

## **Rádio Z – Informação especial para você<sup>1</sup>**

Arthur Batista Ruiz<sup>2</sup>  
Claudia RUAS<sup>3</sup>

### **RESUMO**

O objetivo deste projeto é possibilitar a inclusão social através do meio radiofônico. Por meio de parcerias, de um lado os alunos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo, da Universidade Católica Dom Bosco, e de outro os alunos da Associação Pestalozzi de Campo Grande, responsáveis pela locução dos programetes elaborados pelos extensionistas da instituição. Com a realização deste produto é possível potencializar a autoestima dos envolvidos, além de possibilitar uma significativa melhora na fala e dicção dos envolvidos. Quanto aos alunos extensionistas, responsáveis pela produção da pauta e break, é possível aliar a teoria recebida em sala de aula com a prática que o meio radiofônico exige. Outro ganho importante para os alunos é a possibilidade de conhecerem outra realidade e reconhecer sua responsabilidade social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio. Inclusão social. Responsabilidade social

### **1 INTRODUÇÃO**

Nos últimos 20 anos as transformações socioeconômicas têm afetado o comportamento das universidades brasileiras acostumadas, até então, a apenas como mera transmissora de conhecimento. Embora recente, a ideia de responsabilidade social incorporada aos objetivos da instituição no campo do seu ensino se revela como chance de aprendizagem única aos alunos que participam da ação. Este novo cenário revela com mais transparência a atuação da UCDB como órgão educador de qualidade, por meio da prestação de contas ao mercado, à mídia, ao governo de sua indissociabilidade ensino, pesquisa e extensão.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade RT 01 Programa laboratorial de áudio (avulso ou seriado).

<sup>2</sup> Estudante de Graduação, 3º semestre da Universidade Católica Dom Bosco; arthurruiz4@gmail.com

<sup>3</sup> Professora Doutora Coordenadora do Projeto; claudia@ucdb.br

Um dos caminhos encontrados para cumprir este seu novo papel foi se apropriando dos meios de comunicação de massa e de suas novas formas de utilização, como ferramenta para disseminar sua responsabilidade social.

Entre os meios de comunicação o rádio, por ser o mais popular, é o que possui, desde sua chegada ao Brasil em 1922, a missão de EDUCAR, INFORMAR e entreter. Essas funções associadas à transmissão de um conteúdo diferenciado e criativo têm o poder de transformar-se em uma ferramenta educativa para o exercício pleno da cidadania e para o processo de conscientização individual e coletiva.

O meio radiofônico, conhecedor do poder da palavra, tem um valor indiscutível na formação, modificação e criação de novos hábitos de uma comunidade, em função de suas características peculiares, a saber:

- Maior alcance, com poder de envolver, informar e educar pessoas
- Um meio compreensível para os todos, letrados ou não
- Sua mobilidade que o faz estar presente em todos os lugares
- Seu poder de transformação pelo conteúdo transmitido

Em um projeto desta natureza ganham todos os envolvidos, de um lado a instituição que se legitima perante à sociedade, agregando valores positivos à sua imagem institucional e ganha a comunidade, pois se envolve como parceira para a concretização de projetos sociais. Outro fator importante é que os alunos, em projetos desta natureza têm a oportunidade de conhecer os bastidores dos meios de comunicação, em um processo de associativo de teoria e prática, além de reconhecer a responsabilidade social que cada um pode desempenhar socialmente, como profissional e como cidadão.

A produção deste programa radiofônico, em parceria com a Associação Pestalozzi de Campo Grande, mostra o reconhecimento da responsabilidade social de uma instituição de ensino que acredita e investe em um programa com características diferenciadas. Pode-se ainda justificar a relevância social deste projeto por muitas outras razões, como por exemplo:

1. Aproximar os alunos portadores de necessidades especiais de outra realidade e o reconhecimento da importância em exercer, na prática, a responsabilidade social, por parte dos acadêmicos.
2. Aperfeiçoar o aprendizado dos alunos quanto aos mecanismos de técnicas de pesquisa para elaboração dos roteiros, alinhando a teoria recebida em sala com a prática exercida no rádio.
3. Incrementar o conhecimento e, principalmente, o envolvimento com o mundo do meio radiofônico, conhecendo suas características específicas.
4. Melhorar a autoestima e reconhecimento dos talentos individuais, dos alunos parceiros mesmo dentro das limitações.
5. Incentivar à pesquisa dos acadêmicos, permitindo que se aprofundem na disciplina; o estímulo à produção acadêmica e à criatividade e o reconhecimento da importância em sua participação social, como exercício de cidadania.
- 6- Promover a interdisciplinaridade entre os cursos jornalismo e publicidade, bem como sua inserção nos diversos cursos da UCDB, na busca do conteúdo para os programas.

## **2 OBJETIVO**

Pesquisar, criar, roteirizar, produzir, editar e veicular um programa radiofônico de conteúdo educativo e cultural e seus breaks, por meio da criação de jingles, para que se tornem um agente de inclusão social, pela ampliação do acesso à informação, mostrando a sociedade a responsabilidade social da UCDB, como uma instituição comunitária que preza pelos valores disseminados por Dom Bosco.

### **2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Propiciar uma maior visibilidade a UCDB como uma Universidade Comunitária que cumpre seu papel na indissociabilidade ensino, pesquisa e extensão.

2. Proporcionar aos acadêmicos à criação, elaboração, desenvolvimento e execução dos programas e peças publicitárias (jingles), permitindo aprimorar o conhecimento e aguçar a sua formação quanto sua responsabilidade social promovendo uma proximidade maior com o universo dos bastidores dos meios de comunicação.
3. Incentivar os alunos na pesquisa do dia-a-dia de conteúdos educativos, estimulando sua produção acadêmica e a criatividade;
4. Contribuir para o aperfeiçoamento e desenvolvimento dos alunos da Pestalozzi, criando ferramentas que viabilizem sua inclusão social,
5. Estimular a associação dos conceitos teóricos (de sala de aula) com a prática.
6. Envolver cursos da UCDB na obtenção de conteúdos de utilidade pública para o programa de rádio e da criação de jingle

### **3 JUSTIFICATIVA**

Em função das oportunidades de ganho de aprendizagem, proporcionadas no campo social, a Universidade Católica Dom Bosco percebe que seguir nesse caminho de praticar a extensão de seus alunos, aproximando-os da comunidade é fundamental para legitimar-se como tal. Essa percepção está estimulando a busca constante de novas possibilidades de projetos sociais utilizando os meios de comunicação como ferramenta potencial para disseminar conteúdo que promove educação, informação e entretenimento.

Deste relacionamento entre a comunicação e responsabilidade social surgiu o projeto de extensão em parceria com a Associação Pestalozzi de Campo Grande.

Etimologicamente, a palavra “comunicação” deriva-se do latim “*communicare*”, cujo significado seria tornar comum, partilhar, trocar opiniões, conferenciar. Assim, comunicação quer dizer trocar ideias, consultar os demais, tornar comum, tornar legível, fazer-se compreendido e compreender os outros.

Comunicar-se é uma das maiores prerrogativas do homem, porque implica em pensar, ter ideias, emitir juízos de valor. Ao transmitir ou partilhar estas ideias, o homem as codifica através de símbolos, palavra escrita e/ou falada. A outra pessoa que ouve e/ou vê a

mensagem a decodifica. Esta troca de informações entre as pessoas é que chamamos de comunicação. [...] Todo processo de comunicação, independente do veículo usado, deve ser entendido como um momento pedagógico que afirma ou nega a perspectiva da construção de uma nova sociedade (NEUMANN, 1990, p. 13).

Desse modo, comunicação é um dos principais agentes do processo social, pois possibilita a permuta de informações que se processa entre um emissor, que envia a mensagem e um receptor, que a acolhe. Por meio da comunicação o homem se torna um ser social e assim mantém-se. De acordo com Steinberg (1986, p. 23): “Sem a comunicação, os homens não poderiam ajuntar-se, empreender tarefas conjuntas, nem progredir no domínio do mundo físico. Visto que as invenções e descobrimentos dependem quase sempre de uma acumulação de informações”.

Dado esse conceito, podemos concluir que comunicação é um processo social ativo e não passivo. Ativo, pois é um processo que cria laços, envolve, amarra, influencia, dirige, manipula, oprime, reprime, liberta. Todo processo de comunicação, independente do veículo usado, deve ser entendido como uma transmissão de ideias quer seja por meio de processos convencionais, quer pela linguagem falada ou escrita, de aparelhamento técnico sonoro/visual, que afirma ou nega a perspectiva da construção de uma nova sociedade.

Portanto, é fácil entendermos o motivo que levou, ao longo dos anos, a popularidade da palavra “comunicação” e que segundo Aristóteles *apud* Berlo (1999, p. 23), é: “a procura de todos os meios disponíveis de persuasão, a tentativa de levar outras pessoas a adotarem o ponto de vista de quem fala” e que não poderia existir comunicação sem sociedade, nem sociedade sem comunicação. Sobre este aspecto Bordenave (1986, p. 32) concluiu que:

[...] assim se desenvolveu a grande árvore da comunicação. Começou com os grunhidos e gestos dos poucos homens recém-emergidos da animalidade original, evoluiu e se enriqueceu em seu conteúdo e em seus meios, ganhando cada vez maior permanência e alcance, aumentando sua influência nas pessoas e, através delas, incidindo na cultura, na economia, no desenvolvimento e na política das nações.

O ser humano e a comunicação evoluíram, evoluindo também os meios de comunicação, passando a ser um agente facilitador e o canal responsável pela transmissão dos padrões de vida, de cultura, pelos quais se aprende a ser

membro da sociedade, da família, do grupo, da vizinhança, da nação. Foi desse modo que construímos a nossa “cultura”, isto é, os modos de pensamento e de ação, nossas crenças e valores, nossos hábitos e tabus.

Partimos do meio impresso para o meio eletrônico, segundo Bosi (1986, p. 45) “cada nova tecnologia é uma nova extensão de nós mesmos. Cada novo meio que surge é uma nova possibilidade de expressão do homem.” Entretanto é o rádio o meio eletrônico considerado como o mais popular, por ser a palavra falada o que envolve todos os sentidos intensamente, pois tendemos a reagir a cada situação, seguindo o tom e o gesto até de nosso próprio ato de falar. Rádio é o meio que “ninguém dúvida de sua importância na sociedade brasileira, nem de sua capacidade de influenciar o comportamento das pessoas, de criar novos hábitos de consumo e de atender as demandas simbólicas por lazer, entretenimento, informação e companhia” (MEDITSCH, 1998, p.17).

Dom Bosco, que também teve uma infância de situação econômica bem crítica foi envolvido pelo mesmo desejo de transmitir principalmente aos jovens e crianças o seu conhecimento baseado nas doutrinas cristãs, fundando assim a Pia Sociedade de São Francisco de Sales conhecida por salesianos.

Duas personalidades, que marcaram sua época na forma de educar e transmitir o conhecimento, deixaram um legado que perpetua até os dias de hoje através da Instituição Salesiana a Universidade Católica Dom Bosco (uma das inúmeras instituições de ensino superior salesiano no mundo) e a também da Associação Pestalozzi que inspirada pelo espírito humanitário de João Henrique Pestalozzi foi fundada a para a educação de crianças com necessidades especiais. Duas pessoas que deixaram seus legados e graças a eles podemos unir os propósitos e escrever uma história de sucesso para o projeto Rádio Z que tem como objetivo em melhorar a forma de comunicação dos alunos e para prática dos acadêmicos.

Nesta perspectiva, surgiu um formato inédito de projeto envolvendo o meio radiofônico, a UCDB e a Associação Pestalozzi, para tratar de inclusão social, cidadania e responsabilidade social. Trata-se da criação do projeto de responsabilidade social, intitulado “Rádio Z, informação especial para você”.

Veiculado através do meio radiofônico, é uma forma de estimular o desenvolvimento do ser humano como cidadão, transmitindo informações de utilidade pública que, muitas vezes, não chegam até o público por razões diversas. A comunicação, ainda segundo Barbeiro (2002), é a transferência de informação entre duas ou várias pessoas e essa passagem da informação tem o objetivo imediato de aumentar o conhecimento de quem a recebe. Assim, o programa Rádio Z envolve um processo de estímulo à elevação do conhecimento do ser humano, contribuindo para sua formação social e para cidadania.

Trazer um aluno da Pestalozzi até o estúdio de gravação é muito mais que apenas uma simples atividade lúdica. É expandir a visão de cada um que faz parte, proporcionando ao portador da deficiência a noção do poder que está dentro de si, desmitificando suas limitações. É a motivação que ele precisa para vencer o medo e saber que pode quebrar barreiras na vida, como a do preconceito exposto pela sociedade - como principal exemplo, assim como perde a timidez de narrar um ato de frente a um microfone, dentro do estúdio.

As informações que são transmitidas aos ouvintes por meio do programa abordam temas como Código de Defesa do Consumidor, Estatuto da Criança e do Adolescente, Estatuto do Idoso, Meio Ambiente, Saúde, Educação, assuntos que serão angariados pelos diversos cursos da UCDB. Seguindo esta linha de conteúdo, o programa estará fortalecendo ainda mais as relações da Instituição de Ensino envolvida – A Universidade Católica Dom Bosco – com a sociedade e principalmente com sua responsabilidade social. E esse fortalecimento resulta ainda no desenvolvimento da imagem institucional da organização citada, que será vista como uma instituição cidadã. Este é um aspecto enfatizado por Bosi (1986: pp. 98, 99), que afirmam que “a consciência social da empresa entra em sinergia com a consciência cívica e o exercício individual da cidadania”.

É fundamental entender a grande importância das emissoras de rádio no fomento da cidadania: elas informam, ajudam a comunidade a pensar, agir, conhecer e cobrar soluções, o que contribui ainda para o desenvolvimento da cidadania, que segundo Herbert, ocorre quando o “indivíduo informado participa

ativamente de todas as questões da sociedade.” Ainda conforme Barbeiro (2002: p.22)

Tudo o que acontece no mundo, seja no meu país, na minha cidade ou no meu bairro, acontece comigo. Então preciso participar das decisões que interferem na minha vida. Um cidadão, com um sentimento ético forte e com consciência de cidadania, não deixa passar nada, não abre mão desse poder de participação. A ideia de cidadania é ser alguém que cobra, propõe e pressiona o tempo todo. O cidadão precisa ter consciência do seu poder então, se há um problema na sua rua, você chama o seu vereador e, se eleger o prefeito, chama o prefeito.

O programa “Rádio Z” é uma forma de contribuir para o desenvolvimento da sociedade, pela pesquisa, criação, edição e veiculação deste referido programa, constituindo-se numa ação social direcionada para suprimir e atenuar uma carência da população, isto é, a ausência de informações sobre assuntos de caráter social que estarão auxiliando na melhoria de sua qualidade de vida.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a realização deste projeto de extensão o primeiro passo é fazer a pré- Produção, discutindo, revisando as pautas que são transformadas em conteúdo para o programa e derivada para a criação do *jingle*. Neste processo o aluno tem o primeiro contato com técnicas de pesquisas, técnicas jornalísticas (*lead*), técnica para roteiro de programas radiofônicos e técnicas publicitárias (criação de *jingle*).

Após a pré-produção passamos para a fase da produção com a gravação do programa, quando os alunos aprendem as técnicas de verificação dos equipamentos para captação do som, da edição e da transmissão.

Pós-produção: Técnicas de edição e de decupagem para transformar o programa radiofônico em um produto no tempo estipulado e com a inserção dos *jingles* criados e produzidos.

É realizada uma reunião bimensal com os envolvidos no projeto (professores, alunos e parceiros) para medir os resultados do projeto, bem como será solicitado, semestralmente, um parecer do parceiro.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após todo o processo de pré-produção e pós-produção, os boletins radiofônicos são veiculados em duas emissoras de rádio de Campo Grande – A FM Educativa UCDB e a Rádio Imaculada – desta forma dando visibilidade para a participação dos alunos da Pestalozzi. Além disso, um relatório mensal, incluindo dos roteiros produzidos e cópia dos programas produzidos e dos *jingles* são encaminhados para a Associação Pestalozzi de Campo Grande.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Ao adentrar em uma instituição de ensino superior o jovem acadêmico ainda se encontra cheio de incertezas sobre a sua decisão quanto ao curso escolhido. O projeto de extensão que tem como uma das funções em seu escopo – a interação do acadêmico com o dia a dia da carreira escolhida – oportuniza ao aluno uma visão mais ampla de sua profissão, pois permite que o aprendizado ultrapasse as paredes da sala de aula, aproximando-o da realidade de seu ofício, tornando assim o aprendizado mais interessante.

Este tipo de projeto, de inclusão social, mostra ao aluno outra realidade, em que ele pode entender e colocar em prática o conhecimento recebido em sala e transformá-lo em um instrumento para modificar atitudes e influenciar ações.

No desenvolvimento deste projeto é esta indissociabilidade que garante a interação de professores e alunos da UCDB com as comunidades envolvidas, estendendo seu compromisso com o desenvolvimento social e principalmente com os princípios de inclusão social.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é Comunicação**. São Paulo: Editora: Brasiliense, 1986

BARBEIRO, Heródoto. Rádio-escuta. Sai da Frente! **Revista Imprensa**. São Paulo, n.172, p.44, junho 2002.

BERLO, David K. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. 9.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

NEUMANN, Laurício. **Educação e comunicação alternativa**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1991.

MEDITSCH, Eduardo. **Rádio e Pânico**: a guerra dos mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998.

STEINBERG, Charles S. (org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1966.