**A POTENCIALIDADE DO RÁDIO**

O rádio no Brasil passou a ter credibilidade no ano de 1940. Nessa época, iniciou-se uma guerra pela conquista de públicos sempre maiores. Na luta por muito mais ouvintes, a programação de certas emissoras vai se popularizando.

O Rádio possui várias características, por se tratar de um meio cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tenta visualizar o que ouve, criando uma imaginação instantânea e rápida. A grande vantagem de um meio de comunicação auditivo sobre o meio impresso está no som da voz humana, pois a voz é capaz de transmitir muito mais do que o discurso escrito.

A voz do radialista deve ser capaz de transmitir emoção, pois no rádio não se tem o recurso da imagem como na televisão, ou das fotos nos jornais. A notícia deve ganhar a ilustração da voz de quem noticia. Se o radialista tem brilho e emoção na voz, sorte dele (GRAMÁTICO, 2002, p.18).

Segundo Gramático (2002), a comunicação entre o ouvinte e a emissora é feita através de telefone ou carta, o primeiro é muito utilizado para pedir musicas ou participação em programas de radio jornalismo, fazendo perguntas ao entrevistado, o segundo meio de comunicação é utilizado para fazer pedidos de ajuda para a própria pessoa ou para a comunidade onde vive, quando pedido é pessoal exprime sentimentos quando é para sociedade colocam-se os problemas que estão passando e espera que possa ser ajudado nos casos de dificuldades.

A importância do rádio como meio informativo se deve à sua capacidade de se comunicar com um público que não necessita de uma formação específica. Este fato tem importância no caso de um público que não sabe ler, mas, sobretudo, adquire maior importância para todos aqueles que não querem ou não têm tempo para ler.

De fato, o rádio tem um papel informativo que marca um comércio em que o dizer sobre a realidade está ligado ao poder de informar a um público de diferentes personalidades e composto por diversas culturas. A essa heterogeneidade deve-se somar as diferentes situações em que se encontra o receptor no momento de efetuar a decodificação. Pois, ele tem o poder de estabelecer ideias entre a comunidade de um modo geral, a sua presença junto à população sempre levou muito mais emoção. Este veículo, devido à sua mobilidade, facilita que a recepção da mensagem seja compatível com outras atividades.

O poder de penetração do rádio é impressionante. Por meio dele, as pessoas ficam ligadas em qualquer situação: dentro de casa, no trabalho, no trânsito, no dentista, em qualquer lugar o rádio faz companhia, informa, orienta, diverte e forma opinião, o que é impossível para quem lê jornal, vê televisão ou se informa pela internet. Estes meios de comunicação exigem atenção exclusiva, o que muitas vezes não é possível (GRAMÁTICO, 2002, p.25).

O rádio é de suma importância como meio de comunicação de massa, capaz de transmitir para o maior número de pessoas, pois mesmo as pessoas analfabetas podem ouvir uma notícia, e, também, permite que pessoas com baixo poder aquisitivos possam desfrutar de suas maravilhas, por ser um aparelho mais barato. Esse meio de comunicação ampliou seu poder de penetração a públicos inatingíveis.

[...] O rádio continua forte e imbatível, já que, com a ajuda do transistor, o veículo ampliou seu poder de penetração a públicos inatingíveis pela televisão ou pelos jornais; os públicos de lugares onde não existe energia elétrica e onde o percentual de analfabetos é muito grande... O analfabeto não lê, mas pode ouvir (TAVARES, 1999, p.45)

De fato a questão do analfabetismo continua sendo um problema na sociedade, vimos como um direito, mas sem solução, ela é fundamental para que o cidadão participe de forma democrática. Hoje, vivemos em um mundo onde a informação e o conhecimento é fundamental para o bem estar, a pessoa que não tem acesso à escrita e à leitura acaba sendo excluída de informações que são necessárias para garantir todos os outros direitos. Portanto, o rádio deve fazer e divulgar programas que fazem parte do cotidiano dos cidadãos, onde comenta e informa os acontecimentos, direcionando argumentos para motivar o ouvinte a decidir e a escolher o programa de sua preferência.

O processo de comunicação, que envolve a troca de informações se torna cada vez mais difícil, com as novas mídias criadas para atender a essa necessidade, o radio é o meio de comunicação de massa que para alguns profissionais vence a barreira da comunicação contra o analfabetismo. Mas não podemos pensar que as novas mídias irão atrapalhar, porque este veículo de comunicação trabalha e informa em tempo ágil e imediato aos ouvintes, e é a mídia mais utilizada no Brasil.

 “As características do rádio como meio de comunicação de massa fazem com ele seja especialmente adequado para a transmissão da informação, que pode ser considerada como sua função principal: ele tem condições de transmitir a informação com maior rapidez do que qualquer outro meio” (ORTRIWANO, 1985, p.84).

Ortriwano (1985) afirma que o rádio foi um dos primeiros meios de comunicação de massa que deu agilidade à notícia, devido à vantagem de divulgar os fatos no exato momento em que ocorrem. Permite que a população faça parte de um mundo muito mais amplo, onde é possível saber o que está acontecendo em qualquer lugar do mundo. Uma das grandes vantagens que o rádio tem sob o jornalismo impresso e a televisão é que, além de informar, diverte. Dessa forma podemos considerar que este veículo de comunicação vence a distância sem que o repórter necessite sair do próprio local do acontecimento para transmitir os fatos a classes esquecidas, “os iletrados”.

No Brasil, o rádio vem sofrendo grandes transformações desde a instalação de outros meios de comunicação, como: televisão, internet e outros. Sua audiência sofreu um impacto muito grande, porém é necessário que se revejam os seus objetivos e que se faça uma programação voltada para a sociedade e tentar deixar de lado a bajulação de políticos que só querem vender uma boa imagem para o público, jogando para de baixo do tapete todas as suas falcatruas.

Concluindo, então, aqueles que pensavam que o surgimento de novas mídias iria acabar com a audiência do rádio, enganaram-se: ele é seguramente ainda, em pleno século XXI, o mais importante veículo de comunicação de massa, sua abrangência é impressionante e é considerado um meio de difusão rentável e barato.

Segundo o dicionário Aurélio, a informação é definida como o ato de informar. Sob essa visão, Usamos, absorvemos, produzimos e transmitimos informação durante todo o tempo. Entretanto, não temos uma definição precisa do que é informação, sabemos que a informação é vista como algo que vem de uma ação, mas não conseguimos descrever em palavras, o que é informação. A comunicação é a informação são dois processos pelos quais ideias e sentimentos se transmitem de indivíduos para indivíduos, tornando possível a interação social. Portanto, a comunicação de massa é uma ferramenta importante, que deve ser utilizada com responsabilidade, visto que pode ter enorme impacto sobre a sociedade.