

## Estação Direitos nas ondas do rádio: Estratégias comunicativas para a mediação da cidadania de crianças e adolescentes.

Lorena Cruz Esteves<sup>1</sup>  
Luciana Miranda Costa<sup>2</sup>

### Resumo

Desde que o poder efetivo dos meios de comunicação de massa deixou de ser monopolizado pelo governo e passou para as mãos de proprietários ou grandes grupos empresariais, iniciou-se uma disputa entre as empresas de comunicação, que, na busca por audiência, veem o usuário-ouvinte-leitor-telespectador especialmente como um consumidor, em detrimento do papel de cidadão. Nesse cenário, observa-se que a maioria das informações repassadas pela grande mídia visa, principalmente, atrair a atenção/entreter o público, não necessariamente informar/educar. Percebendo a escassa programação de cunho educativo, sobretudo na região Amazônica, este artigo visa demonstrar as estratégias utilizadas por um programa de rádio, com a proposta diferenciada de promover os direitos de crianças e adolescentes, para atrair o público.

**Palavras-chave:** Rádio; Amazônia; Cidadania.

### Abstract

Since the effective power of the mass media is no longer monopolized by the government and has been put into the hands of owners or large business groups, a dispute between the media companies in the quest for ratings began, in which the user-listener-reader-viewer is viewed as a consumer, to the detriment of the citizen role. In this scenario, it is observed that the majority of information given by the mainstream media is designed mainly to attract attention/entertain the audience, not necessarily inform/educate. Realizing the limited schedule of educational nature, especially in the Amazon region, this article aims to demonstrate the strategies used by a radio program with the different proposal to attract the public by promoting the rights of children and adolescents.

**Keywords:** Radio; Amazon; Citizenship.

Artigo recebido em: 15/10/2015

Aceito em: 18/01/2016

1 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: estevesjornalismo@gmail.com.

2 Doutora e Mestra em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido (UFPA), com graduação em Comunicação Social pela Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA. E-mail: lmirandaeva@gmail.com.

## Introdução

Na atual conjuntura democrática há o desafio posto de saber lidar com um pluralismo moral em uma sociedade que não partilha da mesma cultura, dos mesmos acessos, das mesmas possibilidades de participação na vida coletiva e do desenvolvimento de “formas de lidar com processos de exclusão gerados pela concentração de poder” (SODRÉ, 2005, p. 42). Nesse sentido, as estruturas responsáveis pelas mediações sociais têm fundamental importância na (re) definição das relações sociais. A mídia, nesse contexto, assume um papel estrutural capaz de definir antigas mediações sociais, ou seja, a mídia hoje regula a relação do indivíduo com o mundo e com seus pares (PAIVA, 2005).

O campo midiático também exerce grande influência sobre os diferentes campos sociais, como o jurídico, literário, artístico e científico, modificando as relações de força no interior desses diferentes campos (BOURDIEU, 1997), podendo manter ou criar novas formas de sociabilidade e definir o que deve ou não ser dito, produzido e consumido. A questão é que o campo midiático também sofre a pressão de outros campos, como o político e, principalmente, o econômico, por isso, o conteúdo que é produzido por uma empresa de comunicação não é autônomo.

A lógica própria do campo midiático é baseada em relação de forças, em concorrência pelas fatias de mercado e na busca por audiência. As empresas tomam o usuário-ouvinte-leitor-telespectador especialmente como um consumidor. Por conseguinte, a pauta passa a ser definida de acordo com o que gera mais audiência, mais visibilidade, mais repercussão ou, em outras palavras, tudo que pode de alguma forma atrair o público e, conseqüentemente, os anunciantes, gerando lucro.

E assim tais debates têm gerado importantes conseqüências negativas, com conteúdos que estimulam o preconceito, o empobrecimento da experiência estética diante da televisão e a desinformação sistematicamente construída com base em relatos jornalísticos marcados por superficialidade, fragmentação e sensacionalismo (ROTHBERG, 2011, p.13).

Em função desta disputa, os critérios de noticiabilidade, como o ineditismo, interesse, empatia e proximidade com o público, são utilizados pelos programas de rádio e TV, bem como, os de jornais impressos são os que atraem mais a atenção do “consumidor”. A temática da violência é recorrente. O conteúdo veiculado quase sempre é permeado por contextos de espetáculo e de sensacionalismo, descaracterizando a seriedade do problema ou desprezando o respeito à dignidade humana dos envolvidos e/ou daqueles que assistem a esses programas (COSTA, 2011).

Nesse caso, os fatos em que crianças e adolescentes são vítimas e/ou autores de violência estão entre os mais noticiados, sobretudo, quando os adolescentes são autores de atos infracionais graves, como latrocínio, estupro, assalto à mão armada. Considerando que, segundo Fiorin (1995), o discurso transmitido contém em si, como

parte da visão de mundo que veicula, um sistema de valores, isto é, estereótipos de comportamentos humanos que são valorizados positiva ou negativamente. E que esses estereótipos se entranham de tal modo na consciência que acabam por ser considerados naturais. Expressões como “negro” ou “comunista” têm um conteúdo cheio de preconceitos, aversões e hostilidades, ao passo que outras como “branco” ou “esposa” estão impregnadas de sentimentos positivos (FIORIN, 1995, p. 55), percebe-se, por exemplo, que a utilização de termos como “menores”, “pivetes”, “coitados”, “infratores” e “marginais” (BALAS, 2000), utilizados para designar adolescentes pobres ou envolvidos com a violência, passa despercebida como conteúdo discriminatório.

Esse discurso reiterado contribui para criar uma imagem negativa a respeito da condição de crianças e adolescentes que vivem em situação de risco social, fortalecendo na opinião pública a concepção de que o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)<sup>3</sup> apenas “serve para proteger bandido”. Em função disso, são comuns “expressões do tipo: ‘essa lei só protege bandido’, ‘menores não podem ser presos’, ‘o ECA passa a mão na cabeça de jovens criminosos’” (CAL; ALMEIDA, 2011, p. 2). Também é recorrente, inclusive na mídia, comum ouvir o discurso de “que não há como ressocializar adolescentes” (CAL; DOS SANTOS, 2015, p. 141).

Muitas publicações brasileiras denunciam o tratamento fragmentado, superficial e descontextualizado da mídia quando trata sobre adolescentes que cometeram atos infracionais (CARLSON; VON FEILITZEN, 1999; 2002; BALAS..., 2000; ANDI, 2005; ANDRADE, 2006; NERY, 2008; ESTEVES, 2015; NJAINE; VIVARTA, 2005). Em muitos casos, infringindo os direitos humanos dos adolescentes, garantidos pelo ECA.

Uma das principais consequências dessa espetacularização é a influência exercida sobre o debate público em torno da redução da maioridade penal de 18 para 16 anos no Brasil. É o que acontece, por exemplo, com a ideia de que reduzir a maioridade acabaria ou diminuiria com a violência praticada por jovens em vulnerabilidade social. “Comentaristas de TV e de emissoras de rádio – principalmente – têm sido pródigos em vociferar argumentos equivocados, de forte apelo emocional, na tentativa de imputar aos adolescentes infratores uma violência muito maior do que de fato ocorre” (VICENZI, 2013).

Esse estereótipo preconceituoso exerce influência em outros setores que poderiam beneficiar crianças e adolescentes, como no campo político e na criação e execução de políticas públicas, por exemplo, pois, segundo Carlsson e Feilitzen (2002, p. 89), a forma como uma sociedade conceitua a infância e como percebe a juventude em termos de padrões de comportamento, como elabora leis e políticas para beneficiar crianças e adolescentes, tudo depende da forma como estas são vistas pelos cidadãos da nação e certamente, todos esses fatores são influenciados pelas informações que as pessoas obtêm pela mídia.

3 Lei Federal nº 8.069, que garante ao cidadão brasileiro até os 18 anos de idade todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral, por serem seres humanos em fase peculiar de desenvolvimento, e que por isso têm uma legislação diferenciada (BRASIL. Estatuto da criança e do adolescente: Lei federal nº 8069, de 13 de julho de 1990).

A questão é que, apesar de esforços pontuais, são representados, de forma constante, na mídia, os casos, nos quais, adolescentes cometem atos infracionais, mas, poucos são os debates sobre o assunto, que colocam em pauta os diversos fatores por trás da violência cometida por jovens. Também não vemos noticiadas com frequência ações e projetos positivos que promovam o protagonismo juvenil. A imprensa ainda relata a violência e descreve personagens baseada quase que exclusivamente nos BOs (Boletins de Ocorrência) das delegacias. Raramente é cobrada a presença do Poder Público ou denunciada a ausência de Políticas Públicas. O fato violento é visto como simples descrição de delito, desfocado do contexto que o motivou (BALAS, 2001).

Na tentativa de ir na contramão da realidade midiática apresentada, a ONG Rádio Margarida<sup>4</sup> – que atua desde 1992 na defesa dos direitos humanos na região Amazônica, através da comunicação e da arte educação – criou o programa de Rádio “Estação Direitos”, o primeiro no estado do Pará a ser realizado com formato e propostas específicos de estimular a cultura de enfrentamento à violação dos direitos infanto-juvenis em toda a sociedade.

Além de informar e sensibilizar a opinião pública, em defesa da criança e do adolescente, o programa pioneiro surgiu com o grande desafio de ser veiculado em uma emissora FM (Frequência Modular), eminentemente musical e de entretenimento. Mas, como atrair um público acostumado a ouvir música? Que estratégias midiáticas devem ser usadas para tornar um programa, com tema e formato tão específicos, interessantes a um público de FM?

## A trajetória do “Estação Direitos” nas ondas do rádio

O programa “Estação Direitos” teve início como uma das ações de comunicação do Projeto Radionovelas Educativas: em defesa da Criança e do Adolescente - Ano II, com o objetivo de complementar as outras atividades já executadas, como as Rodadas de Diálogo e o Portal Rádio Margarida, servindo de fonte de formação e informação para os agentes do Sistema de Garantia de Direitos pela Infância (SGD)<sup>5</sup>.



Figura 1 - Logo do Estação Direitos

4 Disponível em: <[www.radiomargarida.org.br](http://www.radiomargarida.org.br)>.

5 Concebido pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, o SGD representa a articulação e a integração de várias instâncias do poder público na aplicação de mecanismos de promoção, defesa e controle para a efetivação dos direitos humanos da criança e do adolescente, nos níveis federal, estadual, distrital e municipal (CHILDHOOD, 2010).

O programa, produzido entre os anos de 2010 e 2012, foi veiculado primeiramente na Rede Cultura de Rádio<sup>6</sup> (Cultura FM e Cultura Ondas Tropicais), ligada a Fundação Paraense de Rádio Difusão (Funtelpa). Nesta primeira fase, o programa foi gravado. Portanto, não permitia a interação, na hora em que estava no ar. Esse fator dificultava a percepção sobre a opinião do público com relação ao programa e tornava o mesmo pouco dinâmico, além de não considerar as questões, dúvidas e comentário dos ouvintes sobre o tema abordado na semana.

Posteriormente, a partir de 2011, a ONG firmou parceria com a Fidesa<sup>7</sup> (Fundação para o Desenvolvimento da Amazônia) e a Unama<sup>8</sup> (Universidade da Amazônia) para a transmissão ao vivo na rádio Unama FM. Essa ação<sup>9</sup> pioneira foi realizada em parceria com o Comitê Estadual de Enfrentamento à Violência Sexual Contra Crianças e Adolescentes<sup>10</sup>. A parceria com o Comitê mostrou-se benéfica em diversos sentidos: o órgão é composto por profissionais especialistas em áreas afins aos temas abordados no programa, dessa forma, o próprio Comitê enviou representantes para serem entrevistados no programa, assim como, indicou inúmeros temas relevantes a serem tratados, com base na experiência e trabalho realizados pelos mesmos profissionais. O Comitê também é parceiro de outros órgãos e facilitou o contato com essas instituições que trabalham na Rede de Enfrentamento à violação dos direitos infanto-juvenis.

Ao longo de 2 anos e 4 meses de veiculação, foram produzidos 104 programas (excluindo os reprisados), com temáticas diversas, baseadas em assuntos factuais que estavam em discussão na mídia ou referentes a alguma data comemorativa do calendário da infância ou ainda de grande relevância sobre o universo de direitos de crianças e adolescentes. Entre os temas tratados, estão: Trabalho Infantil (21/08/2010); Violência Sexual (02/04/2011); Gravidez na Adolescência (05/05/2012); Literatura Infanto-juvenil (10/09/2011); Protagonismo Juvenil (25/09/2010); Tráfico de Adolescentes Homossexuais (27.08.2011), entre outros.

## Perfil do programa

A estrutura básica adotada constituía-se por uma reportagem, um debate, uma radionovela sobre o tema, *spots* na abertura/fechamento de cada bloco, notas e música, intercalando os blocos. De acordo com o tema e as possibilidades da produção, novos formatos eram inseridos, como nota, enquete, quadro, entrevistas por telefone e externas.

6 Disponível em: <[www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br)>.

7 Disponível em: <[www.fidesa.org.br/web2/inicial.php](http://www.fidesa.org.br/web2/inicial.php)>.

8 Disponível em: <[www.unama.br](http://www.unama.br)>.

9 Foi apoiada pela Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República e patrocinada pelo programa “Petrobras – desenvolvimento e cidadania”.

10 Disponível em: <[www.comitenacional.org.br](http://www.comitenacional.org.br)>.



Figura 2 - Estúdio da Unama FM ao vivo

Nesse sentido, a produção musical não era prioridade no processo de produção. Com isso, o programa, muitas vezes, não foi considerado atrativo e tornou-se muito mais seletivo com relação à expectativa de público ouvinte. Segundo pesquisa interna feita pela Unama, a audiência da emissora é formada por um público predominante das classes A e B<sup>11</sup>. Isso se justifica pelo perfil adotado que prioriza na programação musical canções populares brasileiras (MPB) e regionais paraenses, com bandas e cantores muitas vezes desconhecidos pelo grande público. Como o programa não era musical, o desafio foi buscar um formato que fosse o mais atrativo possível. Para isso, diferentes recursos da linguagem radiofônica foram pesquisados. Abaixo, são descritos os formatos adotados.

## Os formatos veiculados

Paralelamente a produção semanal do programa, foram produzidos vários formatos com o intuito de atrair os ouvintes da Rádio Unama FM para o tema definido. “Na verdade, foram estratégias encontradas pela equipe para tornar o programa mais dinâmico” (KELLEN, 2014). Entre elas, as principais foram:

- Entrevista (mesa de debate): com duas ou três entrevistas em estúdio, das quais participavam um ou mais especialistas no assunto (profissionais da área) e outro representante de uma instituição, geralmente a voz oficial que representava o Governo e respondia pelas ações dentro do tema proposto. Os especialistas convidados expressavam a tentativa de abarcar diversas opiniões sobre o tema, corroborando com uma regra clara no fazer jornalístico, “ouvir várias fontes”, cujo objetivo é demonstrar os múltiplos discursos acerca de um assunto. O especialista possuía a função de dizer na teoria o que era e o que precisava ser feito. Por exemplo, no programa sobre TIR (Trabalho Infantil Rural, veiculado em 18/09/2010), o especialista foi o professor Agenor Sarraf, doutor em História pela PUC (Pontifícia Universidade Católica) de São Paulo. No programa ele fala sobre o histórico do trabalho infantil no Brasil e sobre a

<sup>11</sup> Para a Fundação Getúlio Vargas, uma família é considerada de classe média (classe C) quando tem renda mensal entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591. A elite econômica (classes A e B) tem renda superior a R\$ 4.591, enquanto a classe D (classificada como remediados) ganha entre R\$ 768 e R\$ 1.064. A classe E (pobres), por sua vez, reúne famílias com rendimentos abaixo de R\$ 768 (RICCI, s/d).

sua experiência de vida, pois na infância também vivenciou a realidade do trabalho no campo. Já o representante do Governo tinha a função de explicar o que estava sendo feito sobre aquela questão, com base nas ações do Estado. Neste caso, a coordenadora de fiscalização e combate ao trabalho infantil da DRT (Delegacia Regional do Trabalho), Selma Feio, explicou o que é, como combater o trabalho infantil rural e o que tem sido feito para mudar essa realidade, com base na atuação do órgão. Neste mesmo programa, houve uma entrevista especial com a coordenadora da Promotoria da Infância e Adolescência, Ioná Silva, que esclareceu como é a atuação do MPE-PA (Ministério Público Estadual) no combate ao trabalho infantil. Ela também fez uma avaliação sobre as questões culturais que envolvem o trabalho de crianças e adolescentes.

- *Reportagens*: complementando a polifonia, as reportagens traziam a perspectiva testemunhal, geralmente, contando casos e ouvindo pessoas comuns que ilustravam a questão trazida pelo programa, por meio de exemplos, ou apresentavam novas questões/dúvidas que precisavam ser dirimidas pelos especialistas que estavam em estúdio. No exemplo do programa sobre Trabalho Infantil Rural, a reportagem conversou com ex-trabalhadoras rurais que trabalharam na lavoura durante a infância, principalmente ao lado de seus pais e destacou o que elas pensam sobre o passado, o que poderia ser diferente e qual era a realidade delas naquele momento.

- *Radionovelas*: material educativo, produzido em áudio, com linguagem específica, acessível e lúdica. Com cerca de 6 minutos cada, elas geralmente eram compostas de narração, história fictícia e informações importantes sobre determinado tema tratado na semana. Neste caso, as radionovelas eram produzidas de acordo com o assunto de cada programa e divulgadas em partes, por blocos. As radionovelas representavam o espaço lúdico do programa. Produzidas pela própria equipe da ONG Rádio Margarida, com a linguagem baseada no Método de Educação Popular<sup>12</sup>, característico dos materiais produzidos pela ONG, elas visavam outro público, que não se interessa pela linguagem mais formal e densa das entrevistas e prefere saber sobre o mesmo assunto de forma mais leve e divertida. Além disso, para o público se interessava pelas entrevistas, as radionovelas eram um momento de descontração, de pausa para retomar o “folego” e continuar, já que o programa tinha o tempo de uma hora.

- *Spots*: produzidos por uma equipe paralela a da produção de rádio, marcavam a passagem de um quadro, o encerramento de um bloco ou fim de uma reportagem, além de ser uma forma de tratar sobre o assunto de forma direta e clara, em apenas um minuto ou menos, sempre com uma frase de “impacto”, a mensagem era contada com a mesma linguagem lúdica da radionovela e com o intuito de fixar a informação na memória do ouvinte.

- *Quadro*: com a proposta de expressar por meio do vocabulário infanto-juvenil os artigos do ECA, foi criado o quadro “É meu Direito!”. Produzido pela equipe do

<sup>12</sup> O Método de Educação Popular utiliza as linguagens artísticas (teatro, teatro de bonecos, palhaço, brincadeiras, música, artes plásticas) e os meios de comunicação social (radiodifusão, vídeo popular, jornal, televisão) na concepção e linguagem dos materiais educativos (PANCERA, 2009).

programa e gravado nas vozes de crianças convidadas, o quadro ensinava de forma lúdica os preceitos contidos no Estatuto. Ele foi suspenso, haja vista a dificuldade em estabelecer uma escrita simples da linguagem judiciária.

- Enquete: recurso usado para trazer diversas opiniões da população, divergentes ou não sobre um tema. Usado com mais frequência na fase inicial do programa, quando era gravado, já que não havia a interação, ao vivo, do público por meio das redes sociais e telefone. Mas, continuou sendo utilizado em programas cujo tema era muito polêmico e levantava diversas opiniões, como o programa sobre Redução da Maioridade Penal (veiculado dia 16/04/2011).

- Notas: pequeno boletim, com quatro notas, em média, divulgado ao final do programa, com o nome de Agenda Cultural, sobre serviços de utilidade pública, ações do governo para a população, atividades lúdicas, programação cultural, entre outros. Relevante por reunir em uma única plataforma as informações culturais mais importantes e as ações factuais que estavam ocorrendo e que faziam parte do universo dos direitos infanto-juvenis. Também promovia a visibilidade midiática das ações das instituições em prol dos direitos de crianças e adolescentes, que possuíam pouco destaque na grande mídia.

- Externas: *Flash's*, ao vivo, durante o programa, realizados pelo repórter. Recurso pouco utilizado, em função da logística, como falta de transporte, por exemplo. Usado com mais frequência em programas cujos temas eram factuais, como dia D de vacinação, ou em programas especiais, que exigiam mais produção, como o do dia das crianças.

Se considerarmos Barbosa (2003), constataremos que predominam três gêneros no programa de rádio Estação Direitos, o jornalístico, o educativo cultural e o gênero entretenimento. Porém, se considerarmos a classificação de Ferraretto (2000), o programa seria do gênero interpretativo, já que além de informar o ouvinte, procurou-se ampliar qualitativamente as informações, fazendo conexões e situando o ouvinte sobre determinado tema. Já se adotarmos a classificação de Atorresi (1995), incluiríamos o programa no gênero informativo, com formato documental, cujo objetivo central é informar o ouvinte sobre determinado eixo temático.

Com base nisso, conclui-se que o programa Estação Direitos pode ser classificado como um híbrido, já que foi um programa de cunho educativo, mas, apropriou-se de diversos formatos jornalísticos (debate, reportagem, externa, nota, enquete, *spot*) e artísticos (radionovelas, músicas, quadros) para transmitir o conteúdo.

## A convergência com outras mídias

Novas estratégias foram criadas devido à necessidade de potencializar as interações e divulgar o programa a um público maior que o de ouvintes da Rádio Unama,

afinal, o programa podia ser ouvido via rádio e também via internet, por meio do portal da Unama FM. O fato de o programa poder ser transmitido pela web trouxe uma gama de novas possibilidades de interação com públicos diversos.

As estratégias utilizadas foram a criação/utilização de:

- *Blog*: lançado no dia 13.08.2011 (estação [direitos.radiomargarida.org.br](http://direitos.radiomargarida.org.br) - atualmente fora do ar), durante o programa do Dia dos Pais e em comemoração a um ano do “Estação” no ar. “Ele foi criado com o objetivo de divulgar o programa, as atrações e registrar todo o processo de produção da equipe de rádio” (KELLEN, 2014). Todo o conteúdo que era postado no blog servia de base nos textos utilizados para fomentar as redes sociais.

- *Redes sociais*: As redes sociais utilizadas para interação com os ouvintes do Estação Direitos eram as mesmas utilizadas pela Rádio Margarida (Twitter: @radio-margarida e Facebook: Radio Margarida ONG). “A decisão estratégica foi pensada para que o público não dissociasse o programa de um projeto maior do qual fazia parte e que era promovido pela ONG” (KELLEN, 2014). Estas redes sociais foram o principal meio de estímulo de participações pela internet. Os ouvintes comentavam, enviavam dúvidas, sugestões, elogios e respondiam a enquete da semana (criada semanalmente, com tema específico, divulgada e reproduzida na semana anterior a veiculação do programa).

- *Portal*: indo ao encontro da estratégia anterior, o portal utilizado para disponibilização dos programas, incluindo reportagens, spots e radionovelas veiculados, era o mesmo da ONG Rádio Margarida, pois “havia a intenção de que uma mídia potencializasse a outra” (KELLEN, 2014). Portanto, ao longo do programa, o apresentador fazia chamadas para acesso ao portal e no portal eram disponibilizados (para ouvir ou fazer download) os programas logo após serem veiculados.

- *Sorteio de prêmios*: outra estratégia encontrada para fomentar a participação do público foi o sorteio de prêmios semanais. Para incentivar a participação dos ouvintes, eram sorteados em média três prêmios por programa, que variavam desde passeio de barco, jantar com convidado, um livro até descontos em academias de ginástica e cursos. O sorteio ocorria entre os ouvintes que de alguma forma interagiam, enviando perguntas, esclarecendo, exemplificando e respondendo a enquete. Os nomes dos ganhadores eram divulgados no ar, ao final do programa, e no blog. Todos os parceiros ganhavam visibilidade, na semana em que o prêmio era sorteado e ainda podiam promover suas empresas e produtos.

## Considerações finais

É notável que pelas características do programa Estação Direitos, há uma similaridade maior com os formatos adotados pelas emissoras AM. Sabe-se que com

a predominância de conteúdo eminentemente musical nas rádios FM (Frequência Modulada), cabe às emissoras AM veicular um conteúdo de cunho jornalístico. No entanto, a qualidade sonora de rádios AM no sistema analógico ainda vigente no Brasil é nitidamente inferior à das emissoras FM, o que dificulta essa competição. “Sendo assim, a manutenção da audiência do conteúdo jornalístico de rádios AM fica incerta” (SAES NETO, 2013, p. 02).

Esse foi o grande desafio encontrado na produção do programa. Percebe-se que, por ser essencialmente educativo/informativo e apresentar um formato diferenciado de outros programas veiculados em emissoras FM, o programa teve de adotar diversas estratégias para conquistar espaço e garantir um público, mesmo sendo veiculado em emissoras, cujo conteúdo da programação é eminentemente musical.

Apesar disso, observa-se que o “Estação Direitos” proporcionou a oportunidade semanal de aliar o pensamento científico das academias e centros de pesquisas - por meio dos especialistas de diferentes vertentes de estudos, junto aos profissionais vinculados às instituições governamentais e não governamentais - a opinião da população sobre as questões que envolvem o universo da infância e adolescência, seja na promoção ou na identificação da violação de direitos.

Produzir um programa de rádio como esse, com uma forma alternativa de comunicação, voltada à promoção dos interesses de uma parcela da população, mas, que afeta diretamente a vida de toda a sociedade, é muito pertinente, especialmente em uma região como a Amazônia que possui “longas distâncias entre as localidades, a presença de um número significativo de pessoas nas zonas rurais, o isolamento de muitos povoados que, além da distância, sentem a falta de transporte regular e adequado para os centros urbanos” (RODRIGUES, 2012, p. 43). Lugares, nos quais, o acesso à informação muitas vezes é feito apenas por meio do rádio.

É também nestas áreas mais isoladas e distantes que ocorre grande parte dos casos de violação dos direitos de crianças e adolescentes, que ficam impunes, pois, na maioria das vezes, a ocorrência nem chega ao conhecimento do Estado, por falta de esclarecimento da população sobre os próprios direitos. Nesse sentido, “a imprensa e outros tipos de mídias têm funções especiais na promoção e proteção dos direitos fundamentais da criança” (HAMMARBERG, 2000, p. 35).

O rádio, apesar do desenvolvimento de outras mídias mais interativas e da revolução tecnológica, ainda apresenta características que o deixam em vantagem com relação aos outros meios de comunicação: longo alcance, baixo custo, linguagem acessível (mais próximo a de uma conversa). Mesmo com todo o avanço do alcance das telecomunicações, o rádio continua sendo um dos únicos meios de comunicação acessíveis para as populações de várias localidades do Estado do Pará. (COSTA, 2001). Por isso, este veículo talvez seja o mais apropriado para informar e educar populações que vivem em áreas distantes, com famílias inteiras muitas vezes analfabetas,

como é o caso encontrado em muitos municípios no interior do Pará. No entanto, pouco é aproveitado dessa capacidade para gerar conteúdo educativo, principalmente, com foco na educação para a cidadania.

O programa Estação Direitos valorizou a comunicação como instrumento midiático transformador da realidade social, visando a responsabilidade social no critério de uso das informações, fontes e personagens, tentando escolher o recorte que fosse condizente com o olhar diferenciado que todos devem ter, por conta da condição peculiar de desenvolvimento de meninos e meninas.

Abordando as notícias e temas com uma perspectiva diferenciada e mais ampla, tendo como base os programas policiais e jornalísticos de cunho sensacionalista, veiculados, sobretudo na mídia comercial, o programa, enquanto esteve no ar, assumiu o papel na imprensa de referência nos assuntos relacionados à infância e adolescência, principalmente, levando em consideração a importância de haver esclarecimentos mais detalhados sobre a temática, para a formação da opinião pública. A necessidade disto surge ao considerarmos que muitas decisões sociais, seja em comunidade ou associações, passam pelo que a opinião pública compreende da necessidade de atenção que a área da infância necessita hoje. Em um cenário de deliberação, se faz necessário a informação diferenciada.

A opinião pública deve estar muito bem informada sobre os assuntos sociais para a construção de argumentos respaldados e, nesse momento, entram em cena os colaboradores que também devem estar em sintonia com os preceitos do ECA. Nesta lacuna informacional que identificamos na imprensa, o programa Estação Direitos toma o lugar como fonte para que os agentes da rede de ensino e atores do Sistema de Garantia de Direitos de Crianças e Adolescentes (SGDCA), sejam eles educadores e (ou) sociedade civil em geral se apropriem do ECA e o vejam como o estatuto transformador da sociedade.

## Referências

ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância. **Relatório Infância na Mídia**. (ISSN 1519-1702). Ano 10. Número 14. Jul. 2005. Disponível em: <file:///C:/Users/Lorena%20L/Downloads/infancia\_na\_midia.pdf>. Acesso em: 29 jul 2015.

ANDRADE, M. Liberdade dos corpos e processos de subjetivação em adolescentes. In: NETO, João Clemente de Souza Neto; NASCIMENTO, Maria Leticia B. P. **Infância: violência, instituições e políticas públicas**. São Paulo: Expressão e arte, 2006. p. 203 – 227.

ATORRESI, A. **Los géneros radiofônicos** (Antologia). Buenos Aires: Ediciones Colihue, 1995.

**BALAS Perdidas**: um olhar sobre o comportamento da imprensa brasileira quando

a criança e o adolescente estão na pauta da violência. ANDI, Agência de Notícia dos Direitos da Infância, 2000.

BARBOSA, A.F. **Gêneros Radiofônicos**. Ed. Paulinas, São Paulo, 2003.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**: Lei federal nº 8069, de 13 de julho de 1990.

BOURDIEU, P. A gênese dos conceitos de *habitus* e de campo. **O poder simbólico**, v. 3, 1989.

CAL, D; ALMEIDA, R. **Agência Unama**: comunicação pelos direitos da criança e do adolescente na Amazônia. II Conferência Sul-Americana e VII Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. Belém/PA, 2011. Disponível em: <[http://www.unicentro.br/redemc/2011/conteudo/mc\\_relatos/Relato\\_Almeida.pdf](http://www.unicentro.br/redemc/2011/conteudo/mc_relatos/Relato_Almeida.pdf)>. Acesso em: 25 jan 2015.

\_\_\_; DOS SANTOS, B. **Adolescentes infratores na cena pública**: como os media alimentam o debate sobre a redução da maioridade penal. Contemporânea-Revista de Comunicação e Cultura, v. 13, n. 1, p. 140-158, 2015.

CARLSSON, U; FEILITZEN, C. **A criança e a mídia**: imagem, educação, participação. – São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002.

\_\_\_ . **A criança e a violência na mídia**. Tradução de Maria Elisabeth Santo, 1999.

CHILDHOOD/Brasil. **Sistema de Garantia de Direitos**: um aliado na proteção da infância. Disponível em <<http://www.childhood.org.br/page/18>>. Acesso em 21 nov. 2013.

COSTA, A. A violência e os modelos midiáticos de espetáculo. In: MALCHER, Maria Ataide; et al. **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Belém: FADESP, 2011.

COSTA, L. **O rádio em Belém a caminho do novo século**. Disponível em <<http://www.ufpa.br/decom/luciana.pdf>>. Acesso em 01 nov. 2013.

FERRARETTO, L. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

FIORIN, J. **Linguagem e Ideologia**. 4 ed. Editora: Ática, São Paulo, 1995.

HAMMABERG, T. **A criança e a mídia** – Relatório do Comitê da ONU para os direitos da criança in CARLSSON, Ulla, FEILITZEN, Cecília Von. **A criança e a violência na mídia**. 3ª ed. – São Paulo: Cortêz; Brasília: UNESCO, 2000.

KELLEN, L. **Entrevista**. Entrevistador: Lorena Cruz Esteves. Belém, Pará, 25 de mar 2014. Gravação de áudio.

NERY, L. **Imagem violada**: estereótipos e desrespeito aos direitos do adolescente em conflito com a lei nos jornais Diário do Pará e O liberal. 2008. 78f. Monografia (espe-

cialização Imagem e sociedade) – Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.

NJAINE, K; VIVARTA, V. **Violência na Mídia: excessos e avanços. Direitos negados: a violência contra a criança e o adolescente no Brasil**, 2005.

PAIVA, R; BARBALHO, A (Organizadores). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PANCERA, O. **A práxis artístico-cultural da ONG Rádio Margarida: uma história de linguagens artísticas e meios de comunicação social, a serviço da educação popular**. Pontifícia Universidade Católica (PUC): São Paulo, 2009.

RICCI, R. **O maior fenômeno sociológico do Brasil: A nova classe média**. Disponível em: <<http://www.escoladegoverno.org.br/artigos/209-nova-classe-media>>. Acesso em: 22 dez 2015.

ROTHBERG, D. **Jornalismo Público**. Campina Grande: Unesp; Paraíba, 2011.

RODRIGUES, R. **Rádio e Educação Popular na Amazônia: o processo comunicacional do Projeto Rádio pela Educação**. Belém: UFPA, 2012.

SAES NETO, S. **Radiojornalismo e emissoras AM: linguagem, público-alvo e digitalização**. Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013, na cidade paulista de Bauru. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0288-1.pdf>>. Acesso em: 24 mar 2014.

SILVA, J. **Rádio: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.

SODRÉ, M; PAIVA, R. **Produção Midiática e as Narrativas da Violência**. s/d. disponível em: <[http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/rpaiva\\_producaomidiatica.pdf](http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/rpaiva_producaomidiatica.pdf)>. Acesso em: 12 abr 2015

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, Ed. 2, 2005: Porque as notícias são como são.

VELOSO, M. **Jornal como empresa e política como negócio: um perfil do patronato de mídia no Pará**. Trabalho apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado na UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), novembro de 2008.

VICENZI, C. **A omissão e distorção na mídia**. Observatório da imprensa. Jornal de debates. Edição 750. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed750\\_a\\_omissao\\_e\\_distorcao\\_na\\_midia](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed750_a_omissao_e_distorcao_na_midia)>. Acesso em: 19 mar 2014.