve ser ressaltada, para o bem da comunicação e da sociedade como um todo.

O DESENVOLVIMENTO DA INFORMAÇÃO NO RÁDIO

No Brasil, a rádio surgiu nos anos 20 e era restrita aos militares. Quando foi liberada oficialmente para civis, era restrita à elite e seu conteúdo era quase que exclusivamente educacional. O governo controlava as rádios sociedades, que pagavam uma mensalidade para poderem transmitir conteúdo; assim sendo, investir em uma rádio sociedade era um retorno arriscado e incerto.

No governo Vargas foram decretadas as primeiras leis que contribuíram para que a rádio se desenvolvesse como empresa. Segundo Gisela Ortriwano, a publicidade quebrou tabu de que a rádio deveria ser educativa, cultural e erudita; pois transfigurou sua imagem para um meio de comunicação popular, voltado ao lazer e a diversão.

Com o advento da publicidade, as emissoras trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado. A competição teve, originalmente, três facetas: desenvolvimento técnico, status da emissora e sua popularidade. A preocupação “educativa” foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis. (ORTRIWANO, 1985)

Meditich, professor e jornalista brasileiro, usa o termo “rádio espetáculo” para definir o período da era de ouro da rádio nos anos 50. A influência e o poder do rádio eram tão significativos que os atores da rádio novelas eram proibidos de se deixarem fotografar, justamente para não quebrarem o encanto do imaginário dos ouvintes. A programação do rádio durante esse tempo migrara quase que totalmente para a televisão. O que prevaleceu na rádio até hoje foi a transmissão da informação.

A rádio informativa fala de coisas que anteriormente não eram notícia (a hora certa, por exemplo), e revolucionou a ideia da reportagem com transmissões ao vivo. Aprofunda e contrapõe ideias e opiniões com facilidade e orienta as massas urbanas como o cão de um cego. Põe em contato os mais remotos sítios do interior e concede espaço para o receptor se manifestar como nenhum outro meio. É um servidor quase sempre gratuito, que não toma o tempo nem monopoliza a atenção do público. E é assim, mesmo sem a palavra escrita e sem as imagens, suportes que, para muitos, parecem esgotar todo o mundo da informação de nosso tempo. Por isso, requer uma nova conceptualização que dê conta de sua amplitude e especificidade. (MEDITSCH, 1999)

Qualquer meio de comunicação está sujeito a encontrar problemas em sua transição e

adaptação em meio a novas mídias, fato que a rádio já presenciou e atualmente continua vivenciando.

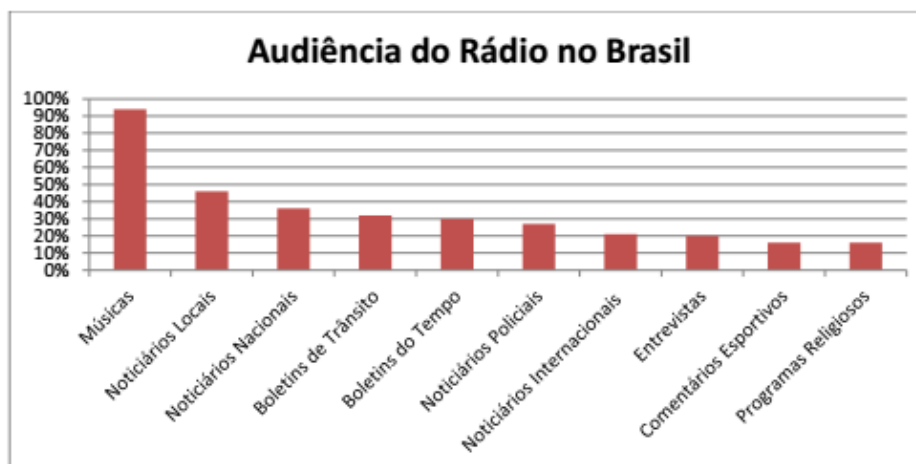
OS DESAFIOS DA RÁDIO NA ATUALIDADE

Muito se falou do possível fim da rádio, como veículo de informação, com a chegada de novas tecnologias, como a televisão, por exemplo, uma vez que transmitia a mesma programação da rádio, porém com o benefício da imagem, e posteriormente, das cores. A rádio porém, conseguiu se adaptar, criando a rádio FM para entretenimento e AM para prestação de serviços públicos, com a rádio web, volta-se a falar sobre a possível extinção da rádio, porém enquanto uns acreditam que a mesma sempre achará meios de adaptação, excluindo a possibilidade de seu fim, outros já decretaram o fim da rádio AM.

O rádio tradicional está em crise há tempos, sobretudo quando se fala de rádio comercial. A culpa pode ser dividida entre os poucos recursos provenientes da publicidade direcionados ao veículo; ao avanço da internet, que já é o quinto maior meio de comunicação no mercado publicitário e ao próprio descaso que se vê com o rádio, observado no pouco investimento estrutural destinado às emissoras, tanto em termos materiais quanto humanos. Diante deste cenário, o potencial jovem ouvinte de rádio e mesmo antigos ouvintes radiofônicos tem navegado em outras ondas sonoras.

Assim, o rádio acaba por reconfigurar-se enquanto meio de comunicação, um processo comum ao longo de sua história. (DEL BIANCO, 2012).

Até 1969, a rádio AM reinava, porém com a ditadura militar e a repressão e censura política, a rádio FM que era destinada ao entretenimento ganhou forças. Partidas de futebol eram transmitidas na rádio AM durante a copa de 1970, e foi nesse período que os programas ganharam o formato que possuem hoje em dia. Fala-se da extinção da rádio AM, pois sua audiência caiu drasticamente nos últimos anos, além disso, o público mais jovem e os publicitários que em teoria sustentam a rádio, não possuem interesse na rádio AM. Essencialmente, a rádio FM toca músicas, e é esse o interesse do brasileiro ao utilizar esse meio de comunicação.



OS DESAFIOS DA RÁDIO NA ATUALIDADE

Muito se falou do possível fim da rádio, como veículo de informação, com a chegada de novas tecnologias, como a televisão, por exemplo, uma vez que transmitia a mesma programação da rádio, porém com o benefício da imagem, e posteriormente, das cores. A rádio porém, conseguiu se adaptar, criando a rádio FM para entretenimento e AM para prestação de serviços públicos, com a rádio web, volta-se a falar sobre a possível extinção da rádio, porém enquanto uns acreditam que a mesma sempre achará meios de adaptação, excluindo a possibilidade de seu fim, outros já decretaram o fim da rádio AM.

O rádio tradicional está em crise há tempos, sobretudo quando se fala de rádio comercial. A culpa pode ser dividida entre os poucos recursos provenientes da publicidade direcionados ao veículo; ao avanço da internet, que já é o quinto maior meio de comunicação no mercado publicitário e ao próprio descaso que se vê com o rádio, observado no pouco investimento estrutural destinado às emissoras, tanto em termos materiais quanto humanos. Diante deste cenário, o potencial jovem ouvinte de rádio e mesmo antigos ouvintes radiofônicos tem navegado em outras ondas sonoras. Assim, o rádio acaba por reconfigurar-se enquanto meio de comunicação, um processo comum ao longo de sua história. (DEL BIANCO, 2012).

Até 1969, a rádio AM reinava, porém com a ditadura militar e a repressão e censura política, a rádio FM que era destinada ao entretenimento ganhou forças. Partidas de futebol eram transmitidas na rádio AM durante a copa de 1970, e foi nesse período que os programas ganharam o formato que possuem hoje em dia. Fala-se da extinção da rádio AM, pois sua audiência caiu drasticamente nos últimos anos, além disso, o público mais jovem e os publicitários que em teoria sustentam a rádio, não possuem interesse na rádio AM. Essencialmente, a rádio FM toca músicas, e é esse o interesse do brasileiro ao utilizar esse meio de comunicação.

0%

Audiência do Rádio no Brasil

100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

RÁDIOS COMUNITÁRIAS

A rádio comunitária surgiu para atender associações e fundações comunitárias sem fins lucrativos que utilizam da baixa potência (25 Watts) e cobertura em um raio de 1 km da antena, para prestação de serviços de certa localidade. A rádio comunitária foi idealizada após a preocupação com a democratização da informação, que atualmente está quase que predominantemente nas mãos de grandes corporações.

A programação de uma rádio comunitária é constituída de informação, lazer, cultura, prestação de serviços e qualquer conteúdo que contribua para o desenvolvimento da comunidade. Por lei, qualquer cidadão pode contribuir e emitir suas opiniões em uma rádio comunitária. O conteúdo de uma rádio convencional visa atingir uma grande massa, enquanto a rádio comunitária é objetiva e voltada para um público específico.

Uma preocupação quanto a programação de rádios comunitárias é o domínio de igrejas que divulgam exclusivamente material religioso, fugindo do conceito de pluralidade característica da rádio comunitária.

Os comunicadores da rádio comunitária não são necessariamente jornalistas, locutores ou profissionais formados. Na divulgação da notícia são ágeis e transmitem fatos corriqueiros de sua comunidade, interpretando a notícia divulgada. Muitas pautas que para grandes grupos de comunicação são irrelevantes e descartadas, como processo natural de seleção daquilo que é válido divulgar naquele meio; são de extrema importância para a população local. Entre os benefícios da rádio comunitária está liberdade de transmissão de conteúdo que é proeminente para a população, como prestadora de serviços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise dos resultados obtidos através de pesquisas, concluiu-se que apesar da rádio ser uma eficiente prestadora de serviços, é decadente o número de pessoas que a utilizam para fins de informação e prestação de serviços.

Está sendo substituída por demais meios de comunicação de massa, levando as empresas radiofônicas a migrarem para outras plataformas e adaptarem sua programação. Auxilia na transmissão de informação corriqueira, principalmente entre comunidades locais.

Os objetivos da pesquisa foram alcançados, pois mostra que o rádio como prestador de serviços que é essencial para o desenvolvimento de uma região e colabora para que seus habitantes sejam mais bem informados e consequentemente proativos em resolver questões de interesse da comunidade, trazendo benefícios aos mesmos.

Mesmo tendo sua morte decretada diversas vezes, o rádio ressurge forte por conta da sua capacidade de aproximação com o público e credibilidade, principalmente durante grandes catástrofes urbanas; em que atua como um prestador de serviços insubstituível.

RÁDIOS COMUNITÁRIAS

A rádio comunitária surgiu para atender associações e fundações comunitárias sem fins lucrativos que utilizam da baixa potência (25 Watts) e cobertura em um raio de 1 km da antena, para prestação de serviços de certa localidade. A rádio comunitária foi idealizada após a preocupação com a democratização da informação, que atualmente está quase que predominantemente nas mãos de grandes corporações.

A programação de uma rádio comunitária é constituída de informação, lazer, cultura, prestação de serviços e qualquer conteúdo que contribua para o desenvolvimento da comunidade. Por lei, qualquer cidadão pode contribuir e emitir suas opiniões em uma rádio comunitária. O conteúdo de uma rádio convencional visa atingir uma grande massa, enquanto a rádio comunitária é objetiva e voltada para um público específico.

Uma preocupação quanto a programação de rádios comunitárias é o domínio de igrejas que divulgam exclusivamente material religioso, fugindo do conceito de pluralidade característica da rádio comunitária.

Os comunicadores da rádio comunitária não são necessariamente jornalistas, locutores ou profissionais formados. Na divulgação da notícia são ágeis e transmitem fatos corriqueiros de sua comunidade, interpretando a notícia divulgada. Muitas pautas que para grandes grupos de comunicação são irrelevantes e descartadas, como processo natural de seleção daquilo que é válido divulgar naquele meio; são de extrema importância para a população local. Entre os benefícios da rádio comunitária está liberdade de transmissão de conteúdo que é proeminente para a população, como prestadora de serviços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise dos resultados obtidos através de pesquisas, concluiu-se que apesar da rádio ser uma eficiente prestadora de serviços, é decadente o número de pessoas que a utilizam para fins de informação e prestação de serviços.

Está sendo substituída por demais meios de comunicação de massa, levando as empresas radiofônicas a migrarem para outras plataformas e adaptarem sua programação. Auxilia na transmissão de informação corriqueira, principalmente entre comunidades locais.

Os objetivos da pesquisa foram alcançados, pois mostra que o rádio como prestador de serviços que é essencial para o desenvolvimento de uma região e colabora para que seus habitantes sejam mais bem informados e conseqüentemente proativos em resolver questões de interesse da comunidade, trazendo benefícios aos mesmos.

Mesmo tendo sua morte decretada diversas vezes, o rádio ressurge forte por conta da

sua capacidade de aproximação com o público e credibilidade, principalmente durante grandes catástrofes urbanas; em que atua como um prestador de serviços insubstituível.

REFERÊNCIAS

Pesquisa sobre audiência do rádio nas regiões metropolitanas no Brasil. Disponível em www.ibope.com.br Acesso em Outubro de 2013.

ABRAÇO RS. **Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária no Rio Grande do Sul.** Disponível em www.abraçors.org.br/quem_somos. Acesso em 7 de Outubro de 2013.

Ministério das Comunicações. Disponível em www.mc.org.br/radios_comunitarias. Acesso em Acesso em 7 de Outubro de 2013.

AGUIAR, RONALDO CONDE. **Almanaque da Rádio Nacional**, 1ª ed. SÃO PAULO: 2007

MEDITSCH, EDUARDO. **A rádio na era da informação**. 2ª ed. Lisboa, 1999

ORTRIWANO, GISELA SWETLANA. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdos**. 4ª ed. SÃO PAULO 1985

REFERÊNCIAS

Pesquisa sobre audiência do rádio nas regiões metropolitanas no Brasil.

Disponível em www.ibope.com.br Acesso em Outubro de 2013.

ABRAÇO RS. Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária no Rio Grande do Sul. Disponível em www.abraçors.org.br/quem_somos. Acesso em 7 de Outubro de 2013.

Ministério das Comunicações. Disponível em www.mc.org.br/radios_comunitarias. Acesso em Acesso em 7 de Outubro de 2013.

AGUIAR, RONALDO CONDE. Almanaque da Rádio Nacional, 1a ed. SÃO PAULO: 2007

MEDITSCH, EDUARDO. A rádio na era da informação. 2a ed. Lisboa, 1999

ORTRIWANO, GISELA SWETLANA. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdos. 4a ed. SÃO PAULO 1985