



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES – CCHLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURAS
MIDIÁTICAS
LINHA DE PESQUISA MÍDIA E COTIDIANO

LÍVIA MOREIRA BARROSO

**RÁDIO E COTIDIANO: A CONSTRUÇÃO DE SOCIALIDADES DOS
DEFICIENTES VISUAIS DA ASSOCIAÇÃO DO CEGO DO PIAUÍ
(ACEP)**

JOÃO PESSOA – PB
2014

LÍVIA MOREIRA BARROSO

RÁDIO E COTIDIANO: A CONSTRUÇÃO DE SOCIALIDADES DOS
DEFICIENTES VISUAIS DA ASSOCIAÇÃO DO CEGO DO PIAUÍ (ACEP)

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Comunicação
e Culturas Midiáticas da
Universidade Federal da Paraíba,
como requisito para a obtenção do
título de Mestre em Comunicação.

Linha de pesquisa: Mídia e
Cotidiano.

Orientador: Dr. Derval Gomes
Golzio

JOÃO PESSOA – PB
2014

B277r Barroso, Livia Moreira.

Rádio e cotidiano: a construção de socialidades dos deficientes visuais da Associação do Cego do Piauí (ACEP) / Livia Moreira Barroso.-- João Pessoa, 2014.

105f.

Orientador: Derval Gomes Golzio

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA

1. Comunicação. 2. Culturas midiáticas. 3. Rádio. 3. Cotidiano. 4. Socialidade - deficiente visual - ACEP.

UFPB/BC

CDU: 007(043)

LÍVIA MOREIRA BARROSO

**RÁDIO E COTIDIANO: A CONSTRUÇÃO DE SOCIALIDADES DOS
DEFICIENTES VISUAIS DA ASSOCIAÇÃO DO CEGO DO PIAUÍ (ACEP)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de pesquisa: Mídia e Cotidiano.

Orientador: Dr. Derval Gomes Golzio

Aprovada em: ____/____/2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Derval Gomes Golzio (Orientador)
Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Wellington José Oliveira Pereira (Examinador Interno)
Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Moacir Barbosa de Sousa (Examinador Externo)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Dedico este trabalho aos amantes do rádio e a todos os deficientes visuais, em especial, ao meu avô Francisco Barroso de Carvalho, cego há mais de 20 anos, uma pessoa que vê com os olhos do coração.

“[...] mais acessível do que os livros, o bom rádio traz sua própria ‘biblioteca’, de especial valor para os que não podem ler – analfabetos, cegos, pessoas que por qualquer motivo não têm acesso à literatura em sua própria língua”.

Robert Mcleish

AGRADECIMENTOS

Nunca se realiza nada sozinho, e agradecer é sempre preciso. Então, agradeço imensamente a Deus por mais essa conquista, por Ele nunca ter deixado que eu desistisse, e por ter me encorajado em todos os momentos em que quase fraquejei.

Aos meus pais, João e Socorro, por ser a minha maior inspiração, que mesmo sendo ambos semianalfabetos e morando na zona rural do interior do Piauí, sempre reconheceram o valor da educação, e me apoiaram em todos os momentos em que quis ir atrás de um objetivo, como foi esse mestrado. Agradeço também aos meus irmãos, Leonardo e Liliane, pela atenção e a torcida, sem vocês a minha vida não tem sentido. A todos os meus familiares, em especial aos meus avós, pelo apoio e o carinho.

Mas, além da família sanguínea, esse mestrado foi uma prova que os amigos são a família que escolhemos e que sem eles não fazemos nada. Sendo assim, agradeço afetuosamente aos amigos do Piauí (Vanessa, Rosa, Liara, Kelsma, Jakeline, Lins, Ismael, Aylla, Leticia e Paula), por tanto terem me incentivado antes e durante a seleção, e principalmente no decorrer do mestrado. O apoio de vocês e as conversas infindáveis ao telefone foram a minha sustentação nesses quase dois anos longe de casa.

E não poderia deixar de agradecer em hipótese alguma aos amigos que chegaram em minha vida devido ao mestrado. Primeiro, gostaria de lembrar que não foi uma das melhores sensações da minha vida chegar a rodoviária de João Pessoa em um dia qualquer de fevereiro de 2012 de mala e cuia, como diz o ditado, olhar para todos os lados e não ter ninguém a espera. Mas, a vida sempre colocou pessoas maravilhosas no meu caminho, e assim, me apresentou Andréa, uma pessoa querida, que ainda meu deu de presente Fábio e Ícaro, irmão e sobrinho, respectivamente. À Júnia, minha mãe baiana na Paraíba, que me acolheu em sua casa, assim como Júnior, Catarina e Isabela. Agradeço também a Siméia pelo carinho, atenção e as palavras certas. Tarci e Gabi, a vocês meu eterno amor, vocês são amigas especiais, com vocês vivi momentos inesquecíveis, e coloco também nesse pacote Lucinho e Dudu. Agradeço também a Carol por ter sido tão presente no decorrer da escrita deste trabalho, amiga os dias teriam sido mais difíceis se não tivesse você para desabafar e me dar conselhos. Obrigada também a Filipe pela torcida e os desabafos via Facebook. À Charlinho pela leveza da sua amizade. À João Paulo, Jordana e Anny meus vizinhos com quem tantas vezes ri, chorei e almocei nas longas tardes de domingo. Agradeço imensamente ao meu orientador Derval pela compreensão, a paciência e por ter acreditado na minha pesquisa, professor, este trabalho também é seu. Do mesmo modo, obrigada a todos os professores do PPGC pelo

conhecimento a mim repassado, em especial, ao professor Wellington Pereira. Obrigada aos colegas do GRUPEJ pelas discussões que tanto acrescentaram a minha formação. Agradeço a professora Norma Meireles, piauiense querida, que tive a oportunidade de conhecer na UFPB e que tanto me deu dicas importantes para a concretização deste trabalho. Obrigada aos alunos de Mídias Digitais e Radialismo que pude ser estagiária, aprendi muito com vocês. Agradeço a Capes pelo financiamento dessa pesquisa. Por fim, o meu eterno agradecimento a todos que participaram dessa etapa tão importante da minha vida, sem vocês nada teria sentido.

RESUMO

A dissertação busca compreender a relação do deficiente visual com o rádio, e como os conteúdos veiculados são determinantes nas relações sociais e cotidianas do grupo em estudo. Parte-se da assertiva, que o rádio leva ao ar diariamente vários aspectos do cotidiano. Esses aspectos são percebidos tanto no conteúdo radiofônico, que objetiva a aproximação do ouvinte, com o intuito de ganhar audiência, como também da intimidade gerada entre quem escuta e quem fala (o locutor). A pesquisa foi aplicada na Associação do Cego do Piauí (ACEP), tendo como foco a observação dos frequentadores daquele ambiente, e a interferência do meio de comunicação, rádio, nas relações cotidianas dos membros da instituição. Teoricamente, o trabalho está fundamentado nos estudos sobre rádio, que englobam: histórico, funções e características e na Sociologia do Cotidiano, tendo como principal teórico, o francês Michel Maffesoli. O procedimento metodológico é a etnografia, dividido em três etapas de desenvolvimento: aplicação de questionários fechados (a 100 deficientes visuais da ACEP, de caráter exploratório), entrevista em profundidade (realizadas com alguns membros da associação e dispostas no trabalho) e observação participante (realizada tanto na ACEP, como o acompanhamento de dois membros durante um dia). A análise do objeto empírico aponta que o rádio pode ser percebido em vários momentos do cotidiano do público estudado, sendo este, um elemento determinante nas socialidades e no fazer diário do cego.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio. Cotidiano. Socialidade. Deficiente visual. ACEP.

ABSTRACT

The dissertation seeks to understand the relationship of the visually impaired with the radio, and how broadcast content are crucial in everyday social relations and the study group. Part is the assertion that the radio airs daily various aspects of daily life. These aspects are perceived both in radio content, that aims to approximate the listener, in order to gain audience, but also the intimacy generated between the listener and the speaker (the speaker). The research was applied to the Association of the Blind of Piauí (ACEP), focusing on the observation of the regulars that environment, and the interference of the communication medium, radio, in daily relations of the members of the institution. Theoretically, the work is based on studies of radio which include: history, functions and features and Sociology of Everyday Life, with the main theoretical , the Frenchman Michel Meffesoli . The methodological approach is ethnography , divided into three stages of development: application of closed questionnaires (100 visually impaired ACEP , exploratory) , in-depth interview (conducted with some members of the association and arranged at work) and participant observation (performed both in the ACEP , as the monitoring of two members for one day) . The empirical analysis of object points that radio can be seen at various times of daily public studied, this being a decisive factor in socialities and daily make the blind.

KEYWORDS: Radio. Everyday. Sociality. Visually impaired. ACEP.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Indicativo da Faixa Etária

Gráfico 2 – Grau de escolaridade dos entrevistados

Gráfico 3 - Demonstrativo das causas da deficiência visual dos entrevistados

Gráfico 4 - Indicativo da quantidade de horas diárias que os entrevistados passam ouvindo rádio

Gráfico 5 - Horários citados pelos deficientes visuais como preferenciais para escutar rádio

Gráfico 6 - Indicativo dos locais preferidos para ouvir rádio dos entrevistados

Gráfico 7 - Demonstrativo de como os deficientes visuais da ACEP preferem ouvir rádio

Gráfico 8 - Indicativo da quantidade de aparelhos de rádio que cada entrevistado possui

Gráfico 9 - Preferência com relação ao tipo de emissora

Gráfico 10 - Emissoras AM citadas pelos entrevistados

Gráfico 11 - Emissoras FM mencionadas pelos respondentes

Gráfico 12 - Opinião dos entrevistados sobre as emissoras de rádio

Gráfico 13 - Indicativo do principal motivo que leva os deficientes visuais a escutarem rádio

Gráfico 14 - Indicativo do tipo de programação mais citado pelos entrevistados

Gráfico 15 - Demonstrativo das temáticas das notícias mais citadas

Gráfico 16 - Indicativo das preferências musicais dos entrevistados

Gráfico 17 - Indicativo das funções do rádio citadas pelo público pesquisado

Gráfico 18 - Características lembradas pelos deficientes visuais da ACEP como as principais do rádio.

Gráfico 19 - Indicativos do uso dos meios de comunicação pelos deficientes visuais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 Conhecendo o público em estudo.....	14
1.2 A Associação do Cego do Piauí (ACEP)	17
2 METODOLOGIA.....	18
2.1 O uso da etnografia nas pesquisas em comunicação.....	19
2.2 As fases da pesquisa.....	20
3 RÁDIO: A COMUNICAÇÃO PELO SOM.....	24
3.1 O rádio no Brasil: da instalação à digitalização.....	24
3.2 O rádio no Piauí.....	29
3.3 As funções do rádio.....	35
3.4 Características do rádio.....	36
3.4.1 A imaginação está no ar: a sensorialidade do rádio.....	37
3.4.2 Intimidade: o rádio fala para cada ouvinte.....	38
3.4.3 A instantaneidade.....	38
3.4.4 Interatividade: a participação do ouvinte.....	39
3.4.5 Uma linguagem auto descritiva.....	39
3.4.6 De grande alcance e de baixo custo.....	41
3.4.7 Regional e colaborativo.....	42
4 RÁDIO E SOCIALIDADE: O COTIDIANO MOLDADO PELAS ONDAS SONORAS.....	44
4.1 Rádio: interferência no cotidiano e nas relações sociais.....	49
5 RÁDIO E COTIDIANO NA ASSOCIAÇÃO DO CEGO DO PIAUÍ (ACEP): ASPECTOS GERAIS E RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO.....	55
5.1 Identificação da presença do meio de comunicação no cotidiano do cego.....	55
5.2 Descrição de cenas cotidianas do ambiente social pesquisado.....	71
5.2.1 A chegada e as socialidades.....	71
5.3 O rádio no dia-a-dia de um deficiente visual.....	73
5.3.1 Jorge Ferreira Alves.....	75
5.3.2 Lúcia de Fátima da Silva.....	79
ALGUMAS CONSIDERAÇÕES.....	85
FONTES ORAIS.....	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
APÊNDICE	

INTRODUÇÃO

Na atualidade, os meios de comunicação têm acompanhado cada vez mais o desenvolvimento da tecnologia, e com isso vem aprimorando as técnicas de produção e de atualização das informações, especialmente em veículos como a internet e a televisão. Essas novas formas de informar o público são voltadas, principalmente para as pessoas que possuem os sentidos perfeitos, ou seja, os meios de comunicação acima citados, apresentam a combinação completa entre imagens, texto e áudio. Porém, existem as pessoas que não conseguem usufruir dessa combinação, ficando muitas vezes a margem da produção informativa da sociedade, como é o caso dos deficientes visuais.

O rádio é o meio de comunicação mais democrático no que diz respeito à acessibilidade. O veículo é capaz de chegar aos lugares mais remotos e alcançar os mais variados públicos, sejam eles: letrados, analfabetos, videntes¹ e deficientes visuais, por exemplo. Por ser o único veículo de comunicação essencialmente oral, de acordo com pesquisas realizadas por estudiosos da comunicação, fica evidente que o mesmo é a mídia mais utilizada por quem não possui visão.

As poucas pesquisas desenvolvidas em torno da relação entre o rádio e os deficientes visuais, apontam que o veículo funciona como um elo entre o deficiente e a sociedade, o rádio abre uma janela para o mundo, e assim essas pessoas que não tem acesso a outros meios de comunicação como jornais, televisão e internet, por exigirem a visão, tem contato com os acontecimentos da sociedade. Por possuir uma linguagem simples e de fácil compreensão, o rádio se insere espontaneamente na vida cotidiana. A linguagem coloquial e simplória faz com que os mais variados públicos busquem no veículo uma aproximação, chegando a ser um “amigo e companheiro” das atividades cotidianas.

Entendendo que é pertinente desenvolver um estudo a respeito da relação do rádio com o deficiente visual, a dissertação objetiva, estudar a construção de socialidades que ocorre entre as informações transmitidas via rádio e os deficientes visuais da Associação dos Cegos do Piauí (ACEP). Para a identificação desse processo que envolve a mídia citada exigiu etapas de observação no grupo em questão, para analisar de que forma esse fenômeno ocorre no cotidiano dos membros da instituição.

Como recorte de análise, o foco da pesquisa está direcionado para a investigação do rádio e as sua relação com as mais diferentes esferas do cotidiano dos deficientes visuais da

¹ O termo videntes é utilizado pelos deficientes visuais para denominar as pessoas que tem a visão perfeita.

ACEP. Para tanto, delimitou-se como objeto os acontecimentos cotidiano que cercam a vida dos membros da instituição observada, que são quase sempre acompanhados pelas ondas sonoras do rádio. Dessa forma, a compreensão do cotidiano do grupo foi percebida também pelas relações sociais, ou seja, as socialidades estão presentes em diversos momentos do fazer cotidiano, por meio de códigos próprios, afeto, sensibilidade e interação.

A partir desse pressuposto, a dissertação divide-se em três capítulos. No primeiro capítulo, faz-se uma contextualização histórica do rádio, dissertando desde o surgimento do meio de comunicação no Brasil e no Piauí até a sua digitalização atualmente. Além do histórico, este capítulo também trata das funções do rádio, o poder que o veículo tem de incentivar a imaginação do ouvinte e algumas características do veículo (Sensorialidade, intimidade, instantaneidade, interatividade, linguagem, alcance, regionalismo).

O segundo capítulo trata da base teórica desse trabalho, que é a Sociologia do Cotidiano, baseada na percepção do rádio como um interlocutor para as relações sociais. Na estrutura teórica, destacam-se as noções de: cotidiano, vida cotidiana, mundo cotidiano, mundo da vida e a relação do rádio com as vivências dos ouvintes, sejam no sentido do “efeito” provocado na rotina ou através do entendimento da interferência na vida social.

A terceira e última parte da dissertação é dedicada à análise do objeto empírico, em que se apresenta à presença constante do rádio no cotidiano da Associação do Cego do Piauí, sendo este fundamental para as socialidades do grupo. A pesquisa é apresentada por meio das etapas metodológicas: questionários fechados (de caráter exploratório), entrevistas e observação participante.

Através desta dissertação, busca-se por meio da Sociologia do Cotidiano perceber o rádio como parte fundamental da vida do deficiente visual. E assim, contribuir com um referencial prático/teórico para estudantes e pesquisadores da Comunicação e áreas afins a elucubrar sobre as questões do rádio, assim como dos demais meios de comunicação, e a importância dos mesmos para o cotidiano e para a inclusão social de todos os públicos na sociedade.

1.1 Conhecendo o público em estudo: o que é deficiência visual

Qualquer pessoa com alguma dificuldade de enxergar é deficiente visual?

Esta é uma pergunta que pode ser frequente a várias pessoas, pois, segundo dados do último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), realizado em 2010, o

Brasil tem 35.791.488 pessoas com algum tipo de problema na visão. Mas, todas são deficientes visuais?

Com o objetivo de conceituar o que é o público escolhido para o desenvolvimento desta pesquisa. Utilizam-se como base os Cadernos da TV Escola² (2000, p. 06), que consideram deficientes visuais todas as pessoas que tem “aspectos que vão desde a cegueira à visão subnormal”.

Chama-se visão subnormal (ou baixa visão, como preferem alguns especialistas) à alteração da capacidade funcional decorrente de fatores como rebaixamento significativo da acuidade visual, redução importante do campo visual e da sensibilidade aos contrastes e limitações de outras capacidades. Uma definição mais simples de visão subnormal é a incapacidade de enxergar com clareza suficiente para contar os dedos das mãos a uma distância de três metros, à luz do dia; em outras palavras, trata-se de uma pessoa com resíduos de visão. (CADERNOS DA TV ESCOLA, 2000, p. 6)

A baixa visão ou visão subnormal e a cegueira podem ser causadas por vários motivos. De acordo com informações do site da Fundação Dorina Nowill³ não existe um motivo específico para os problemas na visão. Tais problemas podem se caracterizar das seguintes formas: doenças congênitas e hereditárias, e também os problemas que podem ser adquiridos durante a vida.

As doenças congênitas mais frequentes entre as pessoas que tem problemas na visão são: catarata congênita (causada por rubéola, infecção na gestação ou hereditária), glaucoma congênito (hereditário ou por infecção), degenerações retinianas (doenças hereditárias ou diabetes), entre outras doenças. Já os problemas que são adquiridos podem ser causados por diabetes, deslocamentos de retina, acidentes ou infecções.

Não existe uma idade determinada para que uma pessoa possa apresentar problemas visuais. Uma criança pode nascer cega ou com visão subnormal, assim como, a deficiência pode se desenvolver durante a vida, ou quando a pessoa já for adulta.

No que diz respeito às formas de comunicação utilizadas pelos deficientes visuais, o meio comumente usado é a leitura de textos publicados em braille⁴ ou através da sonoridade.

² Material produzido e distribuído pelo Governo Federal para as escolas de todo o País.

³ Fundação localizada na cidade de São Paulo, que desenvolve trabalhos para a inclusão de deficientes visuais no mercado de trabalho, além de pesquisar sobre a cegueira.

⁴ “A leitura em braille é um sistema de leitura pelo tato desenvolvido em 1892, por Louis Braille, um francês cego. São usados caracteres em relevo, em combinações diferentes de seis pontos, organizados em unidades de dois pontos na largura e três na altura. Os símbolos são trabalhados em relevo grosso, da esquerda para a direita

No Brasil, não existe algo legal que institua a obrigatoriedade das editoras publicarem exemplares em braille, porém a Lei Federal brasileira nº 10.098, de dezembro de 2000, destaca que não deve existir empecilhos para a comunicação. De acordo com a lei, não pode ocorrer para os deficientes físicos ou mentais “[...] qualquer entrave ou obstáculo que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens por intermédio dos meios ou sistemas de comunicação, sejam ou não de massa”.

De acordo com Godoy (2002, p. 15), “o deficiente visual organiza os dados como qualquer outra pessoa, só que não se pode desconhecer é que ele tem uma dialética diferente, devido ao conteúdo que não é visual e estar muito mais ligado ao tátil, auditivo, olfativo e cinestésico”. Com um reduzido número de publicações de textos em braille, os deficientes visuais em sua grande maioria se comunicam por meio de sons.

Estudiosos apontam que pessoas com dificuldades visuais, possivelmente, desenvolvam melhor seus demais sentidos, como por exemplo, o tato e a audição. Por exemplo, os videntes podem não observar os sons ambientes, o que para uma pessoa cega é de extrema importância, já que esses compõe o espaço físico o qual está inserida. Mas, isto não significa que a capacidade auditiva do deficiente visual seja melhor, ele apenas tem uma melhor percepção do som devido à ausência do mundo visual. (KIRK; GALLAGHER, 1996)

O som para o deficiente visual é de extrema importância, por esse razão, o rádio é um meio de comunicação determinante para o cotidiano dessas pessoas. Para Meditsch (2001), o poder do rádio está justamente na voz, por utilizar o som como forma de comunicação. O autor afirma que o som traz várias possibilidades, já que o indivíduo não tem a necessidade de direcionar sua atenção para o que está escutando.

[...] Enquanto a visão, de certa forma, provoca uma oposição entre o organismo e o ambiente – o sujeito está em face de alguma coisa que vê, enquanto não vê a si próprio – a audição, pelo contrário, provoca uma integração entre a percepção do ambiente e a auto-percepção – ouve-se a si próprio e ao entorno, num único cenário auditivo. A audição é mais interativa, por não isolar, espacialmente, o sujeito do objeto da percepção. Percebemos o visto como algo externo ao corpo, enquanto o que ouvimos ressoa dentro de nós. (MEDITSCH, 2001, p.258)

Entendido o que é deficiência visual, a importância do som na vida dessas pessoas e também a aproximação do rádio com o público em estudo. Chega-se a conclusão, que nem

e, geralmente, o leitor o ‘lê’ com uma das mãos e , com a outra, mantém, a posição vertical” (MASINI, 1994, p.207).

toda pessoa com problemas de visão é considerada deficiente visual. Então, partindo dos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população de deficientes visuais do Brasil é de 6.585.308 habitantes, que foram categorizados pelo censo entre pessoas que “não conseguem enxergar de modo algum” (total de 528.624) e “enxergam com grande dificuldade” (total de 6.056.684).

Outra consideração a ser feita, porém, sem dados estatísticos. É que provavelmente todas essas pessoas tem uma relação com o som, que vai além da comunicação entre pessoas, mas também pela comunicação mediada, e possivelmente pelo rádio ou por outro suporte que transmita alguma programação radiofônica.

1.2 A Associação do Cego do Piauí (ACEP)

A Associação dos Cegos do Piauí (ACEP) foi fundada no ano de 1967 na cidade de Teresina, pelos deficientes visuais: Emanuel Veloso, Joel Loureiro (que era vereador na época), Abdo Nunes (então deputado estadual), Gerardo Nogueira e Sebastião Soares. Segundo, Sebastião Soares⁵, único fundador vivo, no início houve vários problemas, principalmente estruturais, já que não tinha um espaço físico e mudavam de sede frequentemente. Porém, com o passar dos anos e com o reconhecimento que a Instituição foi adquirindo, o Governo do Estado doou um prédio para a instalação da sede atual, localizada na rua dos Beneditinos, no bairro São Pedro.

Tendo como finalidade representar e defender os interesses dos deficientes visuais do Piauí. Atualmente, é considerada uma entidade filantrópica, e atende a mais de 500 pessoas com problemas de visão, oferecendo serviços como: educação, formação profissional e lazer para os seus membros. É nesse contexto que a ACEP tem como um dos seus principais objetivos, a construção de um espaço de socialidade para os deficientes visuais, uma vez que, muitos deles são considerados seres “inválidos” para os não deficientes e só conseguem ter relações afetivas com pessoas que compartilham das mesmas limitações que as suas.

A Instituição oferece diversos tipos de atividades, entre estas estão: reforço escolar especializado no ensino fundamental e médio, curso de pré-vestibular, alfabetização pelo sistema Braille, adaptação do deficiente a vida em sociedade, aulas de locomoção e mobilidade, práticas de atividades diárias, esporte, lazer e cultura.

⁵ Em conversa com esta pesquisadora.

2 METODOLOGIA

Há uma certa interação que se estabelece entre o observador e seu objeto de estudo. Há conivência; às vezes, cumplicidade; diríamos mesmo, que se trata de empatia; É isto mesmo que talvez constitua a especificidade de nossa disciplina. A compreensão envolve a generosidade de espírito, a aproximação, a “correspondência”.
(Michel Maffesoli)

Entende-se que a definição da metodologia é de fundamental importância para sistematizar todos os passos que vão guiar a pesquisa, uma vez que, é através dela, que se traça o quadro teórico do problema e desenvolve os métodos que irão orientar o processo de investigação. De acordo com Lopes (apud Santaella, 2003, p.129) a metodologia diz respeito aos “métodos efetivamente usados numa pesquisa”, ou seja, é “como um conjunto de decisões e opções particulares que são feitas ao longo de um processo de investigação”.

Do ponto de vista dos objetivos realizaremos uma pesquisa exploratória. A mesma tem como objetivo proporcionar um maior conhecimento do problema com vistas a torná-lo explícito ou construir hipóteses. Nessa fase, envolveu levantamento bibliográfico dos temas relacionados ao cotidiano, ao rádio, a socialidade e o deficiente visual, e também a aplicação de questionários.

A pesquisa exigiu um conhecimento aprofundado sobre o ambiente e o grupo social em estudo, para analisar de que forma o rádio é inserido no cotidiano, e como o fenômeno da socialidade se manifesta.

No tocante a abordagem optou-se pela pesquisa qualitativa. Nas abordagens qualitativas, o pesquisador procura aprofundar-se na compreensão dos fenômenos que estuda sem apega a representatividade numérica, objetivando apurar opiniões dos entrevistados, através de elementos padronizados (questionários). O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados, uma vez que, o pesquisador é o instrumento essencial para o desenvolvimento da pesquisa. Para Santaella (2003, p.143), “embora com características próprias, as pesquisas qualitativas também obedecem a certos protocolos, tais como a

delimitação e formulação claras de um problema, sua inserção em quadro teórico de referências, a coleta escrupulosa de dados, a observação, [...]”.

Santaella (2003, p. 139) afirma que “sistemas e correntes filosóficas que trabalham com os fundamentos do conhecimento, mesmo sem estarem diretamente lidando com a metodologia acabam por gerar métodos de pesquisa”. Partindo desse pressuposto usaremos a etnografia, com o intuito de aproximação do objeto de estudo.

2.1 O uso da etnografia nas pesquisas em comunicação

O campo da comunicação permite o uso de diversas metodologias, que são originadas das ciências sociais e humanas, a exemplo disto, a etnografia que é um método particular da antropologia, mas que é muito utilizado nas pesquisas em comunicação, caso desta dissertação.

Mas, antes de partir para como foi à aplicação da etnografia na pesquisa, é preciso compreender do que se trata esse método. De acordo com a conceituação do dicionário *Novo Aurélio* (1999, p. 849), a etnografia pode ser definida de duas maneiras diferentes: sendo “parte dos estudos antropológicos que corresponde a fase de elaboração de dados obtidos em pesquisa de campo e estudo descritivo de um ou de vários aspectos sociais ou culturais de um povo ou grupo social”. Desses conceitos, o primeiro aponta o trabalho do antropólogo e o outro para a ideia de descrição um povo ou grupo.

Outra perspectiva mais teórica a ser considerada, é a do escritor estadunidense Clifford Geertz (1989), que pontua, que na antropologia social, o que os estudiosos praticam é a etnografia. A prática da análise antropológica como forma de conhecimento se dar a partir da compreensão do que seja a etnografia. Segundo o autor (1989, p. 4), “praticar a etnografia é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário e assim por diante”. Esses elementos do trabalho etnográfico são fundamentais na pesquisa de campo. Porém, para Geertz não são somente esses elementos que definem o trabalho do etnógrafo, o que também é determinante é o esforço intelectual representado por uma “descrição densa”, que seria a definição mais apropriada para etnografia.

Mas, o que seria essa “descrição densa” proposta por Geertz? Para ele é um processo de interpretação, que almeja, e espera-se que o pesquisa tenha conseguido, entender e descrever as ações e seus significados que estão imersos no menor gesto humano. Como

exemplo, para explicar a sua noção de antropologia como ciência interpretativa que está em busca de significados é o das piscadelas.

Uma simples piscadela pode ter significados distintos. Pode ser um tique nervoso, pode ser um código de comunicação entre pessoas, pode ser um sinal de “paquera”, entre outros. E o papel do antropólogo ao realizar a etnografia será sair da descrição superficial dos fatos e compreender como as piscadelas são produzidas, percebidas e interpretadas pelos “nativos” daquela sociedade. E esta interpretação pode ser completamente diversa daquela do grupo a que pertence o pesquisador (TRAVANCAS, 2006, p. 99).

Entendendo que a etnografia está fincada na descrição não superficial dos fatos, para a aplicação da mesma, o pesquisador necessita ir a campo e observar o grupo social que está pesquisando. A etnografia também é um método de pesquisa qualitativa e empírica com características peculiares. Segundo Travancas (2006), ela demanda do pesquisador “mergulho”, ou seja, uma dedicação e preparo, pois, é um tipo de pesquisa que não pode ser realizada em um curto espaço de tempo. Ela exige etapas anteriores e posteriores a observação, como por exemplo, um levantamento e uma leitura de autores que tratam sobre o assunto.

Na comunicação os trabalhos etnográficos são voltados para a percepção dos veículos na vida das pessoas, dos grupos sociais. No Brasil, o trabalho pioneiro na área foi o da antropóloga Ondina Leal no ano de 1986, intitulado “A leitura social da novela das oito”, onde a autora entende o lugar da televisão, em específico o da novela das oito, na sociedade do País, tendo como público de pesquisa, famílias de diferentes classes sociais.

De acordo com Travancas (2006), no Brasil são poucos os trabalhos etnográficos existentes com temas ligados a comunicação. Os poucos existentes, além do acima citado, normalmente está relacionado ao campo da publicidade e ao entendimento das rotinas produtivas dos profissionais da mídia.

2.2 As fases da pesquisa

Depois de uma resumida conceituação de etnografia, o percurso da pesquisa divide-se em três etapas. A primeira etapa da pesquisa etnográfica é o levantamento bibliográfico. No presente trabalho, a literatura utilizada para o seu desenvolvimento vai além dos clássicos da antropologia, que objetivam a compreensão do método, como por exemplo, o livro *A*

interpretação das culturas de Clifford Geertz. Mas, a pesquisa bibliográfica, que está imersa no método etnográfico, se alimenta de obras, que norteiam para o entendimento da mídia estudada (o rádio), o público alvo (o deficiente visual) e as bases teóricas (a sociologia do cotidiano).

A etapa seguinte foi a elaboração de um caderno ou diário de campo. Ele funcionou como um espaço de anotações de questões pertinentes a respeito do grupo em estudo. Sendo assim, o caderno de campo teve como função conter registros com descrições de tudo que o pesquisador observar e considerar importante para o encaminhamento do trabalho. No caso desta dissertação, foi utilizado além do caderno de campo, o gravador e câmera fotográfica, para o registro de entrevistas, conversas, eventos. O uso dessas ferramentas é de fundamental importância, pois, permitiu ao pesquisador observar os acontecimentos dos deficientes visuais da ACEP, sem grande preocupação com anotar todas as conversas, diálogo, por exemplo.

As duas primeiras etapas citadas podem ser consideradas como etapas preliminares da pesquisa etnográfica. A terceira etapa é a entrada no “campo”. É a inserção do pesquisador no grupo. Nesse momento as possibilidades são incontáveis, pois, o encaminhamento da pesquisa fica totalmente dependente do universo pesquisado do que propriamente do método, pois, é nessa etapa que exige do pesquisador negociações com os membros do grupo ou instituição de aplicação da pesquisa. No caso deste trabalho, o primeiro contato para o desenvolvimento da pesquisa na Associação do Cego do Piauí (ACEP) foi mantido em março do ano de 2012 com o presidente da instituição, Janilton Marques Bastos, que fez a apresentação da sede e dos membros, que se disponibilizaram a colaborar com o trabalho.

Depois da autorização para entrar em “campo” há dois instrumentos para a coleta de dados. São eles as entrevistas abertas e em profundidade e a observação participante. É importante destacar, que como já mencionado anteriormente, a etnografia se enquadra enquanto pesquisa qualitativa, porém não exclui o uso de questionários ou dados estatísticos como informações complementares, o que foi usado nesta pesquisa, como é apresentado no primeiro tópico do último capítulo. Mas, a essência do trabalho é voltada para o que Geertz (1997) identifica como o “ponto de vista dos nativos”. Sendo assim, na etnografia o mais importante é observar e escutar o grupo social em estudo. Para Travancas (2006, p. 103), “[...] a antropologia é uma ciência da escuta”.

Partindo dessas assertivas, esta dissertação conta com os dois instrumentos de coleta de dados propostos pela etnografia. Além destes, ainda utiliza questionários com perguntas de múltipla escolha, aplicados a 100 deficientes visuais da ACEP, que objetivaram identificar

informações complementares, como: faixa etária, sexo, nível de escolaridade, profissão, tempo dedicado a escuta do rádio, preferências de programação, entre outros dados.

A etapa seguinte à aplicação dos questionários fechados foi às entrevistas⁶, com alguns membros da ACEP, através de entrevistas em profundidade. De acordo com Jorge Duarte (2006, p. 62) a entrevista em profundidade é uma metodologia específica dos trabalhos em comunicação. Esta:

Explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada. Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não quantificação ou representação estatística.

Nesse contexto, ressalta-se que para a elaboração dos questionários foi escolhida a categoria de entrevista semiaberta, que é uma subdivisão da entrevista em profundidade. A entrevista semiaberta tem como origem um roteiro de “questões-guia”, que dão suporte para a orientação do pesquisador na hora da entrevista, porém novas questões podem surgir na ocasião, tanto pelo entrevistador, quanto pelo entrevistado. Nesse caso, todas as informações inicialmente são relevantes, em maior ou menor intensidade.

A intensão ao se aplicar entrevistas semiabertas aos membros do grupo social em estudo foi verificar se há a existência de respostas e observações repetidas pelos membros da ACEP. Quando isso acontece, é posto na frente do pesquisado aspectos compartilhados entre os membros do grupo, podendo ser considerado como traços que definem a organização cotidiana desses indivíduos.

A outra etapa da pesquisa de campo foi a observação participante, que consiste na inserção do cientista social no grupo estudado. Travancas (2006, p.104) observa que o pesquisador não deve “se colocar ingenuamente” em relação a sua presença no grupo. Ele deve se atentar ao seu papel no grupo. Entender que ele observa, mas também é observado, e que sua presença pode alterar a rotina do grupo. “Isso não quer dizer que ele também não deva ou possa participar”.

Com a utilização da observação participante, o objetivo foi compreender as interações construídas no seio da Associação do Cego do Piauí e sobre as quais se constrói um conjunto de representações da vida cotidiana e como o rádio se insere nela, isso é o fio condutor dessa etapa. Nesta etapa, a pesquisadora passou o período de 30 dias observando o dia a dia da

⁶ Transcritas no apêndice.

Instituição e dos seus membros, e também acompanhou três deficientes visuais durante um dia para compreender melhor a presença do rádio no seu cotidiano.

Depois da pesquisa de campo, a fase final do método antropológico é a escrita do texto. Essa etapa é caracterizada pelo percurso que o pesquisador fará para elaboração do texto final da análise. Nesse sentido, o procedimento metodológico escolhido determina o modo de escrita. Por exemplo, é o que acontece com uma pesquisa etnográfica, que como já mencionado por Geertz (1989), o texto resulta em uma “descrição densa”.

3 RÁDIO: A COMUNICAÇÃO PELO SOM

“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 [...]” (Roquette Pinto).

O rádio é um meio de comunicação que utiliza de ondas eletromagnéticas, com a finalidade de transmitir mensagens sonoras aos mais longínquos lugares e diferentes povos. Ferrareto (2001) destaca que, a tecnologia utilizada no rádio é a mesma da radiotelefonia, que consiste na transmissão de voz ou som sem o uso de fios. Tal tecnologia passou a ser usada a partir de 1916, quando David Sarnoff imaginou a possibilidade de cada residência ter um parêlo receptor.

O veículo de radiodifusão⁷ sonora leva ao ar diversos programas de entretenimento, informativos e educativos. “Músicas, notícias, informações de utilidade pública, programas humorísticos, novelas, narrações de acontecimentos esportivos e sociais, entrevistas e cursos são gêneros básicos dos programas” (BARBOSA; RABAÇA, 1987, p. 491).

Entre todos os meios de comunicação, uma pesquisa realizada pela a Unesco⁸ (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) aponta que mesmo com o surgimento de novos veículos de comunicação e com o avanço tecnológico, o rádio é o meio de comunicação de massa que atinge a maior parte da população mundial, cerca de 95% dos habitantes do planeta. Tal popularidade deve-se a longevidade do rádio e a diversos fatores que serão abordados no decorrer desse capítulo.

3.1 O rádio no Brasil: da instalação à digitalização

O surgimento do rádio no Brasil é datado da década de 1920, um período em que a história do país foi marcada por uma série de grandes acontecimentos, tais como, a Semana de Arte Moderna e a fundação do Partido Comunista Brasileiro. Em 07 de setembro de 1922 aconteceu a primeira transmissão radiofônica oficial no País, com o discurso do então presidente da República Epitácio Pessoa, em evento comemorativo do Centenário da Independência na capital federal, o Rio de Janeiro. É importante destacar que, antes da

⁷ Radiodifusão é a emissão de ondas eletromagnéticas, que pode compreender rádio, televisão e outros tipos de transmissão. Por isso, para se referir especificamente ao rádio, utilizamos a expressão radiodifusão sonora.

⁸ Disponível em: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/in-focus-articles/2013/world-radio-day/>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2013.

primeira transmissão oficial, há relatos que o rádio brasileiro surgiu em 06 de abril de 1919, com a fundação da Rádio Clube de Pernambuco.

De acordo com Moreira (2000, p. 21), “para a maioria dos visitantes presentes à exposição, o discurso presidencial transmitido através dos alto-falantes estrategicamente posicionados (e ignorados até o momento da transmissão) foi uma surpresa”. A partir daquele momento surgia no Brasil um novo meio de comunicação que se tornaria com o tempo o mais popular e de maior alcance.

Mas, tal popularidade não foi alcançada nos primeiros anos de existência. A ausência de lojas no País, que disponibilizassem pares de rádio dificultou num primeiro momento a popularização, uma vez que, para se adquirir aparelhos receptores era necessário mandar buscar no exterior. Com o preço elevado dos aparelhos de rádio e com a indisponibilidade no mercado nacional, somente as pessoas com alto poder aquisitivo podiam usufruir do novo meio de comunicação.

Foi no ano de 1923, que ocorreu a instalação oficial da primeira emissora de rádio do País, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize, no dia 20 de abril. A programação da emissora era totalmente de cunho educativo e cultural.

No início, ouvia-se ópera, com discos emprestados pelos próprios ouvintes, recitais de poesia, concertos, palestras culturais etc., sempre uma programação muito “seleta”, apesar de Roquette Pinto estar convencido, desde o início, de que o rádio se transformaria num meio de comunicação de massa. E, devido a essa certeza e à vontade de divulgar a ciência pelas camadas populares, muitas iniciativas foram tomadas no sentido da implantação efetiva da radiodifusão no Brasil (ORTRIWANO, 1985, p.14).

O rádio na década de 1920 foi marcado, como mencionado anteriormente, por ter como principal característica uma programação com fins educativos e culturais. Na década seguinte, houve uma mudança significativa na programação radiofônica, e nesse momento, o rádio se tornou comercial. Para Ortriwano (1985, p.15), “a introdução de mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era ‘erudito’, ‘educativo’, ‘cultural’ passa a transformar-se em ‘popular’, voltado ao lazer e à diversão”.

Com aspecto mais popular, devido às transformações surgidas com a Revolução de 1930, período foi significativo para a história do Brasil no século XX, pois, além das transformações políticas, como por exemplo, o fim da República Velha, é importante destacar o processo de industrialização proposto pelo então Presidente da República, Getúlio Vargas.

Neste contexto, o rádio ganhou mais ouvintes e se mostrou como um grande veículo de comunicação ideal para a divulgação dos produtos que surgiram no mercado nacional.

A década de 1930 foi de extrema importância para definir os caminhos do rádio no País.

O rádio comercial e a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas de vender produtos e ditar ‘modas’, como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional (GOLDFEDER, 1980 apud ORTRIWANO, 1985, p.19).

A passagem do rádio da fase amadora para comercial, não foi instantânea, pois enfrentaram problemas tais como, os altos custos para a manutenção e o consumo do rádio, uma vez que, os aparelhos receptores eram muito caros. Outra dificuldade era a questão da não regulamentação para a divulgação de publicidades no veículo, que somente na década de 1940 com a entrada de multinacionais norte-americanas no território brasileiro a propaganda nas emissoras deslanchou.

Os anos de 1940 são considerados, até hoje, como “a época de ouro do rádio”. Nesse momento, o veículo ocupava cada vez mais lugar de destaque nos lares das famílias brasileiras. A programação se tornou mais variada com enfoque para programas de informação, musicais, de humor, radionovelas e os programas de auditório, onde os ouvintes estavam presentes nos estúdios da emissora.

Segundo Moreira (2000), o rádio comercial também influenciou a introdução do jornalismo radiofônico no País. Em 1941, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro transmitiu pela primeira vez o *Repórter Esso*, um programa informativo que inovou o padrão dos jornais no rádio brasileiro.

Além da influência do rádio comercial, é com o início da Segunda Guerra Mundial, que cresceu a importância do radiojornalismo no Brasil. “No espírito de aproximação brasileira com os Estados Unidos, irrompe nos receptores o *Repórter Esso*, identificado por uma característica musical e textos de abertura que ficaram na memória de milhares de ouvintes em todo o país” (FERRARETTO, 2001, p. 127).

Com o surgimento do *Repórter Esso*, em 1941, o jornalismo no rádio começa a ter características próprias, desenvolve linguagem específica e as notícias não mais copiadas dos jornais impressos. Nesse momento, o principal fornecedor de informações são as agências de notícias. Ferrareto (2001, p. 127) destaca que, “[...] a maior contribuição do *Esso* foi à

introdução no Brasil de um modelo de texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentando um noticiário ágil e estruturado”, uma fórmula trazida dos Estados Unidos.

Ainda na década de 40 do século passado, outro marco importante para a história do rádio foi à criação da Associação Brasileira de Rádio (ABR) em 1944, que objetiva “a defesa, a orientação e a união de todos os que trabalhassem no rádio e para o rádio”. Para Moreira (2000), através dessa organização, foi possível o estabelecimento do Código Brasileiro de Radiodifusão.

Com a popularização do rádio, a disputa pela audiência entre as emissoras ficou cada vez mais explícita, assim, as emissoras criaram outros programas, como os de auditório e programas especializados, um exemplo, é o caso da rádio Pan de 1947, especialista em esportes. (HARTMANN; MUELLER, 1998).

Depois da “época de ouro”, o rádio entra em um período de transição devido à chegada da televisão. Nesse momento o rádio passou por uma reformulação na sua estrutura para atrair anunciantes e se manter atuante no mercado da comunicação. Mesmo com o aparecimento da televisão, o rádio desenvolveu estratégias para permanecer nos lares das famílias brasileiras. Uma dessas estratégias para reconquistar o seu público, foi a utilização do transistor, assim, este aparelho eletrônico que foi apresentado ao mundo em 1947, possibilitou para o rádio, uma produção mais barata, além de uma comunicação noticiosa e ágil. A partir do uso do transistor e de outros aparatos tecnológico, foi possível escutar rádio a qualquer hora e em qualquer lugar, pois, não havia mais necessidade de estar com o aparelho ligado na tomada.

Uma das estratégias desenvolvidas pelo rádio para enfrentar a concorrência com a televisão foi focar a programação para o jornalismo, as músicas e acima de tudo para a prestação de serviço, que vem até hoje sendo uma das principais características de veículo. Para Moreira (2000), existe no rádio um ponto que a televisão não conseguiu superar, trata-se da agilidade de transmissão dos fatos, que pode ser feito de qualquer lugar.

Nesse momento, o País vive a década de 1950, um momento histórico de grandes avanços nos campos econômico e tecnológico, com os incentivos dados pelo o Governo de Juscelino Kubitschek para a entrada de empresas e produtos estrangeiros no Brasil. Junto com toda essa onda de produtos “modernos” vieram aparelhos de rádio cada vez menores e portáteis. A programação era marcada pelo jornalismo e, sobretudo pelos musicais, que ocupam a grade do rádio em quase que em sua totalidade, trazendo para o conhecimento do público estilos e artistas de fora do Brasil, nesse contexto o rock vai chegando de mansinho e lança no Brasil artistas como: Elvis Presley, The Killer e outros, que influenciaram na

produção musical do nacional. Outro destaque na produção desse período foi à esportiva, que em 1956 já era a segunda consumidora do tempo da programação.

A década de 1960 foi de suma importância para a história do rádio. É nesse período que surgiu o rádio FM, que tem uma qualidade de som melhor do que o AM, porém o alcance é mais limitado, devido a sua transmissão ser em ondas curtas. Outra característica do FM é quanto a sua programação, que durante muito tempo estava focada basicamente na emissão de músicas. Mas, é somente em meados da década seguinte, que o rádio FM ganha características popularescas, principalmente, por fazer uma programação segmentada, focando especificamente do público jovem.

Outro processo importante do rádio FM, foi que se chama de “aemização” do FM, que o foi à implementação de programas jornalísticos característicos do AM. O FM teve suas atenções voltadas para a prática de um jornalismo próprio, que se caracterizava pela cobertura de grandes fatos nacionais e internacionais. Foi implantado no Brasil o modelo americano *all news*, que trazia para o ouvinte uma programação com 24 horas de notícias por dia. A primeira emissora que utilizou esse modelo foi a Rádio Jornal do Brasil AM do Rio de Janeiro. Outro exemplo é a Rádio Jovem Pan de São Paulo, que as transmissões eram voltadas para a transmissão de notícias locais.

Com a Constituição Federal de 1988, uma nova modalidade de rádio é introduzida no cenário nacional, a rádio comunitária, que mais tarde, em 1998, “foi reconhecida pelo governo federal de uma atividade que, na prática, já existia em várias cidades brasileiras.” (MOREIRA, 2000, p. 69)

Segundo o Ministério das Comunicações⁹ as emissoras consideradas comunitárias têm as seguintes características:

Rádio Comunitária é um tipo especial de emissora de rádio FM, de alcance limitado a, no máximo, 1 km a partir de sua antena transmissora, criada para proporcionar informação, cultura, entretenimento e lazer a pequenas comunidades. Trata-se de uma pequena estação de rádio, que dará condições à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas ideias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais. A Rádio Comunitária deve divulgar a cultura, o convívio social e eventos locais; noticiar os acontecimentos comunitários e de utilidade pública; promover atividades educacionais e outras para a melhoria das condições de vida da população. Uma Rádio Comunitária não pode ter fins lucrativos nem vínculos de qualquer tipo, tais como partidos políticos e instituições religiosas.

⁹ Disponível em www.mc.gov.br/radio-comunitaria.

Com um elevado número de emissoras de rádio, a opção para se manter atuante no mercado da comunicação foi a regionalização e por que não, a segmentação. Cada vez mais os programas radiofônicos passaram a ser destinados para públicos específicos. A ideia de emissoras nacionais vem sendo limitada, atualmente o local predomina dentro deste veículo.

O grande destaque dos anos 1990 foi o lançamento em 1991 da Rádio CBN (Central Brasileira de Notícia), emissora ligada ao Sistema Globo de Rádio. A programação da emissora é de notícias, tendo a rádio o slogan, “CBN a rádio que toca notícias”. A CBN foi um dos primeiros exemplos de rádio segmentada, pois, a programação era específica para os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e a capital Brasília.

Na segunda metade dos anos de 1990 até os dias atuais, uma discussão vem predominando entre os pesquisadores de rádio. Tal discussão diz respeito à digitalização do veículo e o rádio via internet, ou seja, o veículo vem cada vez mais sendo adepto das novas tecnologias, tanto para se modernizar no sentido de aparatos tecnológicos, que permitem o melhoramento das transmissões, como também para conquistar ouvintes que passaram a escutar a programação online.

Uma inovação que o webrádio traz, são os conteúdos exclusivos para o “webouviente” ou “ouvienternauta”¹⁰. Além dos conteúdos exclusivos, outra possibilidade oferecida pelo rádio na internet é a de escutar os programas no horário que você desejar, já que existem ferramentas que permitem a gravação e o arquivamento da programação.

Não é mais preciso esperar o programa favorito ter início; as informações podem ser obtidas a qualquer momento. Os *podcasts* oferecem a praticidade da mobilidade, pois podem ser ouvidos na *web*, mas também apresentam a possibilidade de serem baixados para aparelhos móveis como MP3, MP4, celular, *smartphone*, *tablet*, etc (NEUBERGER, 2012, p. 128-129).

3.2 O rádio no Piauí

Nas primeiras décadas do século XX, o estado Piauí, inclusive a capital Teresina passavam por um processo de crescimento lento e sossegado. A capital era calma e vivia com hábitos de cidade do interior, com uma pequena população e hábitos provincianos. Para Solon (2006, p.167), foi por volta dos anos de 1935, que os primeiros indícios do fim da calmaria da cidade apareceram, esta estava “ameaçada pelo processo de modernização”.

¹⁰ Termo criado por Magali Prado para definir os ouvintes do rádio na internet.

Juntamente com a modernização, o comércio de Teresina foi se desenvolvendo. E como estratégia para a divulgação dos produtos, veio à necessidade de investir em propaganda nesse momento teve início a radiodifusão no Piauí, que começou com o serviço de alto-falantes no centro comercial da capital. Nesse momento, a loja “Casas Pernambucanas” foi a primeira a instalar esse meio de comunicação, objetivando a divulgação dos produtos e promoções do estabelecimento comercial, localizado no entorno da Praça Rio Branco, no centro da cidade. O som do alto-falante da loja ficava somente no entorno do estabelecimento, não tendo um grande alcance.

As propagandas da loja eram transmitidas apenas durante o dia, e no período da noite a amplificadora colocava no ar uma programação musical, atraindo a população para o local, isso fazia da Praça um dos ambientes de socialização da cidade naquele período. Além da diversão proporcionada pelas músicas, às pessoas também se deslocavam até o logradouro¹¹ para se informar sobre os acontecimentos do Brasil e do mundo.

O grande acontecimento do final da década de 1930 era a II Guerra Mundial. A população brasileira se informava dos acontecimentos do conflito armado por meio das notícias transmitidas pelas ondas do rádio. Porém, nesse período por não existir uma emissora de rádio, a população teresinense fazia da Praça Rio Branco um ambiente de troca de informações, aonde iam “se inteirar de notícias sobre a guerra, política e outros assuntos através das rodas de conversa, leitura de jornais – de periodicidade semanal - e dos serviços de alto-falantes existentes na cidade” (SOLON, 2006, p. 168).

Além da demora da instalação da primeira emissora de rádio no Estado, a grande maioria da população não tinha condições financeiras para adquirir um aparelho receptor, como mostrava o censo do IBGE, “[...] das 179.143 unidades prediais e domiciliárias piauienses de 1940, apenas 878 possuíam rádio” (IBGE, 1952, p. 171 apud SOLON, 2006, p. 169). Então a solução foi espalhar alto-falantes por vários ambientes da capital.

[...] os sons também chegavam a outras praças e ruas do centro de Teresina, através de cornetas e bocas de alto-falantes instalados no topo de postes, galhos de árvores e fachadas de casas comerciais. Tal aparelhagem era ligada por fios em um módulo amplificados operado em pequenos estúdios localizados no centro de Teresina. Ao amplificador também era conectado um fonógrafo e microfone [...] (SOLON, 2006, p.169).

¹¹ Refere-se a qualquer espaço público de conhecimento de uma administração municipal: praças, ruas, avenidas, etc.

Com a popularização das amplificadoras em Teresina, os ambientes que eram alcançados pelo som dos alto-falantes se tornaram também espaço de lazer da população. A Praça Pedro II era um dos pontos de encontro principalmente da juventude, que ia para conversar, encontrar os amigos e para paquerar. Os rapazes faziam pedidos musicais e enviam recados românticos para as moças, através dos locutores das amplificadoras que cobravam pelo serviço.

O serviço de amplificadoras em Teresina ainda perdurou por muitos anos, até o surgimento de uma emissora de rádio na capital. Mas, foi em 1937, que “a primeira emissora de rádio cortou os ares piauienses de forma clandestina [...]” (NASCIMENTO, 2003, p. 4). Por não estar legalmente registrada, a Rádio Educadora de Parnaíba foi fechada ainda naquele ano, no dia 9 de julho. Sendo reaberta apenas em 17 de abril de 1940 de forma experimental.

No ano de 1938 entra em funcionamento a Rádio Amplificadora Teresinense, que tinha uma característica diferente das demais amplificadoras, sendo a primeira a ser considerada comercial. Por não pertencer a nenhum comerciante, tinha como fonte de manutenção os anúncios publicitários de estabelecimentos comerciais e também cobrava por pedidos musicais e envio de dedicatórias.

No tocante ao funcionamento das amplificadoras, Carlos Said¹², que trabalhou na Rádio Amplificadora de Teresina, relata que essas poderiam ser comparadas com as emissoras de rádio, tendo um espaço próprio, com aparelhagem, locutores, um escritório para a publicidade e propaganda e uma programação diária. Além da Rádio Amplificadora de Teresina, outras também tiveram destaque na capital piauiense. Entre elas a Amplificadora Cultura, de propriedade da Arquidiocese.

Porém, mesmo com todo o serviço prestado pelas amplificadoras em Teresina, a necessidade da criação de uma emissora de rádio na capital era muito desejada. Foi através do interventor federal no Estado, Leônidas Melo, que se sentia incomodado, por o Piauí ser um dos poucos estados brasileiros a não contar com um sistema de radiodifusão. No ano de 1940,

O Diário Oficial informa que uma comissão constituída por personalidades do comércio local manteve entendimento com o interventor federal no sentido de obter apoio para a criação de uma sociedade que deveria explorar a radiodifusão. O articulista defende a ideia porque acredita que “...vai aumentar o índice de progresso, em particular em Teresina, e em geral, de todo o Piauí que não pode ficar em plano inferior aos seus co - irmãos, nesta fase de completa evolução”¹⁰. Esse projeto não se concretizou (NASCIMENTO, 2003, p. 4).

¹² Depoimento concedido a Daniel Sólton. Teresina, 04 de janeiro de 2005.

Esse primeiro projeto, que não foi concretizado, era para a fundação da Sociedade Rádio Clube do Piauí. Porém, os anseios para o lançamento de uma emissora no Estado não se limitavam a capital Teresina. Tanto que, as primeiras ondas sonoras a entrarem no ar no Piauí foram as da Rádio Educadora de Parnaíba, sendo em 3 de maio de 1940 a data oficial da sua fundação, 18 anos depois da implantação da primeira emissora de rádio no Brasil.

Na Capital, depois da tentativa fracassada do interventor do Estado, Leônidas Melo, foi instalada em 1946, a Rádio Difusora de Teresina (RDT), que só foi ao ar em 18 de julho de 1948, sendo essa a primeira emissora oficial da capital.

A Rádio Difusora começou operando em ondas largas, mas em 1949, passou a operar em ondas curtas. A emissora nasceu por uma sociedade por cotas da qual participaram Cláudio Pacheco Brasil, Sigefredo Pacheco e Alzira Torres Sampaio, família de grande prestígio, principalmente na região de Campo Maior. A emissora era ouvida na frequência 1.370 Kc/s e na potência 1KW. Nos primeiros anos da década de 1940, a Difusora de Teresina foi adquirida pelo grupo “Diários Associados”, de Assis Chateaubriand (CARVALHO; MELO; REGO, 2012, p. 14).

A Rádio Difusora de Teresina usa o prefixo ZYQ-3, a qual a apresentava para seus ouvintes uma programação bastante variada, que era intercalada com música, jornalismo e programas que falavam sobre os problemas da sociedade local. O noticiário teve muito destaque na emissora, sendo o *Grande Jornal Q/3* um dos principais ganchos de sustentabilidade da rádio. Mesmo tendo uma programação diversificada e com uma aparelhagem mais eficiente que as das amplificadoras, a RDT não tinha o mesmo potencial de outras emissoras de rádio do Nordeste e do País. Segundo Nilsângela Lima, a rádio foi duramente criticada por alguns jornais impressos da capital, que cobravam uma programação parecida ou igual as que eram veiculadas pelas emissoras do centro-sul do Brasil.

Tem se afirmado que essa fase de “apatia” vivida pela RDT durante os primeiros anos em que estreava no ar teresinense foi modificada com a chegada do radialista José Eduardo Pereira, o qual assumiu o cargo de Diretor Gerente e, dada a experiência que adquiriu trabalhando na Rádio Tabajara da Paraíba e Tamandaré de Recife, montou um novo quadro de programação na emissora, atribuindo-lhe uma fisionomia radiofônica e reavivando a importância da RDT para a sociedade teresinense (LIMA, 2006, p. 140-141).

A partir do momento em que se consolidou em Teresina, a Rádio Difusora foi considerada um meio de comunicação de massa, e passou a fazer parte do cotidiano e principalmente era uma forma de lazer da população. Nesse sentido, a programação rádio

oferecia diversas opções, tais como: as radionovelas, os programas de auditório e os informativos.

As radionovelas foram uma preferência nacional durante os anos de 1940. O Piauí acompanhou o cenário nacional através da transmissão desse tipo de programa radiofônico pelas ondas da RDT. As novelas que iam ao ar pela emissora, eram compradas de rádios do centro-sul do país ou da Ceará Rádio Clube e da Rádio Clube de Pernambuco. “Algumas foram produzidas por artistas piauienses, sendo novelas de curta duração e interpretadas pelos elementos principais do ‘cast’ da ZYQ-3 e por pessoas de destaque da sociedade teresinense [...]” (LIMA, 2006, p. 143).

Outro destaque da RDT foram os diversos programas de auditório. Em suas instalações possuía um pequeno auditório com apenas 25 cadeiras. Mas, mesmo com o espaço limitado, os programas contavam com participação popular, sendo estes, os maiores acontecimentos de Teresina, que não época não contava com um teatro regular e o cinema era muito caro não chegando a população mais pobre.

Durante a década de 40 do século XX, o Piauí tinha apenas duas emissoras de rádio, a Rádio Educadora de Parnaíba e a Rádio Difusora de Teresina. Na década seguinte, foi instalada em 19 de outubro de 1957 a primeira emissora do sul do Estado, a Rádio Difusora de Floriano (RDF). Assim como as outras emissoras piauienses, a RDF priorizava os programas jornalísticos. As notícias que iam ao ar na emissora eram obtidas através do sistema de rádio escuta e também nos jornais impressos da Capital, o que era uma dificuldade para a equipe de jornalismo, já que Floriano fica a uma distância de 240 km de Teresina, local onde eram impresso os periódicos. Além das notícias do País e do Estado, havia na programação um tempo dedicada aos acontecimentos locais e para a prefeitura do município e das cidades vizinhas.

Na década de 1960, a radiodifusão no Piauí alcançou o auge. No primeiro ano do decênio surgiu a Sociedade Rádio Clube de Teresina, a emissora era ligada a um grupo político, que objetivava difundir seus ideais através do rádio, e em seguida a emissora foi comprada por Valter Alencar, uma figura bastante representativa da época.

Objetivando crescer cada vez mais, a Rádio Clube investiu em transmissões radiofônicas externas que envolviam acontecimentos de grande relevância, bem como eventos que serviam para promover o encontro de parcelas da sociedade local, como as festas realizadas no Clube dos Diários. Entre os seus projetos que marcaram a memória da sociedade da época, destaca-se a vinda de cantores de sucesso para Teresina tais como: Erasmo Carlos e Jair Rodrigues e, conseqüentemente, a realização de shows populares nos bairros, bailes ou em praças públicas, além de festivais de músicas em

parcerias com rádios do Sul do país (ANDRADE; NASCIMENTO; PEREIRA, 2003, p. 2).

A partir desse período, teve início em Teresina, a disputa pela audiência nas emissoras, no começo entre a Rádio Difusora e a Rádio Clube, e posteriormente, entrou também nesse cenário a Rádio Pioneira. A última rádio citada entrou no ar em setembro de 1962 e era fazia parte da RENECA (Rede Nacional de Emissoras Católicas), sob a responsabilidade da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). A criação da Rádio Pioneira estava ligada a necessidade de difusão do Movimento de Educação de Base¹³ (MEB), pelo o então bispo de Teresina, Dom Avelar Brandão Vilela. A emissora teve uma grande aceitação da população, pois, tinha uma programação bem variada, com programas de entretenimento, noticiosos e religiosos.

A Rádio Antares AM, outra emissora de destaque na história do rádio piauiense, foi fundada em outubro de 1988, em Teresina. É uma rádio estatal, criada no governo de Alberto Silva. Por atender as demandas do Estado, a emissora sofreu durante sua existência inúmeras mudanças, uma vez que, a cada novo mandato governamental, a Rádio Antares AM tinha sua estrutura e administração alteradas. No ano de 2003, no governo de Wellington Dias, por determinação da justiça, a emissora foi fechada para passar por uma nova reestruturação, sendo reaberta no ano seguinte com padrões que permanece até os dias atuais, com uma programação focada em informações sobre o Estado.

Enquanto que na Capital a radiodifusão já estava consolidada em meados dos anos de 1970. No interior do Estado, a instalação de emissoras de rádio nesse período ainda andava em passos lentos. Por exemplo, na cidade de Picos, o terceiro maior município do Piauí, só vai ter uma emissora em 1979, a Rádio Difusora AM, inaugurada em 12 de julho do referido ano, com a transmissão do programa “Correspondente do Interior”, que permanece no ar até a atualidade, conservando o mesmo formato do programa. Outra emissora importante do

¹³ “O Movimento de Educação de Base era um programa educacional de caráter laico-religioso que visava a promoção, desenvolvimento e integração da população brasileira, principalmente, das regiões menos desenvolvidas – Norte, Nordeste e Centro-Oeste – do Brasil, além de conter a disseminação do comunismo na zona rural. O instrumento utilizado para conseguir estes objetivos seria a *educação de base*, que se define por dá condições ao homem do campo de se desenvolver como pessoa e em comunidade ao despertar sua consciência para os problemas sociais da localidade em que está inserido através do conhecimento. Este projeto envolvia leigos e clérigo de todo o país e foi um reflexo do trabalho da Diocese de Natal dos anos finais de 1950 e início de 60, que desenvolvia, por intermédio do SAR (Serviço de Assistência Rural), programas educativos voltados para a população do campo, alfabetizando-as e dando-lhes noções de política e sindicalização rural. Foi resultado disso, uma ação pioneira que utilizava as ondas do rádio para educar as pessoas” (ANDRADE; NASCIMENTO; PEREIRA, 2003, p. 2).

interior piauiense é a Rádio Primeira Capital, fundada na cidade Oeiras¹⁴, em 7 de setembro de 1984.

Nos anos seguintes, a predominância no rádio piauiense é das emissoras FM. No decorrer, sobretudo dos anos de 1990 e 2000, foram inauguradas inúmeras rádios FM, e a justificativa para esse fato, é por ter as FM um custo menor de instalação e também devido a programação ser mais musical e menos informativa, tem sido mais fácil a sobrevivência junto a concorrência dos demais meios de comunicação. Porém, é importante destacar, que mesmo com um maior número de rádio FM, as AM ainda permanecem fortes no cenário radiofônico piauiense.

3.3 O rádio e suas funções

Assim como os demais meios de comunicação, o rádio tem inúmeras funções, que podem ser identificadas e nomeadas por seus ouvintes. De acordo com Meditsch (2001), pesquisas realizadas com os diversos públicos que utilizam o rádio, identificam que são três as principais funções do veículo: entreter, informar e educar, seguindo essa ordem de importância.

No que se refere ao entretenimento, as emissoras de rádio têm como objetivo ser um atrativo para seu público, e essas deve ser “competentes e confiáveis, divertidas e informativas” (MCLEISH, 2001, p.21). O rádio tem a capacidade de proporcionar aos seus ouvintes, por meio de sua programação e do material que vai ao ar “prazeres inesperados”, sendo uma forma de distração para o ouvinte, desviando sua atenção dos seus problemas e anseios, trazendo uma sensação de relaxamento e companhia.

As funções informativa e educadora estão entrelaçadas, uma vez que, é por meio da informação radiofônica, que conteúdos educativos e que prestam serviços à comunidade são postos no ar. O veículo pode divulgar a educação de várias maneiras, seja publicando os acontecimentos relevantes para a sociedade ou atualizando a população sobre os eventos políticos do momento, por exemplo. Para isso, os locutores que levam por meio da voz as informações são de certa forma promotores da educação via rádio.

[...] como o rádio tem função educativa, o ouvinte estabelece uma relação com a linguagem, com a cultura. Isso não significa que a linguagem deva ser um bloco sem vida e sem cor, pelo contrário. O redator do rádio não deve

¹⁴ Foi a primeira capital do Piauí até 1851 quando a sede política e econômica da Província foi transferida para Teresina, atual capital.

ambicionar textos exageradamente literários nem venerar o uso de gíria e de expressões populares. Com isso, é importante adequar a linguagem o tipo de programa e variar o estilo monotonia. (GODOY, 2002 apud GOMES, 1999, p. 19)

Por ter como uma de suas características a linguagem simples, a popularidade e o fácil acesso, Ortriwano (1985, p.61) defende que o rádio “desempenha uma função muito importante no estabelecimento de contatos entre a população, que a televisão e os veículos impressos ainda não conseguiram igualar”. A intimidade existente entre o veículo e o ouvinte, chega a públicos que os meios citados normalmente não atingem, como os analfabetos (no caso dos impressos) e os deficientes visuais. Então é perceptível, que o rádio durante toda a sua existência tem sido determinante para o fortalecimento da comunicação em geral.

Do papel de gata borralheira, de irmão mais pobre da televisão, o rádio tem se convertido num elemento essencial para a comunicação dos povos, chegando ao âmago da sociedade mais desprotegida, não para lhe vender mercadorias, mas para prestar um serviço social de fundamental importância (PIERNES, 1990, p.67).

Nesse sentido, o rádio atua como um promotor da informação e também da formação coletiva, chegando às “sociedades mais desprotegidas”, por ser de fácil comunicação e consequentemente de simples compreensão o público ouvinte do rádio não necessita de formação escolar para entender a mensagem repassada. Sendo o rádio relevante nas sociedades com uma parcela significativa de analfabetos, por exemplo.

3.4 Características do rádio

No decorrer dos anos, o rádio foi se consolidando enquanto meio de comunicação de massa. Isso ocorre principalmente, por o veículo vir inovando e se reinventando no delinear de sua história, criando com o tempo características próprias, que contribuíram para a sua consolidação.

Nesse sentido, Mcleish (2001) aponta que possui pelo menos 19 características, que objetivam facilitar a comunicação entre produção e recepção. Com tantas característica, faz-se necessário neste contexto, dissertar sobre algumas delas. Apontando como cada uma contribui para a comunicação neste veículo.

3.4.1 A imaginação está no ar: a sensorialidade do rádio

Diferentemente dos meios de comunicação audiovisuais, que utilizam a combinação, imagem e som para fidelizar o público, o rádio tem como única ferramenta a fala, a voz. E por ser essencialmente oral, o veículo consegue conquistar públicos diferenciados, por uma de suas características mais marcantes, que é a possibilidade do seu ouvinte criar imagens, através dos sons emitidos.

A forma que o locutor pronuncia as palavras no rádio é essencial para o processo de estímulo da imaginação de quem escuta. “Para um ator (locutor) a palavra não é apenas um som, é uma evocação de imagens” (QUINTEIRO, 2007, p. 138), ou seja, é através do bom uso das palavras que os locutores permitem o processo de formação de imagens na mente de quem ouve. De acordo com Mcleish (2001, p.15) “o rádio é um meio cego, mas pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz”.

Para Guillermo Piernes (1990, p. 77) “a mente humana crê muito mais em sua própria imaginação do que no que seus olhos veem”. De acordo com o autor, o que torna o rádio mais interessante é a ausência de limitações físicas, nesse meio de comunicação quem recebe a mensagem, não está preso às imagens já pré-determinadas, como é o caso da televisão e dos meios impressos, como revistas e jornais.

A ausência de imagens que poderia ser vista como um ponto negativo no rádio torna-se uma característica positiva, pois, “o ouvinte, tem que criar mentalmente a imagem visual transmitida pela imagem acústica” (PRADO, 1985, p. 19). Os efeitos provocados pelos sons emitidos pelo rádio afetam mais profundamente a vida de quem o ouve, mas do que imaginamos, pois, além do conteúdo transmitido pelo rádio, se junta a esse as experiências vividas pelos ouvintes. Nesse meio eletrônico, as imagens vão além das representadas pelos demais veículos, o mundo visual proporcionado pelo rádio é criado dentro de cada ouvinte, e os impactos e envolvimento causados na imaginação são incalculáveis. É importante destacar que no rádio, a imagem não é tudo.

Além de estimular a imaginação do ouvinte, o rádio é também um excelente companheiro das pessoas que estão sozinhas, ele funciona como um amigo. Como exemplo, o deficiente visual Edimir Barbosa da Silva¹⁵ (2013) destaca que o rádio chega a ser mais companheiro do que os amigos e os membros da família, porque ele sempre está presente em

¹⁵ Entrevista concedida a esta pesquisadora em 13 de dezembro de 2013 em Teresina – Piauí.

sua vida. Para o entrevistado: “ele [o rádio] é tudo. O rádio é meu companheiro, costumo dizer que meu rádio é melhor que minha esposa, pois ela vai ficar brigando e o rádio num vai fazer isso. Então o rádio é mais meu amigo que minha mulher (riso)”.

3.4.2 Intimidade: o rádio fala para cada ouvinte

Por mais que o rádio seja considerado um meio de comunicação de massa, e que atinge milhares de pessoas ao mesmo tempo, uma de suas principais características é a intimidade. Ele consegue falar diretamente para cada ouvinte de forma pessoal e particular. Para Barbosa Filho (2003, p. 46-47), “as formas de falar, são pensadas para o ouvinte com sua particularidade e expectativas”.

Segundo Mcleish (2001), para que essa característica seja posta em prática, é importante que o comunicador, locutor ou radialista, que são as denominações para o profissional do rádio no Brasil, tenha consciência que a transmissão para uma só pessoa é o que torna a comunicação desse veículo eficiente. Para isso, o autor (2001, p. 62) orienta que, “[...] É uma comunicação entre você, radialista, e o ouvinte, com seus próprios pensamentos. Escreva, portanto, para o indivíduo, ele sentirá que você está falando com ele e assim suas palavras terão muito mais impacto”.

No rádio a forma de falar do locutor é determinante, pois, ele acaba se tornando o amigo do ouvinte, exercendo uma relação de companheirismo. Como afirma Hartmann e Mueller (1998), o ouvinte é um ser único, sozinho com os seus pensamentos, com a sua personalidade. Somente o rádio tem a capacidade de manter essa relação de proximidade e amizade entre quem fala e quem escuta.

3.4.3 A instantaneidade

Desde o surgimento do rádio, uma das principais características que fez com que esse veículo estabeleça uma boa relação com o público, foi a instantaneidade, uma vez que, através do rádio as pessoas ficavam sabendo dos fatos que ocorriam na sociedade sem saírem de casa. “[...] Com o rádio as informações poderiam chegar ao público no instante da ocorrência, embora em princípio, por motivos técnicos, isso só fosse possível com alguns poucos acontecimentos previsíveis, devido à necessidade de preparação da transmissão e deslocamento de equipamentos [...]” (MEDITSCH, 2001, p. 115).

Na atualidade, as informações no rádio são transmitidas em tempo real, o que aumenta a credibilidade do veículo. Porém, segundo Ferrareto (2001), é importante destacar que, por a transmissão no rádio ser no momento em que o fato ocorre, ela é posta no ar somente uma vez, por esse motivo, é importante que o locutor tenha preocupação com a estruturação da informação, para que o ouvinte possa compreendê-la.

3.4.4 Interatividade: a participação do ouvinte

Ferrareto (2001, p. 196) destaca que:

O rádio é o veículo interativo por excelência. Por carta, pessoalmente ou por telefone, os ouvintes acorrem às emissoras opinando, reivindicando ou informando. Com o advento da telefonia celular e o fax, algumas rádios abriram espaço bem definidos em suas programações.

Com percebemos na citação acima, a interatividade é uma característica determinante para o rádio, pois, é através da mesma que o ouvinte pode participar ativamente da programação, que é destinada para ele. Por isso, normalmente, nas emissoras de rádio, os locutores pedem a participação de quem está lhe escutando, seja por telefonemas, cartas, e atualmente com a popularização da internet, por email ou recados nas redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter e etc.) (MEDITSCH, 2001).

De acordo com Mcleish (2001), a participação do público nos programas, dá um caráter democrático ao rádio. É aconselhável aos apresentadores dar espaço para os assuntos que considerarem relevantes, não só para aquele ouvinte que está participando, mas também para a comunidade em geral. Nesse sentido, o apresentador é apenas um mediador entre a informação e a população, e não deve tomar partido, mas sim, incentivar o diálogo.

3.4.5 Uma linguagem auto descritiva.

Por ser um veículo de comunicação que tem como maior característica a oralidade, o uso da linguagem adequada no rádio é de fundamental importância. De acordo com os manuais de radiojornalismo, a linguagem radiofônica tem que ser simples e de fácil compreensão.

Meditich (2001, p. 182) observa que com o desenvolvimento do rádio, o texto lido nas transmissões passou por diversas modificações, e os profissionais perceberam que “[...] o

jornalismo escrito para o microfone não poderia ser da mesma maneira que para o jornal [...]”. Portanto, diante das considerações feitas pelo autor, é possível perceber que a linguagem do rádio, começa a ter características próprias, entre elas a utilização frases curtas e objetivas.

Outro ponto importante para uma linguagem eficiente no rádio, é que as mensagens faladas devem ser o mais descritível possível, para que o ouvinte possa ver, sentir e vivenciar a situação. Além da questão da visualidade que a linguagem do rádio deve proporcionar no ouvinte, Hartmann e Muller (1998), afirmam que para uma boa comunicação no veículo sonoro, a linguagem deve ser:

- 1) “Clara” – a linguagem tem que ser de fácil compreensão, não havendo dificuldades para o seu entendimento por parte de quem ouve.
- 2) “Breve” – com essa característica, o ouvinte terá uma compreensão imediata da mensagem transmitida, ou seja, quem está falando deve ir direto ao assunto que deseja passar, sem grandes rodeios.
- 3) “Repetitiva” – é fundamental para que o receptor possa entender e gravar a mensagem. É importante lembrar, que não se deve repetir a mesma informação diversas vezes, para não se tornar cansativo, mas sim, em momentos estratégicos, para que aquele ouvinte que não ouviu ou entendeu possa compreender o que está sendo dito.
- 4) “Ativa” – a linguagem tem que ser alegre, dinâmica, positiva para prender a atenção de quem ouve.
- 5) “Nova” – quem ouve consecutivamente as mesmas expressões sempre se cansa. Deve-se sempre renovar e variar o vocabulário, mas com cuidado para não tornar a linguagem complexa.
- 6) “Humilde” – o locutor deve falar para o seu ouvinte sem impor barreiras, falar de igual para igual, ser amigo de quem está do outro lado do rádio.
- 7) “Persuasiva” – o interesse do locutor deve ser que o ouvinte compartilhe de suas ideias, e para isso é preciso usar uma linguagem forte e convincente, onde mantenha o público já existente e conquiste quem não divide os mesmos pensamentos, criando assim, uma relação de cumplicidades entre público e locutor.
- 8) “Concreta” – o locutor necessita expor ideias definidas, e não apresentar o que não possa ser de interesse do ouvinte.
- 9) “Visiva” – de acordo com os autores (1998, p. 83), “ quem escuta é ‘cego’. O meu ouvinte pode somente me escutar. Contar apenas com a audição significa que minhas palavras deverão ser tão claras, ao ponto de permitir que o ouvinte ‘veja’ aquilo que digo.”

10) “Particular” – o ouvinte é único, então a linguagem deve ser sempre no singular e dirigir diretamente para cada pessoa, para que ele possa se sentir importante.

11) “Rítmica, musical, agradável” – como a voz é de fundamental importância, é significativo que o tom da fala seja adequado para cada momento, variado além do tom o ritmo de acordo com o texto.

3.4.6 De grande alcance e de baixo custo.

Uma das inúmeras vantagens do rádio é que por ser de baixo custo e não exigir uma tecnologia avançada, este tem o potencial de falar para milhões de pessoas sem a necessidade de aparelhos receptores sofisticados, além de chegar a lugares em que os outros meios de comunicação não alcançam, já que com simples rádio a pilhas podemos sintonizar diversas emissoras.

No que se refere às aos aparatos tecnológicos, Mcleish (2001, p. 17) afirma que:

Comparado aos outros meios de comunicação, tanto o custo de capital, quanto os as despesas de manutenção são pequenos. Como já descobriram os radialistas do mundo inteiro, a principal dificuldade em montar uma estação de rádio não é financeira, mas, sim, obter uma frequência de transmissão. Essas frequências são protegidas pelos governos como signatários de acordos internacionais, e a concessão não é fácil.

A grande questão das emissoras é estar no ar, como afirma o autor. Depois de legalizadas, mantê-las funcionando não tem um custo elevado, pois, a transmissão da programação é feita diretamente dos estúdios das rádios, e quando há a necessidade de trazer informações das ruas, um simples aparelho de telefone pode ser suficiente, uma vez que, o rádio não exige o deslocamento de uma grande equipe para as reportagens externas. Além de que, as estações de rádio podem ser mantidas financeiramente de diversos modos, como por exemplo: publicidades comerciais, capital privado e governamental ou por a junção desses e de outras maneiras de arrecadação fundos.

O rádio também é de baixo custo para o ouvinte. Com o desenvolvimento dos aparatos tecnológicos, os aparelhos de rádio foram aperfeiçoados, e o que era um “móvel” das residências no início do século XX e de um custo altíssimo, que somente as pessoas com uma abastada condição financeira podia ter em casa, tanto que foi durante décadas objeto de desejo das famílias brasileiras, atualmente está disponível em diversos aparelhos eletrônicos como celulares e *smartphones*, além de também está nos automóveis.

3.4.7 Regional e colaborativo

Desde os seus primórdios o rádio tomou proporções que o fez chegar a um meio de comunicação universal. Percorre os mais variados e longínquos lugares atingindo diversos povos e nações. De acordo com Mcleish (2001), ele é o veículo de comunicação mais democrático, pois, chega a praticamente a todas as camadas da população.

Recentemente, uma pesquisa realizada pela Unesco¹⁶ aponta que o rádio continua sendo nos dias atuais o veículo de comunicação que alcança o maior número de pessoas no mundo, mesmo com o surgimento e o fortalecimento de meios de comunicação, como a televisão e a internet. Segundo a pesquisa:

Since the 19th century, radio has remained widely accessible, relatively cheap and very simple to use. It is a medium that surpasses all other communication technologies and reaches 95% of the world's population. Radio has shaped the way we communicate with one another and will continue to help span distances across cultural, political, social and economic divides. Internet and new technologies have further extended their reach. Radio promotes development, lifelong learning and cultural diversity. It helps preserve local cultures and languages while contributing to global understanding.¹⁷

Através dos dados apontados pela pesquisa da Unesco, uma questão se faz necessária: como o rádio, um veículo de comunicação tão antigo consegue sobreviver às inúmeras inovações do campo comunicacional?

Para diversos pesquisadores do veículo, a grande questão está na adaptação do meio de comunicação ao aparecimento das novas tecnologias. Para Ferrareto (2001), o rádio nunca se intimidou com os seus concorrentes (a exemplo da televisão e principalmente da internet na atualidade), mas obteve forças para que a sua permanência fosse duradoura.

Uma característica que beneficia o rádio é a instantaneidade e o imediatismo na transmissão da informação, o que possibilita que o ouvinte fique sabendo dos fatos na hora que acontecem, pois, ao contrário da televisão, por exemplo, não há a necessidade do

¹⁶ Informações contidas em: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/in-focus-articles/2013/world-radio-day/>

¹⁷ Desde o século XIX, o rádio manteve-se amplamente acessível, relativamente barato e muito simples de usar. É um meio que supera todas as outras tecnologias de comunicação e atinge 95% da população em todo o mundo. O rádio moldou a forma como nos comunicamos uns com os outros e vai continuar a aproximar as distâncias que são causadas pela cultura, política, social e econômica. A internet e as novas tecnologias tem prorrogado seu alcance. O rádio promove o desenvolvimento, a aprendizagem ao longo da vida e da diversidade cultural. Ele ajuda a preservar culturas e línguas locais contribuindo para a compreensão global (Tradução Livre).

deslocamento de uma equipe de reportagem até o local do fato. No rádio, qualquer cidadão com um telefone pode entrar em contato com uma emissora e noticiar o fato em tempo real.

Barbosa Filho (2003, p. 46) acredita que outro fator que contribuiu foi à regionalização das emissoras, “o regionalismo é uma marca fundamental do rádio, pois oferece visibilidade às informações locais”. Direcionar a programação para os acontecimentos locais foi uma estratégia utilizada para satisfazer o público que se fidelizava cada vez mais com o noticiário internacional e nacional da televisão.

A programação local faz com que o ouvinte se sinta representado. Do buraco na rua ao artista do bairro, a programação radiofônica se tornou com o passar dos anos a realidade da cidade. Para Golin (2010), o veículo atua como o monitor do trânsito, termômetro e cronômetro dos ambientes urbanos.

A partir dos anos 1960, quando deixou a sala de visitas e o entretenimento para a televisão, o rádio passou cada vez mais a contemplar notícias e prestação de serviços locais. Qualquer manual para iniciantes recomenda que a pauta do veículo privilegie a proximidade como critério de relevância: um acidente de trânsito, um assalto, o buraco da rua, as reivindicações dos bairros. Nas grandes cidades, as emissoras atuam como guias da mobilidade física do sujeito. Percebe-se, aqui, o quanto o elemento midiático contribui para a construção e utilização da paisagem urbana ao produzir aquilo que Di Felice (2009) define como metarquitectura informativa (GOLIN, 2010, p. 68).

Segundo a autora, o conceito de metarquitectura informativa proposto por Di Felice, aponta que o ambiente urbano não está composto apenas das estruturas sólidas de concreto, mas também dos aparatos eletrônicos comunicacionais que implicam na vida social dos habitantes da cidade. Nesse contexto, o rádio “tornou-se a variável interveniente, capaz de modificar, através da mensagem, o comportamento dos cidadãos e a utilização da cidade, expressando assim um novo tipo de esfera pública que marca a passagem da arquitetura dos espaços públicos racional-opinativos” (ROCHA, 2013, p.1).

Sendo assim, o rádio enquanto um meio de comunicação que devido às inúmeras “ameaças” sofridas ao longo de sua história pelos novos veículos e a necessidade de sobrevivência optou em manter uma programação local e colaborativa com seu ouvinte. Quem é consumidor da informação radiofônica, também é produtor e repórter de notícia, pois vê no rádio uma alternativa de informar e opinar nos acontecimentos do espaço social do cidadão.

4 RÁDIO E SOCIALIDADE: O COTIDIANO MOLDADO PELAS ONDAS SONORAS

“Na verdade, Ângela... o que nos mata é o cotidiano. Eu queria só exceções” (Clarice Lispector).

É simples imaginar uma cena comum de uma família logo pela manhã, no interior do seu automóvel conversando sobre assuntos corriqueiros e com o rádio do carro ligado no noticiário da manhã. O trânsito lento e no roteiro da emissora o locutor fala sobre o engarrafamento diário e as possíveis pancadas de chuva no fim do dia, seguindo uma ordem temática dos assuntos que são levados ao ar. Essa cena é comumente associada ao cotidiano de inúmeras famílias.

Partindo dessa assertiva, é possível afirmar que o rádio faz parte do cotidiano de muitas pessoas, sendo nesse caso, o cotidiano relacionado a rotina, o fazer diário, o dia a dia, os acontecimentos que cercam o ambiente social. O que não é uma afirmação impertinente, já que o cotidiano é também uma atmosfera de repetições e de atividades programadas pelo tempo cronológico.

Perceber o cotidiano somente enquanto rotina ou repetição faz desse lugar algo limitado, que não considera o leque de fenômenos complexos que o compõe. É uma percepção que reduz às possibilidades de visualizar todas as suas nuances, que abriga em suas entranhas o ambiente ideal para as ações sociais, as socialidades, que são moldadas pelos os hábitos corriqueiros e pelas rupturas da vida social. Nesse sentido, para se compreender o cotidiano há a necessidade de ir além do que é visível, pois, como afirma Pais (2003, p.74) “contrariamente às posições que reduzem o cotidiano ao corriqueiro, ao repetitivo e ao a-histórico, ele é o cruzamento entre múltiplas dialéticas entre o ‘rotineiro’ e o ‘acontecimento’”.

Para compreender essa ideia, recorre-se ao exemplo citado no início do texto. A vida da maioria da população segue em ritmo acelerado, e muitos detalhes dos acontecimentos diários passam despercebidos aos olhos. Na cena do carro, normalmente não é notório, por exemplo, a troca de olhar entre o motorista e os demais que estão esperando o sinal abrir, a proximidade dos presentes no automóvel com os fatos transmitidos pelo rádio e entre outras pequenas ações impercebíveis. Isso são coisas que acontecem e raramente é dado conta, e que ultrapassa a noção de tempo cronológico, é o “algo” a mais, que é efêmero e passageiro.

Nesse ambiente comum ao cotidiano, as distrações externas, que muitas vezes são consideradas banais, fazem do acontecimento tedioso, mais ameno e prazeroso.

A respeito do assunto, Maffesoli (2005, p. 57) esclarece que, “não se trata de focalizar o conteúdo, mas de perceber como a palavra vazia de sentido, por se inserir no jogo do concreto, é antes de tudo fator de agregação”. Por ser tratada como banais e sem importância, não se vê a necessidade de se retrair, por temer possíveis “punições”, já que essa comunicação ocorre de forma natural e despercebida. A comunicação, nessa perspectiva, é percebida além da técnica e do ato de comunicar, mas é envolta de valores emocionais e involuntários, “que ultrapassam amplamente a troca de signos ou de informações no sentido utilitário do termo” (SILVA, 2004, p. 43).

Neste sentido, o ato de comunicar está na ludicidade dos acontecimentos vividos, ou seja, no contato simples, no desejo do “estar-junto”. Maffesoli entende que, o que realmente importa no cotidiano, assim como na comunicação, é o ato de “colocar em relação”.

Em síntese, Maffesoli percebe a comunicação como uma forma sensível da vida social contemporânea e tenta compreender, fora dos imperativos morais, como ela serve de “cimento social” numa época de crise das antigas utopias políticas que, através da promessa do paraíso futuro terreno, serviam de “cola” social para os indivíduos socialmente desamparados (SILVA, 2004, p. 44).

Por essas e outras conceituações, que compreender o cotidiano é mais do que é dito pelo senso comum, que são as ideias de rotina e repetição. Muitas vezes o cotidiano se entrelaça com a comunicação. Não a comunicação posta pelos veículos (a imprensa), mas a comunicação no sentido amplo, a que se estabelece uma vida em comum.

Definir o cotidiano enquanto um conceito único e fechado se torna complexo e talvez improvável, uma vez que, ele está envolto num ambiente de incertezas, que dá espaço para subjetividades e relativismos, não existindo espaço para verdades absolutas e inquestionáveis. Assim sendo, o cotidiano é um estilo, e não um conceito. “O cotidiano não é um conceito que se pode, mais ou menos, utilizar na arena intelectual. É um estilo, isto é, de abrangente, de ambiente, que é a causa e o efeito, em determinado momento, das relações sociais em seu conjunto. (MAFFESOLI, 1995, p. 64).

Para Maffesoli, o cotidiano é um estilo (representa a sensibilidade coletiva, a partir do vivido) – *habitus*- como alguém se coloca no mundo, colocar para o coletivo suas formas interiores. O cotidiano é a tentativa de adaptar o nosso imaginário ao do outro, o esforço do cotidiano é se fazer entender.

Então, para o estudo do cotidiano, muitos pesquisadores buscam orientação na teoria formulada por Max Weber, onde se tem por base uma sociologia compreensiva, com a finalidade de interpretar a vida cotidiana, ou seja, compreender é sair do tempo físico. Na compreensão existe um avanço coletivo..

Outra possibilidade de se pensar o cotidiano, é a partir de uma teoria fenomenológica. A Fenomenologia – enquanto corrente de pensamento filosófico, também surge no século XX, e nos faz compreender os sentidos dos acontecimentos, fazendo com que os fenômenos se mostrem sem estarem envolvidos pela razão.

De acordo com a teoria fenomenológica, pode-se entender a comunicação a partir da experiência com o outro, uma vez que, no cotidiano a compreensão dos fenômenos passa mais pela comunicação da fala, do que pela a formulação de conceitos. No cotidiano, a palavra funciona como um veículo de comunicação, onde é através da linguagem, que há a criação de tipos sociais, sendo a mesma traduzida pela comunicação na vida cotidiana.

É importante compreender, que para a Fenomenologia, a linguagem diferentemente da língua, não funciona como um contrato social, não há a necessidade de regras ou amarras culturais para que haja um entendimento.

Na Fenomenologia, a linguagem está dentro dos fatos sociais, e não se constrói no eu, no individual, mas sim, no coletivo. Neste contexto, a linguagem funciona como um sistema, que não está voltada só para o eu, se cria num ambiente aberto e livre, e o diálogo está com a finalidade de recuperar o discurso.

No tocante a linguagem no cotidiano, deve-se pensar que o conhecimento é produto da interação social entre os indivíduos, sem as armadilhas das regras e imposições. Sendo assim, a comunicação na vida cotidiana não pode ser pensada a partir de uma lógica pré-estabelecida. Não existe uma realidade acabada, sendo que, o mundo da vida cotidiana é permeado por “naturalidades”, fenômenos sociais que ocorrem de maneira voluntária, de forma espontânea.

Então, o cotidiano não pode ser entendido enquanto um método ou objeto. Mas, ele deve ser visto, como um estilo, que possibilita a observação das interações sociais, que estão em constante movimento, buscando compreender as possibilidades do seu percurso.

Com a finalidade de melhor compreender o cotidiano, Wellington Pereira (2007) propõe uma análise a partir de três elementos que se complementam entre si, sendo eles: *o mundo da vida, a vida cotidiana e a cotidianidade*. Com esses elementos, o autor não pretende conceituar o cotidiano, mas contribuir para a compreensão das inúmeras facetas do mesmo.

O conceito de mundo da vida vem da sociologia desenvolvida na década de 20 do século passado, mais especificamente de estudos realizados por pesquisadores alemães, tanto do campo da sociologia como da comunicação.

O mundo da vida, ou também, mundo intermediário, que faz referência às realidades intermediárias para a compreensão do mundo, é o mundo da intersubjetividade, ou seja, um universo simbólico dentro de várias culturas, que propõe o entendimento de como as coisas se conectam dentro de uma visão do caos.

É também no mundo da vida, que há uma solidez das coisas racionais, onde está no seu contexto a capacidade de delimitar tanto a modalidade histórica, quanto a social. Portanto, o mundo da vida tem uma função epistemológica, onde aponta quais os caminhos para o entendimento dos acontecimentos sociais.

A base epistemológica do mundo da vida tem como referência uma base muito mais antropológica, do que sociológica, pois o mundo da vida está diretamente associado ao imaginário, mais especificamente, ao conhecimento simbólico, presente nas heranças culturais e no saber popular, por exemplo.

Compreendendo o mundo da vida, em sua contrapartida existe o mundo cotidiano. O mundo cotidiano nasce a partir do mundo da vida, mas apresenta uma reação ao mesmo, reagindo a várias questões, onde analisando a partir do pensamento grego clássico, essa reação é chamada de tragédia ou sentimento trágico.

No mundo cotidiano está bastante presente a cultura do micro, onde predominam os saberes populares e as relações intraculturais, sendo este, o mundo das culturas particulares. É no mundo cotidiano, que a vida cotidiana parte para uma ética cultural, ou seja, há uma predominância da valorização das culturas, onde estudar o cotidiano é estudar os processos culturais.

Para Maffesoli (1995), o cotidiano apresenta características diferentes entre as culturas, não sendo o mesmo em todos os lugares e em todos os grupos sociais. Ele é vivenciado de forma diferente por cada povo, sociedade, cada grupo vive à sua maneira. É no cotidiano que acontece a interação social.

No tocante à vida cotidiana, Maffesoli afirma que só tem sentido se vivenciada em coletividade, na ligação com o outro, no agrupamento social, no “estar-junto”. E o que norteia este relacionamento é a comunicação.

O teórico percebe a comunicação como uma forma sensível da vida social na contemporaneidade. Mas, é fundamental lembrar que quando Maffesoli fala em comunicação, o mesmo não está referindo-se aos veículos de comunicação de massa, mas sim, a

comunicação como um suporte para as relações sociais, como por exemplo, a linguagem, como já mencionado neste trabalho.

No tocante a cotidianidade, Pereira (2007, p. 67) entende como “a adjetivação dos procedimentos da vida cotidiana”. Na atualidade a cotidianidade, segundo o autor, pode ser enleada com os desperdícios, os exageros materiais e a “produção de bens simbólicos”. Mas, a cotidianidade está ligada ao imaginário social, ao que caracteriza cada grupo, mesmo que em espaço urbano similar.

A vida cotidiana ao contrário do mundo da vida tem uma autonomia em relação à razão, sendo a mesma mais diretamente relacionada ao imaginário. Sendo assim, as formas que estruturam o mundo da vida é fluída, ou seja, as coisas escapam. Já, a vida cotidiana não se justifica apenas na razão, mas também na sensibilidade.

Com os estudos desenvolvidos no século XX sobre o mundo da vida e o cotidiano, entende-se que a comunicação é essencial para a vida cotidiana. Mas, como entender o mundo da vida e o cotidiano no discurso midiático?

Sabendo que na produção dos conteúdos produzidos pela mídia o que predomina é o campo técnico, onde se põe em prática todas as técnicas de reportagem, edição e produção da notícia, além do interesse mercadológico em vender um determinado produto. Também é importante destacar a existência dos meios de comunicação no campo metafísico, que é através deste que se alimenta o imaginário. Mas, para a mídia, o cotidiano é o campo das incertezas, observando a vida cotidiana como algo precário, banal.

Todo discurso midiático é uma representação do real, ou seja, o discurso midiático não está na percepção, mas sim na representação. Assim, o cotidiano dos meios de comunicação, se apresenta através da representação, sendo que, o cotidiano científico está na percepção.

No contexto midiático é mais perceptível a presença das características do mundo da vida, uma vez que, por ter uma base mais antropológica, tem uma ligação mais familiar com o imaginário social, o que é visível na mídia. Sendo que, no discurso midiático há a representação dos acontecimentos, existindo ao mesmo tempo uma aproximação e um distanciamento da realidade de quem recebe tais informações. É no discurso midiático, assim como no mundo da vida, que se constrói um campo histórico e social, fincados no mundo da razão.

Como já mencionado, a mídia entende o cotidiano, como um ambiente incerto, e a vida cotidiana como algo precário, incapaz de revelar para os produtores midiáticos fontes capazes de serem verdadeiras representações da realidade, ou da verdade. Pois, o cotidiano não é um campo sólido, mas sim de renovação.

A mídia é um dispositivo técnico, que não existe a preocupação com as formas sensíveis do cotidiano. No ambiente midiático é perceptível a construção de um pensamento generalizado de cultura, não há a valorização do micro, do ser enquanto produtor de uma cultura própria, ou seja, não existe uma preocupação com as culturas populares. Normalmente, o que se percebe é a imposição de conceitos sobre culturas que os veículos de comunicação de massa entendem e repassam para o público consumidor como culturas superiores. Porém, não pode ser entendido com uma ideia fechada, já que com os meios de comunicação comunitários ou regionais há a tentativa de hegemonização dos conteúdos dos grandes conglomerados da comunicação, além da preocupação com “glocal”.

No contexto apresentado, não é incorreto pontuar, que a mídia tem uma relação de proximidade como o senso comum, porém não de total dependência, já que o senso comum independe do campo midiático para existir. No obstante, as linguagens utilizadas pelas mídias é uma adaptação da linguagem do senso comum para a disseminação dos produtos e discursos midiáticos para a sociedade.

4.1 Rádio: interferência no cotidiano e nas relações sociais

O rádio é um meio de comunicação que disponibiliza para o seu ouvinte incontáveis possibilidades. Sua mistura de sons, informações, entretenimento, conversas, aproximação, simplicidade e entre outras possibilidades, faz com que ele esteja intimamente associado ao fazer diário da vida de inúmeras pessoas espalhadas pelo mundo, o que faz desse veículo um dos mais, senão o mais popular dos meios de comunicação. Seja para alegrar, descontrair, informar, indignar – o rádio sempre está ali entranhado na vida cotidiana dos seus ouvintes, encurtando as distâncias e mantendo contato com os mais diversos povos.

Partindo para o entendimento do rádio enquanto instrumento necessário para o cotidiano, estudos sobre o assunto, apontam basicamente para a associação do cotidiano ao corriqueiro e rotineiro. Para Azevedo (2002), o rádio marcou intensamente a vida cotidiana da população principalmente na primeira metade do século XX, chegando a interferir na formação social e cultural do povo brasileiro.

Historicamente, o rádio faz parte do cenário cotidiano nacional desde meados da década de 1920. Com o passar dos anos o meio de comunicação deixa de ser apenas um objeto de ostentação das elites e passa a fazer parte dos lares das famílias, se tornando um meio massivo. Esse fato aconteceu no delineamento dos anos 30 do século passado, e isso fez mudar o

cenário da vida da população. O rádio foi se inserindo cada vez mais nas atividades diárias das pessoas, e também interferiu nos acontecimentos políticos, econômicos e culturais.

Alterando a rotina da casa, trazendo as “últimas novidades” do mundo civilizado, o rádio interfere, chegando mesmo a reordenar o cotidiano de parte da sociedade brasileira. O rádio foi um veículo privilegiado no processo de formação e de divulgação de um novo estilo de vida, ligado às novas práticas culturais urbanas. (AZEVEDO, 2002, p.13)

Nesse sentido, a autora observa que hábitos, a moda, a cultura, a música principalmente, o comportamento da população do País foi moldado pelos produtos radiofônicos, tais como: comerciais, programas e até os locutores e artistas do rádio, eram verdadeiros ídolos e exemplo para o povo. Além disso, o estilo de se vestir e até mesmo a maneira de falar sofreu alterações: gírias e dizeres falados na Rádio Nacional eram copiados e repetidos por indivíduos das mais diferentes regiões, idades e classes sociais. Culturas que eram destaque apenas em alguns segmentos da sociedade passaram a fazer parte da cultura nacional. Um bom exemplo disso é o samba, que graças ao rádio passou a ser conhecido não só pelas classes populares, mas pela elite brasileira.

Diante disso, Azevedo (2002) busca mostrar como o rádio alterou a organização do cotidiano da sociedade brasileira, bem como se fez presente na vida das pessoas, fosse através de música, informação, entretenimento, previsão do tempo, publicidade, dicas de saúde, cultura, educação; fosse no trabalho, no carro, em casa, na fazenda, no centro urbano. Enfim, denota que do amanhecer ao anoitecer, nos bons e maus momentos, ele sempre estava ali, fazendo companhia, educando, entretendo, ensinando, fazendo parte da história de vida da população brasileira da época.

Essas interações que a população estabelecia diariamente e incansável com rádio ajudavam a construir a rotina em função da programação radiofônica. O que as pessoas falavam, ouviam, faziam ou deixavam de fazer tinha influência do que era transmitido no rádio. Nesse momento o meio sonoro foi determinante na construção da vida cotidiana da população.

Esse contexto histórico analisado por Azevedo (2002), o cotidiano é entendido como rotina, mas também como um elemento determinante para a construção de relações sociais e de aproximação em torno dos produtos radiofônicos. A forma de abordagem da autora permite também observar o contexto e como se dava a vida social naquele período, sendo um

momento crucial da história nacional, uma vez que, se dava o processo de modernização dos centros urbanos, e o rádio se destacava como um dos grandes aparatos tecnológicos, que simbolizava status financeiro e social, e que aos poucos vai se popularizando e chegando também às camadas mais pobres da população. Sobre a sua importância, Azevedo (2002, p. 87), que:

Plenamente incorporado ao dia-a-dia, o rádio passa a ser visto como mais um dos elementos da vida moderna que deveria estar presente em todos os momentos do dia. O rádio servia para, junto com o jornal, manter os homens informados, alegrar as reuniões de família, fazer companhia à mulher e acompanhar os jovens nos passeios e na praia.

Sendo assim, o rádio foi um elemento decisivo num determinado momento da história nacional, tendo um grande destaque na vida e no dia a dia das pessoas. O recorte proposto por Azevedo é apenas uma possibilidade de análise do rádio enquanto veículo de comunicação que determinou o fazer da vida cotidiana a partir da análise histórica ou da construção historiográfica do rádio, onde o saber cotidiano é representado pelos grupos sociais do período (elite e classes populares).

Outra possibilidade de análise do cotidiano é encarar-lo como algo que é construído a partir das diversas mediações vivenciadas pelas pessoas em suas atividades diárias. Nesse sentido, o cotidiano é lugar de transformação, onde se estabelecem diversas relações que vão dando origem a uma maneira bem particular de viver de cada indivíduo ou de uma determinada comunidade. Nesse contexto, Biachi (2006) percebe que para analisar o cotidiano e a relação com o rádio, é necessário entender às ações cotidianas e interferência no veículo sonoro nessas, e não apenas descrevê-las. Descobrir as razões que induzem os indivíduos a agirem de determinada maneira e não de outra, levando em consideração as múltiplas possibilidades ofertadas pelo cotidiano.

Sendo assim, a autora busca entender às minúcias, as particularidades que envolvem o uso individual ou em grupo do conteúdo radiofônico. Como o rádio atinge cada pessoa e interfere na sua vida cotidiana e social. Entender como esses conteúdos são resignificados e utilizados no dia a dia dos ouvintes. A perspectiva estudada por Biachi (2006) compreende o cotidiano no âmbito do processo comunicacional do rádio, sendo consideradas as várias nuances desse processo. Para tal compreensão, a autora enfoca de maneira mais significativa a recepção dos conteúdos pelos ouvintes, mas não exclui a produção e os demais fatores envolvidos no processo, como por exemplo, as mediações que ocorrem no rádio. É pertinente

enfocar, que a mediação é definida no trabalho de Bianchi (2006) principalmente como atividades culturais, econômicas, políticas e sociais que ocorrem simultaneamente com a recepção, uso, apropriação e reapropriação do conteúdo radiofônico por parte dos indivíduos em seu dia-a-dia.

No que se refere à produção, é importante para a compreensão do cotidiano o estudo minucioso do modo de viver da população ou grupo escolhido para a pesquisa, a partir desse conhecimento, ser viável entender a maneira que ele é compreendido e divulgado pelo rádio. A partir daí, analisar como a vida cotidiana das pessoas determina na produção das mensagens radiofônicas e na sua veiculação, nesse ponto, é importante frisar, que o ocorre um processo de mão dupla, já que a vida cotidiana dos ouvintes interfere no cotidiano do rádio. Já o processo da recepção, busca entender os sentidos e significados atribuídos pelos indivíduos ao que recebe do rádio, a forma como o veículo interfere na “rotina”, nas decisões, escolhas e ações que desenvolvem.

É observando o processo da recepção que a autora dá uma relevância grandiosa às mediações vividas pelos ouvintes. Essas mediações dizem muito sobre como eles atribuem significações as mensagens que recebem, pois o contexto sócio-cultural e político no qual estão inseridos ajudam a determinar as maneiras de entender e se relacionar com tais mensagens. De acordo com Biachi (2006), a identificação de ações sutis realizadas pelos usuários do rádio, ao terem contato com o conteúdo radiofônico, oportuniza sistematizar a discussão em torno da questão e perceber as peculiaridades que permeiam a relação ouvinte-rádio.

Nesse contexto, para entender a maneira como se dá essa relação, é fundamental levar em consideração que o ser humano é influenciado pelo seu modo de viver, seus gostos, pensamentos e sua cultura ao ouvir rádio. Ele recebe e faz uso dos conteúdos propagados pelo veículo, levando em consideração o seu próprio modo de pensar, enxergar e vivenciar o seu dia-a-dia. As relações que estabelece com os outros, com o mundo e consigo mesmo ditam a forma de lidar com o que recebe. É a sua personalidade que o leva a agir. Por esse motivo é que às vezes as suas pequenas ações sequer são notadas, pois elas já estão inseridas no indivíduo e no seu cotidiano.

Então, apesar do rádio divulgar mensagens que objetivam convencer, o indivíduo é ativo. Ele consegue dar vida aquilo que recebe. Impõe uma visão própria, um sentido único, mesmo que de maneira bem disfarçada, sutil. O relacionamento do ouvinte com o rádio está longe de acontecer de maneira passiva. Nesse contexto, a autora trabalha a recepção a partir do ponto de vista de que os ouvintes são seres ativos, capazes de inventar e criar suas próprias

produções. Para ela, cada pessoa ou cada grupo constrói diariamente sua relação com o midiático, com o rádio, levando em consideração a cultura do grupo ao qual pertence e os ideários políticos, econômicos e sociais que o circundam:

Percebe-se a recepção como sendo constituída no interior de um processo comunicativo onde coabitam múltiplas operações que buscam uma articulação, entre elas a própria linguagem. Por parte daquele que é considerado como o sujeito receptor, essas operações são percebidas de maneira individual. Entretanto, os mecanismos utilizados na apropriação de uma informação, uma mensagem, são social, histórica e culturalmente construídos. (BIANCHI, 2006, p.136).

Por isso, apesar da comunicação radiofônica acontecer através da articulação de muitas intenções, o ouvinte expressa a sua individualidade, que é construída a partir das relações sociais que estabelece. Ao longo de sua vivência, em seu meio social, desenvolve suas crenças, cultura, costumes. Constrói uma maneira única de viver seu dia-a-dia. Tem sua forma própria de fazer o cotidiano, por isso é quase impossível que seja apático no momento da recepção. É por natureza um ser inventivo. Então, ao “consumir”, o ouvinte consegue subverter as mensagens e produzir novas acepções que condizem com as exigências da cotidianidade que o cerca.

Outro ponto destacado pela pesquisadora é o modo como o rádio se adequa as diversas temporalidades vividas pelos ouvintes em seu cotidiano. Ao ouvir rádio, o ouvinte que está do outro lado do aparelho não destina atenção exclusiva ao veículo. Esse contato acontece mediado por inúmeras outras ações: estudo, trabalho, conversas, atividades esportivas, físicas, de lazer, domésticas etc. Por isso, ela observa que o veículo tem que aprender a conviver com essas mediações, pois elas influem diretamente na forma como o ouvinte recebe o conteúdo radiofônico.

As relações que se estabelecem com o midiático não se dão apenas no momento da escuta, mas envolvem outras temporalidades e especialmente mediações que circundam o cotidiano dos receptores. Para além do instante da escuta, os discursos que chegam ao receptor via rádio estão inseridos em um processo em que o cotidiano, a família, o trabalho, o gênero, a religiosidade e tantas outras mediações participam ativamente no sentido que é construído (BIANCHI, 2006, p. 145).

Diante disso, a pesquisadora se preocupa em entender a forma como se estabelecem as relações e mediações que perpassam nos momentos da produção, veiculação e recepção das

mensagens radiofônicas, enfatizando o uso, a reapropriação que o usuário faz de tais mensagens. As questões debatidas por ela ajudam a ver o cotidiano e o rádio a partir de uma construção bem inovadora, que instiga o desenvolvimento de novas pesquisas nessa área. Também, é perceptível, que a comunicação no rádio é muito influenciada pela vivência cotidiana de seus ouvintes, que com os acontecimentos da vida social são de certa forma elementos determinantes na formação do cotidiano do veículo.

5 RÁDIO E COTIDIANO NA ASSOCIAÇÃO DO CEGO DO PIAUÍ: ASPECTOS GERAIS E RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

O rádio acompanha a vida da população há mais de 90 anos. Nesse tempo fez e faz parte da história de diversos grupos sociais, entre eles os deficientes visuais, grupo pesquisado. Perceber o cotidiano desse grupo social é uma tarefa árdua e difícil, uma vez que, o rádio está imerso na vida do cego de forma presente e inquestionável, o que seria para o pesquisador estar observando um fato tão comum e corriqueiro, e que para muitos sem grandes significados, já que é óbvio que quem não possui visão se apegue a tudo que é sonoro. Porém aí está o desafio, perceber que o cotidiano vai além do que está visível, e esse está nas sensações, nos afetos.

Por todos os motivos citados acima, que o presente trabalho bebe nas Teorias do Cotidiano, propostas por Michel Maffesoli, que entende a vida cotidiana como algo que pode ser descrito por meio de observações que formam o corpo social. Para tanto, o método etnográfico é essencial, fazendo uma análise que se possa chamar de uma etnografia da comunicação, e porque não do rádio.

Nessa perspectiva, a análise do rádio no cotidiano dos deficientes visuais da Associação do Cego do Piauí se apresenta de três maneiras no decorrer da pesquisa: **1) Identificação da presença do meio de comunicação no cotidiano do cego** – frequência que escuta rádio, emissoras favoritas, gênero mais ouvido, etc; **2) Descrição de cenas cotidianas do ambiente social pesquisado** – Observação de momentos do cotidiano dos deficientes visuais da ACEP – A chegada e as socialidades; **3) O rádio no dia-a-dia do cego** – Descrição de um dia de dois deficientes visuais e a presença do rádio.

5.1 Identificação da presença do meio de comunicação no cotidiano do cego

O presente tópico apresenta os resultados obtidos a partir do questionário aplicado na pesquisa de campo, sendo essa a primeira etapa do trabalho. Inicialmente, para se observar melhor a aplicabilidade do questionário, o mesmo foi exposto, em forma de pré-teste, em abril de 2013, a dois deficientes visuais da Associação do Cego do Piauí (ACEP), José Gomes da Silva e Ionadson Marques Bastos, que são radialista e professor, respectivamente. Eles auxiliaram na compreensão e a deixar mais claras determinadas perguntas, através de sugestões para a reformulação de algumas, antes da aplicação definitiva. Também foram

fundamentais para a substituição de certas expressões, adequando-as para a realidade do cego, como por exemplo, o uso do termo *vidente* ao invés de *pessoas com visão*, *radialista* e não *comunicador* (argumentando que estas eram palavras mais conhecidas para os cegos e deixariam a questão sobre o assunto mais compreensível).

Após a aplicação do pré-teste, a partir das considerações feitas pelos dois deficientes visuais e de uma leitura das questões feita em grupo (os dois deficientes e a pesquisadora), o questionário ficou mais completo e ganhou perguntas novas, tais como: a quantidade horas que o cego passa ouvindo rádio e entre outras. Somente depois da reformulação e dos acréscimos, as perguntas foram direcionadas aos membros da ACEP.

Nesta fase do trabalho, as questões foram realizadas individualmente (para que não houvesse interferências nas respostas), em períodos diversificados, entre os dias 22 e 31 de julho de 2013 a 100 deficientes visuais sócios frequentadores da Associação do Cego do Piauí (ACEP), o que representa 1/3 dos membros da associação. Para a escolha dos respondentes, a pesquisadora contou com o apoio da assistente social da instituição, Solange Maria de Carvalho Marques, que fez a apresentação da proposta da pesquisa nas salas de aula e no refeitório da ACEP. Como a grande maioria dos frequentares já eram conhecedores da pesquisa, não houve reação negativa quando foram abordados para responder as questões.

O levantamento possuía, primeiramente, um cabeçalho onde se desejava ter conhecimento sobre os nomes dos deficientes visuais, endereço residencial e contato (telefone e/ou correio eletrônico), e 25 questões de múltipla escolha, dividido em quatro seções de perguntas: **informações pessoais, sobre a deficiência, a respeito da Associação do Cego do Piauí – ACEP e sobre o rádio**. Na aplicação, os entrevistados tiveram o auxílio da pesquisadora na leitura das questões, pois, devido a limitação visual dos participantes da pesquisa, os mesmos necessitavam de tal auxílio. Mas, é importante destacar, que em nenhum momento a pesquisadora tentou sugerir respostas para os respondentes.

O objetivo desse questionário é entender a relação dos deficientes visuais com o rádio identificando as preferências, como por exemplo, entre o rádio AM e o FM, os gêneros e entre outras informações sobre o veículo. Além disso, compreender também questões consideradas fundamentais para o estudo, tais como: as causas da deficiência, a quantidade de anos que são deficientes, o tipo de deficiência e informações consideradas pessoais, que são fundamentais para a identificação do grupo pesquisa (faixa etária, sexo, nível de escolaridade).

Sendo assim, como já mencionado, a primeira seção do questionário diz respeito às informações pessoais dos entrevistados. Os resultados apontam que a população da amostragem é formada por 80% de representantes do sexo masculino e 20% pelo sexo

feminino. Desse público 25% tem faixa etária menor que 20 anos, 28% possui idade entre 21 e 40 anos, 30% de 41 a 60 anos e 17% com idade superior a 60 anos. Como mostra o gráfico número 1.

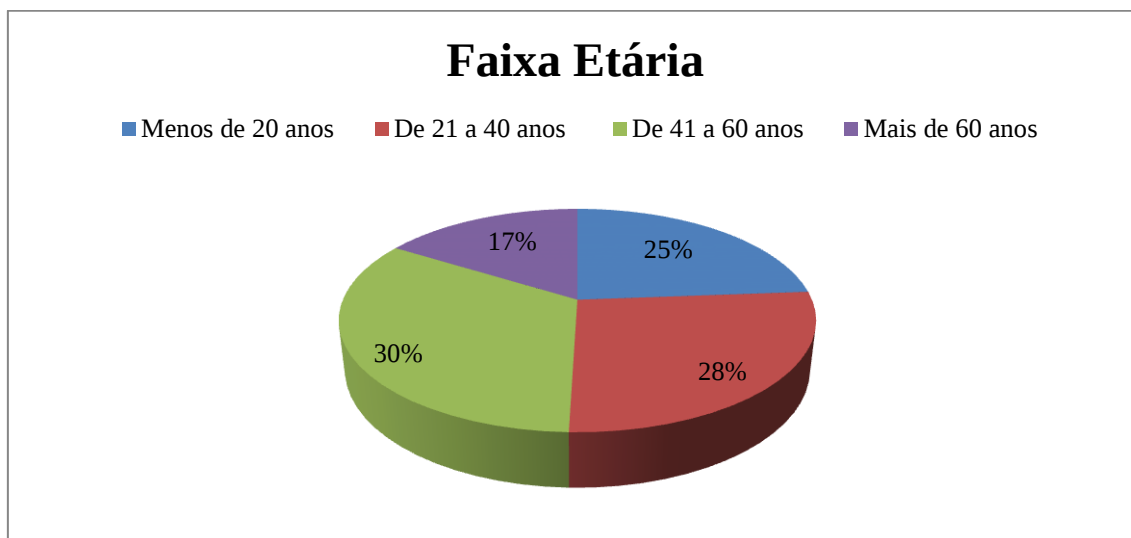


Gráfico 1: Indicativo da Faixa Etária.

Quanto ao grau de escolaridade (Gráfico 2), dos 100 entrevistados nenhum é analfabeto, 7% tem o Ensino Fundamental I incompleto (1º a 5º ano), 11% tem Ensino Fundamental I completo, 16% tem Ensino Fundamental II incompleto (6º a 9º ano), 18% Ensino Fundamental II completo, 13% Ensino Médio incompleto (1º a 3º ano), 10% Ensino Médio completo, 17% Ensino Superior incompleto (todos os entrevistados estão matriculados em instituições de ensino superior), 7% tem Ensino Superior completo e 1% fez pós-graduação. Segundo Antônio Nepomuceno, membro da ACEP desde a fundação, a grande maioria dos cegos que chegava era analfabeto, porém com o ingresso na instituição “isso virou coisa do passado, aqui todo mundo estuda e aprende o *braille*”, afirma.

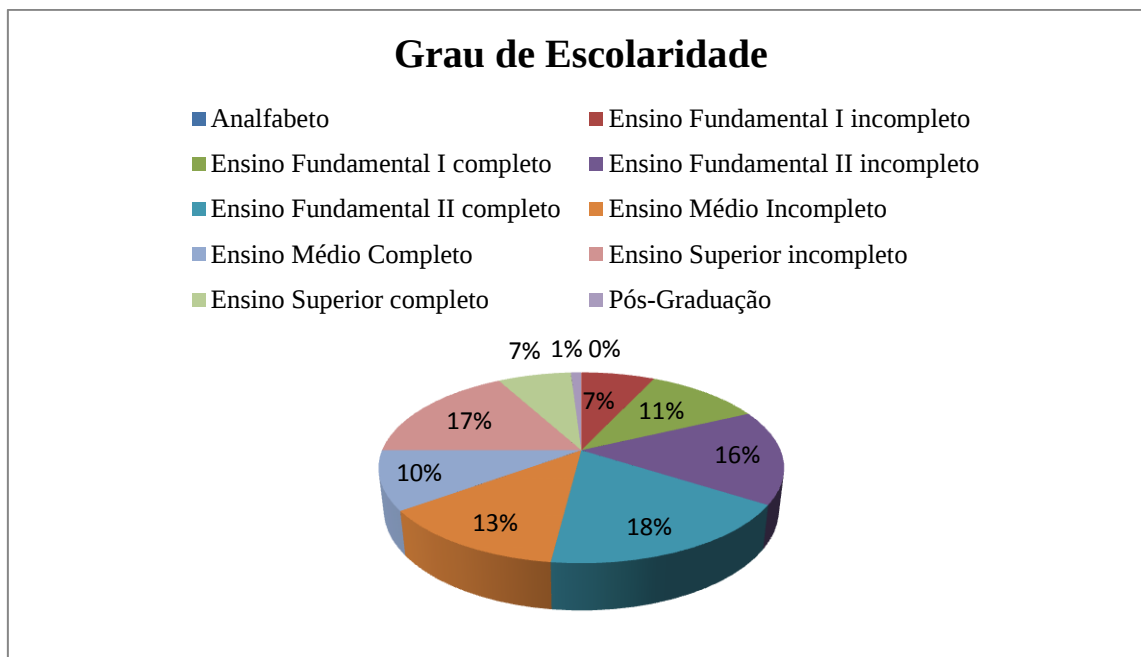


Gráfico 2: Grau de escolaridade dos entrevistados.

Na seção II de perguntas do questionário, o objetivo foi entender como a deficiência visual se apresenta na vida dos entrevistados. Quando perguntados como é a sua deficiência, 87% identificaram como cegueira total, já os outros 17% afirmaram ter visão subnormal ou baixa visão.

Como já mencionado a deficiência visual pode ser provocada por diversas causas. Os 100 entrevistados quando interrogados a respeito dessa questão, todos souberam explicar detalhadamente o que gerou o problema. 41% dos respondentes afirmaram que a deficiência foi causada por doenças congênitas (catarata, glaucoma, estrabismo e entre outras), 16% por má formação genética, 38% identificaram a sua cegueira como hereditária e 5% a causa foi acidente. Como ilustra o gráfico abaixo:

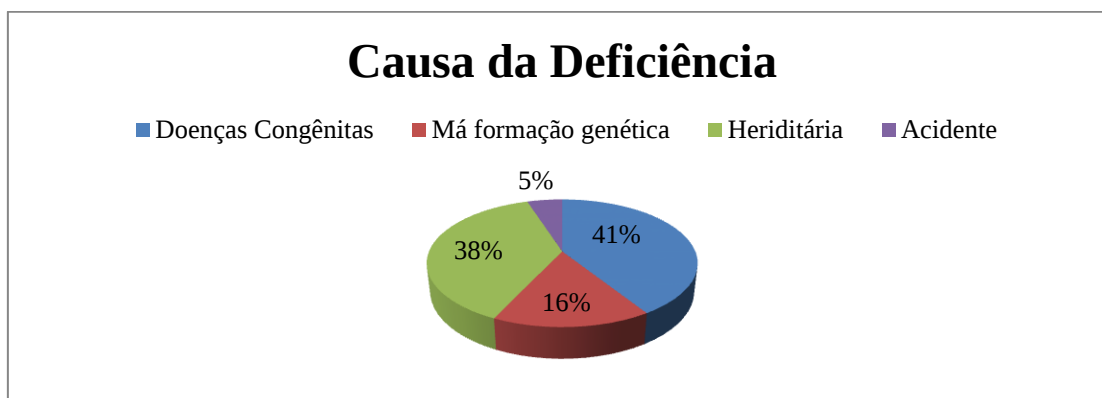


Gráfico 3: Demonstrativo das causas da deficiência visual dos entrevistados.

É importante destacar que 62% dos entrevistados informaram que já nasceram cegos e os demais 48% foram adquirindo a deficiência com o passar da vida. Então, para compreender melhor essa informação, foi perguntado há quantos anos os mesmos conviviam com a deficiência visual. Como resposta, 13% disseram que são deficientes entre 5 e 10 anos, 38% convivem com a deficiência de 11 a 20 anos e os demais 49% há mais de 20 anos.

Como a Associação dos Cegos do Piauí (ACEP) foi o ambiente de aplicação do questionário e todos os entrevistados são sócios frequentadores da instituição, a terceira seção de perguntas teve como temática a relação do público pesquisado com a associação.

A primeira pergunta feita foi sobre há quanto tempo os pesquisados frequentam a ACEP. 36% frequentam a aproximadamente 5 anos, outros 59% disseram que estão na associação há mais de 10 anos e os 5% restante estão lá desde a fundação em 1967. No tocante às atividades desenvolvidas na associação pelos respondentes, 28% trabalham na ACEP, 56% estudam e 16% desenvolvem outras atividades, como por exemplo, jogam futebol no time da associação, cantam no coral e entre outras.

A última pergunta da terceira seção foi sobre o nível de importância da Associação do Cego do Piauí na vida dos entrevistados, as alternativas foram: pouco, razoável e muito. Essa questão teve unanimidade na resposta: todos afirmaram que a associação é muito importante na trajetória de cada um deles e foram elencando os motivos: por oferecer educação e ensino adequados para o cego, ser um ambiente de aprendizado e socialização, por oferecer ao cego sua inclusão na sociedade e entre outros motivos.

Voltada mais especificamente para o meio de comunicação estudado nessa pesquisa, a quarta e última seção de perguntas foi elaborada com a finalidade de identificar a relação e preferências dos deficientes visuais no que diz respeito ao rádio.

Todos os pesquisados disseram que escutam rádio diariamente. Quando perguntados quantas horas passam ouvindo por dia, a grande maioria passou alguns segundos pensativo. Os entrevistados chegaram a dizer que é tanto tempo que ficam sintonizados com as ondas sonoras do rádio, que é até difícil ter uma quantidade de horas precisa, por exemplo, Ticiane Pereira da Silva, afirma que dorme com o rádio ligado. “Gosto tanto de rádio, que sempre que vou deixar deixo ele ligado, quando acordo ele ainda está lá falando”, enfatiza.

Mas, depois de algum tempo de pensamento chegavam a uma resposta. Sendo que 14% afirmaram que passam de 1 a 3 horas por dia escutando o veículo, 17% ficam sintonizados entre 3 e 5 horas, já os demais 69% disseram que passam mais de 5 horas diárias ligados na programação do rádio. Veja o gráfico 4:

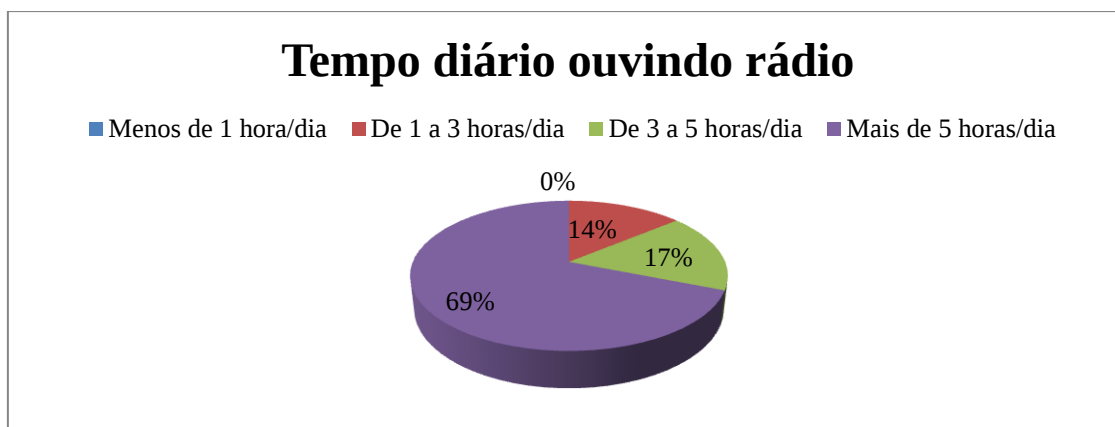


Gráfico 4: Indicativo da quantidade de horas diárias que os entrevistados passam ouvindo rádio.

Quanto ao questionamento sobre o horário preferencial para ouvir rádio, Herbert Portela Brito destaca que, “se eu pudesse escutaria o dia inteiro”. Todos afirmaram que escutam em vários horários durante o dia, mas que tem sempre a hora daquele programa favorito, que se tornou a mais especial. Pelo levantamento, 21% disseram que é entre as 5 e 7 da manhã, 4% de 7 às 11 horas, 34% preferem de 11 às 13, 11% escutam entre às 17 e 19 horas e os 30% restantes depois das 22 horas, como pode ser observado no gráfico 5:

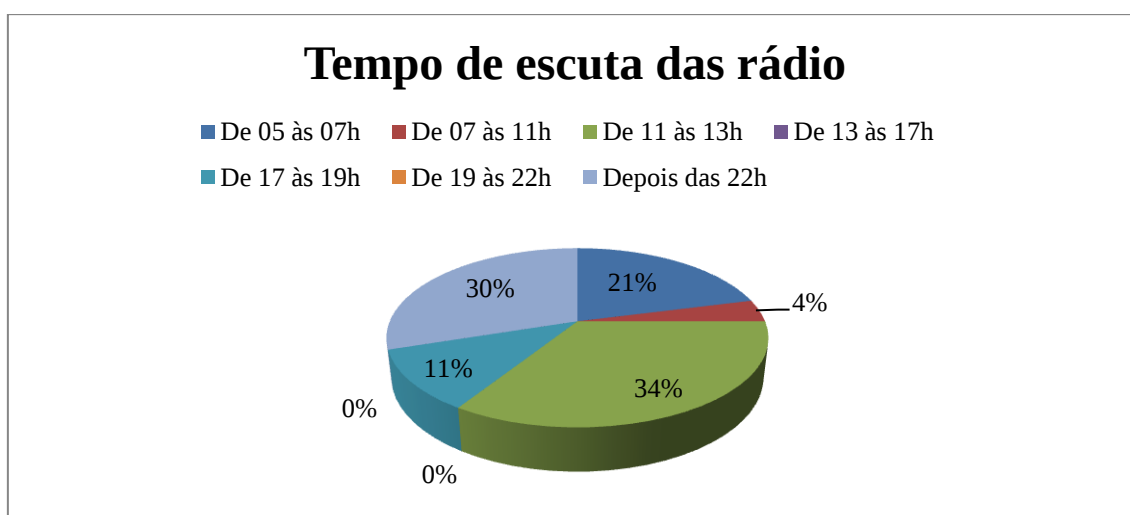


Gráfico 5: Horários citados pelos deficientes visuais como preferenciais para escutar rádio.

Seguindo com o questionário, já que ficou visível que todos os deficientes entrevistados escutam rádio regularmente, e várias horas por dia. A pergunta seguinte foi relacionada ao local favorito para a atividade. Essa questão foi uma das poucas em que estava permitido responder mais de uma alternativa, já que se entende que é possível ouvir rádio em vários lugares, uma vez que, esse veículo oferece grande mobilidade ao seu ouvinte. Principalmente,

depois da criação e comercialização dos aparelhos portáteis e acima de tudo com os populares dispositivos móveis (celulares, tablets, smartphones). E também por ser um acessório um tanto comum na grande maioria dos automóveis.

Para Joseas Ferreira de Sousa, a mobilidade é dos fatores que a influencia no tempo que ele passa sintonizado. “Levo meu radinho de pilha para todo lugar que vou, e se as pilhas pifarem tenho o meu celular que também tem rádio”, afirma.

Sendo assim, o levantamento mostrou que a maioria desses deficientes escuta rádio somente em casa, ou seja, 57% dos respondentes, 28% ouvem na associação, 11% escuta no trabalho e os demais 4% ouvem em outros espaços (rua, ônibus e onde tem oportunidade). Ver o gráfico 6:

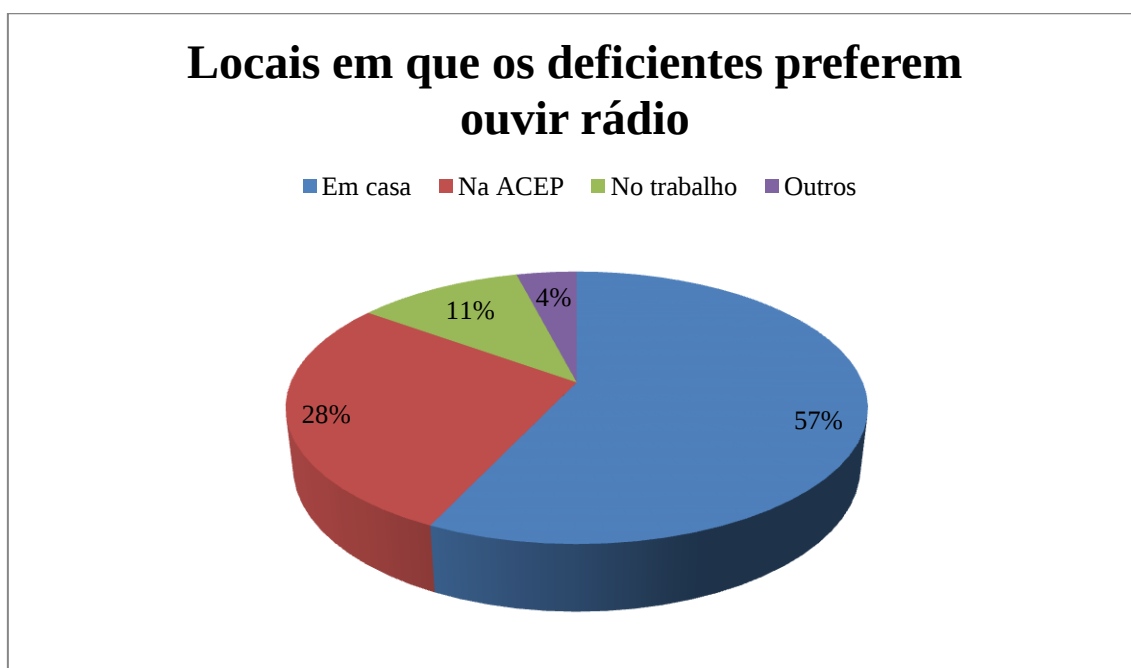


Gráfico 6: Indicativo dos locais preferidos para ouvir rádio dos entrevistados.

Para os entrevistados a prática de ouvir rádio é totalmente comum em suas vidas. Entende-se que é necessário compreender essa prática, principalmente como isso se dá. Partindo desse pressuposto perguntou-se como acontece esse momento em que estão sintonizados nas ondas sonoras. 54% afirmaram que preferem ouvir sozinho, 32% com a família e os outros 14% com os amigos (gráfico 7).

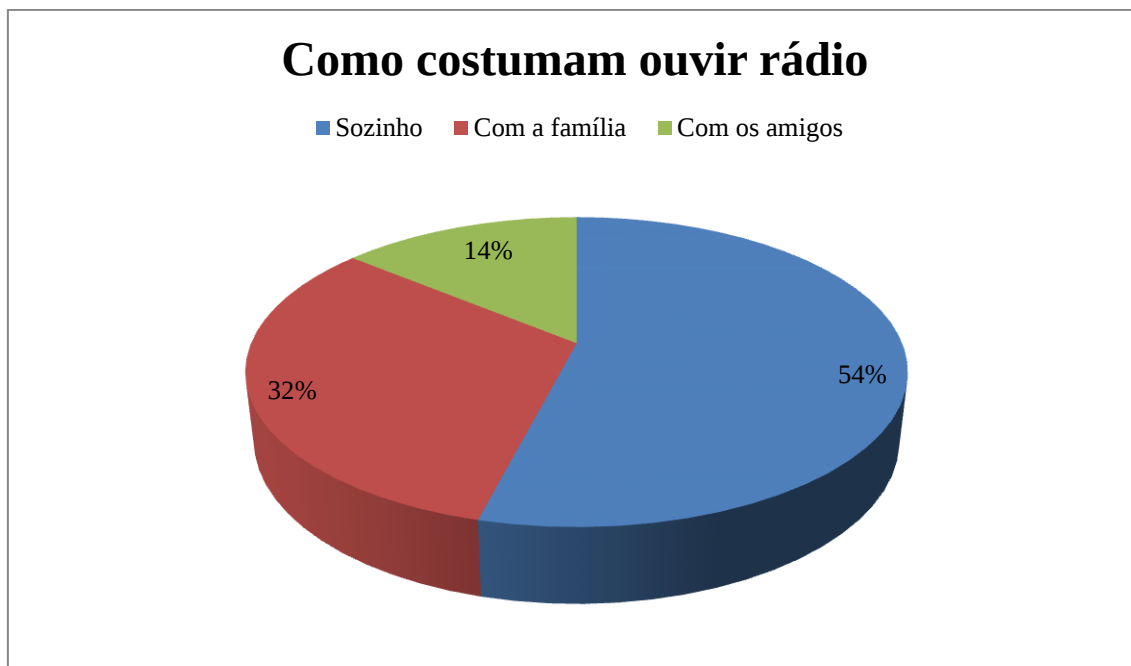


Gráfico 7: Demonstrativo de como os deficientes visuais da ACEP preferem ouvir rádio.

Uma curiosidade surgida a partir das respostas dos entrevistados deu-se em função de quantos aparelhos receptores possuem. Essa inquietação surgiu depois de um dos interrogados ter relatado entre uma questão e outra possuir mais de 25 aparelhos, o que segundo ele já é uma coleção. Tem aparelhos de vários países e de diferentes épocas. Então, por essa contribuição desse entrevistado, mais uma pergunta foi acrescentada.

De acordo com a pesquisa (Gráfico 8), 27% dos entrevistados têm de 1 a 3 aparelhos de rádio, 34% possui de 4 a 5 e 39% mais de 5 aparelhos. É curioso observar que essa é uma questão pertinente, já que se pode perceber pela quantidade de aparelhos que cada membro dessa pesquisa possui que o rádio não é apenas mais um dispositivo que está ali na vida deles somente para trazer uma simples informação. A quantidade de aparelhos receptores possui grande significado na vida do público entrevistado, já que alguns afirmaram que dispõe de uma expressiva quantidade de receptores como possibilidade de substituição em caso de avaria. Essa possibilidade (de avaria) leva ao receio de não dispor de um aparelho reserva e impossibilitá-los ou privá-los do “grande companheiro”.

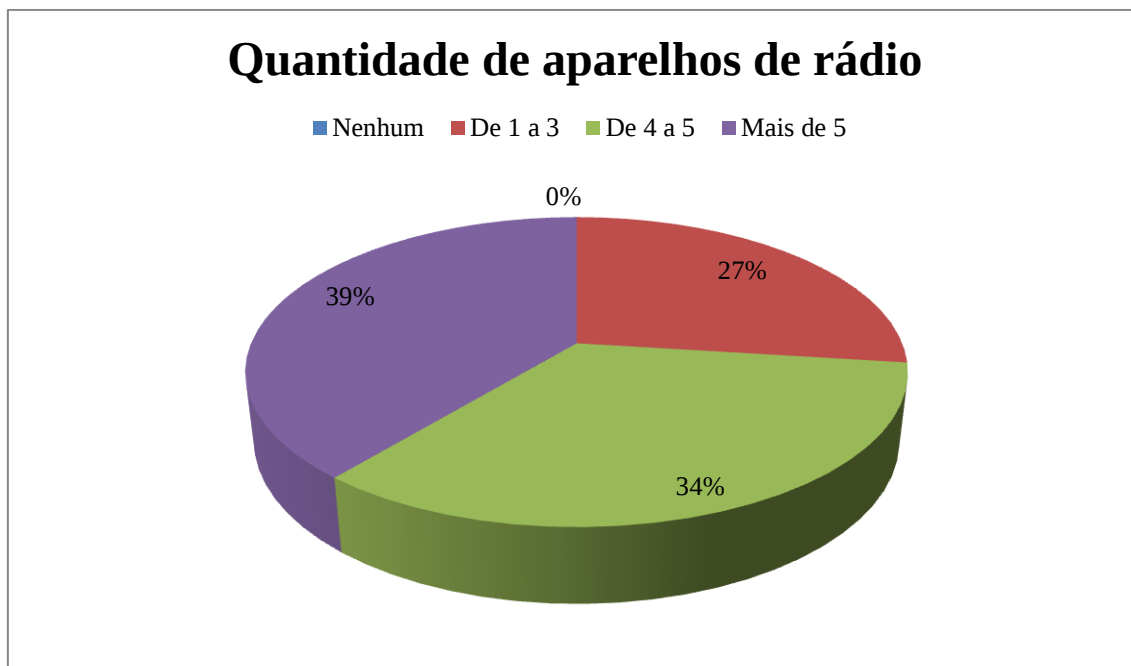


Gráfico 8: Indicativo da quantidade de aparelhos de rádio que cada entrevistado possui.

Também foi perguntado se os respondentes escutavam as emissoras de rádio através de outros aparelhos, que não o tradicional. As respostas foram surpreendentes, uma vez que, imaginava-se que a grande maioria responderia afirmativamente que “sim”, já que hoje é muito comum que se tenha acesso a aparelhos de celulares, muitos deles com tecnologia bem simples e que tem o aplicativo para o uso de rádio. Porém, a pesquisa apontou que dos 100 entrevistados, apenas 21% escutam os programas de rádio em outros aparelhos, sendo que todos afirmaram ser nos seus celulares. Outro detalhe importante é que todos os 21% estão na faixa etária com menos de 20 anos ou na de 21 a 40 anos, ou seja, é um público jovem. Os demais 79% apontaram que preferem os aparelhos de rádio que são destinados exclusivamente para a recepção da programação radiofônica.

A contabilidade dos dados da questão que tratava do tipo de frequência preferida (AM ou FM) revelou uma importante surpresa¹⁸. 52% afirmaram que preferem às AM, 31% escutam mais às FM e os outros 17% não tem uma preferência específica, escutam as duas (Gráfico 9). Vale salientar, que os entrevistados que afirmaram preferir as emissoras AM tem uma faixa etária acima de 35 anos e já os que escolheram as FM estão com idade mais jovem.

¹⁸Com a popularização do rádio FM dos anos de 1990 para atualmente, se esperava que o público em estudo fosse optar pelas emissoras mais populares.

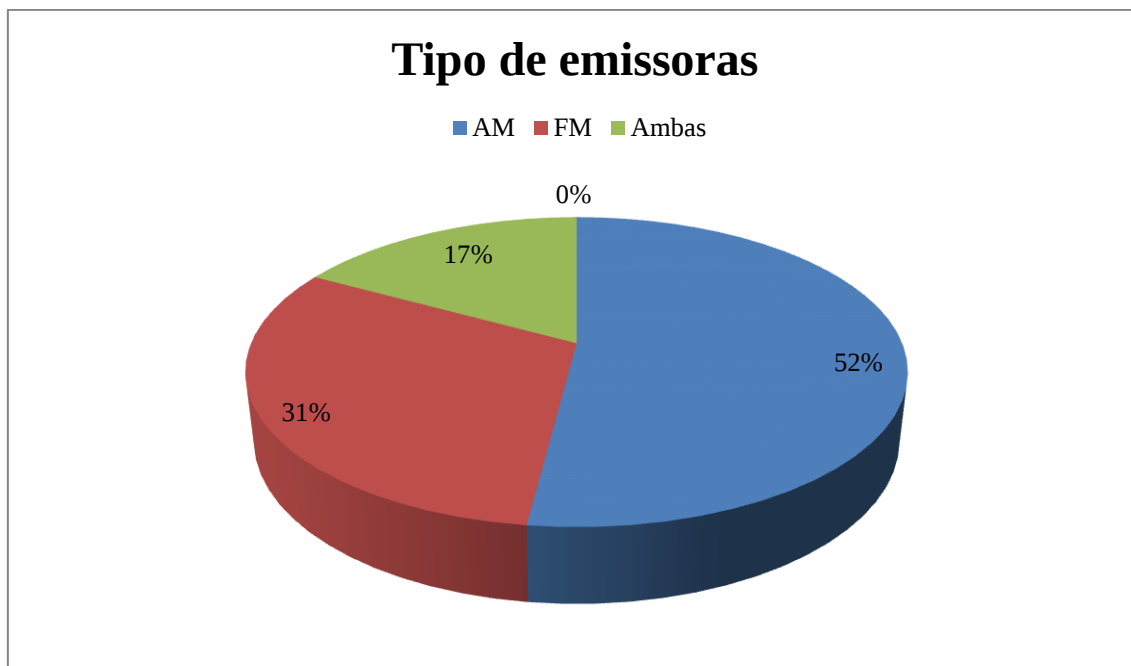


Gráfico 9: Preferência com relação ao tipo de emissora.

A preferência com relação às emissoras foi uma questão aberta, em que o entrevistado poderia citar qual a sua rádio favorita sem ter que escolher entre as opções. Sendo assim, como já mencionado no gráfico acima, a grande maioria (52%) citou as emissoras AM, uma parcela significativa (31%) apontou rádios FM e os demais (17%) citaram os dois tipos de emissoras. É importante destacar, que alguns entrevistados afirmaram escutar os dois tipos de frequência, mas lembravam de apenas uma (nesse caso AM ou FM) no momento da entrevista. Das emissoras citadas, algumas são de âmbito local e outras nacional. Dos 52% que preferem às emissoras AM, 16% citaram a Rádio Pioneira AM de Teresina, 15% a Rádio Globo AM do Rio de Janeiro, 9% lembraram da Rádio Difusora AM de Teresina, 8% mencionaram a Rádio Clube/CBN AM, 4% a Rádio Bandeirantes AM (Gráfico 9). Dos 35% que gostam mais das rádios FM, 13% mencionaram a Nosso Dia FM, 14% a Rádio Meio Norte FM, 5% a Nossa Rádio FM e 3% a Rádio Boa FM, das emissoras FM citadas, todas são rádios locais (Gráfico 10).

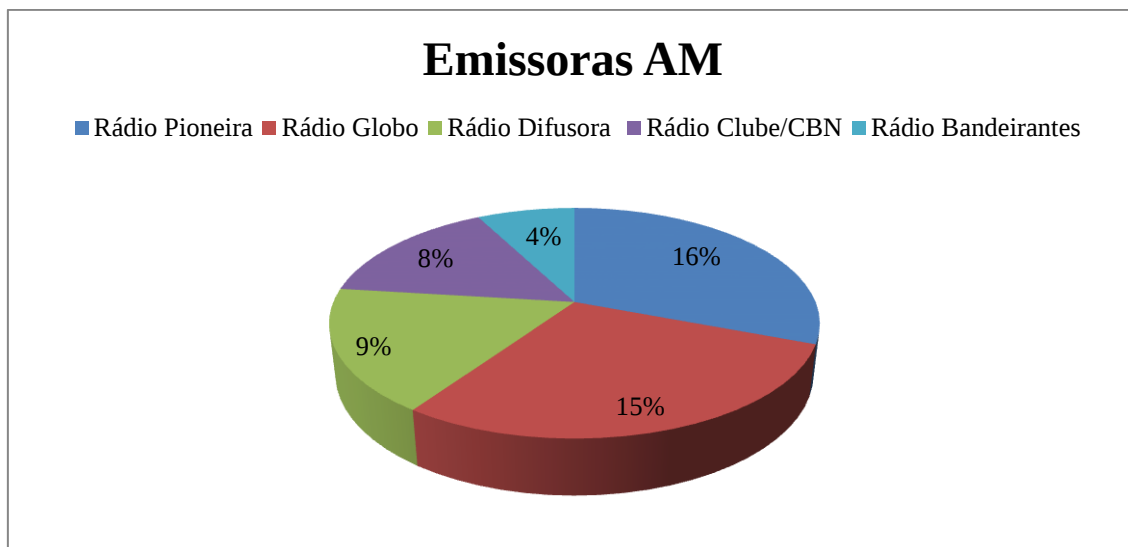


Gráfico 10: Emissoras AM citadas pelos entrevistados.

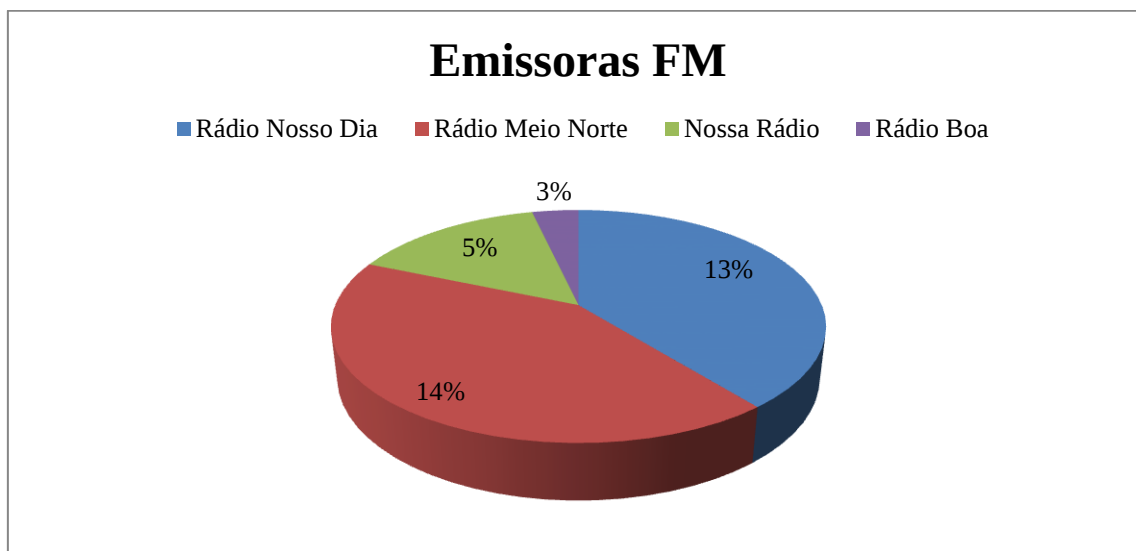


Gráfico 11: Emissoras FM mencionadas pelos respondentes.

Ainda na busca de compreender a ligação do deficiente visual com as emissoras de rádio, foi perguntado o que eles achavam das rádios que ouviam. A pesquisa (Gráfico 12) apontou que 15% acham as emissoras ótimas (com uma programação boa e satisfatória), 34% consideram boas (mas precisam de mudanças em alguns pontos), 29% afirmaram que as rádios são razoáveis e os demais 22% preferiram não responder ou não tem uma opinião formada sobre o assunto. Dos entrevistados que afirmaram haver necessidade de mudanças na programação, a maior parte fez referência a qualidade das músicas e no tratamento dispensado às informações veiculadas. Adailton Pacheco destaca que a grande maioria das emissoras de rádio, sobretudo as FM, não veiculam música de qualidade: “passam qualquer coisa, tipo essa

funkeira, acho que o nome dela é Anitta, isso é música? As letras não acrescentam em nada. E ainda tem a questão das notícias, ficam só dado uma notícia ali e aqui, e não aprofundam no assunto.”

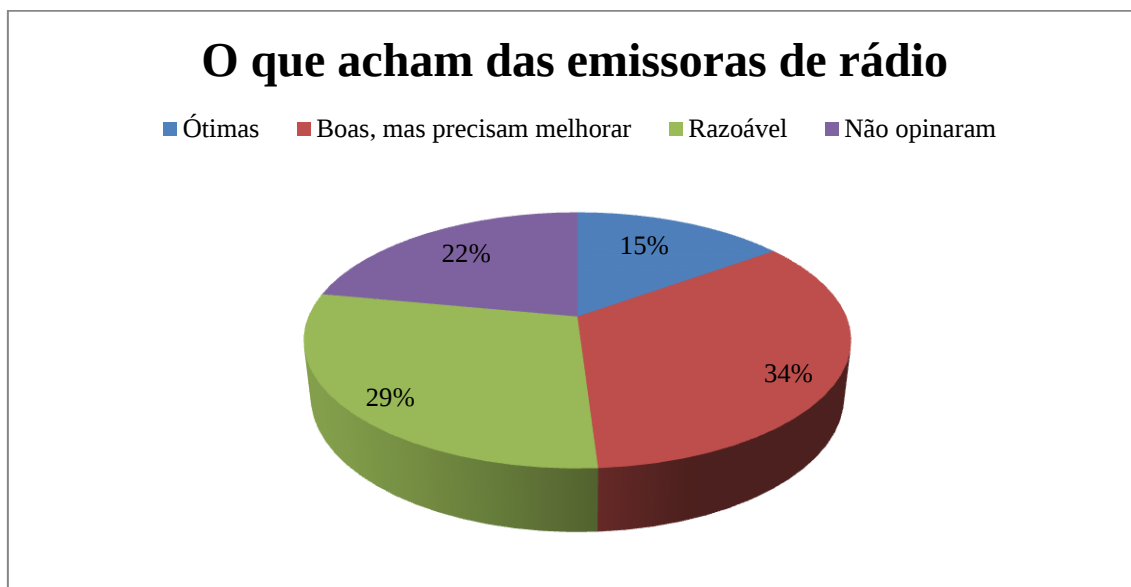


Gráfico 12: Opinião dos entrevistados sobre as emissoras de rádio.

Nenhuma pessoa tem um meio de comunicação favorito ou é um espectador assíduo apenas por ser. Todos tem ao menos um motivo aparente para utilizar uma mídia. No caso dos deficientes visuais da ACEP, o rádio já foi identificado como veículo preferido. No entanto, qual é a motivação principal para que os deficientes visuais da ACEP ouvir rádio? Para esta questão as respostas formam às seguintes: 57% escutam rádio, exclusivamente, para terem informações/notícias, 21% buscam entretenimento/lazer, 13% estão em busca de assuntos educativos/culturais e os demais 9% afirmaram que o principal motivo para escutar rádio é acabar com a solidão. Ver o gráfico 13:

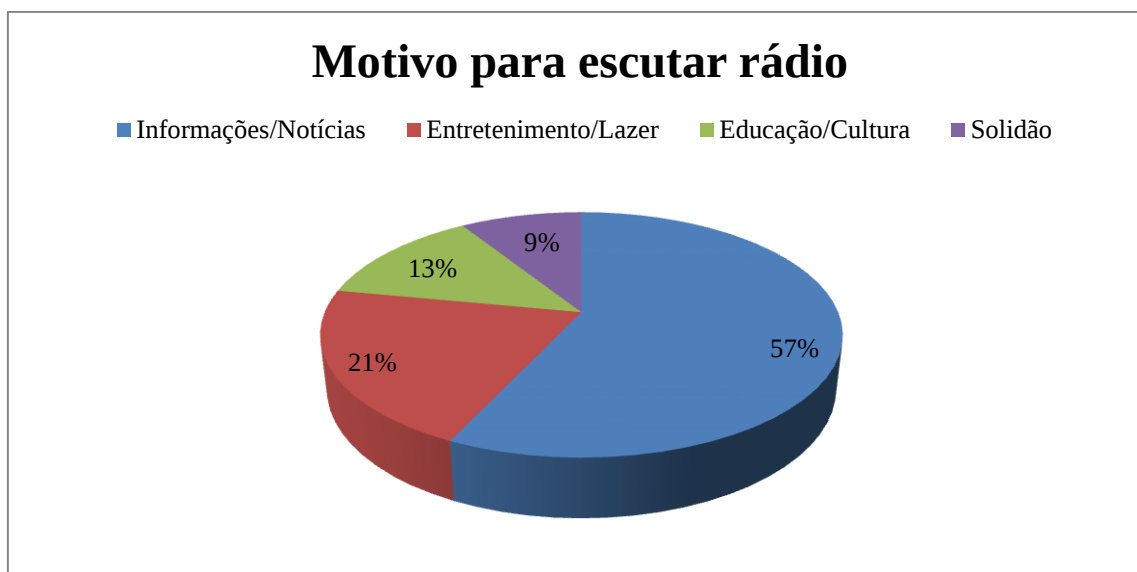


Gráfico 13: Indicativo do principal motivo que leva os deficientes visuais a escutarem rádio.

No tocante ao tipo de programação favorita dos entrevistados, os resultados apontam que a informação está sempre em primeiro lugar, sendo às vezes citada as emissoras *All News* como a solução do que alguns deficientes afirmam ser “a saída para a exclusão midiática ou informativa”. De acordo com as respostas, 48% dos respondentes afirmaram que o gênero informativo é o preferido, 19% gostam mais do musical, 17% preferem o esportivo e os outros 16% o religioso (Gráfico 14):

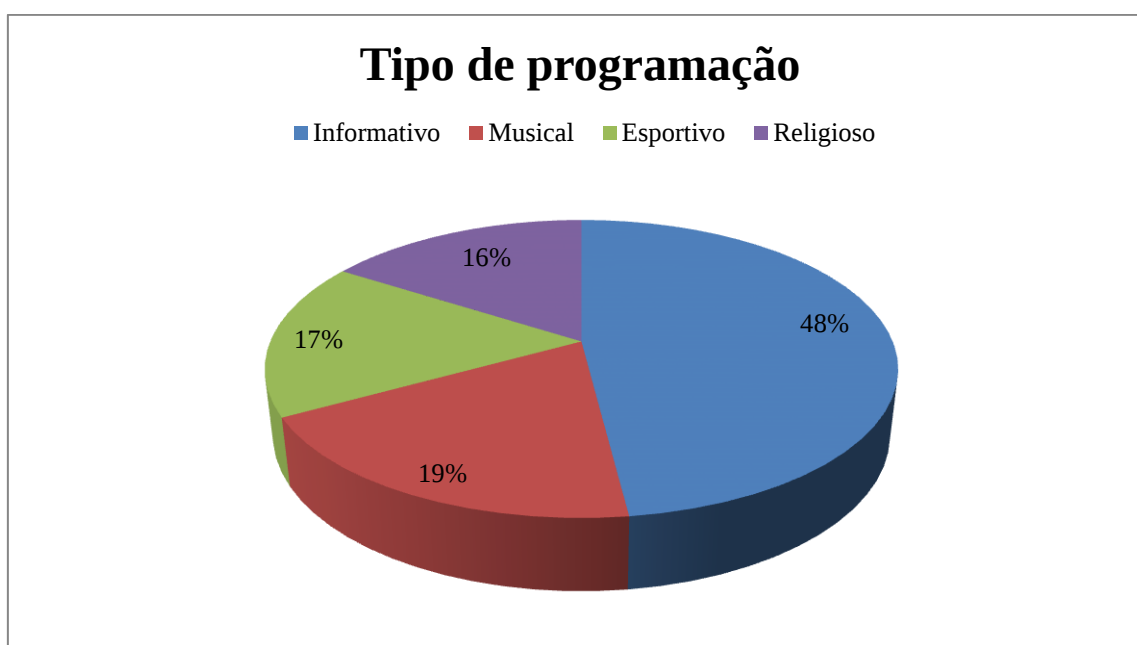


Gráfico 14: Indicativo do tipo de programação mais citada pelos entrevistados.

Como gênero informativo foi o mais citado pelo grupo pesquisado, a questão seguinte foi a respeito das temáticas exploradas pelos noticiários, que mais tinham impacto na vida dos interrogados. A pesquisa apontou que, 42% tem mais interesse nas informações sobre política, principalmente o cenário político local, 17% afirmaram gostar de notícias sobre a economia, 16% sobre esportes, 14% previsão do tempo e 12% notícias internacionais (Gráfico 15). No que se refere às preferências musicais, 37% gostam quando as emissoras tocam forró, 26% música religiosa, 19% MPB e os demais 18% não citaram um ritmo específico (Gráfico 16).

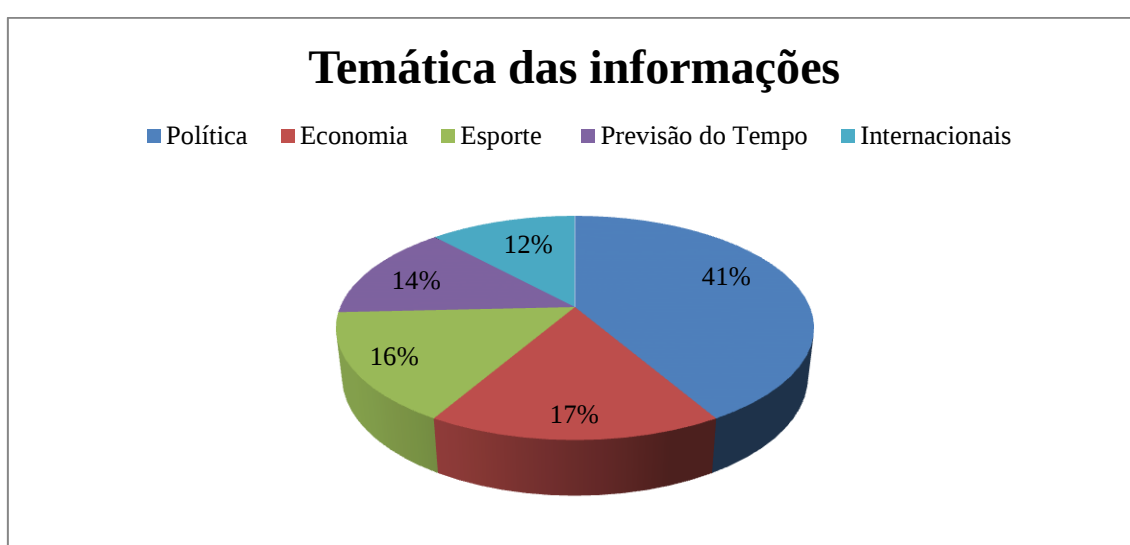


Gráfico 15: Demonstrativo das temáticas das notícias mais citadas.

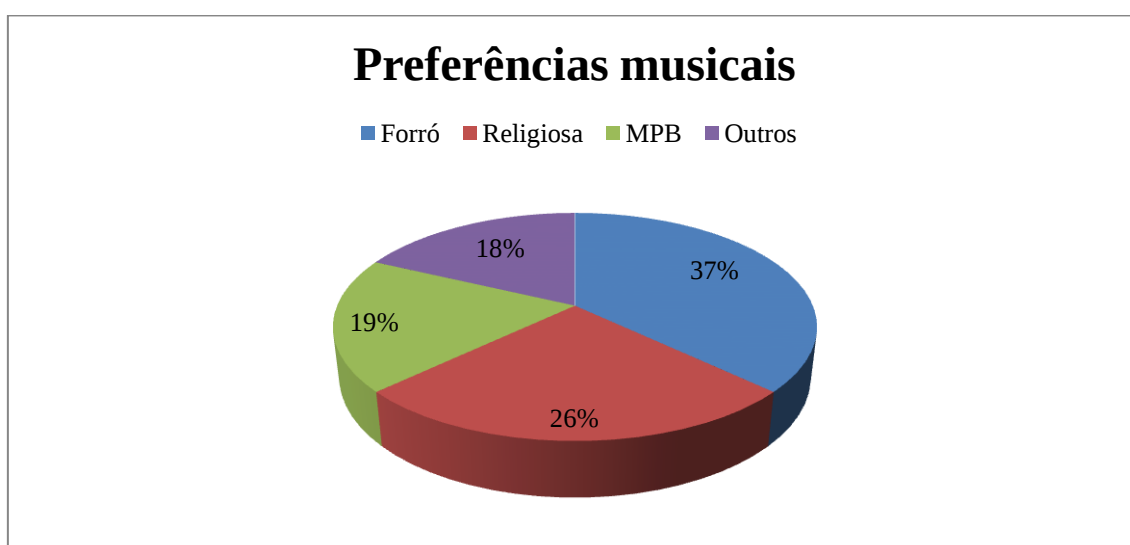


Gráfico 16: Indicativo das preferências musicais dos entrevistados.

Como todo meio de comunicação de massa, o rádio tem obrigação de prestar serviço às pessoas que suas ondas sonoras alcançam. Por serem ouvintes assíduos, provavelmente os deficientes visuais da ACEP já se serviram de algo transmitido pelas emissoras que escutam. Para detectar o tipo ou assunto informativo de maior utilidade, o questionário contemplou a questão: qual dos serviços oferecidos pelo rádio já foi útil para o senhor (a)? As informações que tratavam de temas relativos a serviços nas áreas de saúde, educação e meteorologia (tempo) foram mencionadas por 34% dos entrevistados, 32% apontaram os serviços de recados oferecidos pelas emissoras, 28% fizeram algum tipo de anúncio e 6% solicitaram ajuda para encontrar algo que fora perdido.

Então, partindo da ideia que o rádio é uma mídia presente na vida dos entrevistados e que esses tem um conhecimento prévio sobre o veículo de comunicação (acima de tudo por serem ouvintes frequentes), o questionário buscou o entendimento dos deficientes visuais da ACEP sobre qual a principal função do rádio. As alternativas foram às três funções apontadas por Eduardo Meditsch (2001), INFORMAR, ENTRETER e EDUCAR, sendo que os entrevistados puderam escolher mais de uma opção. Para 43% informar e educar são as funções do rádio, 29% afirmaram que o rádio tem que informar e entreter, já 12% acredita que o veículo deve somente informar, 7% apontaram apenas o entretenimento e demais 9% acharam que as três funções estão interligadas e são fundamentais para o funcionamento do meio de comunicação em questão (Gráfico 17).

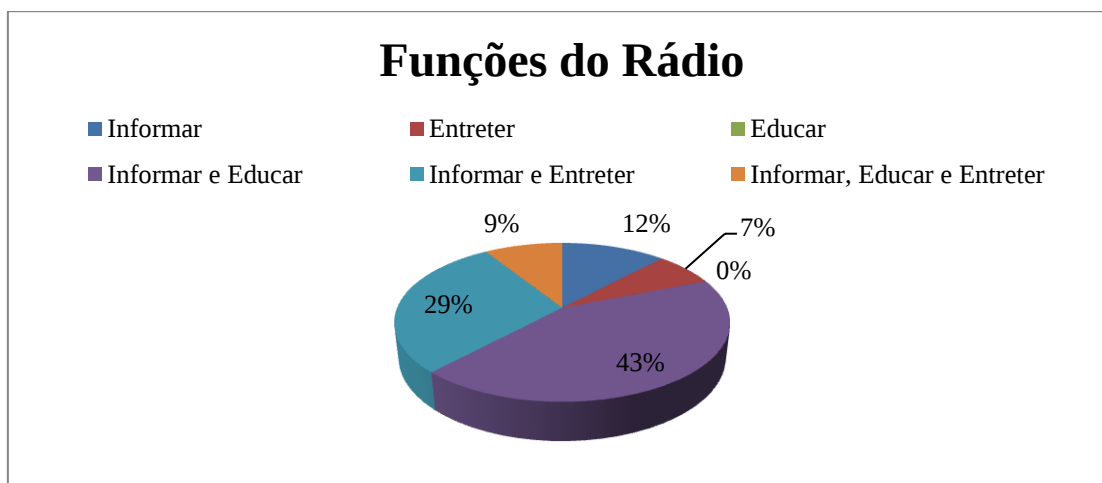


Gráfico 17: Indicativo das funções do rádio citadas pelo público pesquisado.

Identificada as funções, os entrevistados tiveram que apontar uma característica que para eles seria a mais marcante no rádio. Por mais que o rádio tenha mais de 20

características, os entrevistados citaram apenas cinco, o que levou a crer que essas são as mais identificadas e porque não, mais significantes em suas vidas. Para 28% o que mais caracteriza o rádio é a sonoridade, 25% identificaram a imediaticidade, 19% apontaram a intimidade, 16% lembraram regionalismo e 12% falaram do companheirismo (Gráfico 18).

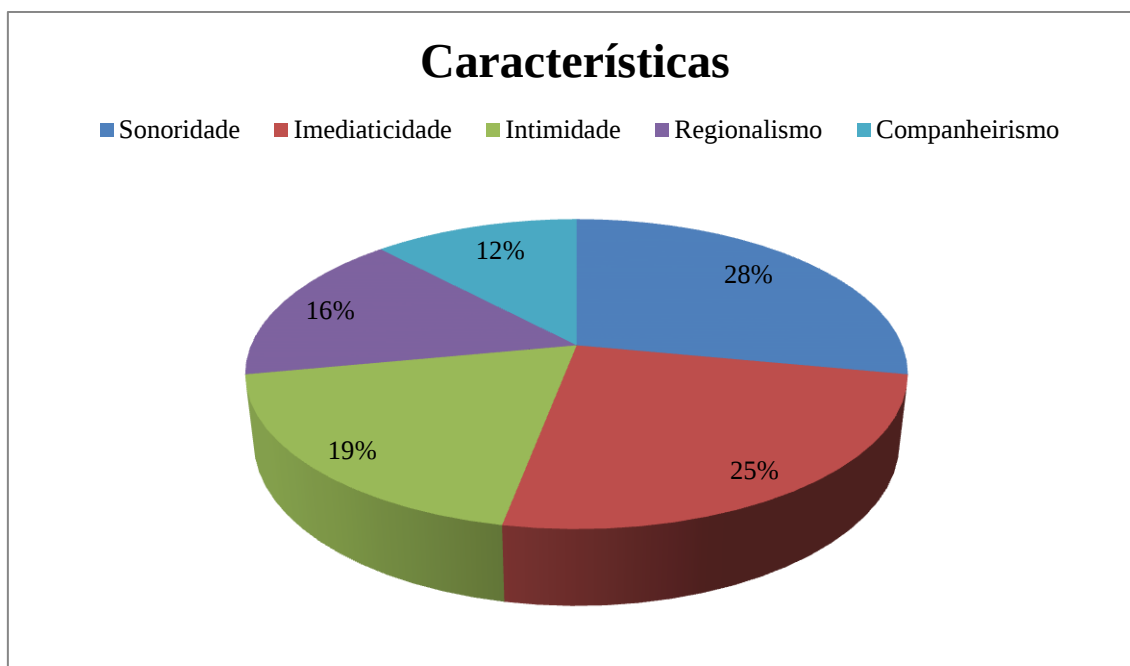


Gráfico 18: Características lembradas pelos deficientes visuais da ACEP como as principais do rádio.

Todos os 100 deficientes entrevistados afirmaram que compreendem bem as informações transmitidas pelo rádio. O que se pôde observar com essa afirmação é que a simplicidade do rádio é determinante para uma comunicação eficiente com o cego e para 39% o bom entendimento do que é transmitido pelo veículo deve-se a isso. Já 33% afirmaram que entendem as mensagens devido à linguagem do rádio. Para 15% a repetição das informações é o que facilita na compreensão e os demais 13% disseram que o que realmente faz o bom entendimento das informações é o conjunto de fatores que somente o rádio tem.

Na penúltima pergunta da primeira etapa da pesquisa, os entrevistados foram questionados sobre o uso de outros meios de comunicação (Gráfico 19): 42% afirmaram que utilizam apenas o rádio, 27% assistem televisão, 19% usam também a internet e 12% usam jornais e revistas com o auxílio de um leitor. De quase todos os que afirmaram assistir televisão dizem sentir dificuldade, pois, consideram a linguagem não muito descritiva, e principalmente com o uso de caracteres na tela e que não são falados por quem está apresentado.

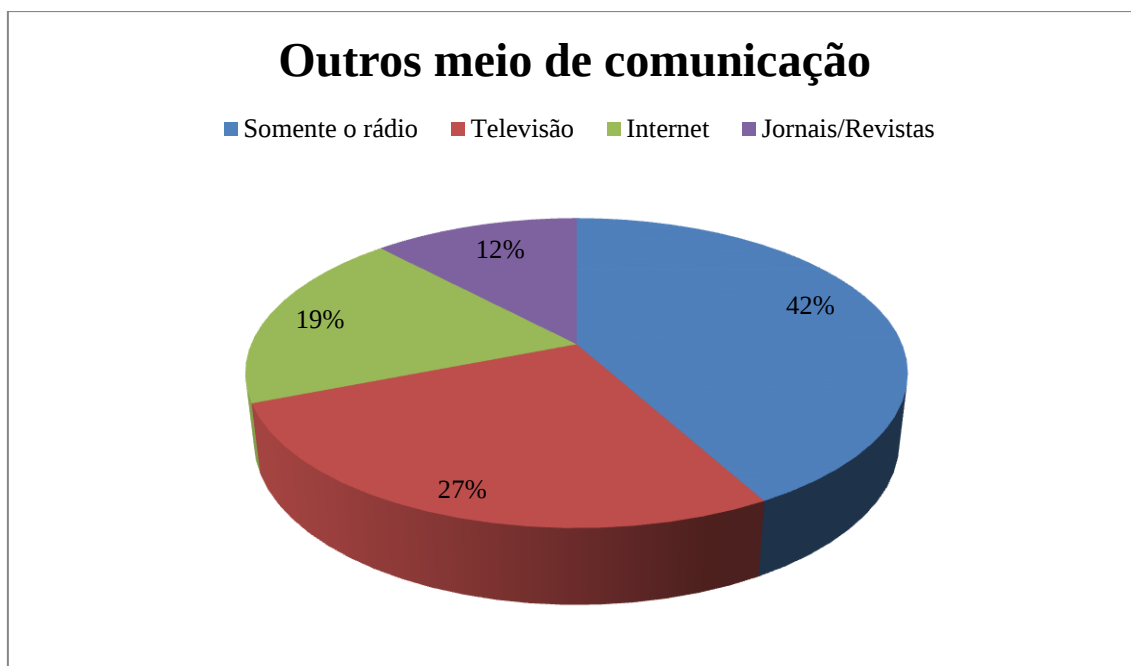


Gráfico 19: Indicativos do uso dos meios de comunicação pelos deficientes visuais.

5.2 Descrição de cenas cotidianas do ambiente social pesquisado

5.2.1 A chegada e as socialidades

O início do dia na Associação do Cego do Piauí (ACEP) foi marcado durante os 30 dias de observação pelo bater insistente da ponta de metal das bengalas dos deficientes visuais no portão de ferro da instituição. Em um ambiente povoado pela “escuridão”¹⁹, o som e os mais simples ruídos ganham dimensões difíceis de ser compreendidas por um vidente.

Quando um cego chega à ACEP para mais um dia de trabalho, estudo ou para uma simples conversa, segue alguns rituais. A primeira coisa é o reconhecimento do ambiente em que está pisando, vendo se há algum obstáculo físico em seu caminho. Durante o tempo de observação, alguns dos frequentadores da associação fizeram um trocadilho com o famoso poema de Carlos Drummond de Andrade: muitos esbaravam em algo, riam e logo em seguida exclamavam: “e tinha uma pedra no meio do caminho!”.

Compreender os hábitos dos cegos naquele ambiente fez com que a minha audição tivesse uma adaptação para perceber cada detalhe do que era dito e acima de tudo do que era

¹⁹Expressão utilizada pelos deficientes visuais para se referir a falta de visão deles próprios.

produzido pelas pessoas que ali habitam, principalmente, os sons e também tudo que estava relacionado ao tato. Em diversos momentos do período de observação, me vi tocando em vários objetos e superfícies para ter uma percepção, mesmo que superficial, de como é ter o “controle” de suas ações medidas por sentidos poucos valorizados por quem tem visão.

A chegada a ACEP sempre foi um dos momentos mais instigantes e observados, não que os demais no decorrer do dia não tenha merecido atenção. Mas, é na chegada que a grande maioria dos membros do grupo seguiu ações que se repetiram durante praticamente todos os dias em que estive por lá.

A Associação do Cego do Piauí, embora funcione durante manhã e tarde, tem seus momentos de “pique”. Por volta das sete horas da manhã, a movimentação em frente a associação se inicia com o vai e vem de carros e pessoas. Ali começa o encontro para mais um dia de trabalho, estudo e de bate-papo. Na hora do almoço, entre 11 horas e meio-dia, a movimentação nas áreas comuns da instituição ganha o burburinho das conversas e novamente o bater das bengalas de metal se confundem com os passos das pessoas. Nesse horário os inúmeros rádios ligados em diversas emissoras apontam a dimensão da importância do veículo no cotidiano do grupo.

Para o deficiente visual é natural que os códigos criados por eles para interagir e fazer reconhecimento do “território em que estão pisando” seja uma constante em seu cotidiano. Nesse contexto, não só os espaços físicos tem importância, a sensibilidade faz da deficiência um mundo cheio de enigmas próprios do universo de quem não tem visão, que para o cego são os seus códigos, que são postos para o coletivo, sendo assim, um grupo com características, necessidades e linguagem próprias.

Voltando ao momento da chegada, dependendo do horário, cada público frequentador da Associação tem os seus hábitos, códigos e desenvolvem rotinas próprias. Como a maioria dos frequentadores reside em Teresina e mora com a família, normalmente são levados para a Associação por parentes, o que faz da ACEP um ambiente familiar durante alguns minutos do dia, envolto de trocas de afetos no momento da despedida e do reencontro no final do dia.

Chegado à instituição, é hora de cada membro ir a procura dos seus afazeres diários, numa ação de repetição em que o cotidiano está envolto pelas atividades programadas pelo tempo, cada momento do dia do deficiente visual segue um cronograma próprio. Para tanto, a ACEP enquanto um local de trabalho e estudo, os momentos de descontração são visíveis desde o momento da chegada. Fazendo parte deste cenário, está o rádio, desenvolvendo diversos papéis na vida de quem está presente nos inúmeros ambientes da associação.

Para o cego, parece “natural” que o rádio esteja presente em todos os momentos do seu dia. Em um dos primeiros dias em que estive observando o cotidiano da ACEP, um dos frequentadores muito me chamou a atenção. José Gomes da Silva chegava todos os dias com um radinho de pilha na mão, ligado em um jornal local. Cumprimentava as pessoas que estavam no caminho que ele percorria até o pátio da instituição, lá se encontrava com dois amigos, sentava e permanecia em silêncio escutando o noticiário e de vez em quando fazia algum comentário a respeito de alguma notícia.

Isso parece ser uma cena corriqueira e comum de quem escuta rádio. Porém, o algo a mais percebido na ação estava no semblante de José Gomes da Silva, ele reagia fisicamente a cada notícia. Por exemplo, quando o locutor anunciou nos blocos finais do jornal que a prefeitura de Teresina havia destinado uma verba para a recuperação do asfalto da Avenida João XXII, o mesmo deu um sorriso de canto de boca e suspirou: “já era tempo”. Esse é um ato banal, que pode passar despercebido por qualquer pessoa. Mas, ao ser identificado, é possível verificar o quão é prazeroso e ameno é esse momento que o cego tem com o rádio.

O simples ato de estar próximo a um grupo de amigos para ouvir rádio faz desse momento um acontecimento vivenciado na vida do cego. Nesse sentido, Mafessoli entende que o simples desejo de “estar-junto” é o que faz valer o cotidiano. Pensando nessa perspectiva, é comum perceber os agrupamentos humanos na ACEP. Como já mencionado, uma parte significativa, principalmente os deficientes visuais, que são membros da instituição e que devido o avançar da idade vão para a instituição diariamente apenas para reencontrar os amigos e colocar o “papo em dia”.

Com esse grupo específico, as socialidades são vistas facilmente, já que ao adentrar o portão principal, lá estão eles embaixo de uma cerejeira ouvindo rádio e comentado entre si a programação do que está sendo transmitida. Observando a cena cotidiana, percebe-se que a comunicação mediada (o rádio) e a estabelecida pela vida em comum são fundamentais para que esses ponham em prática as suas atitudes emocionais, as maneiras de pensar e de agir, as relações com o outro, que são determinantes na definição desse grupo social.

5.3 O rádio no dia-a-dia de um deficiente visual

Para o universo pesquisado, o dos deficientes visuais, o rádio tem uma especial importância em suas vidas e em seus mundos particulares e coletivos. O que é chamado aqui de *mundo radiofônico do cego* se tornou um referencial para as várias experiências observadas com esse público e meio de comunicação em estudo.

É justamente nesse mundo específico que entraremos agora. A partir desse momento tentarei me aproximar cada vez mais dessas pessoas, para perceber seu cotidiano, sua relação com o rádio, o tempo dedicado a escuta da programação e seus hábitos, que estão envolvidos de alguma maneira com o meio de comunicação, caso haja.

Para entender melhor a vida de um deficiente visual da Associação do Cego do Piauí, além das inúmeras entrevistas gravadas e as conversas cotidianas que realizadas nesses quase dois anos em que venho tendo contato com os membros da ACEP, decidi também utilizar outra ferramenta de pesquisa que a etnografia permite: que é o acompanhamento dos afazeres diários do grupo pesquisado. Tal acompanhamento foi feito de maneira sistemática, e realizado com dois cegos durante um dia, que começava logo cedo nas residências deles e seguia por todo o desenrolar do dia. Através dessa etapa da pesquisa foi possível detalhar e presenciar vários momentos que proporcionaram uma amostra do cotidiano desse grupo. Para tanto, a escolha foi feita por afinidade e disponibilidade, ou seja, durante o tempo em que estive observando a instituição alguns deficientes demonstraram mais interesse em participar da pesquisa, preponderante para meu critério de escolha.

Como já mencionado, o acompanhamento foi realizado com dois deficientes visuais. Durante esse tempo fiz entrevistas gravadas e também nos momentos em que não estava gravando realizei anotações que constam do trabalho e que foram fundamentais. Vale salientar, que as autorizações para o uso das falas dos entrevistados não foram feitas através de um termo de autorização impresso e com assinatura: uma vez que, como todos são deficientes visuais, a limitação física não permitia tal ação e solicitar o uso das digitais seria um tanto constrangedor. A opção foi utilizar a autorização sonora. Nesse caso, todos os entrevistados no início da gravação foram perguntados se permitiam o uso de suas falas no trabalho desta pesquisadora, e assim eles respondiam se sim ou não.

Os resultados obtidos com a **observação** e com as **entrevistas em profundidades** são divididos em duas partes, cada uma direcionada a cada entrevistado. Esse procedimento tornou mais fácil a compreensão das informações colhidas junto aos entrevistados, ainda que em alguns momentos as análises se tornem repetitivas. A apresentação do que foi colhido nas etapas da pesquisa serão identificadas pelos nomes dos entrevistados, como segue abaixo:

5.3.1 Jorge Ferreira Alves²⁰

Ao fazer a proposta de acompanhar um dia na vida de Jorge Ferreira Alves, a primeira reação dele foi me interrogar: “E desde quando cego é objeto de estudo?” Imediatamente, de forma involuntária, respondi: “E por que não seria?” E ele também me respondeu prontamente: “Porque cego é sempre motivo de chacota e de exclusão”. Então, expliquei para ele, que o que pretendia era dar continuidade a pesquisa que o mesmo já havia participado, me referindo as questionários aplicados na ACEP, e dessa vez pretendia acompanhar um dia na vida dele para ver de perto a sua aproximação com o rádio. Depois da explicação, ele aceitou a minha proposta, e logo me disse: “Se prepara que o dia para meu rádio começa é cedo [risos]”.

Jorge Ferreira Alves tem 46 anos e é deficiente visual há 40, residente do bairro Morada Nova na cidade de Teresina – PI é casado, pai de dois filhos e trabalha como professor de violão na ACEP. Para o acompanhamento do dia cheguei a residência de Alves às 5 e 30 horas da manhã. Como ele já tinha me comunicado, o seu dia começa cedo e assim tive que estar lá na hora combinada. Ao chegar em sua casa, de imediato, observei que ele possui uma relação de extrema intimidade com o rádio, já que me esperava na calçada com o aparelho de pilhas sintonizado no programa “Estação Saudade”, produzido por Mariano Nascimento, da emissora Pioneira. Nesse horário a rua ainda está silenciosa e o som do rádio se confunde com o canto dos pardais. Peço autorização a Alves para ligar o gravador e garantir que nossa conversa seja registrada, possibilitando o repasse mais apurado para o uso na pesquisa.

Autorização concedida, parto para acompanhar a primeira atividade do dia de Alves, que é a caminhada matinal pelas ruas do bairro. Enquanto acompanho os passos apressados, que são guiados pela bengala, percebo que ele não tira a atenção na programação radiofônica. Quando começa o intervalo comercial, Alves interage fazendo algum comentário a respeito do rádio. Nesse momento aproveito para fazer as primeiras perguntas.

As primeiras questões da entrevista abordaram a relação existente entre o entrevistado e o rádio. Para o senhor Alves, o rádio é um veículo de comunicação mais presente na sua vida e o que ele mais gosta de ouvir no rádio são as notícias do dia-a-dia, tanto da cidade de Teresina como do restante do País. Para ele o rádio é quem iniciou e incentivou toda a produção jornalística e acima de tudo musical no Brasil. “Eu acho que tudo começou com o

²⁰Entrevista concedida a Livia Moreira Barroso em 14 de dezembro de 2013 na cidade de Teresina/PI.

rádio, depois é que a televisão passou a ter a ideia do rádio. Só que a televisão tem aquele negócio de imagem, mas tudo começou com o rádio”. (ALVES, 14/12/2013)

Depois da caminhada, fomos para a casa de Alves tomar café e mais uma vez o rádio estava lá ligado. Nesse momento pergunto desde quando o rádio está presente em sua vida, no seu cotidiano. De acordo com Alves, o veículo sempre fez parte da sua vida. O entrevistado lembra com saudosismo que na sua infância, ainda na década de 1960, por já ter a visão bastante limitada, enquanto as demais crianças da sua vizinhança brincavam jogando futebol, com carrinho, de peteca, a sua principal brincadeira era o rádio e faz referência a programação musical da época, que como afirma o mesmo: “era o meu consolo pela falta de visão”.

Já naquela época, o que eu escutava mais era música. Eu já peguei o final de uma década, que foi uma década importante para a música, que foi os anos 60. Então, hoje eu consigo lembrar muitas músicas que eu ouvia quando pequeno, que eu lembro como se fosse de agora, porque eu ouvia muito, era o que tocava muito na rádio. Aí, tocava: Beatles, Roberto Carlos, era o que tocava né?! [...] (ALVES, 14/12/2013).

Durante todo o café da manhã, a conversa foi embalada pelas lembranças que o entrevistado tem dos momentos em que passava horas a fio escutando rádio para “decorar” as notas musicais e aperfeiçoar o trabalho com o violão. Como já mencionado o entrevistado em questão é músico, e que o mesmo atribuí tal profissão a influência que o rádio exerceu sobre ele.

De acordo com Alves, o seu gosto musical pela MPB (Música Popular Brasileira) é decorrência da programação de emissoras, de outros estados, que escutava: “a Nacional de Brasília, a FM Jornal do Brasil do Rio de Janeiro, que são as rádios que tocam música de qualidade. E aí, é a influência do rádio na minha carreira de músico”. A escuta dessas rádios, como por exemplo, a Rádio Nacional confirma o que Azevedo (2002) assinala, já que segundo a autora eram rádios de maior alcance e audiência no Brasil, até meados dos anos de 1980.

Passados uns quarenta minutos, tempo em que o café da manhã durou, Alves se levanta da mesa e me convida a acompanhar mais um dia de trabalho e assim vamos nós pegar o ônibus da ACEP na porta da residência. Com o rádio na mão ele se dirige ao interior do veículo e de forma meio que automática gira o botão de ligar o aparelho, e atentamente escuta cada som que é emitido. Nessa hora ele olha para a minha direção e afirma que escuta rádio todos os dias, e relata sorrindo que não escuta o veículo o dia inteiro porque é “obrigado” a desenvolver outras atividades, como por exemplo, as aulas de violão e gravações para os demais artistas da região. Ele ainda fala que o horário preferido para ouvir é de manhã bem

cedo e ao meio-dia, pois, “eu gosto muito de ouvir as coisas e guardar, assimilar. E sempre eu gosto de ouvir alguma coisa que eu vou ver que eu não sabia, e pelo rádio. E aí, o silêncio, aquele negócio do silêncio, a gente consegue aprender mais as coisas” (ALVES, 14/12/2013).

Ao chegar a Associação, Alves agradece ao motorista e se dirige ao portão principal da instituição. Lá cumprimenta o porteiro e segue guiado por sua bengala para a sala de música. Durante todo esse percurso (da casa até a sala aonde trabalha) em nenhum momento o rádio foi desligado, e sempre sintonizado na Rádio Pioneira AM. Enquanto afinava de um dos violões que trabalha, Alves comenta que a sua preferência pelo rádio AM é principalmente pela forma que o locutor conduz a programação, citando o profissional da Pioneira, Joel Silva.

Nesse momento ele aproveita e faz um comentário sobre os locutores: Alves os considera em sua grande maioria sem criatividade. Para ele, a forma como os locutores conduzem a programação do rádio, principalmente nas rádios FM é “meio que uma copia umas das outras”. Segundo ele os comunicadores não tem identidade própria. Já as rádios AM, a locução é considerada ideal, para o entrevistado, “a forma de se comunicar é bem diferente, os locutores já são mais pacientes, com uma locução mais pausada, e isso ajuda na compreensão do que eles querem repassar para o ouvinte”.

Com a chegada dos alunos, ele desliga o rádio e inicia as atividades, ensinado pausadamente as notas da música “Nada Sei”, da banda brasileira Kid Abelha. E assim, se passa amanhã, Alves ensinado e de vez em quando faz referência a alguma música, que segundo ele aprendeu no rádio ouvindo inúmeras vezes, repetidamente.

Com o final da aula, aproveitei para fazer algumas perguntas sobre o rádio a Alves. Quando o interroguei sobre o que mais chama atenção no rádio, Alves (14/12/2013) acha que, o mais interessante que vem ocorrendo no veículo nos últimos anos é que:

Cada vez mais ele está se renovando. O rádio não quer ficar muito atrás não, ele quer ser muito atual, porque antes a gente falava que o rádio a gente podia levar para qualquer lugar era uma coisa portátil, mas hoje já tem a televisão no celular. Mas, o que eu mais gosto do rádio, é que um bom locutor de rádio consegue passar para a pessoa que ouve muita emoção, seja que tipo de programa for futebol, música, ele está passando uma emoção, coisa que a televisão só quem enxerga é capaz de sentir.

Vale ressaltar que Alves enfatiza mais uma vez durante a entrevista, que deve ao rádio a sua carreira musical como musicista, cantor e compositor foi diretamente influenciada pelo rádio, e que por esse motivo o veículo é muito importante na sua vida. “Eu acho que o rádio é importante na minha vida, porque tudo que eu sei, sobre música, ou melhor, tudo que eu sei

em qualquer assunto, tudo eu aprendi com o rádio. É por isso, que eu afirmo, o rádio tem uma importância fundamental na minha vida”. (ALVES, 14/12/2013)

Assim, o entrevistado considera o rádio como um companheiro. De acordo com ele, o ouvinte pode estar com sozinho, com insônia durante a noite, ansioso e o rádio ajuda a aliviar as tensões do dia-a-dia, fazendo o papel de um amigo verdadeiro.

Então, percebendo a importância do meio de comunicação na vida do pesquisado, direcionei as perguntas para a atuação do rádio na vida dos deficientes visuais. Ao ser interrogado sobre o assunto, Alves (14/12/2014) destacou que:

[...] o rádio tem horas que eu acho que foi feito para as pessoas deficientes visuais, porque a televisão às vezes mostra uma imagem e não fala nada, tá passando só a imagem com um fundo musical, alguma coisa, como aquelas propagandas daqueles canais de venda, fala de um produto, e depois diz: “Veja o telefone que está no seu vídeo”, e aí, cadê? Eu não estou vendo. Já se fosse no rádio, tudo que eles falam tem que ser completo, dá o endereço. Eu gosto muito do rádio, pra mim o rádio é muito mais expressivo. [...]

Percebe-se que o entrevistado considera o rádio o veículo de comunicação mais apropriado para os deficientes visuais, pois, como o mesmo afirma às mensagens transmitidas pelo rádio são mais completas e expressivas. Além de que, Alves, destaca que a linguagem do rádio é de fácil compreensão, já que é seu papel fazer com que todos os públicos compreendam, sendo que para isso, a entonação da fala do locutor é essencial. “O locutor de rádio tem que transmitir emoção na fala” (ALVES, 14/11/2013).

Outra observação feita por Alves foi no tocante as rádios, o entrevistado afirma que com o passar dos anos devido a sua deficiência seu ouvido ficou treinado para reconhecer a sonoridade de cada rádio que escuta. O deficiente visual mesmo sem enxergar o aparelho de rádio, consegue localizar as suas emissoras favoritas pela qualidade do som que as mesmas emitem. Alves ressalta que mesmo com essa facilidade no manuseio do aparelho de rádio, é importante que os fabricantes criem aparelhos de maior acessibilidade, para que o cego não tenha dificuldade na hora de utilizá-los.

Devido o avançar da hora, a entrevista foi encerrada e Alves se dirigiu ao refeitório para o almoço. Ao encontrar os amigos em uma das mesas, Alves se acomodou e logo se iniciou a conversa, e mais uma vez, a pauta foi sobre algo transmitido no rádio. Um dos amigos, logo que Alves se sentou, imediatamente interrogou: “E aí, Jorge, tu viu hoje cedo na Meio Norte [fazendo referência a rádio Meio Norte AM] a história dos candidatos ao governo do Estado no ano que vem?” Imediatamente, Alves responde que não! Então, a partir daquele momento

todo o momento do almoço se tornou uma grande interação de troca de ideias e comentários a respeito da temática, que tinha sido escutada por um deles no rádio.

Terminado o almoço, Alves se despede dos amigos e me avisa que agora pegaremos o ônibus de volta para a sua casa. Durante o caminho de volta aproveito para fazer mais algumas perguntas. Utilizando a ideia de Maffesoli, que a comunicação, tanto mediada como não, é uma forma sensível da vida social e que deve servir de “cimento social”, pergunto se ele percebe esse papel do rádio em sua vida enquanto deficiente visual. Como resposta, Alves afirma que o rádio é sim um “cimento social”, já que esse atua como um instrumento de inclusão social do deficiente visual na sociedade, porque “o rádio respeita a limitação física do cego”.

Para ele, o rádio é fundamental nesse processo de inclusão, já que ele “tem que passar todos os tipos de informação, abrir suas portas para a sociedade, ter prestação de serviço, utilidade pública, sem excluir ninguém de fora do processo da comunicação” (ALVES, 14/12/2013).

Para concluir esse dia de conversa e observação, peço para Alves falar como ele se sente com o rádio, e ele responde que se sente incluso na sociedade por o rádio, por muitas vezes já fez parte de programas radiofônicos em rádios da cidade. Mas, que acima de tudo, acha que o veículo faz a sua função social que é “de levar informação, música, futebol a todas as pessoas que não enxergam e não podem lê um jornal, ou a um analfabeto que assim, como eu não tem acesso a leitura. Porque uma coisa é certa, se não fosse o rádio, eu só saberia do que está acontecendo no mundo se alguém viesse me contar”.

5.3.2 Lúcia de Fátima da Silva

Observar o cotidiano, mesmo que simploriamente, como foi o caso desse trabalho, já que estive presente apenas um dia no “mundo particular” dessas pessoas, requer do pesquisador perceber o que envolve a atmosfera que em alguns momentos se mostra indesvendável ao visual. É importante estar atento às nuances da vida cotidiana, observar e reconhecer as naturalidades das ações, os fenômenos que ocorrem de maneira involuntária, sem as encenações, que muitas vezes são comuns quando estamos “mostrando” para outros a nossa realidade diária.

Na tentativa de compreender o cotidiano do deficiente visual e o papel do rádio nesse universo, a outra deficiente visual acompanhada e entrevistada para a realização do presente

trabalho de pesquisa, foi a senhora Lúcia de Fátima da Silva, 30 anos, deficiente visual também há 30 anos, residente no bairro Centro, na cidade de Teresina.

Cheguei logo cedo, por volta das 6:30 horas da manhã, na casa da pesquisada e ao entrar no ressoito já ouço o som vindo do interior da casa. Silva me convida para acompanhá-la até a cozinha, que ela está preparando o café da manhã do marido. Logo em seguida ambos saíram para o trabalho.

O rádio está sintonizado na Rádio Pioneira AM, no programa “Revista noticiosa Pioneira”, que traz notícias a respeito do tempo e do trânsito da capital piauiense. Silva faz o seu primeiro comentário a respeito da programação do rádio, “normalmente só escuto rádio FM, mas pela manhã sempre ouço esse programa do Gil Costa, porque como nós vamos [ela e marido] para o trabalho de carro, aí a gente precisa saber como tá o movimento”. Observando a fala, percebe-se imediatamente que o rádio está para a entrevistada como algo que é determinante para o seu fazer diário. Nesse sentido, o veículo de comunicação tem interferência na organização de algumas atividades da entrevistada, como por exemplo, optar ou não por fazer um determinado trajeto para chegar a ACEP, dependendo das informações passadas sobre o trânsito.

Enquanto terminava o café da manhã, Silva escutava atentamente o noticiário, e sempre fazia expressões faciais de acordo com o teor da notícia. Uma das expressões me chamou a atenção: quando o locutor falou que os números da violência em Teresina estavam em constante crescimento, ela balançou com a cabeça e seu rosto demonstrou tristeza. Essa cena na grande maioria das vezes passa despercebida. Com o ritmo acelerado da vida, nunca estamos atentos aos gestos e expressões, que são considerados banais, mas que ilustram o cotidiano. É algo passageiro e efêmero, mas está presente no cotidiano, é o algo a mais.

A primeira refeição do dia foi acompanhada pela programação do rádio, seguida dos comentários a respeito das notícias. Aparentemente, tudo que é falado no rádio é assunto de debates naquela família, já que Silva e marido sempre estão discutindo sobre as notícias que são veiculadas, ao menos naquele horário do dia.

Terminado o café, Silva e o marido pegaram o carro e nos dirigimos para a ACEP, aonde ela trabalha como professora de língua portuguesa do ensino médio. Durante todo o percurso da casa até a Associação, o rádio do carro se manteve ligado. Aproveitei para perguntar se era um hábito do casal ir para o trabalho escutando rádio, Silva me respondeu que sim: “Sempre gosto de vir ouvindo até para me atualizar e ter o que comentar, principalmente sobre os acontecimentos diários com os meus alunos”.

Ao chegar a ACEP, ela se despediu do marido e se dirigiu a entrada da instituição. Logo na calçada já encontrou os alunos que a acompanharam até a sala. Durante toda a aula, que teve como temática, os verbos, a professora interagia com os alunos citando casos do dia-a-dia. Como o rádio sempre acompanhou os seus afazeres diários, durante a aula Silva socializa diversos casos que escutou na programação radiofônica. Na sua aula, ela usa um exemplo escutado no rádio para interrogar os alunos sobre o conteúdo trabalhado: “Meninos, na oração: ‘O governador Wilson Martins declara apoio ao PMDB’, qual é o verbo?”

Nessa situação comum na vida de uma professora de Língua Portuguesa percebe-se que há uma ludicidade no ato de comunicar e ensinar. Nota-se que Silva coloca o que ela escutou para seus alunos, ou seja, é um simples contato que define a necessidade de “estar-junto”, de “colocar em relação”.

A comunicação durante todo o momento em sala de aula, entre a professora e os alunos ocorreu de forma natural e despercebida. Como a professora teve somente o primeiro horário de aula (de 8:00 às 9:30 horas), aproveitei o restante da manhã para entrevista-la e perceber como ela entendia a importância do rádio em seu cotidiano. Como pude perceber durante a observação da aula, o primeiro questionamento feito foi sobre o uso de notícias do cotidiano como exemplo em sala de aula, se isso era um hábito ou foi por acaso. Segundo Silva (16/12/13),

Já é de costume usar o que passa no rádio em minhas aulas, até porque o rádio é meio de comunicação mais próximo e através dele que tanto eu, como os meus alunos nos informamos. Além de que, não sei se você conhece, mas existe um livro acho que do Marciel Consani [a entrevistada faz referência ao livro “Como usar o rádio em sala de aula” da Ed. Contexto] que nos ensina várias formas de usar o rádio em sala e eu aproveito [risos]. Além do mais, os meios de comunicação sempre foram fontes de pesquisas para os professores ficarem atualizados e usarem como exemplos em sala de aula. No meu caso, como sou cega, nunca gostei de outros veículos de comunicação, que não rádio. Então, sempre me baseie nas informações do rádio, que é sonoro e me permite entender tudo. Agora com a internet de vez enquanto, quase nunca, uso alguma notícia de lá.

Sabendo dessa informação, pergunto qual o tipo de programa que ela mais escuta para ter esse embasamento para usar o rádio em suas aulas. Verifica-se que o mais apreciado por ela são informações e os programas musicais: “também uso as letra de músicas como ferramentas para análise”, afirma Silva. Sendo assim, ela entende que o veículo é responsável por atualizá-la do que acontece na cidade e também que esse é uma importante ferramenta na sua profissão.

Então, perguntei se ela é influenciada pelo o rádio. A entrevistada deu uma pausa para pensar, e logo depois respondeu que todas as pessoas que escutam o veículo são influenciadas por ele. De acordo com ela, o que o rádio mais determina em sua vida é o cotidiano, já que logo que acorda é uma das primeiras ações realizadas, é ligar o seu aparelho.

Para Silva, na grande maioria das vezes o rádio transmite muita confiança, por esta razão, a principal influencia está na questão de que ele é um disseminador de informações, e assim, aquelas informações servirão de suporte para as conversas, as trocas de informações com o seu grupo social, ou seja, o que ela escuta no rádio será repassado para as pessoas com quem convive.

Voltando mais para as questões da presença do rádio em seu cotidiano, Silva afirma que o meio de comunicação sempre esteve presente na sua vida, desde a sua infância. Ela relata que ouve principalmente de 5 às 6 horas, quando está sendo transmitida a missa em uma das emissoras da cidade. Depois escuta o noticiário de 6:30 h e aos jornais que passam por volta do meio-dia.

A entrevistada enfatizou que além de usar o rádio como exemplo em suas aulas, esse também é fundamental para quando está desenvolvendo outras atividades, principalmente, tarefas relacionadas ao lar. “É ouvindo rádio e fazendo as tarefas de casa. Pela manhã, enquanto eu faço o café, o rádio está ali ligado” (SILVA, 16/12/2013).

Sobre este assunto, Mcleish (2001) afirma que o rádio é o único veículo de comunicação que permitem ao seu receptor o desenvolvimento de outras atividades enquanto está lhe ouvindo. Para o autor, isso pode ser um ponto que também desfavoreça o rádio, já que ele tem que disputar atenção com as demais tarefas desenvolvidas por seus ouvintes. Mas, para Bianchi (2006), o veículo tem que aprender a lidar com estas temporalidades para garantir o seu espaço.

Passados alguns minutos da entrevista, Silva pergunta a hora e sugere que devemos pegar o ônibus do seu bairro de 11:00 horas, já que ela sempre volta para casa de coletivo, pois seu marido trabalha o dia inteiro, e que durante o percurso terminemos a conversa. Ao pegar o ônibus, ela afirma que sempre ouve rádio durante o caminho, usando o celular²¹ com o fone de ouvido para não incomodar os demais passageiros.

Quando chegamos à sua casa, imediatamente Silva (16/12/13) ligou seu rádio e sintonizou em uma emissora FM: “nesse horário, quando estou em casa, sempre escuto

²¹ Nesse caso, pode-se perceber o uso de um dispositivo móvel para a escuta do rádio.

música na rádio Meio Norte, a programação é boa, só mais tarde volto para a Pioneira, por que me desculpe as FM, mas notícia é no AM [risos]”, destaca.

Aproveitei o momento e perguntei a opinião dela sobre os locutores. A pesquisada afirmou, que na grande maioria das vezes gosta, mas tem deles que não conseguem “convencer”, a forma de falar não passa confiança e credibilidade. “Às vezes acontece de eu nem conhecer o locutor que está falando, mas logo percebo que ele não é bom, porque passa muita insegurança pela voz. Sabe aquela história o que ele está falando, não pode ser verdade” (SILVA, 16/12/2013).

Segundo a entrevistada, a grande maioria das mensagens passadas no rádio é compreendida por ela. Mas, existem momentos que os locutores não explicam com clareza o que pretendem informar para o ouvinte. Assim, ela entende que a linguagem do rádio poderia ser mais auto-descritiva, ou seja, mais objetiva e direta, para que não ocorram ruídos na comunicação. “Eu acho que tem locutor que fala muito rápido, tinha que falar mais compassado, explicar melhor os assuntos” (SILVA, 16/12/2013).

É válido ressaltar que a entrevistada entende que a principal função do rádio é informar. Portanto, se quem está falando para o ouvinte não passa segurança pela voz, o receptor não ficará convencido da veracidade da notícia. Para Silva, o rádio deve informar e divertir as pessoas, sendo ele acima de tudo um companheiro do ouvinte.

O rádio faz muita companhia a quem está sozinho, às vezes você está só e vai e liga o rádio. Ali você canta, participa de programas, você é informado de tudo. Então, é uma forma de distração, informação, de companhia. Eu considero, então, que o rádio é o meu companheiro em muitos momentos, através dele me sinto inclusa no que muitos chamam de sociedade da informação. Também vejo o rádio como um elo do cego com a sociedade em geral. O deficiente visual já sofre tanto preconceito na sociedade, recebe nomes pejorativos como “incapaz”, “aleijado”, não tem espaço no mercado de trabalho, a cidade não é adaptada para a gente. Então, com tantos empecilhos a grande maioria acaba se isolando em casa. E o rádio, além de servir de companheiro, amigo, também é o responsável por incluir o cego na sociedade, porque assim, ele se informa e não é de todo uma pessoa alheia aos acontecimentos. Acho que o rádio é muito importante em minha vida e de todas as pessoas que não enxergam, é meio que um refúgio, mas um refúgio libertado, que fique bem claro!

Durante o almoço, mais uma vez, o rádio estava ali ligado no noticiário, e assim permaneceu até eu me despedir às 15 horas. O que pude perceber acompanhado o dia de Lúcia da Silva foi que o rádio não é apenas uma rotina diária em sua vida, ele também é fundamental para a sua vida cotidiana e suas relações sociais. Nesse caso, o rádio ultrapassa o

espaço da vida particular e vai também para o ambiente do trabalho, ele deixa de ser uma forma de distração para ser uma ferramenta de sobrevivência.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Em tempos de internet, realizar um estudo sobre o bom e velho rádio é um verdadeiro desafio. Entender as nuances desse veículo de comunicação que permanece na vida do povo brasileiro há mais de 90 anos é um trabalho que requer do pesquisador um verdadeiro passeio pelo tempo, mas não somente pelo tempo cronológico, mas também pelo tempo vivido, pelas histórias, funções e características do mais massivo e ao mesmo tempo pessoal e direcionado meio de comunicação.

Partindo do pressuposto que a comunicação do rádio vai além da comunicação massiva. Entende-se que esta também é interpessoal, que o comunicador manter uma proximidade do ouvinte, chegando a ser considerado por muitos como um amigo, um companheiro. Assim, como o ouvinte pode ser colaborador dos programas, seja levando informações ou compartilhando experiências, vivências e emoções.

Entendendo o rádio nessa perspectiva, o deficiente visual encontra nele uma alternativa para se manter informado. Como afirma Mcleish (2001, p. 32), “[...] mais acessível do que os livros, o bom rádio trás sua própria “biblioteca”, de especial valor para os que não podem ler – analfabetos, cegos, pessoas que por qualquer motivo não têm acesso à literatura em sua própria linguagem”.

Com linguagem própria e com sua sonoridade, o rádio consegue levar informação, entretenimento e conhecimento para os mais variados públicos, entre estes, o deficiente visual, que consegue usufruir dos conteúdos radiofônicos sem a necessidade de uma pessoa auxiliando no processo de mediação, já que o rádio não exige do ouvinte o uso de outros sentidos, que não seja a audição. Por tudo isso e como demonstra esse trabalho, o rádio sempre foi e ainda é um elemento fundamental na vida do cego.

Sendo assim, com a realização desse trabalho pode-se chegar a algumas considerações. A primeira delas é que não dá para falar em deficiente visual e não mencionar o rádio. Assim como, falar de rádio para o deficiente visual e não fazer referência ao cotidiano.

Por meio dos questionários aplicados, a observação e as conversas realizadas gravadas ou não, percebeu-se que o meio de comunicação sonoro está imerso na vida do cego, e que é determinante para o que Maffessoli chama de socialidade. Ele [o rádio] é um elemento essencial, já que reuni a família, os amigos do deficiente ao redor de um aparelho que não tem imagens como a televisão, mas que por meio do som faz viajar, imaginar, vivenciar, estar-junto.

Portanto, seja a programação radiofônica de boa ou de má qualidade, informe ou divirta, ela marca a vida de quem não tem um dos sentidos tão valorizados pelos humanos. E nesse contexto de um mundo que exclui quem é diferente, o rádio está como um “cimento social”, para esses que são tidos como pessoas sem “luz”, que vivem na “escuridão”.

Diante destas considerações, espera-se que este trabalho abra uma discussão mais aprofundada sobre a relação das pessoas deficientes visuais com o rádio, destacando o veículo como algo importante na vida e no cotidiano dessas pessoas que veem no mesmo, uma alternativa para se inteirarem dos fatos, para assim serem inclusos nessa tal sociedade da informação.

FONTES ORAIS

ALVES, J. F. **Entrevista concedida a Livia Moreira Barroso**. Teresina, 2014.

SILVA, L. F. **Entrevista concedida a Livia Moreira Barroso**. Teresina, 2014.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ANDRADE, J.M.V; NASCIMENTO, F.A; PEREIRA, L.L. **Pelas ondas do rádio: a trajetória da radiodifusão no Piauí na década de 1960**. XXII Simpósio Nacional de História – ANPUH, João Pessoa, 2003. Disponível em: <http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.740.pdf>. Acesso em: 14 de março de 2013.

AZEVEDO, L. C. **A Era do Rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=YA8KcfrFfkC&printsec=frontcover&dq=a+era+do+r%C3%A1dio&hl=ptBR&ei=gNcjTJKHHYP68AaDtKTVBQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: out. 2011.

BARBOSA FILHO, A. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

_____. **No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil (1923-1960)**. Disponível em: http://www.historia.uff.br/stricto/teses/Tese-2002_AZEVEDO_Lia_Calabre-S.pdf. Acesso em: 24 de julho de 2011.

CARVALHO, J.M; MELO, T.R; REGO, A.R. **O surgimento do rádio no Piauí**. Anais do II Encontro Nordeste de História da Mídia, Teresina, 2012. Disponível em: <http://www.historiadamidianordeste.com.br/2012/anais/resumos/GT5/GT5-Jo%C3%86o%20Magalh%C3%86es%20Carvalho%20e%20Thiago%20Ramos%20de%20Melo.pdf>. Acesso em: 14 de março de 2013.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. In. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FERRARETO, A. L. **Rádio: o Veículo, a História e a Técnica**. 2ª edição. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

HARTMANN, J; MUELLER, N. **A comunicação pelo microfone**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Aurélio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1989.

_____. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. Petrópolis: Vozes, 1997.

KIRK, S. A. e GALLAGHER, J. J. **Educação da Criança Excepcional**. 3º Edição – São Paulo: Martins Fontes, 1996.

LEI FEDERAL BRASILEIRA nº 10.098, de dezembro de 2000. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L10098. Acesso em: agosto 2011.

LIMA, N.C. Invisíveis asas das ondas ZYQ-3: a Rádio Difusora de Teresina na década de 1950. In: NASCIMENTO, F.A; SANTIAGO JR, F.C.F. **Encruzilhadas da História: rádio e memória**. Recife: Editora Bagaço, 2006.

MAFFESOLI, M. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

NASCIMENTO, F.A. **Os antecedentes do rádio**. Anais do XXII Simpósio Nacional de História – ANPUH, João Pessoa, 2003. Disponível em: <http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.245.pdf>. Acesso em: 14 de março de 2013.

MOREIRA, S.V. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000.

NEUBERGER, R.S.A. **O rádio na época da convergência das mídias**. Cruz das Almas: Editora da UFRB, 2012.

ORTRIWANO, G. S. **A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

PAIS, J. M. **Vida cotidiana: Enigmas e revelações**. São Paulo: Ed. Cortez, 2003.

PIERNES, G.. **Comunicação e Desintegração na América Latina**. Brasília: UNB, 1990.

PEREIRA, W. A comunicação e cultura do cotidiano. In: **Revista Famecos**. nº 32. Porto Alegre, 2007. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/1973/1789>. Acesso em: 12 de julho de 2011.

QUINTEIRO, E. A. **Estética da voz**. São Paulo: Plexus, 2007.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2003.

SILVA, J. M. Interfaces: Michel Maffesoli, teórico da Comunicação. In: **Revista Famecos**. nº 25. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/17274829/Interfaces-Michel-Maffesoli-teorico-da-comunicacao>. Acesso em: 12 de julho de 2011.

SOLON, D. Novos sons se espalham por Teresina: os alto-falantes e o processo de modernização da Cida (1939-1952). In: NASCIMENTO, F.A; SANTIAGO JR, F.C.F. **Encruzilhadas da História: rádio e memória**. Recife: Editora Bagaço, 2006.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA
Universidade Federal da Paraíba – UFPB
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas
Linha de Pesquisa: Mídia e Cotidiano

Nome: _____

Endereço: _____

Contato: _____

Informações Pessoais

1. Sexo:

☐ Masculino ☐ Feminino

2. Faixa Etária

☐ 20 a 30 anos ☐ 31 a 40 anos ☐ 41 a 50 anos ☐ 51 a 60 anos ☐ Mais de 60 anos.

3. Grau de escolaridade

☐ Analfabeto ☐ Ensino Fundamental I Incompleto ☐ Ensino Fundamental I Completo ☐ Ensino Fundamental II Incompleto ☐ Ensino Fundamental II Completo
☐ Ensino Médio Incompleto ☐ Ensino Médio Completo ☐ Ensino Superior Incompleto ☐ Ensino Superior Completo ☐ Pós-Graduação

4. Profissão: _____

Sobre a Deficiência

1. Como é a deficiência?

☐ Cegueira Total ☐ Visão Subnormal

2. Qual a causa da deficiência?

☐ Nasceu cego ☐ Doença Congênita ☐ Acidente

3. Há quanto tempo é deficiente?

☐ 5 a 10 anos ☐ 11 a 20 ☐ Mais de 20 anos

A respeito da Associação do Cego do Piauí – ACEP

1. Há quanto tempo frequenta a ACEP? _____

2. Qual atividade desenvolve na ACEP?

☐ Estuda ☐ Trabalha ☐ Outra Qual? _____

3. Nível de importância da ACEP na sua vida.

☐ Pouco ☐ Razoável ☐ Muito

Sobre o rádio

1. Você escuta rádio?

☐ Sim ☐ Não

2. Quanto tempo por dia?

☐ De 1 a 3 horas ☐ De 3 a 5 horas ☐ Mais de 5 horas

3. Qual o horário que mais escuta rádio?

☐ 05h às 07h ☐ 07h às 11h ☐ 11h às 13h ☐ 13h às 17h ☐ 17h às 19h ☐ 19h às 22h ☐ 22h às 05h

4. Com que frequência você escuta rádio?

☐ Diariamente ☐ Duas vezes por semana ☐ Três vezes por semana ☐ Quatro ou mais vezes por semana

5. Onde mais escuta rádio?

☐ Em casa ☐ No trabalho ☐ Na rua ☐ Na ACEP ☐ Outro lugar

Qual? _____

6. Como costuma escutar rádio?

☐ Sozinho(a) ☐ Com a família ☐ Com amigos ☐ Com a comunidade ☐ Colegas de trabalho ☐ Outra forma Qual? _____

7. Quantos aparelhos você tem em casa?

☐ 1 a 3 ☐ 3 a 5 ☐ Mais de 5

8. Escuta rádio através de outro aparelho?

☐ Não ☐ Sim Qual? _____

9. Prefere qual tipo de rádio?

☐ AM ☐ FM ☐ Ambos

10. Qual sua emissora preferida? _____

11. Por qual motivo você escuta rádio?

12. O que você acha das emissoras que escuta?

☐ Ótimas ☐ Boas ☐ Razoáveis ☐ Ruins

13. Qual seu gênero favorito?

☐ Informativo ☐ Musical ☐ Esportivo ☐ Religioso ☐ Educativo

14. Quais dos serviços oferecidos pelo rádio já foi útil para você?

- ☐ Ajuda (desaparecidos, achados e perdidos).
- ☐ Ofertas de emprego.
- ☐ Discas de saúde.
- ☐ Informações sobre o tempo. ☐ Outros Qual? _____
- 15. Para você qual a principal função do rádio?
☐ Informar ☐ Entreter ☐ Educar ☐ Outra Qual? _____
- 16. Para você qual a principal função do rádio?
☐ Sonoridade
☐ Intimidade
☐ Regionalismo
☐ Instantaneidade
☐ Interatividade – participação do ouvinte
☐ Outra Qual? _____
- 17. O rádio faz parte do seu cotidiano?
☐ Sim ☐ Não

Obrigada pela colaboração!

ENTREVISTA: Jorge Ferreira Alves**1. O que você mais escuta no rádio?**

Música boa, esse é o meu proveito do rádio. Pra mim tudo começou com o rádio, depois a TV foi uma ideia extraordinária, só que ela tem imagem, mas tudo começou com o rádio? E também algo relativo a cultura, programas culturais, o jornalismo não perco por nada, e raramente algum programa de formação de opinião.

2. Quais programas culturais?

Por exemplo, a questão dos programas de raízes da terra, visando a nossa cultura nordestina, nossa cultura cabocla, desde o violeiro ao sertanejo, as raízes do nordeste em si.

3. Você falou que gosta de ouvir uma boa musica, e o que você considera uma boa musica?

Acho que musica é igual religião. Cada pessoa tem o seu estilo de musica, o seu tipo de religião. Eu gosto mais da musica clássica, MPB, que é uma musica que não é descartável. É um estilo que tem muita cultura, são letras profundas que dá pra você tirar algum proveito.

4. Há quantos anos você escuta rádio?

Uma relação bem grande, principalmente quando eu fiquei sem minha visão, e eu comecei a tomar o rádio como um amigo e desde o tempo de meu pai, as horas que a gente tinha de conversa, de vaga do trabalho estava na escuta do rádio.

5. E naquela época você escutava o que no rádio?

Era mais musicas. Já peguei no final de uma década que foi muito importante pra musica que foi os anos 60. Hoje consigo lembrar de musicas daquela época como se fosse de agora, porque eu ouvia muito, o que tocava muito no rádio era Beatles, Roberto Carlos. Agora meu gosto musical pela MPB já veio depois, nos anos 80, até porque eu não conhecia, nunca tinha ouvido Elis Regina, Caetano Veloso, Gilberto Gil e alguns amigos me influenciaram a ouvir esse tipo de musica, daí comecei a gostar, até então não tinha um estilo de musica definido que eu gostasse, e depois que conheci a MPB foi que partiu a vontade de tocar violão, eu já tocava em banda nos anos 80 e deu vontade de fazer uma coisa solo, tocar e cantar, e tudo isso se deve ao rádio. Eu ouço rádios de fora que pega, alguma da cidade de Brasília, FM jornal do Brasil (Rio de Janeiro), são as FMs que tocam musicas de qualidade.

6. E até hoje você mantém esse hábito?

Sim, mesmo com a evolução da tecnologia, TV, hoje tem internet, mas o rádio pra mim é insubstituível.

7. Com que frequência você escuta rádio?

Diariamente, e em horas isoladas do dia. Pela manhã, meio dia até 2 das tarde, e a noite também.

8. Por que você prefere escutar o rádio nesses horários?

Justamente porque são os horários que a gente tem contato com o jornalismo, as raízes do nordeste no que diz respeito a gênero que agora tá voltando a tona, como o cordel, na questão da musicalidade, já que eu trabalho com musica. E os programas de raízes sertanejas no final da tarde, às vezes a noite também tem um programa de entretenimento. São os horários que eu costumo tá na escuta do rádio.

9. Você desenvolve alguma outra atividade quando tá escutando rádio?

Geralmente do próprio ouvir do rádio, já que eu trabalho com musica, já vem aquela musica que tá no auge, no sucesso, alguma outra musica que você tem a curiosidade de ouvir, de entender, de aprender, e assim até no ouvir do rádio você já tá desenvolvendo outra atividade.

10. Quanto aos locutores, você gosta do jeito que eles falam?

Nem todos. Porque falas tendenciosas, falas muito enfeitadas e terminam não dizendo nada, e ainda por cima algumas informações incompletas.

11. Informação incompleta é se ele não foi atrás da fonte, como funciona isso?

Ou se vai atrás da fonte ele se incompleto justamente por ser tendencioso. Um problema, por exemplo, que envolve a sociedade organizada, que são os meios executivos, a sociedade legislativa e a sociedade pública, o povo, eu não posso tratar isso com unilateralidade, mostrar apenas o erro do executivo ou do legislativo ou o erros do povão. Ele existe nos três níveis, então a cobrança tem que ser nos três níveis.

12. Então você acha que tem escutar todos os lados?

Se você vai veicular uma informação, uma noticia, e faz essa informação de forma tendenciosa, ela já esta incompleta. A culpa passa a ser de uma única parcela da sociedade, quando na verdade o problema é geral.

13. O que mais chama atenção no rádio pra você?

O que me fascina no rádio é o misticismo. Você tem um aparelho a sua frente, você tem o capitar de um som, e desse som você desenvolve a sua imaginação. A pessoa que esta do outro lado do rádio, o contato que ela tem com aquela pessoa que esta falando é imaginativo, ele não sabe se ela é magra, gorda, baixa, se ela tem um caráter bondoso ou não, mas é a partir daquela informação que aquela pessoa que esta ouvindo desenvolve o pensamento em relação àquele locutor. Então a forma como se transmite a informação, a tonalidade de voz, a gente percebe através dessas coisa, e por meio delas você traça um perfil daquele informante e o rádio contem isso. A TV muitas vezes você vê a imagem, a expressão de rosto, o que ajuda a compreender a noticia, no rádio não, é a voz e pronto.

14. Você considera que o rádio é um estimulador da imaginação do ouvinte?

Acho que ainda se passaram anos, séculos pra se criar outro mecanismo informativo que se pudesse fazer isso.

15. Pra você qual é a função do rádio?

O rádio é aquele amigo que você tem e que não te ouve, a não ser através de alguns programas, mas ele já tem uma programação montada, então não te ouve, mas ele te fala. E a função dele é de levar a educação, o entretenimento, forma uma opinião, é através do ouvir que a gente vai pensar e formular sua opinião. Então ele ajuda a moldar o comportamento do ouvinte, o comportamento de determinado ouvinte é baseado naquela programação que ele escuta.

16. Qual a importância do rádio na sua vida?

Desde novo tenho esse companheirismo, gosto de ouvir rádio, na minha casa tenho TV, computador, celular, através disso tenho acesso a outras redes de informação, mas o rádio continua sendo meu velho amigo. E a relação que a gente tem é de amizade, isso não me impede de observar certos lapsos que se comete dentro da comunicação radiofônica, não me impede de observar quando a noticia é mal veiculada, não seria uma critica e sim observações que os radialistas devem ter como base que a pessoa que esta do outro lado limita-se àquilo que escuta.

17. Como deficiente visual você avalia que a linguagem dos programas não são tão adequadas?

Não. Infelizmente. Imagine você que esta aqui nessa entrevista, me fala da universidade que estuda, eu não sei como é a universidade, se ela tem uma sala, dez, vinte, trinta. Então vou me guiar, ter noção de como ela é por aquilo que você me descrever. Se a noticia tem um caráter de informar, de formar opinião, de mostrar uma

realidade, se o locutor tá tentando passar essa imagem, ele tem que ser auto descritivo. Tem um comercial onde passa, que é uma moça que vai saborear uma lasanha e ele faz uma auto descrição que dá pra gente imaginar a cena que ela tá vivendo, quando ela pega a deliciosa lasanha que bota na boca, tá quente. Você tem noção da notícia pela auto descrição que o locutor faz.

18. Então você acha que as informações no rádio tem que ser mais auto descritivas?

É, porque na verdade em todas as empresas de comunicação hoje, existem locutores que tem uma facilidade de comunicar, não se enrola com certas palavras, quem tá do outro lado é um público que pode ser uma educação elevada ao um grau de escolaridade mínimo, então não posso usar tantas palavras de difícil compreensão, e tem que ser descritivo. A maioria dos locutores não são descritivos.

19. Você entende as mensagens transmitidas pelos locutores?

Eu sempre tive uma facilidade muito grande de compreensão. Particularmente não tenho essa dificuldade, às vezes consigo entender nas entrelinhas de uma manchete o que vai ser veiculado. O que se discute é que nem todas as pessoas, eu não me considero nada de anormal, tem tanta facilidade de compreensão. Nós estamos falando do rádio que comunica pra pessoas de graus de escolaridade diferentes, localidades diversas, o interior por exemplo, onde se tem pouco acesso ainda à informação e que precisam chegar de forma mais precisa. Eu particularmente compreender a mensagem não tenho tanta dificuldade, embora em alguma eu ainda seja o chatão da história, só vai entender a piada depois que perdeu a graça. Mas na grande maioria das mensagens eu entendo.

20. Você acredita que a entonação da fala do locutor é essencial para a compreensão da mensagem?

Você vai veicular uma notícia, ela é informativa a sua tonalidade vai dar uma noção se está afirmando, por exemplo, eu estou veiculando uma festa ‘neste sábado dia 18 acontecerá uma festa...’ então você veiculou aquela informação toda e de repente percebe que a data estava errada, então se você mesmo tem dúvida naquilo que informa quem está do outro lado não vai compreender. A notícia precisa ser, muitas vezes tenho observado em jornalismo que o locutor veiculou uma informação e não ler o nome do repórter ou ler o nome de um repórter que não tá fazendo a matéria, ele veicula de uma data quando na verdade é de outra data, isso vai confundir quem estiver ouvindo, você não vai saber o que tá correto, a informação do locutor ou a da matéria veiculada, são pequenas coisas que merece o mínimo de organização.

21. Você consegue sentir aquela emoção que o locutor tá tentando te passar?

Essa parte de apelo sentimental é mesmo uma tendência. A gente tem visto o seguinte, que a vontade supera aquela representatividade, não existe quem tenha um poder através da sua fala comover as pessoas. Agora a gente não se comove pela representatividade, mas pela situação vivida, muitas vezes você faz um apelo e isso é ouvido por alguém que já passou ou tá passando por um problema semelhante.

22. Quanto ao aparelho de rádio você disse que tem uns dez, você tem dificuldade de manusear?

Não, minha vida é malina nessas coisas. Apesar de não ver, até consigo ligar alguns que pessoas tem vontade e não encontraram.

23. Mas você acha que deveria ser mais adaptado ao deficiente visual?

Precisa. Nem todo mundo tem facilidade de compreensão, as pessoas são compreensivas, receptivas, mas tem o seu tempo. Às vezes você tá num lugar conversando com três amigos e conta uma historia, uma piada e dois rindo e o outro ficou sério e momentos depois é que ele vai rir também, então assim, a compreensão não é em tempo igual pra todo mundo.

24. Você se sente influenciado pelo rádio?

Totalmente! Como acredito que a grande maioria dos ouvintes, como a gente não tem acesso a uma informação e é através do rádio que vamos ter isso, da forma como o rádio lhe comunica você sabe o que tá acontecendo em tal lugar. A gente é influenciado pelo rádio sim, por isso é que se deve ter cuidado naquilo que se veicula, porque nem tudo que se diz no rádio, como nem tudo que se diz nos outros meios de comunicação, é verdadeiro. Mas a pessoa que esta do outro lado do rádio manipulando a informação ela deve ser a mais verdadeira possível.

25. Você acha que o rádio deve ser um disseminador de verdade?

Ele pelo menos de ser autentico, imparcial, objetivo e falar aquilo que as coisas realmente são. Deixar de tá tentando explicar por que o acento gráfico “tio” é um tio e não um trema, ele é um tio e acabou-se, não adianta tentar fazer dele um outro acento gráfico que não vai colar.

26. O que você entende como inclusão social?

Um pouquinho diferente do que se propaga no próprio rádio. Porque o rádio ele tá, ultimamente não só o rádio, mas todos os meios de comunicação não estão reproduzindo a voz do governo, incluir é trazer pro meio social e a sociedade já caiu nesse laço, que pra mim incluir alguém preciso trazer ele pra cá, eu penso que o

caminho é inverso, não se conquista uma amizade dando com a mão, dando psiu, mas você indo ao encontro e se tornando um semelhante àquele, passando a conviver pelo menos numa situação parecida com aquela, uma pessoa dita normal não vai poder se tornar deficiente, mas se você passar a conviver com uma pessoa deficiente visual vai ver a potencialidade que essas pessoas tem, são todas? Não. São todas no mesmo tempo de compreensão? Também não. Mas aqui em Picos mesmo tem pessoas com deficiência visual que não são exceção no mundo, são pessoas que aprenderam a desenvolver-se em toda dificuldade que existe no seu meio de convívio. Se adquirir uma amizade, um sentimento amoroso, uma confiança a partir do convívio e não por um simples apelo. Se o rádio for esperar que um deficiente visual saia de sua casa pra ser inserido num meio e comunicação através de um a programação, a febre no rádio hoje é rádio comunitária, se eu saio pra trabalhar numa rádio comunitária, lá tenho horário, tenho que me virar com a programação, com a parte de patrocínio, vou ter uma dificuldade de locomoção muito grande. Então a questão de chamar é uma inclusão unilateral. Só atende a uma vontade, o desejo do governo. Mas não atende, não respeita os limites das pessoas com deficiência, é muito mais pratico que eu vá ao encontro dela.

27. Você acha que o rádio te inclui na sociedade?

Ele me situa, incluir não inclui, porque a gente continua a margem da sociedade, infelizmente a pessoa com deficiência, que eu não trato só deficiência visual, ele me situa, me diz que isso vai acontecer em determinado lugar, que existe isso.

28. Você se sente uma pessoa mais informada quando escuta o rádio?

Na sociedade da informação ele dá essa situação que poderia se traduzir por inclusão no campo da informação. Que é realmente a função do rádio, mas desde o tempo em que me situei, na verdade ele não inclui porque não existe ainda uma auto descrição, ainda existem muitas falhas, embora existam virtudes. Mas é uma forma de situar que vai em parte ser inclusão.

29. Você já escutou algum programa, notícia sobre o eficiente visual?

Sofre o deficiente visual em si eu mesmo já participei de programas de rádio fazendo entrevista, exceto as minhas sobre deficiência visual não.

30. Essas matérias que você fala sobre deficientes no termo geral, acha interessante, que tem que fazer parte das pautas dos grandes veículos de comunicação?

Infelizmente do jeito errado. Deve fazer e faz até mas da forma certa. Quando falo de forma errada é porque é de uma forma triste, que toda vez que você vai pra uma entrevista com uma pessoa com deficiência ou é uma reclamação que isso não tá funcionando, ou é uma informação de um serviço que por um determinado tempo tá sendo praticado, quando se deveria pegar a deficiência como forma produtiva. Aproveitar a potencialidade das pessoas com deficiência. Respeitando os seus limites, porque uma pessoa com deficiência talvez nunca vá fazer uma coisa tão perfeita como uma pessoa que se diz normal.

31. Quanto aos demais veículos de comunicação como a televisão, o jornal impresso, a internet, são adequados pra você?

O impresso não, a TV também não, porque a imagem pra quem não vê não existe, então a descrição tem que ser através do som. E a internet algumas coisas dá pra acessar através dos programas que existem pra deficientes visuais. Mas através do áudio, através do vídeo não. O mais adequado ainda é o nosso velho rádio.

32. Você pode dá uma dica para os comunicadores do rádio, pra que você como deficiente visual possa se sentir incluso na sociedade da informação?

Falar as coisas mais diretas, nada de tá enrolando. As coisas às claras, e sem tendências, porque se eu vou informar uma determinada coisa e nessa informação eu coloco o meu pensamento, deixa de ser uma informação e passa a ser uma persuasão. Imparcialidade, eu acho que uma mesma matéria poderia, vamos pegar na cidade o problema do lixo, o lixo nas ruas, uma mesma matéria poderia tá sendo veiculado unilateralmente, o problema do lixo é excesso de lixo nas ruas, o problema é de quem? É da administração pública, bota lá o que ela tem que fazer, é do publico, do cidadão. Porque não adianta só a prefeitura passar a vassoura, se eu como cidadão sujo meia hora depois, não vai ficar limpo. Então se as coisas fossem feitas mais imparciais, objetivas, sem enrolar, sem querer enfeitar a notícia, deixar essas coisas de enfeite, determinados programas se pode fazer isso, porque você tá tratando com o que é publico, com níveis de escolaridade diferentes. Quanto mais a notícia simples, objetiva, direta, imparcial se teria um rádio de qualidade. De vinte a trinta por cento dos problemas das sociedades se resolveria, porque teria uma informação precisa, mais próxima da verdade. Meu mundo se divide em duas partes, da porta da minha casa pra dentro é o meu mundo, da porta de casa pra fora eu vou viver no mundo dos outros.

ENTREVISTA: Lúcia de Fátima da Silva**1. O que você mais gosta de ouvir no rádio?**

O jornalismo, às vezes os programas musicais, missas, programas religiosos.

2. Há quanto tempo você escuta rádio? Sempre ouviu rádio?

Sempre, faz muito tempo que ouço rádio. Mas tem umas horas preferidas. Sempre gosto de vir para o trabalho ouvindo até para me atualizar e ter o que comentar, principalmente sobre os acontecimentos diários com os meus alunos.

3. Com que frequência você escuta rádio?

Quase todo dia, porque eu gosto muito do jornal, por exemplo. Todo dia pela manhã, às vezes meio dia, à noite. Sou uma espectadora ativa. Normalmente só escuto rádio FM, mas pela manhã sempre ouço esse programa do Gil Costa, porque como nós vamos [ela e marido] para o trabalho de carro, aí a gente precisa saber como tá o movimento.

4. Quais os horários mais específicos para você escutar rádio?

De 6 horas às 7 horas da manhã. De 12 horas às 14 horas. São os horários mais certos de estar ouvindo rádio, pois é a hora que estou em casa, ficando um horário mais acessível. É ouvindo rádio e fazendo as tarefas de casa. Pela manhã, enquanto eu faço o café, o rádio está ali ligado.

5. Quando está ouvindo rádio você desenvolve alguma outra atividade ou só escuta rádio?

Às vezes desenvolvo alguma atividade, é ouvindo rádio e fazendo alguma atividade de casa principalmente, de manhã é ajeitando o café antes de ir trabalhar, à tarde é terminando de ajeitar o almoço ou almoçando mesmo e ouvindo rádio. Fico deitada um pouco depois do almoço ouvindo o término do jornal, como alguns outros programas, gosto muito daqueles programas de cantoria, gosto desse tipo de programa, aí geralmente escuto deitada na hora de descanso.

6. Você é professora. O rádio interfere nas suas aulas?

Já é de costume usar o que passa no rádio em minhas aulas, até porque o rádio é meio de comunicação mais próximo e através dele que tanto eu, como os meus alunos nos informamos. Além de que, não sei se você conhece, mas existe um livro acho que do Marciel Consani [a entrevistada faz referência ao livro “Como usar o rádio em sala de aula” da Ed. Contexto] que nos ensina várias formas de usar o rádio em sala e eu aproveito [risos]. Além

do mais, os meios de comunicação sempre foram fontes de pesquisas para os professores ficarem atualizados e usarem como exemplos em sala de aula. No meu caso, como sou cega, nunca gostei de outros veículos de comunicação, que não rádio. Então, sempre me baseie nas informações do rádio, que é sonoro e me permite entender tudo. Agora com a internet de vez enquanto, quase nunca, uso alguma notícia de lá.

7. Você gosta do jeito que os locutores falam?

Alguns. Tem alguns que sim e outros que não gosto.

8. Esses que você não gosta, é por quê?

Às vezes até pela forma de falar, a voz não combina muito, porque tem pessoas que tem um jeito de falar bonito e que combina com aquilo que esta fazendo, já tem outras pessoas que não combina a voz. Às vezes a gente não conhece e fala ‘esse locutor tem a voz muito chata’. Às vezes acontece de eu nem conhecer o locutor que está falando, mas logo percebo que ele não é bom, porque passa muita insegurança pela voz. Sabe aquela história o que ele está falando, não pode ser verdade. Eu acho que tem locutor que fala muito rápido, tinha que falar mais compassado, explicar melhor os assuntos.

9. Você considera que existem as vozes que são adequadas para o rádio e outras que não?

Sim! A voz é o que faz o rádio.

10. Para você qual é a função do rádio?

É uma função informativa, tanto na questão de musica, como de jornal, onde você vai escutar, se informar de tudo que está acontecendo, como a musica você vai aprender outras musicas. É uma questão informativa, de distração, é uma forma de você ter algo do seu lado para lhe orientar e fazer até companhia, o rádio faz muita companhia para as pessoas que estão sozinhas, você canta, participa dos programas, é informado de tudo.

11. Então você considera que o rádio é um companheiro do ouvinte?

Eu considero.

12. Você disse que escuta rádio com uma frequência grande, qual a importância do rádio na sua vida?

É a questão da companhia, informação.

13. Então além de companheiro o rádio exerce uma função importante na sua vida de ouvinte?

Com certeza. É através do rádio que a gente se informa, que ficamos sabendo das novas músicas, uma novidade que você não sabia e através do rádio passa, a saber.

- 14. Você como deficiente visual, considera que a linguagem dos programas que ouve é adequada?**

Sim. Na medida do possível, pois tem coisas que não é tão bem explicada, mas eu consigo entender muita coisa.

- 15. E essas coisas que você não entende o que acha que o locutor tem que fazer para melhorar essa comunicação?**

Tem locutor que fala muito rápido que devia falar mais compassado, explicar melhor determinado assunto. A linguagem devia ser mais auto descritiva.

- 16. Quanto às mensagens, as informações, transmitidas por esses locutores são eficientes?**

Acho que sim. A Fátima Miranda, por exemplo, fala de uma forma muito clara em minha opinião.

- 17. Você já teve alguma dificuldade de entender alguma mensagem passada no rádio?**

Que eu me lembre não.

- 18. Você acha que a entonação do locutor contribui para o entendimento da informação?**

Contribui a forma de falar. Tudo contribui. No momento que ele fala bem compassado, com uma entonação bem explicada, fica muito mais fácil para compreender, principalmente pra pessoa com deficiência visual.

- 19. Quanto ao aparelho de rádio você tem muito?**

Tenho uns cinco.

- 20. Você tem dificuldade em manusear o aparelho de rádio?**

Não.

- 21. Você acha que ele é adaptado, adequado pra qualquer pessoa manusear?**

Sim.

- 22. Você se sente influenciada pelo rádio?**

De uma forma, acho que todos nós nos sentimos influenciados pelo rádio, porque quando a gente tem aquele costume de ouvir uma coisa, ouvir um programa

pela manhã você já acorda pensando em ligar o rádio para ouvir o programa, então influencia dessa forma. Você tem uma rotina.

- 23. Quanto ao conteúdo, você é aquele tipo de ouvinte que diz que tudo que passa no rádio é verdade, ou o rádio é um meio de comunicação de confiança?**

Nem sempre. Às vezes aparece uma notícia ou outra que não é verdadeira. Mas na maioria das vezes eu confio no rádio.

- 24. Quanto à inclusão social do deficiente visual na sociedade da informação pelo rádio, o que você entende como inclusão social?**

No meu conhecimento, inclusão social é você estar incluída no meio social, na sociedade como um todo, você ter o direito.

- 25. Você acha que o rádio é um espaço aberto para o deficiente visual aqui em Picos? As informações fazem com que você se sinta inclusa na sociedade?**

Eu não tenho nada a reclamar. O que escuto consigo entender. Acho que ele me inclui na sociedade da informação.

- 26. Já teve algum momento que você escutou rádio e teve a sensação que aquela informação não era adequada pra você enquanto deficiente visual?**

Não. Nunca me senti dessa forma.

- 27. Você já escutou algum programa, notícia, até entrevista no rádio sobre o deficiente visual?**

Não. Também nunca ouvi. Falando na inclusão eu já ouvi, em termos gerais, nessa inclusão que o mundo fala a pessoa com deficiência na sociedade, o direito de ir e vir. Ou às vezes um deficiente mesmo vai até os meios de comunicação em busca de nossos direitos. Mas especificamente sobre o deficiente visual não ouvi.

- 28. Você disse que a comunicação no rádio é eficiente, mas se for pra melhorar, qual a dica que você daria para os locutores, para as pessoas que são da área de comunicação?**

Procurar se expressar bem, lembrar que tem pessoas que não tem uma informação, como às que tem estudos, tem analfabetos, que tem dificuldades de entender, então é procurar o máximo que poder passar uma informação bem explicada, um pouco lenta pra que todas as pessoas com deficiência possam também estar informadas de todas as notícias, de todos os programas.

ENTREVISTA: Edimir Barbosa da Silva**1. Você escuta rádio?**

Muito.

2. Tem uma história pra contar com o rádio, desde quando você tem uma relação com o rádio?

Tenho várias, principalmente quando o São Paulo está em campo jogando. Fico nervoso, começo a suar. Quando o São Paulo foi bicampeão mundial em 1993, nesse dia quebrei o meu rádio quando o jogo acabou, mas depois me arrependi, porque queria ouvir o restante, mas não tinha como. Fiquei tão nervoso, pois o São Paulo conseguiu derrotar o Milan que na época era imbatível. Foi um momento que nunca consegui esquecer, essa é a minha história do rádio.

3. Você atribui essas emoções ao rádio?

Com certeza. Porque quando a gente tá ouvindo um jogo pelo rádio os locutores tem um poder que a bola passa uns três metros do gol, mas ele diz “passou raspando”. Não estamos vendo, e eles passam aquela emoção pra gente. Então o rádio é capaz de provocar essa emoção com certeza.

4. Quando você diz que a mais de 20 anos tem a deficiência visual, desde então escuta rádio?

Não vou dizer isso, porque venho de uma família muito pobre, então eu tinha vontade, mas não tinham condições de me darem o rádio. Depois que passei tomar conta de mim mesmo foi que passei a ouvi o rádio da casa que todo mundo ouvia, mas num tinha o meu rádio. Depois que passei a trabalhar, que consegui recursos, aí sim passei a ter o meu rádio. Hoje lá em casa tenho quatro ou cinco rádios.

5. Depois que você passou a ter o seu rádio, como ficou a sua rotina como espectador?

A minha relação com o rádio é tão boa que passei a fazer curso de rádio, já trabalhei em rádio.

6. Você trabalhou com que?

Com locução.

7. Qual a sua formação em rádio? Técnico?

Não. Trabalhei em rádio comunitária.

8. Além de futebol, qual outra coisa que mais gosta de escutar no rádio?

Noticiário, música, essas questões como jornalismo, praticamente tudo do rádio eu gosto.

9. Com que frequência você escuta rádio?

Todo dia. Principalmente a noite, pois trabalho o dia inteiro, de 6 às 10 horas da noite e dia que tem jogo fico até 1 hora da manhã.

10. O que chama mais sua atenção no rádio?

Não sei exatamente, porque tudo me chama atenção, tudo do rádio eu gosto. Acho que senão fosse cego iria aprender consertar rádio, só pra não ver ele quebrado.

11. Para você qual a função do rádio?

É informar e formar opiniões. Acho que o rádio tem essa capacidade.

12. A sua opinião é moldada pelo rádio?

Não toda, mas com certeza tem muito do que aprendi com o rádio.

13. As informações que você escuta no rádio interferem na sua rotina diária?

Inclusive quando eu fiz vestibular, simplesmente ganhei cinco questões de tanto ouvir rádio. Quando fiz concurso também ganhei questões de tanto ouvir rádio. Então isso é sério.

14. Qual a importância do rádio na sua vida?

É tudo. O rádio é meu companheiro, costumo dizer que meu rádio é melhor que minha esposa, pois ela vai ficar brigando e o rádio num vai fazer isso. Então o rádio é mais meu amigo que minha mulher.

15. Você acha a linguagem utilizada num programa de rádio é eficiente?

Não. Infelizmente isso está deixando muito a desejar, pelo seguinte o rádio AM está perdendo muito espaço, e o rádio FM tem uma linguagem muito pobre, muito chula, os locutores dizem palavrões e botam qualquer coisa no ar. Infelizmente essas pessoas fazem sucesso porque a cultura do brasileiro hoje está pobre de ouvir rádio. Por isso hoje o rádio em certos aspectos, principalmente o rádio FM, ele fere a minha audição.

16. Então você escuta mais AM?

Sim.

17. Você acha que o rádio te inclui como deficiente visual na sociedade da informação?

Creio que sim. Porque ali ele está falando pra você ouvir, então o cego ele ouve bem. É o único instrumento que não te exclui, ele realmente não exclui ninguém, a não ser a pessoa que é deficiente auditivo, esse sim é excluído, mas o deficiente visual não. Na televisão, por exemplo, tem aquelas propagandas “compre hoje no Carvalho, isso custa tanto, nesses cartões é tanto”, mas o cego não vai saber quais são os cartões.

18. Então você entende que o rádio é o único meio de comunicação completo para o deficiente visual?

Com certeza. E a informática está se aproximando disso, mas não se compara com o rádio.

19. Você acha que o rádio é um meio de comunicação insubstituível?

Ainda é. Pode ser que venha não ser, mas hoje ele ainda é.