



Rádio-Leituras

Volume 7 Número 01

ISSN: 2179-6033

jan.- jun. 2016

Publicação

**PPG
COM**
UFOP



Apoio

GRUPO DE PESQUISA
RADIO E MÍDIA SONORA
DA INTERCOM





Rádio-Leituras

Vol 7 Número 1

Edição: Janeiro – Junho 2016

ISSN 2179-6033

Rádio-Leituras é uma publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto e do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Seu primeiro número foi publicado no segundo semestre de 2010 e conta desde 2014 com o apoio do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. A revista pretende ser um canal de estímulo ao desenvolvimento e difusão de conhecimento científico sobre o rádio, contribuindo, juntamente com outros esforços e iniciativas, para o crescimento do campo. A publicação aborda, desta forma, questões metodológicas e conceituais do estudo do rádio e da mídia sonora, estimulando também o diálogo, a interface e a interdisciplinaridade nas abordagens propostas.

ISSN 2179-6033

Editores

Debora Cristina Lopez, Universidade Federal de Ouro Preto

Marcelo Freire, Universidade Federal de Ouro Preto

Nair Prata, Universidade Federal de Ouro Preto

Conselho Editorial

Ada Cristina Machado Silveira, Universidade Federal de Santa Maria

Eduardo Meditsch, Universidade Federal de Santa Catarina

Luciana Mielniczuk, Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Luciano Klöckner, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Luiz Artur Ferrareto, Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Marcelo Kischinhevsky, Universidade Estadual do Rio de Janeiro

María del Pilar Martínez-Costa, Universidad de Navarra

Nelia Rodrigues Del Bianco, Universidade de Brasília

Othon Fernando Jambeiro Barbosa, Universidade Federal da Bahia

Sonia Virgínia Moreira, Universidade Estadual do Rio de Janeiro

Projeto Gráfico e Capa

Marcelo Freire, Universidade Federal de Ouro Preto

Editora FACOS/UFSM

Universidade Federal de Santa Maria

Avenida Roraima, nº 1000

Cidade Universitária - Bairro Camobi

CEP:97105-900 Santa Maria - RS

Contato de Suporte:

radioleituras@gmail.com

Pareceristas desta edição

Ana Baumworcel, UFF
Angela Zamin, UFSM
Cândida Lemos, UNA
Claudia Quadros, UFPR
Debora Lopez, UFOP
Eduardo Vicente, USP
Ismar Capistrano, UFMG
Izani Mustafá, UERJ
João Baptista de Abreu, UFF
José Eduardo Paiva, UNICAMP
Luciano Klöckner, PUC-RS
Luiz Artur Ferraretto, UFRGS
Marcelo Freire, UFOP
Marcelo Kischinhevsky, UERJ
Mirian Quadros, UFSM
Nair Prata, UFOP
Nélia Del Bianco, UnB
Patrícia Rangel, ESPM-SP
Rosane Rosa, UFSM
Sandra Sueli Garcia de Souza, UFRRJ
Sônia Pessoa, UFMG
Vera Raddataz, UNIJUI

Sumário

Apresentação: Cenários de transformações e desafios	07
<i>Débora Cristina Lopez, Marcelo Freire e Nair Prata</i>	
As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade.....	10
<i>Veridiana Pivetta de Mello</i>	
Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas	35
<i>Elton Bruno Barbosa Pinheiro Correio</i>	
Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica	59
<i>Ciro Augusto Francisoni Götz</i>	
Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas	86
<i>Rafael de Jesus Gomes</i>	
Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir	108
<i>Rodrigo Fonseca Fernandes</i>	
Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor	126
<i>Sandro Lauri Galarça</i>	
Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN	153
<i>Cezar Macedo Barros</i>	
<i>Maria do Socorro Furtado Veloso</i>	
O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa Sertanejo Classe A	171

Kátia Fraga

Nayara Luiza de Souza

Ana Louise de Carvalho Fiúza

Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa
Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife189

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva

Heitor da Costa Lima Rocha

Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)207

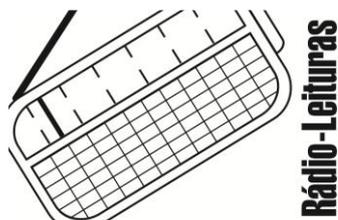
Maria Érica de Oliveira Lima

John Willian Lopes

Radio, Dictatorship and rock226

Rádio, ditadura e rock226

Sergio Ricardo Quiroga



Cenários de transformações e desafios

Debora Cristina Lopez, Marcelo Freire e Nair Prata

Como citar este texto: LOPEZ, Debora Cristina; FREIRE, Marcelo; PRATA, Nair. Cenários de transformações e desafios. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 06-08, jan./jun. 2016.

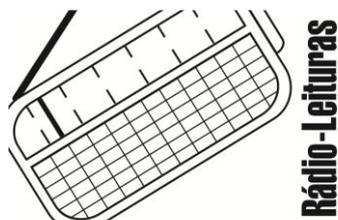
Cenários de transformações e desafios

A presente edição da revista **Rádio-Leituras** se insere em um momento particular vivido pela comunicação em geral, e pelo rádio, em particular, em um cenário de transformações e desafios. Os tradicionais modelos midiáticos se reinventam em busca de sustentabilidade informativa e mercadológica, impactando de forma direta e indelével o fazer radiofônico. No Brasil, por exemplo, mais de mil e trezentas emissoras AM se encontram em processo de migração para o FM; na Noruega, anuncia-se para 2017 o fim das transmissões em FM; na Europa em geral, as transmissões em DAB tentam atrair e fidelizar um público cada vez mais ausente; em todo o mundo, as emissões radiofônicas buscam novos suportes, para além das ondas hertzianas e da web.

Esta conjuntura de transformações permite que a radiofonia se reinvente, mas sem deixar de lado sua vocação primeira para a informação, o entretenimento, a música, a prestação de serviço. O rádio segue sendo local, mas a partir de novas tessituras, novos contextos e novas formas de emissão.

Os artigos desta edição lançam luzes sobre as discussões que permeiam a radiofonia hoje ao refletirem sobre temas como informação, transmissões públicas, tecnologia e conteúdos locais e seus imbricamentos com os novos cenários midiáticos.

No texto **As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade**, Veridiana Pivetta de Mello discute o jornalismo eletrônico a partir de três fenômenos: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade da realidade, e constata a presença de uma fragmentação, tanto do ponto de vista da produção e da transmissão da informação, quanto da recepção.



Elton Bruno Barbosa Pinheiro Correio, no artigo **Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas**, busca revisar, tensionar e compreender as condições de origem do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro e se propõe a elucidar as possibilidades de adaptação e integração das emissoras públicas brasileiras ao atual cenário tecnológico e midiático, a partir do desenvolvimento das experiências dos modelos de gestão da radiodifusão norte-americana e britânica.

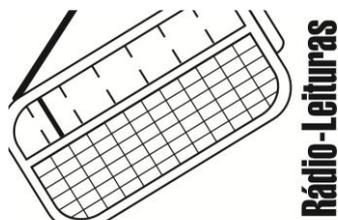
O artigo **Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica**, de Ciro Augusto Francisconi Götz, apresenta uma proposta de análise retórica que pode ser empregada para discutir a narração de futebol do passado, em relação ao presente e ao futuro da função.

Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas, de Rafael de Jesus Gomes, revisita as características clássicas do rádio, apontadas por Gisela Ortriwano (1985) e propõe uma rediscussão a partir da inclusão de tecnologias contemporâneas, do cenário da convergência na produção de conteúdo jornalístico e dos apontamentos modernos dos pesquisadores do rádio na atualidade.

No texto **Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir**, Rodrigo Fonseca Fernandes apresenta dois exemplos de programas infantis e, a partir deles, observa como se dão as brincadeiras entre as crianças, analisando em que medida elas fazem uso dos elementos de rádio de forma lúdica.

Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor, de Sandro Lauri Galarça, apresenta a discussão, a partir dos resultados de um estudo de caso sobre o programa *Get Up*, da Rádio Atlântida Joinville, sobre como as plataformas digitais e interativas constroem um novo perfil de locução nas emissoras de rádio na atualidade.

No artigo **Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN** Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso refletem sobre a



Cenários de transformações e desafios

Debora Cristina Lopez, Marcelo Freire e Nair Prata

utilização da reportagem radiofônica nos radiojornais das emissoras comerciais da cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, com o objetivo de se entender como se estabelece o jornalismo radiofônico da cidade.

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza, no artigo **O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa Sertanejo Classe A**, apontam como a cultura caipira foi representada e valorizada no programa, que está no ar há mais de quatro décadas na Rádio Musirama, em Minas Gerais.

O artigo **Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife**, de Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha discutem, a partir do quadro *Passando a Limpo*, veiculado pela Rádio Jornal AM/FM do Recife, discute os critérios de noticiabilidade e seu distanciamento das boas práticas do jornalismo.

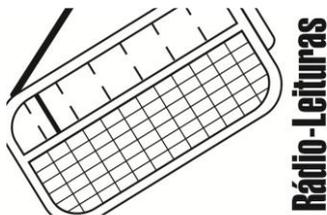
Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes, no artigo **Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)** revisitam o grupo regional de mídia dez anos depois da primeira pesquisa, objetivando confrontar os conceitos de mídia regional e também as atualizações no cenário das novas tecnologias.

Sergio Ricardo Quiroga, no artigo **Rádio, ditadura e rock**, descreve a trajetória de dois programas de rádio da Argentina durante um período da história daquele país chamado *Processo de Reorganização Nacional*, que durou entre 1976 e 1983. Após a Guerra das Malvinas e a proibição de música estrangeira no rádio argentino, os clássicos esquecidos do rock nacional começaram a formar o ingrediente principal do programa.

Esperamos que esta edição contribua para o aprofundamento das discussões e para uma percepção cada vez mais crítica das oportunidades, dos desenhos e dos modelos que o rádio oferece. Boa leitura!

Débora Cristina Lopez, Marcelo Freire e Nair Prata

Editores



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

Como citar este artigo: MELLO, Veridiana Pivetta de. As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 10-34, jan./jun. 2016.

As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello¹

Recebido em: 03 de abril de 2016.

Aprovado em: 11 de junho de 2016.

Resumo

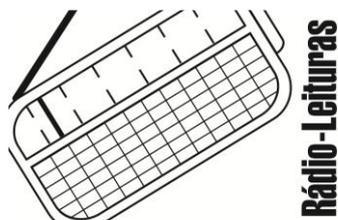
O presente estudo visa apresentar e conceituar o que se denomina de lógicas operantes que caracterizam o jornalismo eletrônico nos dias de hoje e que influenciam de forma importante a programação informativa de rádio. São três os fenômenos: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade da realidade. Como o próprio nome sugere as lógicas operantes são formas de funcionamento/organização das informações de atualidade no veículo. Como consequência destes fatores, ou, exatamente, por estabelecerem-se desta maneira observa-se uma fragmentação tanto do ponto de vista da produção e da transmissão da informação, quanto da recepção.

Palavras-chave: velocidade no jornalismo; fluxo informativo; temporalidade no rádio

Resumen

Este estudio tiene como objetivo presentar y conceptualizar lo que se llama la lógica operante que caracterizan el periodismo electrónico en estos días y que influyó significativamente en la programación informativa de radio. Hay tres fenómenos: la cultura de la velocidad, el concepto de flujo y la temporalidad múltiple de la realidad. Como su nombre indica las lógicas operativas son las formas de operación/organización de la información actual sobre el vehículo. Como resultado de estos

¹ Doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ e bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela UFSM. Docente do curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul/RS. verimello@hotmail.com



factores, o, exactamente, estableciéndose de este modo se observa una fragmentación tanto del punto de vista de la producción y transmisión de la información, como de la recepción.

Palabras clave: Velocidad en el periodismo; flujo de información; Radio temporalidad

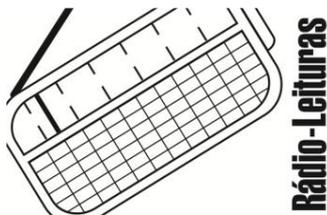
Abstract

This study aims to present and conceptualize what is called operant logic that characterize the electronic journalism these days and that significantly influence the radio informative programming. There are three phenomena: the speed culture, flow concept and multiple temporality of reality. As the name suggests the operative logics are forms of operation / organization of current information on the vehicle. As a result of these factors, or, exactly, by settling in this manner fragmentation is observed both from the point of view of production and of transmission of information as the reception.

Keywords: speed in journalism; information flow; temporality radio

A cultura da velocidade, a noção de fluxo e a múltipla temporalidade, abordadas neste artigo e, as três emissoras analisadas (*CBN* de São Paulo, *Gaúcha* de Porto Alegre e *Gazeta* de Santa Cruz do Sul/RS) constroem uma parte do quadro de análise e cruzamentos dos dados que vieram à tona no transcurso de um processo maior que foi o da tese de doutorado. A velocidade da apuração a recepção das notícias, o fluxo contínuo apresentado na sequência dos programas e a múltipla temporalidade para divulgar a realidade, estudados a seguir, são lógicas que operam na construção da programação informativa de rádio.

Este estudo utilizou três técnicas de pesquisa diferentes para recolher os dados que foram analisados. A primeira se baseou numa pesquisa de newsmaking (WOLF, 1995), através da observação participante. A observação das rotinas de produção da informação, dentro das redações, ocorreu num período de três dias, de quarta-feira a sexta-feira, nos turnos da manhã e tarde (das 7h às 19h). A segunda foram quatro entrevistas em profundidade (RICHARDSON, 1989) em cada emissora, com um



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

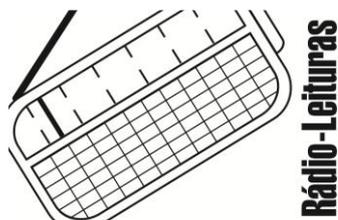
Veridiana Pivetta de Mello

responsável pelo setor gerencial e três pela produção jornalística (o chefe de jornalismo, um produtor e um âncora), para completar os dados da observação. Assim, se pôde explicar melhor como são executadas as práticas profissionais de produção e transmissão de informação e a influencia das formas gerenciais sobre essas rotinas.

A terceira técnica foi a gravação e audição sistemática de cinco horas da programação de cada uma das rádios, para identificar seus parâmetros de programação. A análise levou em conta a caracterização dos programas, sequência de apresentação, duração, gêneros jornalísticos presentes e tipos de informação – jornalismo, serviço, evento, entretenimento. A gravação para a análise correu no período dos três dias de observação, no horário das 7h às 12h da manhã, considerado por vários autores, como o período de maior audiência no rádio. A pesquisa de campo realizou-se nos dias 20, 21 e 22 de novembro (rádio *CBN*), nos dias 4, 5 e 6 de dezembro (rádio *Gazeta*) e nos dias 11, 12 e 13 de dezembro (rádio *Gaúcha*) do ano de 2013.

As três emissoras estudadas pertencem a grupos de comunicação hegemônicos em suas áreas de abrangência. Elas possuem ainda, de semelhança, modelos de programação consolidados no país. A *CBN* se denomina *all-news* e possui uma capilaridade nacional, com seus principais polos produtores de informação, no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. É a “principal rede de emissoras jornalísticas brasileira”, conforme Meditsch (2010, p. 224). A equipe de jornalistas da *CBN* é de 65 pessoas. A *Gaúcha* se intitula *talk-news* e tem sua produção centralizada no Rio Grande do Sul, embora tenha correspondentes em Brasília, atinge sete estados, através da *Rede Gaúcha Sat* – segunda maior do país² – mas seu público alvo são os gaúchos, mesmo que fora do estado. Foi 50 o número de funcionários, dedicados à produção informativa, encontrado na *Gaúcha*. Já a *Gazeta* é uma emissora de programação generalista (jornalismo, música e esporte) e, seu foco é o Vale do Rio Pardo e Taquari, região centro-serra do Rio Grande do Sul, mas sua base de produção é local, a cidade

² Conforme o site **Donos da Mídia**. Acesso através do endereço <http://donosdamidia.com.br/redes/radio>.

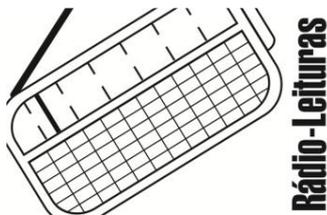


de Santa Cruz do Sul. A rádio tem oito profissionais que conseguem fazer cinco horas e meia de programação jornalística diária.

Cultura da Velocidade

A velocidade é um paradigma do jornalismo contemporâneo. Tudo tem que ser apresentado rápido e em tempo real, o importante é chegar na frente. Segundo Marcondes Filho (2002, p. 81), a “lógica da velocidade se refere tanto à rapidez com que cada emissora traz um fato ao público quanto ao ritmo de apresentação das notícias.” O autor completa que um tema não é bom ou importante pela sua qualidade jornalística exatamente, mas se for apresentado antes que os outros. No que se refere ao ritmo de apresentação das notícias e programas, a velocidade também dita a estética e o conteúdo. Marcondes Filho (2002, p. 81) aponta que o ritmo rápido produz um “efeito de aceleração”, que exige minicenas, minirrelatos, sonoras curtas, “construindo narrativas rápidas e em tempo recorde.” A velocidade obriga ainda que todas as informações sejam superficiais. “A rapidez exige decisão instantânea, separação imediata do material, triagem de algumas informações básicas e emissão a ritmo de blitzkrieg”.

Da mesma forma, pode-se dizer que a cultura da velocidade, na contemporaneidade, caracteriza os setores da vida cotidiana das pessoas. Santos (1997, p. 147) aponta que esta é a “sociedade da informação”, que resulta de uma combinação entre as tecnologias digitais convergentes, a política neoliberal e os mercados globais. Conforme Santos (1997, p. 190) a época atual exige novos sistemas de conceitos e novos processos que ele denominou de meio técnico-científico-informacional, este é formado a partir da profunda interação da ciência com a técnica sob a égide do mercado e, também, dos objetos técnicos que tendem a ser “ao mesmo tempo técnicos e informacionais, já que, graças à extrema intencionalidade de sua produção e localização, eles já surgem como informação: e [...] a energia principal de seu funcionamento é também a informação”. Assim, o autor assinala que “a



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

informação é o vetor fundamental do processo social e os territórios são, desse modo, equipados para facilitar a sua circulação” (p. 191).

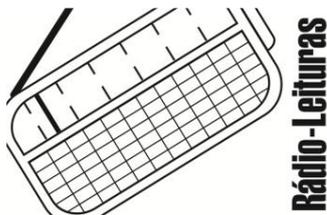
Neste contexto, Santos (1996) indica que a aceleração³ contemporânea é um destes períodos culminantes da história onde forças concentradas explodem para criar o novo. O autor explica que num primeiro momento os seres humanos podem se tornar adoradores da velocidade, como nas acelerações anteriores. Primeiro os que se espantaram com o surgimento da estrada de ferro e do navio a vapor e, depois com a invenção do automóvel, do avião, do telefone e do rádio. “A aceleração contemporânea impôs novos ritmos ao deslocamento dos corpos e ao transporte das ideias, mas, também, acrescentou novos itens à História” (SANTOS, 1996, p. 30). De acordo com o autor o principal item é a evolução do conhecimento, “maravilha do nosso tempo que ilumina ou ensombrece todas as facetas do acontecer” (p.30). Exatamente por este conhecimento adquirido a aceleração é um resultado do perecimento prematuro de sistemas de produção, da banalização da invenção, ou seja, as acelerações são superpostas, concomitantes. “Daí a sensação de um presente que foge”, completa Santos (1996, p. 30).

Sendo assim, pode-se relacionar à informação jornalística de rádio a ideia de perecível e banal da aceleração, se vê este processo nas notícias que duram apenas um turno ou menos e não chegam a um dia porque, também foram coletadas rapidamente e sem tempo para a análise e, ainda, nas novidades tecnológicas de alta velocidade. O telefone celular é um bom exemplo, os avanços do aparelho ocorrem em escala exponencial, dando cada vez mais possibilidades de *fazer* ao jornalista, entretanto, também mais tarefas. Para Santos (1996, p. 31) o efêmero não é uma criação exclusiva da velocidade, mas também a forma como a mídia engendra a velocidade, “um arranjo deliberadamente destinado a impedir que se imponha a ideia de duração e a lógica da sucessão”.

³ Santos (1996) utiliza o termo aceleração de forma mais abrangente que o termo velocidade. Contudo, serão usado, nesta pesquisa, os termos como sinônimo.

Neste contexto, Martín-Barbero (2004, p. 266) indica que o tempo é elemento fundamental desde que a modernidade introduziu “o *valor-tempo* tanto na aceleração do ritmo dos processos econômicos como no da inovação técnica e estética, pondo em marcha uma contração central: a aceleração da novidade acelera também a própria obsolescência do novo”. Assim, a compressão tempo-espaço acelera o ritmo da vida ao mesmo tempo em que apaga limites e barreiras espaciais. Para o autor a diversidade de técnicas existentes é aceleradamente substituída por uma mundialização da tecnologia, por uma necessidade de se tornar global. Mas a aceleração atual é enganosa, adverte Martín-Barbero (2004, p. 262), pois encobre o longo processo da revolução industrial, passando pela cibernética até a revolução digital. Sendo assim, é a “rapidez de sua difusão que nos coloca em uma situação nova, caracterizada por dois traços: a ausência de vínculo entre tecnologia e heranças culturais, [...] e num segundo lugar a sua forte incidência na divisão internacional do trabalho [...]”. Ou seja, a tecnologia não se instala numa região para atender as demandas do local, apenas usa o lugar como caminho ao global, por outro lado, transforma as relações de produção e as relações centro/periferia ao rearticular a concentração de poder econômico.

Para Moretzsohn (2002) a velocidade é um fetiche. A autora explica que, na abordagem marxista, fetiche é quando o produto do trabalho assume a forma de mercadoria e passa a ter vida própria, a valer por si mesmo, escondendo a relação social que lhe originou. No caso do jornalismo, a velocidade “passa a ser o principal ‘valor notícia’: antes de tudo, importa chegar na frente do concorrente, e alimentar o sistema com dados novos, num continuum vertiginoso a pautar o trabalho nas grandes redações [...]” (MORETZSOHN, 2002, p. 12). De acordo com a autora quando mais oficial for uma afirmação, maior a possibilidade dela ser retratada pelos meios, assim ela ganhará credibilidade e mais oficial se tornará. Nessa rotina do trabalho do jornalista, o bom senso de investigar, de buscar o contraditório, a conversa de duplo sentido, tem pouco espaço. Conforme Moretzsohn (2002, p. 74) “as condições de trabalho, por seu lado, também impõem uma certa forma de ‘fabricar’ notícias, ao



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

levar o repórter a agir e pensar automaticamente de modo a economizar tempo e cumprir suas tarefas cotidianas no prazo”.

A velocidade é uma cultura jornalística em todos os aspectos das atividades profissionais. As informações devem ser colhidas e apresentadas sempre em tempo real. Assim, a velocidade se refere ao ritmo de apresentação das notícias e programas, como também dita a estética e o conteúdo, assinala Marcondes Filho (2002). Por outro lado, relaciona-se à informação jornalística de rádio a ideia de perecível e banal própria da aceleração, segundo Santos (1996). Vê-se este processo nas notícias que duram apenas um turno ou menos e não chegam a um dia, porque também foram coletadas rapidamente e sem tempo para a análise e, ainda, nas novidades tecnológicas de alta velocidade. O repórter multimídia proporcionado pela tecnologia é um aspecto que gerou também multitarefas para o profissional, aponta Moretzsohn (2002). O efêmero é uma criação da velocidade, mas também a forma como a mídia produz a velocidade, um modelo que não permite a ideia de duração e a lógica da sucessão.

Nessa rotina acelerada do trabalho do jornalista, a reflexão sobre a realidade tem pouco espaço conforme Moretzsohn (2002). Assim, as condições de trabalho, por seu lado, também impõem uma forma de fabricar notícias, ao levar o repórter a agir e pensar automaticamente de modo a economizar tempo e cumprir suas tarefas cotidianas no prazo. Nas emissoras se percebe bem isso na valorização das notícias de prestação de serviço que são automáticas e também produzidas em série.

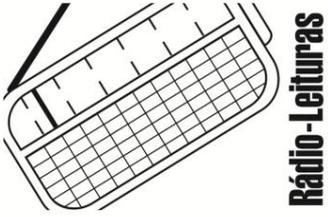
Com as novas tecnologias, os meios audiovisuais dão prioridade à transmissão direta porque representa o estado puro do imediato. No jornalismo a urgência é um valor preponderante, indica Reis (2011, p. 19). Deste modo, os valores-notícia da atualidade e novidade ganham ainda mais importância, “[...] a seleção dos acontecimentos acelera-se para acompanhar a velocidade da difusão da informação. Na produção o lema passou a ser o ‘dar depressa’, e na recepção o ‘saber a última’ a qualquer hora e em qualquer circunstância”. Informação e velocidade misturam-se de tal forma que se tornam sinônimo com todas as vantagens e desvantagens que isso

implica, salienta a autora. Reis (2011, p. 26) concorda com Moretzsohn (2002) quando diz que a fragmentação é uma realidade social contemporânea dominada pela “fruição/satisfação imediata, no presente do aqui e agora, e que, aliada à saturação da informação, conduz a uma avidez no consumo da informação, mas não necessariamente a sua assimilação”.

Neste contexto, os serviços ganham cada vez mais espaço em detrimento de uma programação reflexiva e, portanto, menos acelerada, pois a análise dos acontecimentos exige tempo. Conforme Marcondes Filho (2002, p. 30), vive-se a rapidez do jornalismo da era tecnológica, caracterizado pela precarização da atividade profissional e pela overdose informacional, ocorrendo “[...] a substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informação”.

Esse imediatismo pode ser percebido nas três emissoras pesquisadas através da construção de um discurso que pergunta ao repórter onde ele está naquele momento ou de onde ele fala naquele momento. Estes recursos produzem um sentido de velocidade à forma de transmissão das informações, pois colocam o ouvinte junto ao repórter no acontecimento. Fazer da instantaneidade a única forma de tratar a contemporaneidade é apenas o ponto de partida na atualidade, salienta Moretzsohn (2002). O ponto de chegada passa pelas condições de trabalho e a nova configuração do profissional multimídia e multitarefa exigido pelo mercado do tempo real. Nas três emissoras foi possível perceber a busca frenética do tempo real e também a nova configuração do profissional multitarefas, mesmo que de diferentes formas.

A análise mostrou que a cultura da velocidade está impregnada nas três emissoras pesquisadas. A noção de tempo real pode ser vista, constantemente, principalmente na *CBN* e na *Gaúcha*, e uma simulação de *ao vivo* da *Gazeta*. Com a apresentação do boletim ao vivo as rádios constroem essa ideia de velocidade, que tudo é transmitido no momento que ocorre. A duração das matérias e boletins em média de um minuto e meio a três também mostra a estética da velocidade e molda o



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

conteúdo, só o indispensável cabe neste tempo, então o jornalista o faz automaticamente, já que ele tem outras atividades multimídia para realizar.

A cultura da velocidade está presente nas três rádios estudadas em todos os âmbitos, da produção, da edição e da veiculação de conteúdos em tempo real ou não. Este processo de aceleração das atividades tem como objetivo demonstrar ao ouvinte que as emissoras estão em todos os lugares e em todos os momentos. Como isso não pode acontecer de fato, a velocidade é um valor em si, as estações correm atrás de uma velocidade que nunca será completamente alcançada.

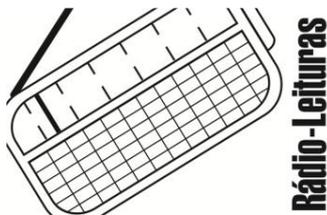
Noção de fluxo

A ideia de fluxo é um elemento que marca, profundamente, o jornalismo contemporâneo, especialmente, as mídias eletrônicas. Meditsch (1999) defende que a programação jornalística de rádio passou de uma lógica de programação, para uma lógica de fluxo. Isso quer dizer que a programação de rádio, com uma grade fixa, programas com horário marcado para começar e terminar, estruturados de uma forma linear, com começo-meio-fim, perde espaço. Emerge, então, uma programação de fluxo contínuo, estruturada de forma circular, ou seja, a passagem de gêneros e conteúdos se desloca ao longo do espaço de programação, “em torno de uma unidade de tempo que se repete infinitamente, conforme a lógica de um ponteiro de relógio,” assinala Meditsch (1999, p. 195). Ao destacar algumas características presentes na oferta contemporânea de conteúdos radiofônicos, Ferraretto (2010, p. 552), aponta também para uma sequência de programação em fluxo, nas palavras do autor, “a passagem de uma lógica da oferta a uma lógica da demanda”. Mesmo que esta demanda do ouvinte seja mais pré-suposta do que baseada em pesquisas de audiência. Ferraretto (2010), aponta que o receptor se libertou de algumas imposições do gosto médio, comum nos veículos de massa e, com as múltiplas possibilidades tecnológicas, ganhou mais autonomia.

Entretanto, cabe destacar, antes de prosseguir especificamente com a noção de fluxo da programação radiofônica, um contexto mais amplo na perspectiva de alguns autores. Santos (1997, p. 218) denomina a atualidade como imperativo da fluidez. Conforme o autor uma das características da atualidade é a exigência de fluidez para fazer circular ideias, mensagens, produtos ou dinheiro, que interessa aos atores hegemônicos. “A fluidez contemporânea é baseada nas redes técnicas, que são um dos suportes da competitividade. Daí a busca voraz de ainda mais fluidez [...]. A fluidez é, ao mesmo tempo, uma causa, uma condição e um resultado”. Os produtos, canais e até lugares são inventados para favorecer a fluidez. Se a fluidez caracteriza todas as coisas e lugares, na atualidade, também, o será na programação radiofônica: o produto informação se movimenta de forma circular e continua sem o conceito de fechamento da edição do dia.

Neste sentido, Martín-Barbero (2004, p. 288-289) também trata a ideia de fluxo como de importância fundamental para o modelo de comunicação que busca regular o caos urbano. Para o autor, vive-se na perspectiva do “[...] *paradigma informacional*, centrado no conceito de *fluxo*, entendido como tráfego não interrompido, interconexão transparente e circulação constante de veículos, pessoas e informação”. A preocupação não é “[...] que os cidadãos se encontrem, mas que circulem, porque já não os queremos reunidos, mas sim *conectados*”. Chama-se a atenção para a noção que Martín-Barbero (2004, p. 293) atribui à cidade e ao espaço urbano que é “[...] também um espaço de comunicação que conecta entre si seus diversos territórios e os conecta com o mundo”. Existe uma simetria entre a expansão da cidade e o crescimento dos meios e redes eletrônicas. Sendo assim, depreende-se que o autor trabalha com o conceito de fluxo como circulação e conexão, citando o rádio e a TV como meios de fluxo.

[...] é na TV ou no rádio que, cotidianamente, *nos conectamos* com o que, na cidade ‘em que vivemos’, sucede e nos diz respeito, por mais longe que estejamos de tudo: [...] Na cidade dos fluxos comunicativos, contam mais os processos que as coisas, a ubiqüidade



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

e instantaneidade da informação ou da decisão via telefone celular [...] (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 293-294).

Estes veículos são capazes de deixar o longe mais perto e, portanto, são dispositivos que podem romper o isolamento, com isso a tecnologia, também, tem fluidez. O fluxo tecnológico é o que mais circula e conecta, contudo, é o que gera os desequilíbrios urbanos. Conforme Martín-Barbero (2004, p. 302) a democratização introduzida pela tecnologia é apenas aparente, pois a cena social é constituída “[...] com pedaços, restos e lixo que boa parte da população arma os barracos onde vive, junta a xepa com que sobrevive e mescla os saberes com os quais enfrenta a opacidade urbana”. Para o autor (2004, p. 258) as ciências sociais precisam trabalhar com a noção que “os novos modos de simbolização e ritualização do laço social se acham a cada dia mais *entrelaçados* às redes comunicacionais e aos fluxos informacionais”. Em decorrência disso há um rompimento das fronteiras entre espaço e tempo que as redes e os fluxos constroem no campo da cultura, embaralhando “os saberes e deslegitimando suas fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, ciências e arte”.

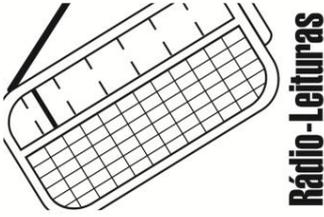
Para Castells (1999, p. 501), também, a sociedade está construída em torno de fluxos, que não são apenas um elemento da organização social, mas, da mesma forma, a expressão dos processos que dominam a vida econômica, política e simbólica. Assim, o espaço de fluxos é a organização das práticas sociais que funcionam como fluxos, essa forma material de suporte mantém os processos e atribuições dominantes na sociedade informacional. Fluxos, segundo o autor, são “[...] as sequências intencionais, repetitivas e programáveis de intercâmbio e interação entre posições fisicamente desarticuladas, mantidas por atores sociais nas estruturas econômica, política e simbólica da sociedade”. Portanto, Castells (1999) corrobora com as ideias de Santos (1996) e Martín-Barbero (2004) sobre a importância do fluxo como circularidade, mas, também, como suporte para os processos e funções dominantes na sociedade.

Em relação à programação de fluxo do rádio informativo, Meditsch (1999, p. 187) aponta que ela é “capaz de falar sem parar, até 24 horas por dia, dissolvendo as

fronteiras delimitáveis com esta forma de enunciado sem começo nem fim”. Neste sentido, no formato *all-news* ou *talk-news*, o rádio faz um acordo tácito com o público que tem interesse em informação de atualidade. A emissora especializada “assume os valores profissionais do jornalismo como critério predominante na programação”, salienta o autor (1999, p. 188). Na atualidade, as estações dividem suas programações “[...] de notícias – antes concentradas num único ou em alguns poucos horários – em edições cada vez mais frequentes – a cada hora ou meia hora” explica Meditsch (1999, p. 192). Deste modo, a programação radiofônica sofre uma mudança em termos de estratégia discursiva, “um deslocamento significativo de um conceito de sequência como programação para um conceito de sequência como *fluxo*”. Essa transformação na programação é decorrente de uma mudança de comportamento da recepção que, na fase da multiplicidade da oferta, dispõe de muito mais opções de plataformas e conteúdos.

A lógica do agendamento de compromisso com hora marcada (o pegue agora ou largue para sempre) é substituído pela lógica da disponibilização permanente do enunciado sem começo nem fim (o pegue quando quiser), cedendo ao pólo da recepção o poder de determinar os limites temporais da comunicação. (MEDITSCH, 1999, p. 193)

Ferraretto (2013, p. 64), aponta que a maneira de fazer rádio, com transmissão em fluxo, é caracterizada por uma forma “[...] estruturada em uma emissão constante, em que se toma toda a programação como um grande programa, dividida em faixas bem definidas. As mudanças de uma para outra são calcadas na troca do âncora ou do comunicador do horário”. Segundo o autor desde o início dos anos 2000, este modelo tem sido utilizado por rádios do segmento jornalístico. “É o caso, por exemplo, das rádios BandNews e Bradesco Esportes, ambas ligadas ao Grupo Bandeirantes, de São Paulo”. A programação das rádios tende a se tornar muito parecida dentro dessa lógica. Ao se fazer a análise de algumas emissoras *all-news* (24h de jornalismo)



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

constata-se que termina um programa e começa outro sem que se tenha observado uma mudança no tipo de programa.

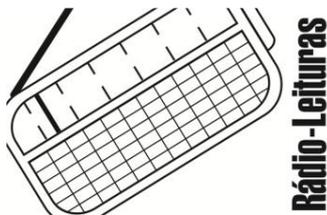
Outra consequência da lógica de fluxo, no rádio, é a repetição de notícias e serviços. Se é proposto ao ouvinte que ele ligue o rádio quando quiser, é necessário disponibilizar para este as informações de maneira cíclica, ou seja, de tempos em tempos as informações devem ser atualizadas e repetidas. “A rotação e a repetição desestruturam convenções de hierarquização de conteúdos importadas do jornalismo impresso”, deste modo, rompem o ordenamento do que deve vir primeiro e do que deve ficar para o final, observam Betti e Meditsch (2008, p. 06). A *BandNews FM*, especializada em jornalismo, deixa evidente em seu slogan a forma circular e fragmentada de sua programação: “*BandNews FM*, em 20 minutos, tudo pode mudar”. A frase afirma a proposta da emissora de oferecer uma síntese noticiosa das últimas notícias a cada intervalo de 20 minutos. Ouvindo a rádio, disponível em <http://www.bandrs.com.br/bandnews/>, o que se observa, no entanto, é que se tudo pode mudar, realmente nada muda em 20 minutos, pois a repetição das notícias é uma constante.

Betti e Meditsch (2008, p. 02) explicam que as rádios especializadas, em conteúdo jornalístico, são divididas em dois submodelos programáticos, as temáticas com segmento de programação e as de fórmula ou formato fechado, que embora com alguns diferenciais, expressam a ideia de uma nova sequência de programação informativa. Compreende-se, assim, que as rádios *talk-news* seriam classificadas como especializadas em segmentos de programação ajustadas aos fluxos de audiência, com uma sequência de programas de entrevista, de cultura, de esporte, radiojornais, de acordo com as demandas. E as rádios *all-news* seriam qualificadas como as de fórmula ou formato fechado, planejadas de maneira circular a partir da figura geométrica do *clock*, com seus noticiários transmitidos a cada período pré-determinado. Contudo, ao verificar as programações de rádios como a *CBN* de São Paulo que se denomina *all-news* e como a *Gaúcha* de Porto Alegre que se intitula *talk-news*, observa-se que as diferenças são muito sutis, mais baseadas em uma sequência de programas

diferenciados. Já a programação da *BandNews FM* é de formato fechado, planejada de forma circular bem ao modelo *all-news*.

Outro ponto importante a ser destacado nas emissoras de formato informativo é que suas rotinas de produção favorecem o fluxo contínuo. Toda rádio precisa organizar uma rotina de funcionamento para dar conta da produção das informações que preencherão a programação. Segundo Meditsch (1999, p. 93) para viabilizar a periodicidade das emissões “são montadas equipes permanentes com responsabilidade sobre cada horário, programa ou período de programação a ser ‘preenchido’”. O autor explica que as equipes irão apurar, produzir e divulgar as informações durante toda a programação, contudo, vai haver momentos de maior volume de conteúdo noticiável (final de manhã e tarde) e outros de menor (noite e madrugada), deste modo, os horários de trabalho também serão organizados conforme estes momentos. Com isso a emissora ganha em produtividade informativa (mais repórteres em horários de maior volume de acontecimentos) o que possibilita seu funcionamento nas 24 horas do dia.

Também neste sentido, a transmissão *ao vivo* é um elemento que beneficia o fluxo contínuo radiofônico. Um programa pode ser apresentado *ao vivo* à noite com notícias que foram gravadas à tarde. Assim, mantém-se a ideia de fluxo ininterrupto dos acontecimentos transmitidos. Fachine (2008, p. 28) problematiza a questão se referindo à televisão, mas pode ser utilizada para o rádio já que ambos têm a possibilidade do *ao vivo*. Segundo a autora, existe uma “[...] deliberada confusão que a TV constrói entre o que é e o que apenas parece estar sendo produzido no momento em que é transmitido”. Esta estratégia enunciativa utilizada no rádio e na televisão para dar a impressão do *ao vivo* contribui com a ideia de fluxo uma vez que toda a programação parece estar acontecendo no momento em que é transmitida. A construção do fluxo contínuo no rádio se dá tanto pela reiteração das informações (gravadas ou *ao vivo*) quando pelo estilo dos programas *ao vivo* que são muito parecidos uns dos outros.



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

A lógica de fluxo pode ser observada nas programações das emissoras de rádio, mostrando aspectos que marcam o tempo atual. Verifica-se a reprodução e a montagem no reaproveitamento de notícias, de boletins do repórter e de entrevistas (concedidas à emissora) que se transformam em notícia com sonora⁴. A ideia de movimento frenético se expressa na locução vibrante, no uso intensivo de vinhetas, trilhas, fundo musical e outros elementos sonoros, utilizados como estratégia para dar ritmo e *ares* de espetáculo à programação.

Segundo Meditsch (2010), o excesso de informação e a concorrência acirrada geram um descompromisso com o importante, e, o interesse pelo mundo se reduz ao imediatamente prazeroso, divertido e descartável. “A informação em tempo real é uma necessidade social num mundo que se move em alta velocidade de maneira cada vez mais interdependente” (MEDITSCH, 2010, p. 232). Considerando a tendência a espetacularização, no jornalismo atual, Meditsch (2010, p. 232) aponta que “o tempo real pode ser usado como um mero recurso de distração, ou mesmo como um disfarce para a falta de rigor, assim como também o pode o fluxo contínuo de informação nos meios eletrônicos”. Isso porque, tanto as transmissões ao vivo como a programação em fluxo, passam a impressão de que a emissora tem uma equipe de jornalismo capaz de produzir muitas informações, de forma ágil, fazer o acompanhamento do desenrolar dos acontecimentos e, ainda, na maioria das vezes, direto do palco da ação. Estas formas, de preencher o espaço de programação, levam ao acúmulo de trabalho do profissional jornalista, o que pode acarretar falta de rigor na apuração e de aprofundamento das informações transmitidas.

Martínez-Costa (2004) ao destacar como tendência da programação as rádios especializadas e as temáticas assinala, também, para a importância da noção de fluxo. Segundo a autora haverá uma substituição do conceito de grade de programação pelo

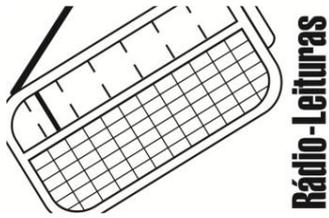
⁴ Segundo Prado (1989) é a notícia radiofônica onde alguns dos dados são fornecidos pela própria voz do protagonista dos fatos ou pela fonte. Com este recurso a notícia ganha em ritmo e pode incluir o cenário sonoro dos fatos. A sonora aumenta a sensação de participação do ouvinte no acontecimento e a notícia ganha em credibilidade e em exatidão, aponta o autor.

de fluxo temático de conteúdo contínuo. Martínez-Costa (2004) aponta as estratégias para a superação do modelo clássico de programação, entre as quais estão: o fluxo temático será o elemento que estruturará a programação; os formatos terão estrutura circular e repetitiva; os conteúdos serão projetados em torno dos centros de interesse (hiperespecialização); e os conteúdos de arquivo permitirão uma personalização parcial do consumo. Assim, a programação de fluxo de uma rádio informativa é capaz de falar sem parar, até 24 horas por dia.

Conceitualmente, as rádios *talk-news* podem ser classificadas como especializadas em segmentos de programação e, as rádios *all-news* são qualificadas como as de formato fechado. Contudo, ao verificar as programações de rádios como a *CBN* de São Paulo que se denomina *all-news* e como a *Gaúcha* de Porto Alegre que se intitula *talk-news*, observa-se que as diferenças são muito sutis, mais baseadas em uma sequência de programas diferenciados. Levando em conta esta concepção, pode-se dizer que a rádio *CBN* sai um tanto do formato fechado, planejada de forma circular como o funcionamento de um relógio e se aproxima da *Gaúcha* com seu conceito do *talk-news*.

Nas rádios observadas, a *CBN* e a *Gaúcha* reproduzem o conceito de fluxo, com muita repetição de informações e de gêneros ao longo da programação, como radiojornais e sínteses informativas. Na *Gazeta*, a ideia de fluxo contínuo existe através de um boletim de notícias e com repetições de conteúdo, mas não se pode classificá-la como lógica de fluxo em todos os momentos, pois tem uma boa parte da programação como generalista.

O que define a noção de fluxo nas rádios é a ideia de circularidade e repetição que faz desaparecer a importância e hierarquia das informações herdadas do jornalismo impresso e isso constrói outra lógica de apresentação das matérias. As rádios informativas *CBN* e a *Gaúcha* precisam gerar muito conteúdo para alimentar 24 horas por dia de programação e um tipo de informação fácil de colher e rápida de divulgar é a prestação de serviço que dá às emissoras a sequência de fluxo contínuo e de não fechamento. As repetições de serviços alimentam boa parte da programação



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

da CBN e *Gaúcha*. Já a Gazeta faz repetição de prestação de serviço, mas de forma muito menor.

Múltipla temporalidade

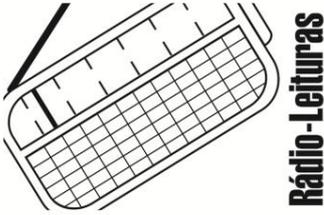
A dimensão temporal é um componente essencial do jornalismo e mesmo um fator de identidade. Segundo Meditsch (1999), a relação do jornalismo com o tempo se expressa, etimologicamente, (jornal-jornada, em português e diurnalis-diário, em latim) e, ainda, se caracteriza pela dupla contemporaneidade (relato atual de acontecimentos atuais). Neste sentido, Franciscato (2005) argumenta que o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais através da percepção coletiva dos dias de circulação dos jornais. O jornalismo constitui modos padronizados de produzir as notícias em larga escala, “sob determinados princípios e critérios, apoiados em suportes e organizações que se consolidam e operam coletivamente,” conforme Franciscato (2005, p. 101).

Para compreender a múltipla temporalidade se recorre a Santos (1997, p. 148) que aponta o computador como o símbolo deste momento histórico. “Através dele, são unificados os processos produtivos e tanto é possível adotar uma subdivisão extrema do tempo, como utilizá-lo de modo absolutamente rigoroso”. Segundo o autor é também por meio do computador que a noção de tempo real, torna-se realizável. “Graças, exatamente, à construção técnica e social desse tempo real é que vivemos uma instantaneidade percebida, uma simultaneidade dos instantes, uma convergência dos momentos”. O que constrói o tempo atual é a unicidade dos momentos, salienta Santos (1997, p. 157). O autor explica que isso não quer dizer que o tempo se unifica. “O que realmente se dá, nestes nossos dias, é a possibilidade de perceber a sua simultaneidade. [...] então, estamos presenciando uma convergência de momentos e sua unicidade se estabelece através das técnicas atuais de comunicação”. O autor salienta que esses momentos não são iguais, mas estão bem próximos, unidos por uma lógica em comum. Em outros períodos históricos havia simultaneidade dos eventos, contudo não havia condições técnicas de percebê-la.

Santos (1997) aponta, ainda, para outro aspecto que constitui o tempo e se expressa em dois termos opostos: a noção de um tempo rápido ao qual se antepõe um tempo lento. São quantidades relativas que fazem sentido em relação, ou seja, o tempo rápido somente o é em oposição ao tempo lento e vice-versa, contudo estas denominações não são absolutas, assinala Santos (1997). “E essa contabilidade do tempo vivido pelos homens, empresas e instituições será diferente de lugar para lugar. Não há, pois tempos absolutos. E, na verdade, os ‘tempos intermediários’ temperam o rigor das expressões tempo rápido e tempo lento” (p. 212-213). A estes desencontros do tempo o autor chama a atenção que a palavra correta seria temporalidade, “considerada como uma interpretação particular do tempo social por um grupo, ou por um indivíduo” (213). Neste contexto, situa-se a comunidade jornalística que também constrói uma temporalidade própria para dar conta da atualidade.

Para Franciscato (2005, p. 134) o jornalismo embute, no seu conteúdo e em seus estilos discursivos, que não existe um desalinhamento entre o tempo do mundo real e o tempo da produção jornalística e, portanto, que “está conseguindo ‘transportar’ o leitor para o ‘tempo do evento’”. Assim, a atualidade jornalística significa a permanência do vínculo entre o tempo do público e do evento, entre o que é simultâneo e o que é instantâneo, mesmo que às vezes o jornalismo tenha que recorrer a recursos simbólicos de construção discursiva do tempo presente, como, por exemplo, a utilização em jornais diários, de verbos no presente em títulos de matérias sobre acontecimentos ocorridos no dia anterior, salienta Franciscato (2005). Entretanto, essa simultaneidade não se dá sem tensão, pois é necessário torná-la inteligível e harmônica dentro do veículo. A simultaneidade é construída a partir de uma polifonia de vozes, que caracteriza a especificidade jornalística do conteúdo e estrutura textual. “Ambos estão ligados temporalmente ao ‘tempo do evento’, mas será o jornalismo, operando num esforço de construir um sentido de atualidade, que fará uma reformulação destes elementos”, completa Franciscato (2005, p. 135).

Uma das estratégias para colocar na cena midiática as informações é a co-temporalidade enunciativa, assinala Charaudeau (2006), pois há uma junção do



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

instante do surgimento do acontecimento, do instante da produção midiática, do instante da saída do produto midiático e do instante do consumo da notícia, que é o que define a atualidade do acontecimento, a partir de uma construção temporal que une múltiplos momentos da realidade. Sendo assim, a mídia não apresenta uma única temporalidade, mas uma multiplicidade de tempos, construídos de formas diferentes, levando em consideração os gêneros produzidos e os suportes utilizados. Desse modo, o jornalismo fragmenta a experiência temporal para adequá-la à sua rotina produtiva, pois seria praticamente impossível transmitir os acontecimentos sem esta estratégia.

O controle do tempo para dar conta da atividade jornalística também é abordado por Traquina (2001, p. 120). O autor destaca que ser um bom profissional é não ser vítima do tempo, mas conquistador desse, “*ser profissional* é também uma questão de sentir certas coisas, de ‘pôr a velha adrenalina a correr’”, referindo-se a excitação com a pressão das horas de fechamento. Traquina (2001) aponta que ser obcecado pelo tempo é também ser profissional, pois isso seria uma característica própria dessa carreira. O autor assinala que a relação com o tempo é um valor e interfere na sua visão de mundo. “Os conceitos de tempo utilizados pelos jornalistas no curso da produção jornalística são de importância primordial na sua cultura profissional, pondo a sua marca altamente distinta na sua abordagem à realidade social” (TRAQUINA, 2001, p. 121). Embora a temporalidade jornalística seja estabelecida pelos veículos, o jornalista incorpora isso no seu modo de ver, de falar e de agir dentro da comunidade profissional.

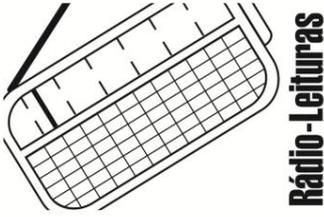
A cobertura de fatos jornalísticos em tempo real, especialmente quando utiliza o padrão de transmissão *ao vivo*, produz uma nova experiência de temporalidade. Conforme aponta Franciscato (2005, p. 240), “[...] não é apenas uma tecnologia de transmissão, mas um novo contrato de sentido ou modo de interação, em que evento, jornalista e público agem em simultaneidade”. Nota-se que a programação radiojornalística constrói uma múltipla temporalidade da realidade e a presentificação do tempo. Estas são estratégias discursivas próprias do jornalismo, mas nas mídias eletrônicas, como o rádio e a televisão, isso fica mais evidente, pois as transmissões *ao*

vivo fragmentam não só o acontecimento, mas, também a sua temporalidade, tornando-a múltipla, no sentido da experiência social, e, ao mesmo tempo presentificada, pelas técnicas jornalísticas de produção e transmissão.

Também Fachine (2008, p. 26), se referindo à televisão, considera o *ao vivo* como tempo presente. Para a autora a transmissão direta é primeiro de tudo um fato técnico. “Trata-se de uma operação que permite a produção, a transmissão e a recepção de um programa de modo simultâneo”. Mas não é apenas técnico, sua abordagem mostra que o *ao vivo* “é, essencialmente, um fenômeno semiótico: mais que de um procedimento técnico-operacional, a instauração do ‘ao vivo’ na TV depende do modo como os discursos se organizam para produzir determinados efeitos de sentido”. Isto quer dizer que mesmo quando o meio eletrônico não está fazendo esse tipo de transmissão, os programas que estão indo ao ar podem, através de diversas estratégias discursivas, simular que são *ao vivo*. Para tanto é necessário apenas que o programa pareça estar sendo exibido em tempo real. Essa simulação é utilizada tanto na televisão quanto no rádio para produzir um sentido de participação nos acontecimentos por parte do público, pois o veículo está dizendo que acompanha tudo o que acontece e no momento em que o fato está se dando.

Já Meditsch (1999) chama a atenção para a multitemporalidade do discurso radiofônico. O rádio foi o primeiro meio que institui a ideia de contemporaneidade no jornalismo, quer dizer, o que antes era periódico passa a ser simultâneo entre o texto enunciado e o receptor. Assim, o rádio e a televisão se diferenciam da imprensa ao instaurar sua condição *ao vivo* “[...] que provoca um forte efeito de realidade e, através dele, a empatia do público”, aponta Meditsch (1999, p. 202). O autor ressalta, ainda, a importância do diferido (que é dificilmente explicitada) no rádio *ao vivo*, do que se instaura um “paradoxo: o rádio faz *ao vivo* um discurso predominantemente diferido” (p. 203).

A multitemporalidade do discurso no rádio é constituída por quatro graus de *ao vivo*, conforme Meditsch (1999, p. 203). O primeiro grau de *ao vivo* é a simultaneidade entre o que está sendo transmitido e a recepção. É uma característica inerente ao



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

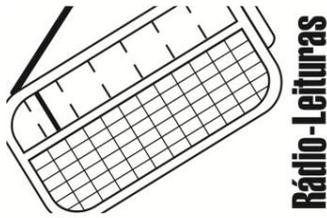
veículo. O autor explica que a condição simultânea entre a enunciação e o público não quer dizer “necessariamente a simultaneidade entre o tempo de produção do enunciado e sua enunciação. Pelo contrário, o enunciado pode ter sido produzido antecipadamente, como no caso de um programa gravado”. O segundo grau de *ao vivo* coloca mais um elemento em simultaneidade que é a interpretação do locutor, ou seja, nesta forma o programa não foi gravado anteriormente e a apresentação do texto se dará diante do microfone, pois o *ao vivo* se intensifica de acordo com a forma de produção do enunciado, neste caso um texto escrito que será memorizado ou planejado anteriormente para ser interpretado no ar, assinala o autor. Assim, a linguagem no rádio não existe como “*dada*”, mas sim como “*dando-se*” no discurso, pois “[...] o rádio transmite sempre no presente individual de seu ouvinte e no presente social em que está inserido, ou seja, num contexto temporal compartilhado entre emissor e receptor: o tempo real” (MEDITSCH, 1999, p. 206).

Já o terceiro grau de *ao vivo* é, ainda, um nível intermediário que coloca em cena o imprevisto. Meditsch (1999, p. 207) explica que seria “aquele em que não apenas a interpretação viva é agregada a um conteúdo diferido, mas a própria elaboração do conteúdo é realizada simultaneamente à enunciação, com a utilização predominante do imprevisto sem planejamento prévio”. Este *ao vivo* em terceiro grau surge naqueles momentos em que apresentador e repórter, por exemplo, interagem em tempo real ou quando ocorre uma situação inesperada onde a emissora precisa dar a notícia com urgência. O autor aponta que o terceiro grau de *ao vivo* costuma ser apresentado como se fosse uma transmissão direta, mas ainda não é, pois falta mais um elemento. O *ao vivo* em quarto grau se distingue dos anteriores porque “é necessária a simultaneidade também do acontecimento relatado, completando a isocronia entre quatro tempos: o do acontecimento, o da produção do relato, o da enunciação e o da recepção” (p. 207). O quarto grau de *ao vivo* é o mais alto possível, explica o autor e se aplica tanto as coberturas de acontecimentos previstos quanto aqueles inesperados.

Ao refletir sobre as alterações e possibilidades do rádio na internet, Reis (2011) resgata aspectos importantes que caracterizam a temporalidade no veículo tradicional. A primeira consideração da autora (2011, p. 14) é que a internet trouxe para os outros meios um conceito fundamental para o rádio o imediatismo e a instantaneidade, contudo, para este trouxe aquilo que não era possível antes: “a possibilidade de congelar o tempo e de se converter num imenso arquivo sonoro vivo. No ciberespaço os média partilham agora o mesmo tempo. A Internet colocou num mesmo nível a temporalidade dos média”, algo que era impensado nos suportes tradicionais. A partir disso se deu uma reconfiguração do tempo uma vez que o *ao vivo* e o gravado coexistem e convergem até não se distinguirem, reestruturando a própria ideia de tempo real, se é a de cada ouvinte, da rádio, de todo o público que ouve naquele momento ou do tempo marcado pelo relógio.

A internet inaugura uma nova concepção de temporalidade para o velho rádio, ressalta Reis (2011) já que possibilita a disponibilidade de conteúdos *online* onde a apresentação não se dá em fluxo contínuo e, portanto, não obriga que o ouvinte seja interpelado a todo o instante. Mas mesmo na internet a transmissão direta é preservada pela emissão hertziana que pode ser escutada na *web*. “A rádio hertziana continua a preservar a instantaneidade e a imediatez embora, agora, enfrente cada vez mais a concorrência direta dos média online” (p. 15). Contudo, o que está na *web* à disposição do usuário são as notícias que já foram para o ar, o que se ouve é a reprodução do que aconteceu e não do que está acontecendo. “A notícia de última hora continua reservada à emissão tradicional, assim como a notícia ou a declaração em exclusivo. Neste campo, a política editorial das empresas ainda continua a dar prioridade ao velho meio em detrimento da Internet” (Reis, 2011, p. 16).

Sabe-se que o ouvinte tem uma atenção que não é exclusiva e com duração limitada, salienta Reis (2011, 17). No intuito de prender a atenção do ouvinte a autora ressalta algumas estratégias do rádio tradicional que repercutem na noção de tempo cotidiano.



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

Para apelar à escuta e criar ritmo, o jornalismo radiofônico aposta na multiplicidade de vozes e gere o tempo. Por isso as emissoras têm tempos médios para a duração dos sons, das peças jornalísticas, ou até dos noticiários, dando azo à cultura do *soundbit* – quanto mais pequeno melhor –, muitas vezes caindo no exagero do som-relâmpago que é mais ilustrativo ou decorativo do que portador de uma mais-valia informativa.

Com estes e outros recursos os meios eletrônicos estruturam o tempo e o sentido de tempo da audiência. Eles se apropriam do tempo cotidiano: todos os instantes são transformados em programas planejados e rotinizados, de maneira “a preencherem todas as horas do dia em fluxo contínuo, para que saibamos que o dia está cheio: aconteceu, está a acontecer, vai acontecer – a fórmula do *teaser* radiofônico: a rádio devolve-nos a noção do *never ending story*” (REIS, 2011, p. 23).

O jornalismo embute, no seu conteúdo e em seus estilos discursivos, que não existe um desalinhamento entre o tempo do mundo real e o tempo da produção jornalística e, portanto, que está conseguindo transportar o receptor para o tempo do evento, conforme Franciscato (2005). Assim, a atualidade jornalística significa a permanência do vínculo entre o tempo do público e do evento. Mas como efetivamente este desalinho existe, as emissoras se utilizam de recursos simbólicos de transmissão, como o texto dito de improviso. Essa construção discursiva é o jornalismo operando um sentido de *ao vivo*.

Existe uma múltipla temporalidade no discurso das estações observadas que são construídas em vários níveis. As três emissoras possuem exemplos de construções de *ao vivo*, mas não se observou o quarto nível que é aquele em que os quatro tempos são sincrônicos: o do acontecimento, o da produção do relato, o da enunciação e o da recepção, conforme se refere Meditsch (1999).

Deste modo, pode-se identificar a maior presença do *ao vivo* em segundo e terceiro grau nas emissoras pesquisadas, já que o primeiro sempre irá existir. Em segundo grau a emissora une a transmissão ao momento da recepção e também a interpretação do âncora, como por exemplo, a abertura de um programa que tem um roteiro pré-formulado e o locutor o interpreta para o ouvinte ou chama um repórter

que também irá interpretar seu texto. Em terceiro grau há mais um grau de simultaneidade, o locutor se utiliza do improviso ou mesmo o repórter fala de improviso seu texto. Então, tem-se o *ao vivo* em segundo grau quando há a interpretação do relato do locutor ou repórter e também há *ao vivo*, em terceiro grau, quando a produção do relato do locutor ou do repórter se dá de improviso ao microfone.

A característica que define a múltipla temporalidade nas emissoras é a descontextualização da informação. Se o *ao vivo* é o mais importante, então, é preciso fragmentar também o tempo para construir a ideia de tempo real. Como o tempo vivido é diferente do tempo das emissoras, organiza-se discursivamente uma multitemporalidade para resolver estas diferenças.

Referencias bibliográficas

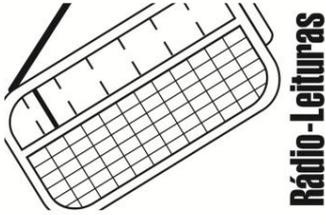
BETTI, Juliana Gobbi; MEDITSCH, Eduardo. O formato *all-news* no rádio brasileiro: importação, estranhamento e adaptação. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. **VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Bernardo do Campo, 19 a 21 nov. 2008. Disponível em <http://sbpjour.kamotini.ghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada3eduardomeditsch.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FECHINE, Yvana. **Televisão e presença**: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das letras e das cores, 2008.

FERRARETTO, Luiz Artur. Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (Orgs). **E o rádio? : novos horizontes midiáticos**. Dados eletrônicos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.



As lógicas operantes no rádio informativo: cultura da velocidade, noção de fluxo e múltipla temporalidade

Veridiana Pivetta de Mello

_____. O de lá e o de cá: apontamentos para uma categorização do conteúdo das emissoras comerciais brasileiras com base na influência do rádio dos Estados Unidos.

Significação - Revista da Cultura Audiovisual. São Paulo, n. 29, janeiro/junho 2013. Disponível em <http://www.usp.br/significacao/artigo.asp?C%F3digo=11>. Acesso em: 12 ago. 2013.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

MARCONDES Filho. Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. 2ª ed. São Paulo: Hacker, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍNEZ-COSTA, María Del Pilar. Tendencias de la programación. In: MARTÍNEZ-COSTA, María Del Pilar; MORENO, Elsa Morena (coords.) **Programación Radiofónica: arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia**. Barcelona: Ariel, 2004.

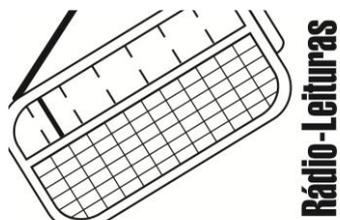
MEDITSCH, Eduardo. **A rádio na era da informação**. Coimbra: Minerva, 1999.

_____. A informação sonora na *Webemergência*: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In: MAGNONI, Antônio Francisco, CARVALHO, Juliano Maurício (orgs.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

REIS, Isabel. A reconfiguração da temporalidade da rádio na era da Internet. **Comunicação e Sociedade**, Braga, vol. 20, 2011. Disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/879>. Acesso em: 02 set. 2013.

RICHARDSON, Roberto Jarry e colaboradores. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.



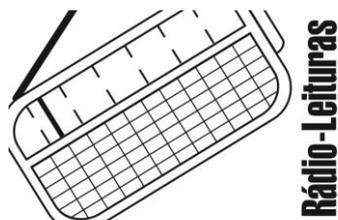
Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

SANTOS, Milton. **Técnica espaço tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **A natureza do espaço**: técnica e tempo. Razão e emoção. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4ª ed. Lisboa: Presença, 1995.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 35-59, jan./jun. 2015.

Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas¹

Elton Bruno Barbosa Pinheiro²

Recebido em: 12 de abril de 2016.
Aprovado em: 26 de junho de 2016.

Resumo

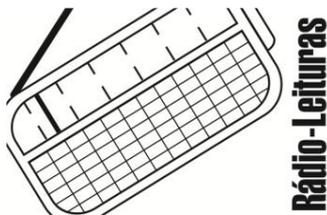
Este estudo busca revisar, tensionar e compreender as condições de origem do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro e, além disso, cotejar o desenvolvimento das experiências dos modelos de gestão da radiodifusão norte-americana e britânica no intuito de, à luz destas, também elucidar possibilidades de adaptação e integração das emissoras públicas brasileiras ao cenário tecnológico e midiático hodierno. Levando em consideração a complexidade e a dinâmica do contexto no qual se inserem as experiências de radiodifusão no país e no mundo, em suas reflexões, este estudo adota como aporte teórico-metodológico a abordagem dialética. Trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa, cujos resultados, em linhas gerais, apontam tanto o estado do conhecimento da temática quanto sinalizam relevantes perspectivas para atuação do Serviço de Radiodifusão Pública no contemporâneo cenário brasileiro.

Palavras-chave: Radiodifusão no Brasil; Serviço Público de Radiodifusão; Emissoras Públicas.

Abstract

¹ Este artigo integra pesquisa de Doutorado do autor, em andamento, sob orientação da Profa. Dra. Nelia R. Del Bianco.

² Doutorando em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas e Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Pesquisador do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina e do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. E-mail: eltonbrunopinheiro@gmail.com



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

This study aims to review, tensing and understand the original conditions of the Public Broadcasting Service in Brazil and, in addition, collate the development of the experiences of the models of management of the American and British broadcasting, in order to in the light of these also clarify possibilities for adaptation and integration of Brazilian public broadcasters to technological and media contemporary scene. Considering the complexity and dynamics of the context in which they operate broadcasting experience in the country and the world, in his reflections, this study adopts the theoretical and methodological support the dialectical approach. This is a qualitative research, whose results, in general, indicate the state of knowledge on the issue and explain perspectives for performance of the Public Broadcasting Service in the contemporary Brazilian scene.

Keywords: Broadcasting in Brazil; Public Broadcasting Service; Public Broadcasters.

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo revisar, tensar y entender las condiciones de origen de lo Servicio público de radiodifusión en Brasil y, además, cotejar el desarrollo de la experiencia de la gestión de los modelos de difusión estadounidenses y británicas en, ver la luz éstos, la aclaración de las posibilidades de adaptación e integración de las cadenas públicas de Brasil en el panorama de la tecnología y los medios de comunicación de hoy en día. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica del contexto en el que operan experiencia de radiodifusión en el país y el mundo, en sus reflexiones, este estudio adopta el soporte teórico y metodológico del enfoque dialéctico. Se trata de una investigación cualitativa, cuyos resultados, en general, muestran tanto el estado de conocimiento del tema e indicar perspectivas relevantes para el desempeño del servicio de difusión público en la escena brasileña contemporánea.

Palabras clave: Radiodifusión en Brasil; Servicio público de radiodifusión; Emisoras públicas.

1 Radiodifusão: problematizando o conceito e suas definições

Pensar a origem da Radiodifusão no Brasil se constitui um exercício complexo e instigante, sobretudo pelo processo dinâmico de desenvolvimento dessa prática no país. Um primeiro passo importante para a execução de tal tarefa é o mergulho na questão conceitual, afinal, radiodifusão é um conceito com definições³ múltiplas, relacionadas tanto à esfera da Comunicação, como à Engenharia.

³ Neste contexto considera-se importante ressaltar o entendimento de “conceito” e “definições”. Sobre “conceito”, adota-se a noção de Renald Legendre (1993, p. 233), autor do *Dictionnaire actuel de l'éducation*, segundo o qual um conceito é algo abstrato, um conjunto de crenças e percepções: “é uma

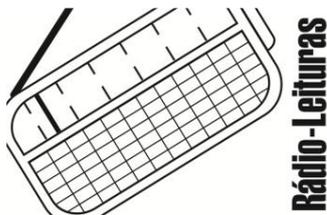
Segundo Gustavo Barbosa e Carlos Alberto Rabaça, autores do *Dicionário de Comunicação*, o termo radiodifusão indica:

1. Serviço de radiocomunicação (comunicação de sinais, sons ou imagens por meio de ondas eletromagnéticas) cujas transmissões se destinam diretamente ao público em geral, podendo compreender rádio, televisão [...] e outros tipos de transmissão.
2. Difusão sistemática de informações, mediante sinais eletromagnéticos, para recepção simultânea pelo público [...] com aparelhos receptores especiais.
3. Transmissão de programas recreativos, noticiosos, educativos, culturais e de mensagens publicitárias, oficiais etc., por meio de rádio ou TV.
4. Emissão regular de radiofonia, como horários estabelecidos, destinados a receptores indeterminados. (RABAÇA; BARBOSA, 2001, p. 617-618).

Ainda nesse campo das definições, no Brasil, a Agência Nacional de Telecomunicações aponta que a radiodifusão “compreende os serviços destinados a serem recebidos direta e livremente pelo público em geral e é dividida em radiodifusão sonora (rádio) e radiodifusão de sons e imagens (televisão)”. O termo “serviço”, bem como as expressões: “direta”, “livremente” e “público”, presentes em tais definições citadas, fundamentam perspectivas críticas basilares elucidadas nesta pesquisa.

Na figura 01, a seguir, é possível observar uma sistematização de tais serviços mencionados pela Anatel.

grade experimental que permite a uma pessoa avaliar situações, e se necessário antecipar e agir dentro da realidade.” Trata-se, portanto, de uma representação ou ideia advinda da realidade sob influência das experiências dos indivíduos. Sobre “definição”, compreendida em linhas gerais como uma delimitação, uma explicação ou especificação, adota-se também a ideia de Legendre (1993, p. 311), que aponta: “a definição é a determinação de limites e de significados de um objeto, fato, nome, fenômeno.”



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro



Figura 01: Serviços de Radiodifusão⁴
Fonte: Anatel (2007) – Elaboração própria

Diante dessas definições sobre Radiodifusão é possível compreender melhor por que tal conceito está intimamente ligado a duas áreas do conhecimento: a Comunicação e a Engenharia – trata-se do indiscutível caráter técnico-estrutural do qual depende a realização efetiva desse serviço. Tais definições, contudo, estão aqui abordadas com o interesse principal de introduzir uma discussão mais específica que se refere ao âmbito da Radiodifusão Pública.

2 O que é Radiodifusão Pública?

A *priori*, com o intuito de compreender no que se constitui, de fato, a radiodifusão pública e, para tanto, tomando como exemplo uma realidade na qual está inserido o contexto brasileiro, corrobora-se os estudos realizados pelo Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, os quais apontam e ajudam a aclarar que:

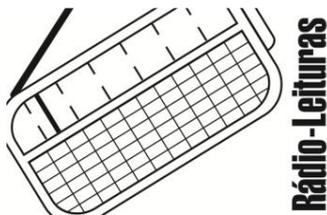
⁴ Além destes serviços apontados na Figura 01, em 2010, outro serviço foi oficialmente instituído no Brasil, por meio da Portaria nº 290 do Ministério das Comunicações: trata-se do Sistema Brasileiro de Rádio Digital – SBRD que, apesar de oficializado, segue sem existência concreta no país, mesmo após longa fase de testes com diferentes padrões digitais.

[...] a elaboração de um conceito comum para a radiodifusão pública na América Latina é um estimulante desafio semântico, mas, acima de tudo, um difícil desafio político e cultural. As principais dúvidas surgem a partir das diferentes concepções de financiamento, sistemas de gestão, possibilidades de participação social e a assimilação da responsabilidade editorial encontrados no perfil das instituições públicas de radiodifusão. (ESCH; BIANCO; MOREIRA, 2013, p. 69).

Tratando-se especificamente da realidade brasileira, é bem certo que estes aspectos mencionados por Carlos Eduardo Esch, Nelia Del Bianco e Sônia Virgínia Moreira (2013) são, de fato, os principais desafios para o desenvolvimento eficiente e eficaz do serviço de radiodifusão pública no país: a compreensão sobre a necessária natureza e atuação democrática e transparente do seu modelo de gestão e de financiamento, bem como o amadurecimento de questões relacionadas à autonomia e independência editorial das suas emissoras na produção e propagação dos conteúdos da sua programação, e à urgente reconfiguração dos modos de participação do cidadão nesse processo comunicacional público, que deve ser de ativamente fomentada.

Contudo, sabe-se que, no caso específico do Brasil, a prática da Radiodifusão está regulada, de fato, como um Serviço Público (Cf. BRASIL, 1988 – Artigo nº 21, XII, “a”; Artigo nº 22, IV; Artigo nº 48, XII; Artigo nº 155, X, “d”; Artigo nº 223; BRASIL, 1995 – Emenda Constitucional nº 8; BRASIL, 2008 – Lei Nº 11.652), muito embora esta própria noção de serviço público seja consideravelmente discutida, sobretudo na esfera científico-acadêmica, por se considerar que há, em seu entorno, complexos conflitos/entrecruzamentos conceituais, entre eles, aquele que se refere a um entendimento de que a Radiodifusão Pública é também uma atividade de *interesse público*, portanto, também ligada a um objetivo comercial.

Ainda assim, considerando o disposto nos dispositivos legais mencionados, percebe-se que sua origem está, de fato, fortemente ligada ao âmbito do Serviço Público, cuja execução, de acordo com a Constituição Federal Brasileira de 1988, em



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

seu Artigo nº 175, pode dar-se “diretamente pelo Poder Público ou sob regime de concessão ou permissão.”

Nos estudos acadêmicos, essa afirmação sobre a caracterização, no Brasil, da radiodifusão como um Serviço Público, encontra fundamentos, por exemplo, na visão de Dinorá Grotti (2003, p. 45), em *Serviço Público e Dimensão Brasileira*. A referida pesquisadora assinala que o Estado possui diferentes motivos para inserir um determinado serviço no âmbito público como, por exemplo: “[...] realizar a justiça social, suprir carência da iniciativa privada; favorecer o progresso técnico, ordenar o aproveitamento de recursos finitos; [...] manter a unidade nacional do país”, aspectos estes, portanto, claramente possíveis de se relacionarem à natureza, missão, objetivos e possibilidades do serviço de radiodifusão pública.

Também endossa evidências para a radiodifusão ser compreendida como um serviço público o pensamento de Miriam Wimmer e Octavio Pieranti (2009, p. 04), segundo os quais “a titularidade da União sobre os serviços de comunicação remonta” tanto à Constituição de 1934 quanto à Constituição de 1891. Esta última por indicar que competia à União estipular “taxas de correios e telegraphos federaes” (Art. 7º, 4º), apontados como “antecessores remotos dos serviços de (tele)comunicações”, e a primeira por registrar que à União competia “explorar ou dar em concessão os serviços de telegraphos e radiocomunicação.” (Art. 5º, VIII). Tal interpretação histórica contribui para um entendimento tanto conceitual quanto crítico do serviço de radiodifusão na atualidade, ao aclarar o relevante papel a ser desempenhado pelo Estado na regulação dessa esfera do serviço público.

Ainda sustentando a afirmação da radiodifusão enquanto um serviço público, este estudo corrobora o que abalizam Suzy Santos e Érico da Silveira (2007, p. 78), os quais enfatizam o necessário entendimento de que “o Serviço Público compreende uma série de características [...] e pode ser explorado de maneiras flexíveis entre o Estado e a iniciativa privada”, mas que Serviço público, em si, “claramente se refere à obrigatoriedade do Estado em garantir um direito aos cidadãos que representa” (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 79).

Ao

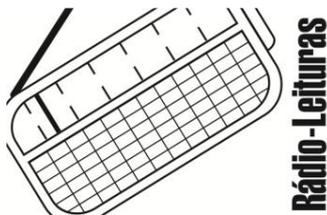
corroborar o pensamento de Willian François (1990), tais autores ajudam a elucidar que a radiodifusão, em seu caráter intrínseco, possui um conjunto de razões – a exemplo do aspecto público das ondas eletromagnéticas e da questão da concessão pública de licenças – que justificam o papel regulador e fiscalizador do Estado, aqui anteriormente frisado em relação à contribuição de Wimmer e Pieranti (2009).

Contudo, retomando uma reflexão analítica aos dispositivos legais, percebe-se que a atual Constituição Brasileira (1988), no que se refere à radiodifusão, apresenta algumas demasiadas lacunas, a exemplo do que versa o Art nº 223, onde se lê: “Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da *complementaridade* dos sistemas privado, público e estatal” (BRASIL, 1988. Grifo nosso).

A questão é que o conceito de “complementaridade”, indicado no referido texto constitucional, permanece sem a necessária regulamentação. Sua compreensão é, portanto, desafio conceitual intrigante. Sobre isso, o pesquisador Murilo Ramos articula:

No Brasil, a ideia, inscrita na Constituição, de sistemas complementares – estatal, público e privado – separa equivocadamente o público do estatal, como se um pudesse existir sem o outro, além de induzir a uma confusão conceitual entre Estado e governo, como se aquele pudesse se reduzir a este. Ainda mais, a ideia inscrita na Constituição isola o privado do estatal e do público, como se aquele pudesse existir sem a licença e o controle regulatórios destes. (RAMOS, 2008, p. 05).

Diante dessa realidade do caso brasileiro, onde a ideia de complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público de radiodifusão surgiu de maneira desregulamentada e assim permanece, urge, sem dúvidas, a necessidade de regulamentação do dispositivo que rege tal serviço. Torna-se igualmente relevante a criação, democrática e efetiva, de um autônomo órgão regulatório e fiscalizador da



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

Radiodifusão Brasileira, sob pena de tal serviço cair em total descrédito perante a sociedade. (RAMOS, 2008).

É, portanto, justamente no sentido de aprimorar o Sistema de Radiodifusão Pública brasileiro que se considera pertinente e necessário um olhar histórico, crítico e reflexivo sobre o modelo de desenvolvimento do sistema de radiodifusão pública em outras nações e sobre o papel que o Estado desempenha em cada uma delas, o que certamente varia de acordo com o entendimento que cada uma dessas realidades tem sobre a importância da comunicação e também conforme se dá a dinâmica das transformações tecnológicas, culturais, sociais, políticas e econômicas no mundo.

3 Modelos de atuação do Estado na gestão da Radiodifusão Pública

No que se refere ao papel do Estado na gestão da radiodifusão, nota-se a sua atuação em dois diferentes e principais modelos: o do *serviço público*, no qual presta o serviço direta e indiretamente e o regula; e o do *interesse público*, em que os serviços de radiodifusão podem ser prestados pela iniciativa privada mas também sob regulação e fiscalização estatal.

Ambos serão cotejados a seguir com os exemplos norte-americano e britânico, já consolidados em suas realidades e, portanto, importantes pela contextual contribuição que oferecem ao atual horizonte que se apresenta à radiodifusão brasileira, onde o conceito de complementaridade entre os sistemas estatal, público e privado abre consideráveis lacunas que comprometem tanto o entendimento conceitual quanto o cumprimento da missão de cada um desses sistemas – os quais precisam e podem ser regulamentados, por exemplo, à luz do que realizam esses diferentes modelos internacionais de gestão do Estado para a Radiodifusão. Tais modelos também trazem luz ao Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro em relação à potencial integração dos mesmos ao cenário tecnológico em constante mutação.

3.1 O Estado e a radiodifusão nos EUA: interesse público

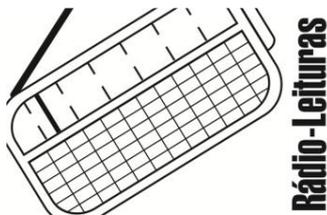
O modelo de radiodifusão desenvolvido nos Estados Unidos, o qual Ramos (2008) denominou como “CBS-FCC-PBS⁵”, tem como principal característica compreender tal atividade como um bem privado, estando suas raízes fincadas na ideia de “livre mercado” (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 60).

Como analisa Sivaldo Pereira da Silva (2009, p. 138): “diferentemente do que ocorreu em outras localidades, no caso norte-americano, a participação do Estado foi menos ostensiva e se deu basicamente como regulador, isto é, mediador de interesses e conflitos”, o que é importante de ser ressaltado, sobretudo, pelo aspecto da intervenção estatal ativa na garantia/fiscalização do cumprimento dos preceitos da atividade.

Trata-se de um modelo também sustentado pela ideia de liberdade de expressão, requerida pelos radiodifusores e concedida através do documento americano chamado *First Amendment* (Primeira Emenda), e também amparado pelo potencial da lógica da publicidade.

É preciso ressaltar, nesse sentido, que no modelo norte-americano há uma “preocupação” com a possível censura/controle e regulação do Estado sobre o aspecto específico dos conteúdos das programações das emissoras. E que, nesse modelo se atribuiu ao Estado, em um primeiro momento por meio do *Federal Radio Commission* (FRC) e, atualmente, através do *Federal Communications Commission* (FCC) – que segue atuando na fiscalização da exploração comercial da radiodifusão norte-

⁵ Trata-se de uma referência ao processo de desenvolvimento do modelo de radiodifusão norte-americana, sintetizado pelo pioneirismo da “Columbia Broadcasting System (CBS) como rede de rádio e, depois, também de televisão, sob controle privado, a se estabelecer, mas debaixo de forte regulação estatal” (RAMOS, 2008); o papel do *Federal Communications Commission* (FCC) como órgão americano fiduciário e fiscalizador da radiodifusão; e o atual exemplo concreto de radiodifusão de interesse público observado no caso do *Public Broadcasting Service* (PBS), bem como da *National Public Radio* (NBR).



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

americana –, o papel de definição e fiscalização do fiduciário público (*Public Trustee*), ou seja, daquele representante público que tem licença para atuar como radiodifusor.

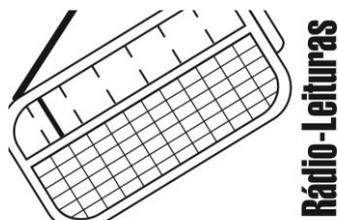
O Estado, nesse modelo de radiodifusão, atua, portanto, levando em consideração tanto as questões referentes ao bem público, como as limitações do espectro, quanto àquelas relacionadas ao interesse público, conceito que, segundo o documento publicado em 1928, pela *Federal Radio Commission*, alude à valorização do interesse da sociedade em detrimento dos interesses dos radiodifusores e dos anunciantes, o que, certamente, se torna uma questão paradoxal – e, talvez, paradigmática –, uma vez que o modelo norte-americano de radiodifusão tanto “valoriza a liberdade em relação ao Estado e está a ele atrelado pela concessão de licenças” quanto “valoriza a liberdade de expressão em relação ao setor privado, mas está a ele ligado pelos sistemas de financiamento” (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 66).

Nesse sentido, percebe-se que o conceito de interesse público em que está inserida a radiodifusão norte-americana, ainda que preveja certa regulação estatal na definição e fiscalização dos fiduciários, apresentou determinadas contradições, mas que puderam ser repensadas/reinterpretadas quando, na década de 1960:

[...] o Estado, nos Estados Unidos, se atribuiu a responsabilidade de gerar uma empresa pública, a *Corporation for Public Broadcasting* (CPB), responsável pela coordenação, e financiamento, com recursos do Tesouro, de uma cooperativa de emissoras independentes, até então ditas educativas e culturais, mas que passaram a se chamar, em seu conjunto, *Public Broadcasting Service* (PBS). No caso do rádio, o equivalente ao PBS, gerado sob a mesma lógica não comercial, foi o *National Public Radio* (NPR). (RAMOS, 2008, p. 04).

O PBS – *Public Broadcasting Service*⁶ (Serviço Público de Radiodifusão) é considerado a maior empresa de comunicação pública dos Estados Unidos da América. Com natureza educativo-cultural, essa organização nacional, criada em 1969, surgiu

⁶ A home page da *Public Broadcasting Service* pode ser acessada em: <<http://www.pbs.org/>>.



buscando contrapor-se às demasiadas redes comerciais presentes no continente norte-americano.

Trata-se de uma experiência de radiodifusão (sons e imagens) pública com características relevantes, cujo intuito maior, conforme enunciado em sua missão é “usar a mídia para educar, inspirar, entreter e expressar a diversidade de perspectivas e capacitar os indivíduos a realizarem as suas potencialidades e fortalece a saúde social, democrática e cultural dos EUA” (PBS, s/d, *online*, tradução nossa). O PBS, inclusive, foi classificado nos Estados Unidos, por 12 anos consecutivos, como a instituição mais confiável entre as organizações conhecidas nacionalmente.

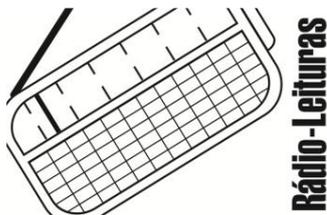
Já a NPR – *National Public Radio*⁷ (Rádio Pública Nacional), criada em 1970, atua nos Estados Unidos, no ar e *on-line*, sendo também mantida por recursos públicos e privados e por doações dos ouvintes e distribui sua programação para mais de 800 emissoras de rádio públicas no país. “Trata-se de uma rede pública organizada de notícias multimídia e de produção de programas de rádio. Conta com uma base sólida de estações-membro e simpatizantes em todo o país.” (NPR, s/d, *online*, tradução nossa).

A própria NPR destaca o perfil que considera inovador e desenvolvedor dos seus funcionários, os quais exploram formas diferentes de servir ao público através das plataformas digitais e das novas tecnologias. Assim como ocorre com a PBS, no caso da televisão, a NPR se constitui como “o principal exemplo de organização de membros associados em torno da rádio pública no continente norte-americano.” (NPR, s/d, *online*, tradução nossa).

Em linhas gerais, é importante ressaltar que os exemplos do PBS e da NPR no âmbito da radiodifusão norte-americana estão balizados pela lógica do interesse público, sendo suas formas de financiamento advindas de diferentes fontes, por exemplo: dos governos (federal, estaduais e locais), fundações, entidades públicas de radiodifusão, corporações e doações individuais.

A gestão dessas organizações é realizada por conselhos administrativos.

⁷ A home page da *National Public Radio* pode ser acessada em: <<http://www.npr.org/>>.



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

No caso do PBS, tais administradores são responsáveis pela gestão e definição da política de trabalho. No total, o Conselho do PBS é composto por 27 membros, sendo: 14 Administradores Profissionais (gestores de estação); 12 Diretores-Gerais (diretores externos); e o Presidente do PBS. Todos os membros do Conselho de Administração do PBS atuam em mandatos sem remuneração por um período de três anos. (PBS, *s/d, online*).

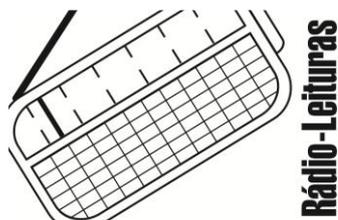
No caso da NPR, o Conselho de Administração é responsável pela gestão das 501 organizações sem fins lucrativos que compõem o serviço. Tal Conselho define as políticas gerais para a gestão de NPR, monitora o desempenho da NPR e fornece supervisão financeira. É composto por 17 conselheiros, dos quais 10 são gestores de Estações-membro da NPR eleitos para o Conselho pelos integrantes das referidas Estações. Entre os outros sete conselheiros estão inclusos o presidente da NPR, o presidente da Fundação NPR e cinco membros proeminentes do público selecionado pelo conselho e confirmado pelas Estações-membro da NPR. (NPR, *s/d, online*).

3.2 O Estado e a radiodifusão no Reino Unido: serviço público

O modelo de radiodifusão desenvolvido no Reino Unido, o qual Ramos (2008) denominou como “BBC-ITV”⁸, caracteriza-se por atribuir “maior responsabilidade ao Estado na prestação do serviço, aproximando seu sistema de comunicação ao Serviço Público.” (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 67). Trata-se de um exemplo relevante para compreensão do que é, de fato, o serviço público de radiodifusão, diferenciado, sobretudo, pelo criterioso controle do Estado na regulação do mesmo.

A criação da *British Broadcasting Corporation* no cenário britânico é, de fato, um exemplo paradigmático. Vale ressaltar que a BBC nasceu como fruto da pressão da sociedade inglesa que, em consonância com praticamente a totalidade da comunidade

⁸ Trata-se de uma referência ao processo de desenvolvimento do modelo do serviço de radiodifusão britânico, sintetizado pela criação e atuação da *British Broadcasting Corporation* (BBC) e da *Independent Television – ITV*.



européia, considerava as comunicações como atividade impulsionadora da cultura e da educação.

A BBC surge, portanto, sem intenções comerciais, financiada pelo Estado através de impostos advindos da venda de aparelhos de rádio e, posteriormente, de TV, sendo, em 1927, alçada ao posto de organismo público. De acordo com Jonas Valente (2009, p. 235) o modelo da BBC é “referência de comunicação pública de todo mundo. Foi a precursora na concepção do serviço público de comunicação. [...] é protagonista na definição da missão e propósitos desse tipo de mídia e até hoje sustenta um alto grau de aceitação popular.”

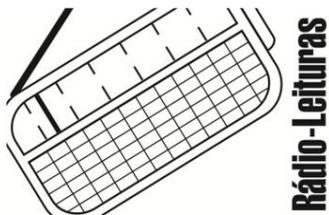
Contudo, após a Segunda Guerra Mundial, o Partido Conservador britânico, ao assumir o poder, decidiu criar um canal de tevê comercial, que pudesse atuar em paralelo com a BBC. Nasceu assim, entre 1954 e 1955, a ITV (*Independent Television*), obviamente também com uma missão educativo-cultural e com regulação estatal, em que o governo obtinha autoridade fiscalizadora sobre a programação a ser veiculada.

Corroborando o pensamento de Santos e Silveira (2007, p. 76), “pode-se dizer que o sistema britânico foi o modelo que melhor garantiu o *status* e Serviço Público com múltiplos instrumentos de proteção aos interesses dos consumidores”, o que é fundamental de ser considerado pela experiência brasileira.

Atualmente, o serviço de radiodifusão britânico é regulado pelo *Office of Communications*⁹ (Ofcom), que é um órgão independente e autoridade competente pelas indústrias de comunicações do Reino Unido.

Ao se proceder esta elucidação dos modelos de radiodifusão britânica e norte-americana, bem compreendendo o que articulam Santos e Silveira (2007, p. 78) para quem a utilização dos termos “Serviço Público e Interesse Público” não deve apresentar sinonímia possível, uma concisa consideração pode ser levantada: é fundamental para experiência brasileira que a noção de / a atuação do serviço público seja aprimorado no âmbito da radiodifusão, o que não necessariamente significa abominar a visão de que este é também um serviço de interesse público, não no

⁹ A homepage da *Office of Communications* pode ser acessada em: < <http://www.ofcom.org.uk/>>.



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

sentido de ser explorado como um negócio privado, mas sim no sentido de se constituir como uma necessidade e um direito dos cidadãos.

Tal compreensão aqui abordada busca dialogar com aquilo que articula Ramos (2008, p. 07) sobre algumas das necessidades mais urgentes para o caso brasileiro. Segundo ele, a radiodifusão do Brasil requer “medidas simples de política setorial: a plena utilização do instituto do serviço público para as concessões e permissões de rádio e televisão e o estabelecimento de um organismo regulatório autônomo”, este último, sobretudo, para zelar pelo cumprimento de seus objetivos e princípios de coisa pública.

É bem certo que o caminho até a concretização dessas medidas apontadas por Ramos parece longo, principalmente pela demasiada burocracia que caracteriza a realidade brasileira. Nesse sentido, considera-se que é extremamente necessário e oportuno estimular a compreensão/elucidar que o atual contexto no qual se insere o serviço de radiodifusão pública instituído no Brasil apresenta peculiaridades que remetem, sem dúvidas, à sua condição de origem, as quais, a exemplo da gênese no sistema educativo de radiodifusão, pelas fortes influências presentes que denotam ainda hoje, precisam ser fundamentalmente levadas em conta para que análises sobre e/ou proposições para o referido serviço não caiam em um trivial exercício de futurologia.

4 Radiodifusão pública no Brasil

No Brasil, o serviço público de radiodifusão, como atividade regulada e, de certo modo, regulamentada (nesse último caso leva-se em consideração os aspectos norteadores da Lei nº 11.652, de 07 de abril de 2008, que instituiu os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo poder executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; e constituiu a Empresa Brasil de Comunicação - EBC), é, de fato, relativamente recente e de compreensão complexa, sobretudo por seu surgimento, apesar de ter raízes no sistema educativo, logo passar a

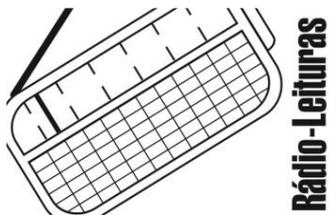
se dar, diferentemente de realidades como a do modelo britânico, em um ambiente onde as práticas comerciais e a visão de mercado historicamente prevalecem e se sobrepõem ao caráter público da comunicação.

Além disso, conforme analisam Esch, Bianco e Moreira (2013), a ideia de “público”, na visão de uma camada expressiva da população brasileira, ainda está limitadamente atrelada ao governo e/ou às questões políticas partidárias, bem como a uma visão estereotipada de uma prática comunicacional voltada exclusivamente para as elites, o que acaba enfraquecendo e fragilizando o conceito e a própria prática da radiodifusão pública no país.

Nesse sentido, para a compreensão do serviço de radiodifusão pública brasileiro, da sua origem ao cenário contemporâneo, é fundamentalmente necessário um olhar retrospectivo para as primeiras práticas de tal atividade no país. Ao se realizar esse exercício de memória encontra-se um fato relevante, cuja conjuntura é reveladora e esclarecedora: a forma como se deu o início oficial das atividades de radiodifusão no Brasil, em 1922, com a transmissão inaugural do rádio marcada pelo discurso do então Presidente Epitácio Pessoa, no Rio de Janeiro, já evidencia que a atuação das primeiras emissoras brasileiras de rádio do país ocorreu em um contexto que tangenciava o conceito de Serviço Público, por elas estarem atreladas ao suporte dos poderes públicos e terem, já em sua origem, a missão primaz de educar, informar e promover cultura.

Apesar disso, esse propósito público presente na raiz das rádios pioneiras no Brasil, como a Radio Sociedade de Roquette-Pinto, por exemplo, foi logo sucumbido por visões comerciais, como analisa Garcez (2012, p. 14): “e foi assim que o rádio foi se formando no Brasil. Público, mesmo que inconscientemente para alguns, porém privado pela apropriação que dele faziam os que o viam como instrumento de lucro e alavancador de prestígios pessoais.”

De toda forma, essa fase de surgimento oficial da radiodifusão no Brasil é marcada, portanto, pela atuação entrecruzada de emissoras culturais, educativas, universitárias ou estatais (ZUCULOTO, 2012), cujos esforços de atuação naquela época



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

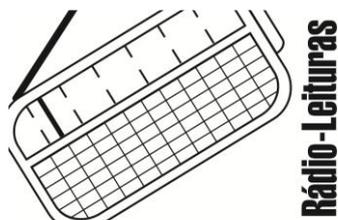
se davam (e ainda se dão) na busca de certa independência no que se refere à diversidade da programação e no fomento à pluralidade de vozes em suas programações. É justamente o caráter específico da qualidade e características da programação dessas primeiras emissoras que mobilizam uma recorrente, porém limitada, compreensão destas como públicas.

Dessa forma, é preciso ressaltar que para que uma emissora seja considerada, de fato, pública, outros aspectos precisam ser levados em conta, como o modelo de sua gestão e suas fontes de financiamento, não sendo, portanto, bastante para isso o fato de elas estarem legalmente fora da rubrica comercial.

A estrutura de financiamento, advinda exclusivamente de recursos estatais, por exemplo, ainda não garante como deveria, a autonomia editorial dessas emissoras. A ainda perceptível vinculação e/ou dependência que estas emissoras geralmente possuem como governos tem levado a Radiodifusão Pública, portanto, a uma determinada perda de credibilidade junto à sociedade, conforme aqui já apontado. E mesmo os investimentos estatais, por serem muitas vezes insuficientes, levam o serviço de radiodifusão pública do país, além da dependência financeira, a um notável sucateamento e/ou desatualização das suas emissoras frente às mutações tecnológicas.

O modelo de gestão das emissoras de radiodifusão pública do Brasil também sofre as consequências da dependência/vínculo com o(s) governo(s). Esse modelo é, muitas vezes, do tipo não profissional, sendo os principais cargos ocupados por indicações políticas partidárias. Até mesmo a contratação de outros profissionais técnicos especializados é uma questão a ser amadurecida pelo serviço de radiodifusão pública brasileiro, ao lado de outras questões importantes como a transparência de seus processos de gestão e a imprescindível e ativa participação social.

Ao pontuar tais aspectos torna-se igualmente importante endossar que a origem do serviço de Radiodifusão Pública remete, sobretudo, a um conceito maior que é o de Comunicação Pública: um “processo comunicativo que se instaura entre Estado, o Governo e a Sociedade com o objetivo de informar para a construção da



cidadania” (BRANDÃO, 2012, p. 09); “um instrumento de interesse coletivo para o fortalecimento da cidadania” (DUARTE, 2012, p. 60); “a Comunicação Pública envolve também a resposta do cidadão a iniciativas no fluxo das relações comunicativas entre o Estado e a sociedade.” (MATOS, 2012, p. 48).

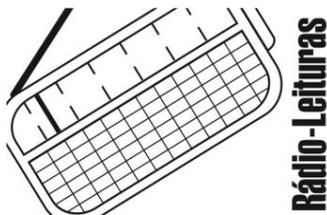
Ressalte-se ainda que, especificamente para a radiodifusão pública, há diretrizes paradigmáticas expressas em um documento elaborado pela Unesco (2001), o qual se discutirá a seguir por se constituir como um importante dispositivo para compreensão de tal esfera da Comunicação.

5 Radiodifusão Pública sob o prisma da UNESCO

Entre as principais diretrizes já pensadas para a Radiodifusão Pública em âmbito internacional, encontram-se os princípios, a missão e mandato estabelecidos pela UNESCO (2001), no documento *Public Broadcasting - Why? How?*.

Tais *princípios* referem-se à universalidade, diversidade, independência e diferenciação. Quanto ao *mandato*, este mesmo documento prevê que tal serviço possui o mandato triplo de forma, informar e entreter e, como *missão*, permitir que os cidadãos sejam informados sobre uma variedade de assuntos para adquirir novos conhecimentos, sempre no âmbito da programação interessante e atraente.

Em relação aos referidos princípios, esses ainda que atuais, devem, por recomendação da própria Unesco, ser reinterpretados constantemente “em um mundo caracterizado pela fragmentação da mídia” (UNESCO, 2001, p. 11). São eles: a) *Universalidade*, que diz respeito à igualdade e à democracia, na medida em que enfatiza a necessidade da radiodifusão pública ser acessível e voltada para todos; b) *Diversidade*, que complementa a ideia de universalidade ao indicar a relevância que há em se oferecer diferentes possibilidades em termos de gêneros de programas, público-alvo e temas discutidos. c) *Independência*, cujo objetivo central é fazer circular ideias, opiniões e críticas em um fórum que seja livre de interesses particulares, pressões comerciais e/ou influências políticas; d) *Diferenciação*, que aponta para a necessidade



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

de se ofertar uma programação que se caracterize não apenas por produzir conteúdos menos abordados/transmitidos na mídia comercial, mas sim por criar e produzir conteúdos plurais, sem negligenciar nenhum gênero.

A Unesco também fomentou outros estudos para a esfera da radiodifusão pública, dentre os quais, pela contribuição que oferecem ao referido campo, destaca-se, no âmbito desta pesquisa: *Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – Uma avaliação contemporânea*, de autoria de Eugênio Bucci, Marco Chiaretti e Ana Maria Fiorini (2012); e *Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado*, de autoria de Toby Mendel (2011).

Bucci, Chiaretti e Fiorini, em sua contribuição, ressaltam, por exemplo, características basilares para a o âmbito das emissoras de radiodifusão pública:

(1) independência cultural e financeira; (2) autonomia dos órgãos de governança; (3) pluralidade; diversidade e imparcialidade da programação; (4) claro mandato de serviço público, estabelecido em documentos legais pertinentes; (5) prestação de contas (*accountability*) junto ao público e junto aos órgãos reguladores independentes. (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI 2012, p. 10).

Enfatizando a segunda característica apontada pelo referidos autores, relacionada à autonomia dos órgãos de governança, compreende-se que se trata, sobretudo, do papel dos Conselhos Curadores – órgãos de natureza consultiva e deliberativa –, formado por representantes da sociedade e de diversas instituições, como as universidades, por exemplo. Esses conselhos são de fundamental importância para o serviço de radiodifusão pública, são eles que devem, mais de perto, zelar ativamente pela garantia dos princípios, mandato e missão de tal atividade comunicacional. A atuação destes de maneira independente, ou seja, sem submissão ao poder público, é um largo passo para concretização de um serviço público de radiodifusão forte e de credibilidade.

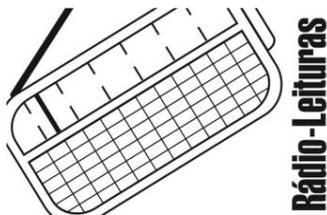
Mas outro aspecto precisa ser ressaltado para que o Serviço de Radiodifusão Pública seja atuante de maneira eficiente e eficaz, bem como efetivamente acessado e

reverberado pela sociedade na contemporaneidade: a sua inserção no cenário das novas tecnologias. A notada ausência do referido serviço nesse ambiente, cujo motivo pode ser explicado pela hipótese aqui abordada em relação às suas próprias condições de origem é, na visão deste estudo, um retrocesso que precisa ser superado.

Sobre isso, em seus estudos, Mendel (2011), além de questões jurídicas e regulatórias, aborda aspectos da relação da radiodifusão pública com as novas tecnologias. Segundo o referido estudo realizado em um *locus* composto por oito países – Austrália, Canadá, França, Japão, Polônia, África do Sul, Tailândia e Reino Unido:

As novas tecnologias estão alterando fundamentalmente a maneira como todos os tipos de emissoras operam, *incluindo as emissoras públicas. Isso vai muito além da questão de mudar o modo de distribuição da radiodifusão e está produzindo profundas mudanças no nível do conteúdo da radiodifusão.* Por exemplo, as mudanças tecnológicas têm facilitado proliferação massiva do número de canais atualmente disponíveis a muitas pessoas, tanto fragmentando a audiência quanto permitindo muitos canais e programas sob medida. Além disso, *a internet possibilita que as emissoras se engajem em um leque muito mais amplo de atividades de informação, algumas delas podendo estar fora das definições tradicionais de transmissão (incluindo a hospedagem de internet para conteúdos gerados pelos usuários que não tenham sequer sido produzidos pela emissora em questão). Essas mudanças geram questões interessantes sobre o papel e os rumos da radiodifusão pública.* (Grifos nossos). (MENDEL, 2011, p. 19).

A referida ponderação de Mendel evidencia uma afirmação importante defendida por este estudo: é necessária a inserção de um quarto princípio conceitual no atual mandato da Radiodifusão Pública, ou seja, além de informar, formar e entreter, urge a necessidade de reverberar, os conteúdos produzidos nesse âmbito da Comunicação, ou seja, de fomentar a sua circulação e, para tanto, é preciso considerar o cidadão que compõe a audiência em muito mais do que mero receptor de conteúdos produzidos e distribuídos em massa.



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

Não se trata, portanto, de simplesmente transmitir/distribuir conteúdo universalizado, diversificado, independente e plural num movimento trivial. É preciso ir além, oferecendo possibilidades para que o cidadão possa, em rede, “moldar, compartilhar, reconfigurar e remixar” tais conteúdos. (Cf. JENKINS; GREEN; FORD, 2014). Essa, sem dúvidas, já é uma evidencia já bastante discutida no âmbito norte-americano e, fortemente, na Europa, onde, há no mínimo duas décadas, já se reflete sobre a “era pós-broadcasting” – um conceito que ainda precisa ser melhor compreendido no contexto brasileiro da comunicação de pública, exercício ao qual a próxima sessão se dedica.

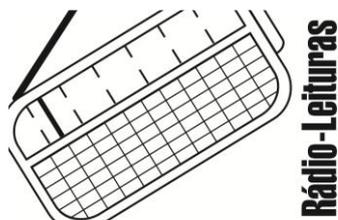
6 Sobre os desafios contemporâneos

No hodierno cenário midiático, marcado pela influência das novas tecnologias da informação e da comunicação, o conceito e as práticas/estratégias de convergência tornam-se questões-chave para compreensão dos desafios que se apresentam aos diferentes modelos de serviço de radiodifusão do mundo.

Nesse sentido, referindo-se às influências das constantes mutações tecnológicas, a esse conceito complexo, dinâmico e multidimensional que é a convergência e, principalmente, à necessária reconfiguração dos serviços de radiodifusão neste contexto surgem, na década de 1990, sobretudo na Europa, estudos sobre a chamada “*post-broadcasting age*”: a era pós-radiodifusão.

Trata-se de um conceito que problematiza a necessidade de mudanças substanciais tanto para o âmbito das emissoras do serviço público de radiodifusão quanto para a lógica das empresas de radiodifusão de caráter privado-comercial.

Os estudos sobre a era *pós-broadcasting*, em síntese, sinalizaram, primeiramente para a Europa, a necessidade de uma mudança do modelo *PBS – Public Service Broadcasting* (Serviço Público de Radiodifusão), para o modelo *PSM – Public Service Media* (Serviço Público de Mídia) o qual busca, em sintonia como a lógica da convergência, superar os entraves técnicos da radiodifusão, ampliando-a para o



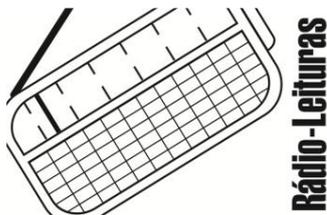
ambiente digital, fazendo-a se expandir e reverberar junto à sociedade, com a fundamental participação desta em seus processos. Eis o desafio da realidade brasileira.

Fundamentando a necessária compreensão sobre a lógica pós-rádiodifusão, podem-se citar diferentes pesquisas realizadas em âmbito europeu, por exemplo: no livro *The Post-Broadcasting Age – New Technologies, New Communities*, organizado por Nod Miller e Rod Allen (1996); na obra *Reinventing Public Service Communication – European Broadcasters and Beyond*, organizada por Petros Iosifidis (2010) e, mais recentemente, em *Os media de serviço público*, de Sílvio Correia Santos (2013), bem como em trabalhos como *Reinventing Public Service Broadcasting in Europe: Prospects, Promises, and Problems*, de Johannes Bardoel e Leen D'Haenens (2013); e *Rumo à renovação do serviço público midiático*, de Gaëtan Tremblay (2014).

Pensar contextualmente o *post-broadcasting* no Brasil ainda é, de fato, uma questão desafiadora, pois a noção de serviço de rádiodifusão pública no país, conforme se pontuou ao longo deste trabalho, principalmente pelos mencionados aspectos das suas condições de origem, ainda segue distante das potencialidades da convergência, fenômeno que se mostra como potencial reconfigurador do cenário aqui elucidado, mas que precisa ser criteriosamente abordado em suas múltiplas dimensões – social, cultural, política, econômica etc. –, tarefa que motiva a continuidade deste estudo.

7 Considerações em andamento

Ao se desenvolver o presente estudo trilhando reflexões sobre determinadas condições de origem do Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil e as influências destas para o atual momento que vive essa esfera da comunicação, percebeu-se que este é um exercício que, apoiado por um olhar crítico, é revelador e, portanto, imprescindível para compreensão do cenário e dos desafios contemporâneos que se apresentam à referida atividade no país.



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

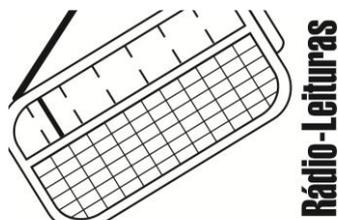
Nesse sentido, acredita-se também que a busca pelo conhecimento de outras experiências de radiodifusão pública no mundo é uma relevante oportunidade de trazer luz à experiência brasileira. Nessa direção, defende-se que o modelo de atuação do Estado a partir da lógica da radiodifusão como um serviço público apresenta-se, contextualmente, como propícia para o Brasil, muito embora tal modelo precise ser melhor compreendido no país no que se refere aos aspectos da gestão democrática, participativa, do financiamento justo e transparente, da programação atraente, ética, plural, da responsabilidade editorial autônoma e da ativa participação social.

Ou seja, o presente estudo entende que é preciso aprofundar a compreensão sobre tais aspectos, de modo a perceber a importância dos mesmos para a necessária reconfiguração da radiodifusão pública brasileira perante as constantes mutações das tecnologias da informação e da comunicação e, de modo particular, para a adaptação e integração das suas emissoras públicas, em especial as de rádio, ao cenário da convergência.

É justamente para tanto que também se percebe a importância e se argumenta a necessidade de se promoverem esforços para o cumprimento dos aspectos norteadores – missão, princípio e mandato – para Radiodifusão Pública presentes nos mencionados documentos elaborados no âmbito e/ou com o fomento da Unesco.

Enfim, as ponderações aqui elucidadas, sobretudo aquelas relacionadas à era *post-broadcasting*, cuja compreensão ainda é um grande desafio no cenário brasileiro, são, de certo modo, preliminares, mas, relevantes para um debate específico que se deseja seguir aprofundando a respeito do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro frente às mutações das tecnologias da comunicação e da informação, especificamente, sobre os limites, desafios e perspectivas para adaptação e integração das suas emissoras no ambiente da convergência. Trata-se, portanto, de um dos primeiros passos de uma investigação complexa, permeada de questões instigantes.

Referências



ANATEL. **Serviços de Radiodifusão.** 2007. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalPaginaEspecial.do?acao=&codItemCanal=1218>>. Acesso em: 11 de nov. 2015.

ANATEL. Radiodifusão. s/d. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNivelDois.do?codItemCanal=677>>. Acesso em 11 nov. 2015.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília: Senado Federal, 1988.

_____. **Emenda Constitucional nº 8, de 15 de agosto de 1995.** Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 15 de agosto de 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc08.htm>. Acesso em 15 nov. 2015.

_____. **Lei nº 11.652, de 7 de abril 2008.** Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 7 de abril de 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm>. Acesso em 15 nov. 2015

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2012.

BUCCI, E.; CHIARETTI, M; FIORINI, A. M. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – Uma avaliação contemporânea.** Brasília: Representação no Brasil da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2012.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. DUARTE, Jorge. (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2012.

ESCH, Carlos Eduardo; BIANCO, Nelia Rodrigues Del; MOREIRA, Sônia Virgínia. **Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina.** Revista FSA (Faculdade Santo Agostinho), v. 10, p. 67-86, 2013.

FRANÇOIS, William E. **Mass Media Law and Regulation.** Iowa (EUA): Iowa State University Press, 1990.

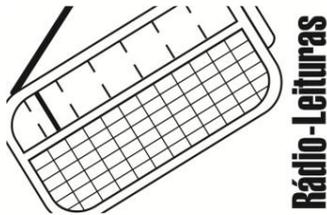
GARCEZ, José Roberto. Contribuição para refletir sobre um “modelo brasileiro” de rádio pública. In: ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de Rádios Públicas Brasileira.** Florianópolis: Insular, 2012.

GROTTI, Dinorá A. M. **Serviço Público e a Constituição Brasileira.** São Paulo: Malheiros, 2003.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

LEGENDRE, Renald. **Dictinnaire actuel de l'éducation.** Montreal: Guér, 1993.

MATOS, Heloíza. Comunicação pública, esfera pública e capital social. DUARTE, Jorge. (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2012.



Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas

Elton Bruno Barbosa Pinheiro

MENDEL, Toby. **Serviço público de radiodifusão**: um estudo de direito comparado / Toby Mendel. Brasília: UNESCO, 2011.

NPR. **Home**. Disponível em: < <http://www.npr.org/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. **Sistema público de comunicação no Brasil**: as conquistas e os desafios. Brasília, 2009.

PBS. **Home**. Disponível em: <<http://www.pbs.org/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. Pensar a Comunicação Pública Latino-Americana no Contexto da “Cultura da Conexão”: Possibilidades e Desafios. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 4 a 7 de setembro de 2015, [E] Recurso eletrônico: Comunicação e Cidade do Espetáculo. São Paulo: Intercom, 2015

_____. Opções e inquietudes metodológicas na pesquisa sobre estratégias transmidiáticas para a comunicação radiofônica pública no Brasil. In: FREITAS, Angélica Fonsêca de; GERALDES, Elen Cristina; NEGRINI, Vanessa. (Coords.). **Em busca da consciência metodológica**: limites e possibilidades da pesquisa em comunicação. Brasília: Editora Baraúna, 2015.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RAMOS, Murilo César. **Reestruturação do sistema e controle público**. 2008. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/search/?q=Reestrutura%C3%A7%C3%A3o+do+sistema>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

SANTOS, Suzy; SILVEIRA, Érico da. Serviço Público e Interesse Público nas Comunicações. In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy. **Políticas de Comunicação**. Buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

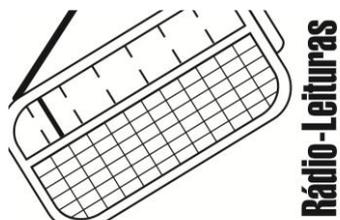
SILVA, Sivaldo Pereira da. Políticas de Comunicação e Internet. O que significa universalização? **Aula Ministrada no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília**, em 05 nov. 2015.

_____. Sistema Público de Comunicação dos Estados Unidos. In: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**: experiência de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervozes, 2009.

VALENTE, Jonas. Sistema Público de Comunicação do Reino Unido. In: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**: experiência de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervozes, 2009.

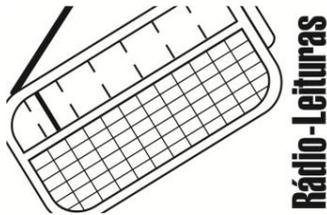
UNESCO. **Public Broadcasting: Why? How?** Unesco: 2001. Disponível em: < <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058Eo.pdf> >. Acesso em: 05 mai 2015.

WIMMER, Miriam; PIERANTI, Octavio Penna. Serviços públicos de radiodifusão? Incoerências, insuficiências e contradições na regulamentação infraconstitucional. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. Vol. XI, n. 1, enero – abril / 2009.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de Rádios Públicas Brasileira.**
Florianópolis: Insular, 2012.



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisconi Götz

Como citar este artigo: GÖTZ, Ciro Augusto Francisconi. Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 60-85, jan./jun. 2015.

Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisconi Götz¹

Recebido em: 11 de abril de 2016.
Aprovado em: 25 de junho de 2016.

Resumo

De 1931 a 2015, a linguagem da narração de futebol no rádio se desenvolveu tanto quanto a tecnologia empregada para permitir que a emoção do esporte mais popular do país se tornasse um patrimônio cultural brasileiro. Mas apesar disso, muitos tipos de discursos persuasivos ainda são comumente utilizados e irradiados pelos narradores. Este estudo apresenta uma proposta de Análise Retórica, baseada em Daniel Castillo e Luciano Klöckner, que pode ser empregada para pensar, avaliar e discutir a narração do passado, em relação ao presente e ao futuro da função.

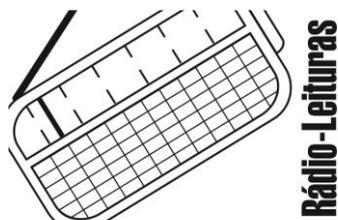
Palavras-Chave: Comunicação; Retórica; Narração de Futebol no Rádio.

Abstract

From 1931 to 2015, the language of football narration on the radio was developed as was the technology used that would turn the emotion of the most popular sport in the country to become a brazilian cultural heritage. But despite this, many kinds of persuasive speeches are still commonly used and irradiated by narrators. This study proposes a Rhetorical Analysis, based on Daniel Castillo and Luciano Klöckner, which can be used to think, evaluate and discuss the narration of the past, regarding the present and the future of the task.

Keywords: Communication; Rhetoric; Football Narration in Radio.

¹ Ciro Götz é Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e Bacharel em Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS



Resumen

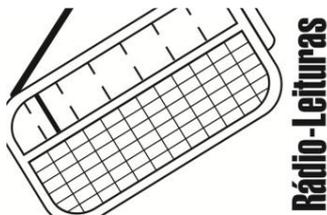
De 1931 a 2015, el lenguaje del relato de fútbol en la radio fue desarrollado, así como la tecnología, para permitir que la emoción del deporte más popular del país se convirtiera en un patrimonio cultural brasileño. Pero a pesar de esto, muchos tipos de discursos persuasivos todavía se utilizan comúnmente y son irradiados por los narradores. Este estudio propone un análisis retórico, basado en Daniel Castillo y Luciano Klöckner, que puede ser utilizado para pensar, evaluar y discutir el pasado de la narración en relación al presente y al futuro de la función.

Palabras-Clave: Comunicación, Retórica, Narración de fútbol en Radio.

1 Introdução

Existem diversas definições para o que significa ser um narrador, ou, como esse profissional deve atuar. Conforme Cyro César (2009), um locutor completo é aquele que não apenas descreve o acontecimento, mas que consegue, ao mesmo tempo, informar, comentar e transmitir emoções aos ouvintes. O narrador, segundo o autor, deve possuir amplos conhecimentos de outros esportes tais como a fórmula 1, basquete ou vôlei, por exemplo. Espetáculo é o termo utilizado por Edileuza Soares (1994) em sua definição de locução. Segundo a autora, em muitos casos, a narração superaria até mesmo a “realidade de mundo”.

As exigências aos narradores de futebol, objetos de estudo deste trabalho, são praticamente as mesmas para os locutores de outras modalidades esportivas, como os autores pesquisados explicam. A diferença está, justamente, nas regras de cada prática esportiva. Luiz Artur Ferraretto (2014), por sua vez, diz que a narrativa esportiva encara o futebol como uma celebração, uma festividade, aos moldes do sentimento dos torcedores. Ferraretto se refere à questão da emoção que, de acordo com Carlos



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisconi Götz

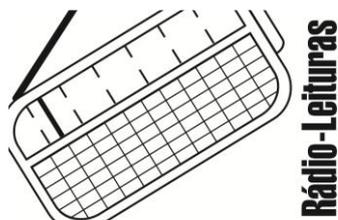
Fernando Schinner (2004, p. 80), “é o combustível mais importante do ser humano, pois funciona como gatilho de todos os sentimentos”.

Através da oralidade, o narrador descreve sua emoção. Mas há diferentes formas de transmitir um discurso. Daniel Prietto Castillo (1989, p. 5), em relação ao rádio, manifestou a hipótese: “o meio imita a gente, e não o inverso”. Será que a hipótese vale para os narradores de futebol? É com o aporte de Castillo e Luciano Klöckner (2011) que este estudo aplicará a Análise Retórica para pensar a locução. Desde Aristóteles, a retórica vem sendo utilizada para compreender a persuasão no discurso.

O presente artigo baseia-se cientificamente em um amplo trabalho de investigação histórica sobre a narração de futebol no rádio de Porto Alegre, de autoria deste proponente. Na pesquisa, a linha do tempo foi organizada em três períodos: Desbravador (1931 a 1958), Paradigmático (1958 a 1984) e Contemporâneo (1984 a 2015). Da dissertação intitulada “Narradores de Futebol, dos desbravadores aos contemporâneos: estilo e técnica da locução no rádio porto-alegrense (de 1931 a 2015)”, foram escolhidos 2 locutores, Mendes Ribeiro e Angelo Afonso, dos períodos Paradigmático e Contemporâneo, respectivamente, que foram analisados sob o viés teórico de Castillo e Klöckner.

Sobre a pesquisa dissertativa, buscou-se compreender o passado para entender o presente e projetar reflexões sobre o futuro da narração. Objetivou-se analisar quais fatores influenciaram na evolução da locução. Se procurou descrever a evolução do estilo e da técnica desses profissionais, com o apoio dos autores Carlos Schinner (2004) e Cyro César (2009), e da “capacidade retórica” de narradores, conforme Luciano Klöckner (2011) e Daniel Prietto Castillo (1989;1994). Conclui-se que não existe em Porto Alegre uma escola de narração definida. Esta, na verdade, apresenta uma série de ramificações, com estilos dos mais conservadores aos mais liberais na forma de se narrar futebol.

No caso da Análise Retórica (AR), propriamente dita, compreende-se que os estudos de Klöckner e Castillo utilizados no exemplo do rádio porto-alegrense, podem



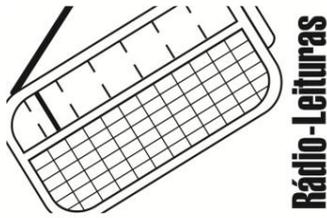
ser, sem dúvidas, empregados em diferentes âmbitos do rádio esportivo brasileiro e mundial.

Dois autores fundamentais, portanto, norteiam este artigo: Luciano Klöckner (2011) e Daniel Prietto Castillo (1989;1994). Na primeira parte, serão apresentados os critérios de AR desenvolvidos pelos teóricos. Na segunda etapa, de fato, será demonstrada a aplicação da Análise Retórica do discurso de cada um dos profissionais apreciados. São exemplificados e avaliados os confrontos narrados por Mendes Ribeiro (Brasil 5 x 2 França, de 1958) e Angelo Afonso (Atlético-MG 2 x 1 Internacional, de 2015).

Este estudo, de cunho metodológico, pretende testar, discutir e refletir sobre a aplicação da Análise Retórica na narração de futebol radiofônica. Quer-se, desta forma, observar, através de comparação da oralidade, quais estratégias retóricas identificadas no discurso de Mendes Ribeiro, em 1958, se repetem ou estão presentes na locução de Angelo Afonso, em 2015. A justificativa para a escolha de Mendes Ribeiro apoia-se no pioneirismo do locutor, que narrou, da Suécia, a conquista da primeira Copa do Mundo para o Brasil. Afonso, por sua vez, foi eleito pelo fato de ser um dos mais jovens profissionais atuantes no mercado da narração gaúcha, no caso, a Rádio Grenal, de Porto Alegre. Para fins de análise retórica, dispares, os jogos referidos possuem apenas uma função de contextualização histórica. A conclusão deste estudo pretende provocar debates sobre a aplicabilidade da retórica no estudo da locução de futebol no rádio.

2 Daniel Castillo: Retórica e manipulação massiva

Na obra *La Expression Verbal en la Radio*, Castillo explica (1989, p. 6) que é essencial “chamar atenção sobre velhos e novos recursos expressivos que o rádio não pode prescindir”. A expressão verbal está relacionada à capacidade do orador de organizar um discurso, organizar sentenças, enfatizar temáticas e dirigir-se ao público. Sobre a narratividade, o autor acrescenta, que está ligada à habilidade de formar e



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisoni Götz

tornar um discurso atrativo. E para funcionar, o discurso necessita apresentar aspectos cotidianos, que tenham relação direta com o público receptor².

Daniel Castillo afirma:

O orador precisa se expressar bem porque quer algo do público. O orador busca conquistar o público em relação a um determinado tema. Busca persuadi-lo com relação a algo. Assim, podemos ampliar um pouco nossa primeira definição: a retórica é a arte de expressar-se bem para persuadir a um público (CASTILLO, 1994, p. 21).

De acordo com o autor, o sentido de uma narrativa possui uma intenção imediata, porém, as mensagens permitem o uso de outras terminologias que podem chegar ao mesmo sentido inicial. Esse é um recurso muito próprio da retórica. Pode-se, por exemplo, iniciar uma sentença através de uma colocação em âmbito universal, para que se chegue a uma individualização. Principalmente no Jornalismo, existe um compromisso básico da informação. Porém, como afirma Castillo, nem sempre a informação está em primeiro lugar. Em alguns momentos nem acontece. No caso das imagens, por exemplo, a retórica de forma alguma objetiva algum sentido. Sempre existe uma relação narrativa de representatividade, de algo que ser dito em relação a outro fato. Geralmente, o que se pretende através da retórica é, simplesmente, influenciar. Dessa maneira, Castillo afirma que o comunicador é um influenciador por natureza. É importante enfatizar, mesmo que o comunicador não tenha a intenção de persuadir, de alguma forma pode estar criando algum tipo de poder de convencimento. O público ouvinte de futebol no rádio geralmente tem suas predileções por emissoras, por narradores, enfim, por profissionais responsáveis pela transmissão de jogos.

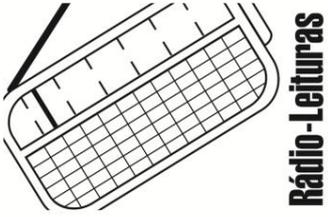
² As observações formuladas por Castillo (1989) são baseadas, conforme o autor explica, nas teorias de três autores por ele utilizados: o texto de Rudolf Arnheim (1936), *Estética Radiofônica*, de Miquel de Moragas (1976), *Semiótica e Comunicação de Massas*, e o trabalho de Rosa María Alfaro dedicado às distintas audiências de Lima (capital do Peru).

Conforme Castillo, o público, ao longo do tempo, vai se acostumando com certos formatos, porém segue fiel, pois a capacidade retórica dos locutores lhes proporciona, emotivamente, expectativas de acontecimentos que virão a seguir. E aí está o poder do locutor, de continuar mantendo a atenção desses ouvintes, mesmo que a transmissão seja a mais repetitiva possível. É produzida uma forte estrutura narrativa com características padronizadas, onde são os pequenos detalhes bem explorados que poderão fazer toda a diferença numa transmissão. Existe sim o objetivo de informar, mas nada disso sem enfatizar um laço emotivo com os ouvintes. Basicamente, a principal expectativa em torno de uma jornada de futebol pelo rádio centra-se na espera pelo gol. Mas em uma transmissão há muito mais do que simplesmente contar que um gol aconteceu.

Segundo Daniel Castillo, a retórica possibilita ainda o que podemos chamar de teatralização, isto é, o desenvolvimento de personagens. Esses personagens, dependendo do enfoque da mensagem, poderão apresentar variados papéis. Levando em conta essa possibilidade retórica para a transmissão de futebol no rádio, é, de fato, uso frequente dos narradores a criação de figuras de apelo. E conforme Castillo, os atos definem os personagens. Pode ser o “juiz ladrão”, o “artilheiro herói”, o “goleiro frangueiro”, enfim, termos carregados de adjetivos que possuem uma intenção, construir personagens. Os papéis são amplos e os personagens podem encarar diversos papéis e promover muitas ações. Os personagens podem ser utilizados como modelos, como o autor explica:

E quando o mencionado herói tem uma função ideológico-persuasiva, quando aparece como um modelo de um sistema de vida, tal vitória é uma maneira de fazer vitoriosa aquela ideologia e aquele sistema. Pelo mesmo, a derrota qualifica o antagonista, o define, o apresenta ante o perceptivo de uma determinada forma (CASTILLO, 1994, p. 61).

Para a análise sob o ponto de vista retórico, Daniel Castillo (1989, p. 21 – 35) apresenta uma série de recursos expressivos, de forma a compreender as relações entre rádio e ouvintes. O autor afirma que o uso da retórica na comunicação serve



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisconi Götz

para programar ou elaborar uma mensagem que seja efetiva para persuadir um certo público. A retórica é um ato de interesse. Porém, frisa o autor, que nem sempre a persuasão é organizada através de uma atitude retórica. Castillo propõe que se reflita sobre a retórica de uma forma mais ampla, no sentido de se pensar com uma posição crítica. Diz ele que em sua obra não interessa o especialista, mas “o homem do cotidiano, o que fala do falado, o que diz do dito, o que sabe do sabido” (CASTILLO, 1994, p. 106). A forma como o orador irá expressá-los que chamará ou não a atenção dos ouvintes. Pode-se dizer que, no caso do futebol no rádio, se não houver uma maneira diferente de se chamar a atenção da recepção, não haverá adesão. Existe uma grande dificuldade para isso, principalmente em função do imprevisto, tão necessário para as transmissões de rádio.

Castillo define o significado de retórica:

[...] a palavra retórica vem de rétor que significa orador, e sabemos também que uma tradução generalizada daquela que é “a arte da oratória”, a arte de se expressar corretamente em público (CASTILLO, 1994, p. 21).

2.1 Recursos Expressivos

1 – Universalização: Conforme explica Castillho, a universalização generaliza e classifica grupos, por exemplo, por sexo, profissão, por localidades, por paixões clubísticas, pela música, entre outros. Busca essa classificação abrigar o maior número de indivíduos possíveis a um só grupo identificado. Em uma jornada esportiva, esse critério é simples de ser observado, no momento que uma transmissão é destinada à torcida do Grêmio ou do Internacional, por exemplo. Muitos narradores de futebol utilizam em suas transmissões o recurso metafórico “metade do Rio Grande”, com a intenção de manter imparcialidade diante da rivalidade entre colorados e gremistas. A imparcialidade, como exemplificou esse caso, é fundamental nesse critério de universalização, pois, conforme Castillo, a generalização pode ser perigosa, caso apareça com muita frequência ao discriminar alguns grupos em relações a outros.

2 – Via de exemplo: Castillo (1989, p. 22) diferencia esse critério do primeiro no sentido de que, se na universalização procede-se de forma dedutiva, a via de exemplo funciona de forma indutiva, isto é, através de exemplos de vida individuais que, dependendo do enfoque, podem generalizar todo um grupo. Um exemplo seria afirmar: “um jogador de futebol fatura muito dinheiro”. Portanto, “os jogadores de futebol devem atuar sempre em alto nível, pois ganham para tanto”. Essa hipótese estaria generalizando toda uma categoria, em função de exemplos pontuais, sem considerar as variadas implicações dessa categoria de trabalho. Castillo explica que exemplos como esse acontecem, pois há uma forte tendência em se generalizar pontualmente. Outras características da via de exemplo estão relacionadas a supervalorizar personagens ou representatividades. Afirmativa bastante comum durante o período de eleições é política: “seu voto é tão importante que vale por todos”.

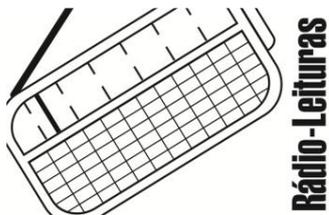
3 – Tópicos: São as frases feitas, como classifica Castillo (1989, p. 23), ou frases prontas que circulam constantemente. São os chamados lugares comuns observados tanto socialmente, como midiaticamente. Os ditados populares são exemplos do que o autor chama de tópicos: “Deus ajuda quem cedo madruga”. (CASTILLO, 1989, p. 23).

4 – A Redundância: Castillo afirma que a redundância tem dois lados. Primeiro que implicaria na desqualificação da quantidade de informação. Por outro, é bastante útil para uma compreensão de mensagem, conforme o formato, a intenção, a emissão e a recepção. No rádio a redundância, explica, é constante. No caso do futebol, objeto deste estudo, é amplamente comum.

5 – Personalização: É a forma como o orador se dirige aos ouvintes, em particular. Em uma transmissão futebolística pelo rádio, os narradores transmitem em função de públicos específicos, conforme a maneira como se expressam.

6 – Despersonalização: É uma fórmula de expressão no rádio sem um sujeito destinatário específico, mas universal. É um discurso justificado para todos.

7 – Inclusão: Castillo explica que são as formas como o locutor se envolve em uma ação coletiva ou individual, identificando-se com algum grupo. Na narração de



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisoni Götz

futebol de Porto Alegre, como será ampliado na sequência deste estudo, não há, a exemplo de São Paulo e Belo Horizonte, uma preferência declarada por algum clube. Porém, durante as transmissões, os locutores procuram integrar-se aos ouvintes na questão que envolve todo um sentimento de necessidade da vitória. Também é critério de inclusão identificar-se com a empresa onde se atua profissionalmente, por exemplo, “somos todos membros dessa grande família radialística”. (CASTILLO, 1989, p. 25.)

8 – A Pergunta: Útil e ampla no rádio, serve para estabelecer um diálogo que não necessite, especificamente, de uma resposta. Geralmente os locutores utilizam esse recurso para fortalecer um laço e conquistar a fidelidade dos ouvintes.

9 – Amplificação: Nas transmissões de futebol, a amplificação é muito comum, principalmente em forma de metáforas. Serve para enfatizar as ações de personagens, fatos ou situações. Exemplos: “Este atacante está voando em campo. O travessão está balançando até agora. A bola entrou como um foguete”.

10 – Atenuação: É um mecanismo que também justifica ações, porém, suavizando um ato. No futebol pelo rádio um exemplo poderia ser: “o zagueiro atuou muito seguro na partida passada, mas ainda não passa confiança para a torcida”.

11 – Divisão: Com a divisão, segundo explica Castillo, o locutor tem a possibilidade de ampliar o que seria dito em poucas palavras. Serve para sustentar a atenção dos ouvintes. É o que acontece no futebol. Como se trata de um formato descritivo, a narração de futebol precisa ser ampliada para que não haja espaços. A narração, como explicada por Schinner (2004), precisa desenhar na mente dos ouvintes todo um panorama de jogo. E para que isso aconteça, o narrador precisa ter a capacidade e conhecimentos apurados para ampliar o que seria simplesmente óbvio.

12 – Acumulação de Palavras: Este critério é, na verdade, uma ampliação da divisão. Consiste em acumular substantivos, adjetivos, qualificações verbais, enfim, para enriquecer sentenças. Na narração de futebol um exemplo pode ser a descrição de um gol. Ao invés de apenas informar que um gol aconteceu, o narrador pode ampliar uma sequência de acontecimentos que fizeram com que o gol acontecesse.

13 – Figuras Retóricas: Segundo Daniel Castillo (1989, p. 28), as figuras retóricas são recursos utilizados para realçar e “dar coloridos” ao que será dito. O autor divide as figuras retóricas em oito tipos:

a) Figura de comparação: Figura de fácil compreensão que serve para dar maior realce a um sujeito. Exemplo de uma transmissão seria dizer: “o goleiro é uma parede”.

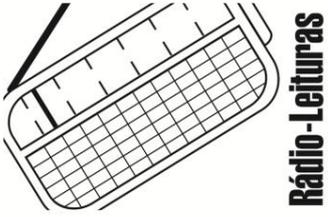
b) A Metáfora: Uma das formas mais empregadas para enfatizar e expressar-se de forma singular, poética e criativa. O mesmo exemplo anterior sobre o goleiro que parece uma parede pode ser explicado da seguinte forma: A metáfora parede significa que o goleiro é habilidoso e possui muitos reflexos para defender seu time de gols adversários. A metáfora estabelece reconhecimentos, familiaridade, curiosidade, chama a atenção.

c) A Sinédoque: Significa aludir ao todo, mediante a menção de uma parte. É muito comum no rádio. Pode-se dizer em uma transmissão: “os rostos felizes dos torcedores”. Ou também outro exemplo comum em transmissões esportivas: “o meia cobrou a falta e a bola passou raspando a trave esquerda. A torcida tirou essa com os olhos...”.

d) A Hipérbole: Linguagem coloquial onde há uma orientação ao exagero. Um dos termos mais comuns no rádio para exemplificar a hipérbole: “a rádio de maior audiência do Rio Grande do Sul...”.

e) A Antítese: A antítese é o confronto de personagens, situações, fatos, qualidades ou objetos. Exemplos de uso: Deus x Diabo, bem e mal, tristeza e felicidade, o time da casa e o adversário, Argentina x Brasil, Grêmio x Inter. Possui caráter de “rivalidade” e o conceito de qualidade é subjetivo.

f) Antonomasia: É a substituição de um nome próprio por um comum. É o apelido, atributo comum para referir-se a alguém. Serve, geralmente, para generalizar a qualidade ou defeito de alguma pessoa. Segundo Castillo (1989, p. 31), também pode ser utilizado como forma de relação de afeto, admiração, contrariedade. Exemplos são



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisoni Götz

diversos. No futebol são muito comuns os apelidos, por exemplo: o “baixinho” Romário, Gérson, o “Canhotinha de Ouro”...

g) A Gradação: Acontece, geralmente, numa sucessão de palavras, como em um relato. Exemplo: O jovem finalmente recebeu uma chance. Saiu do banco, entrou no final do jogo, fez o gol da vitória e foi aos braços da torcida...”.

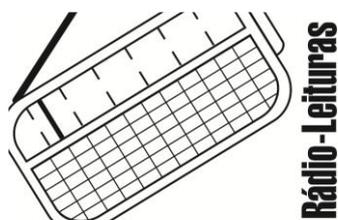
h) Hipérbato: Segundo explica Castillo (1989, p. 32) é uma variação da ordem das palavras. É bastante comum no rádio. Geralmente acontece durante longos discursos improvisados. É bastante frequente, nos casos dos narradores de futebol, a interrupção de uma sequência lógica. Porém, o discurso é retomado de outras formas sem perder o sentido inicial.

Estas são, portanto, as 13 divisões de recursos expressivos identificados por Daniel Castillo, sendo que, conforme o autor, as figuras retóricas podem se dividir ainda em mais oito diferentes formas. Os detalhes classificatórios de Castillo podem ser entendidos como ferramentas de persuasão que, utilizadas de forma variável, possuem a capacidade de tornar alguma situação atrativa, de causar impacto, ou influência. O uso da retórica pode proporcionar, entre outras situações, por exemplo, laços emotivos ou de fidelidade. As figuras de apelo, dependendo da forma como são utilizadas, definem ou não personagens e histórias que variam, do mais próximo ao mais distante da realidade.

Os narradores selecionados para este estudo têm, em comum, receptores base, que são: ouvintes torcedores gremistas, colorados e, eventualmente, simpatizantes da Seleção Brasileira. No âmbito do rádio de Porto Alegre, é para esses torcedores, fundamentalmente, que são destinadas as mensagens narrativas.

3 Luciano Klöckner: Análise Retórica

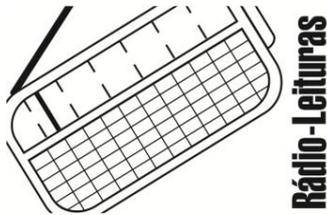
Na obra *Nova Retórica e Rádio Informativo, Estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil*, o autor Luciano Klöckner (2011) propõe o uso de uma metodologia de análise retórica através do que denomina de grade hierárquica de



retoricidade e níveis de argumentação nas mensagens do rádio informativo. Klöckner (2011, p. 29) também apresenta a recuperação da retórica:

Retórica é um texto do filósofo grego Aristóteles, de Estagira. É composto por três livros (I: 1354a - 1377b, II: 1377b - 1403a, III: 1403a - 1420a). Ao que tudo indica, o objetivo de Aristóteles com a Retórica foi oferecer tratamento eminentemente filosófico ao tema em oposição ao tratamento descuidado que retores e sofistas daquele tempo conferiam ao tema. De modo mais específico, muitos acreditam que a reflexão aristotélica foi uma resposta à concepção retórica de Isócrates de Atenas. Ao contrário de Platão, que no diálogo Górgias condena a retórica e no diálogo Fedro subordina a retórica à filosofia, a investigação aristotélica procura conferir autonomia para a técnica retórica, desvinculando-a da vigilância da filosofia (coisa que Platão discordava por considerar a retórica eticamente perigosa). Para Aristóteles, "a retórica é a outra face da dialética; pois ambas se ocupam de questões mais ou menos ligadas ao conhecimento comum e não correspondem a nenhuma ciência em particular, o seu objeto é o verossímil ou o provável, diferenciando-se da demonstração ou analítica, que trata do necessário e do verdadeiro. De fato, as pessoas de alguma maneira participam de uma e de outra, pois todas elas tentam em certa medida questionar e sustentar um argumento, defender-se ou acusar" (RHET., I, 1354A).

A grade proposta por Klöckner foi elaborada levando em conta as análises e técnicas de estudo retórico propostos por Leach (2002) e Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996). Se compreende que, para a análise dos narradores que se seguirá neste trabalho, o uso da grade é completamente pertinente, a ponto de trabalhar em conjunto com a classificação de recursos expressivos de Daniel Castillo. Desta forma, este estudo da narração apresenta uma avaliação ainda mais criteriosa e individual em relação aos locutores observados. Conforme explica Klöckner (2011, p. 66), a grade pretende auxiliar na leitura e compreensão das mensagens, permitindo avaliar com mais precisão possível quais as estratégias e níveis de argumentação das mensagens irradiadas. A grade serve perfeitamente como base de análise, no que se refere à locução de futebol no rádio, pois esta carrega uma diversidade de possibilidades de sentidos, sejam eles persuasivos ou não.



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisoni Götz

Klöckner (2001, p. 67)³, conforme base em Leach (p. 296), indica quais são os passos para a construção de uma análise de retoricidade:

- 1- Em primeiro lugar, se deve levar em consideração o contexto.
- 2- Após a identificação contextual, é necessário reconhecer a qual dos três gêneros persuasivos pertence o discurso: **judicial/forense (dos tribunais), deliberativo (arena política), epidêitico/epidético (temas contemporâneos)**.
- 3 - Aplicação dos cinco cânones da retórica:
 - a) **Invenção** – que é a origem dos argumentos: *ethos*, a credibilidade do autor, *pathos*, o apelo à emoção, e o *logos* e a lógica dos argumentos.
 - b) **Disposição** – a organização do discurso
 - c) **Estilo** – o modo próprio de apresentar o discurso: metáfora e analogia, metonímia e sinédoque.
 - d) **Memória** – acesso do locutor ao conteúdo da fala.
 - e) **Apresentação** – que explora a relação entre a propagação de um trabalho e o seu conteúdo.

Na sequência da proposta, Klöckner (2011, p. 68 a 69)⁴ apresenta um método de análise baseado nas Técnicas Argumentativas de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), e que são os seguintes.

Argumentos Quase-Lógicos: Aqueles que se comparam a raciocínios formais, lógicos ou matemáticos, e daí tiram a sua força persuasiva.

1) Aqueles que apelam às estruturas lógicas: São comparáveis a raciocínios lógicos, dedutivos, mas por utilizarem uma linguagem comum, ou seja, ordinária, são capazes

³ As classificações elaboradas por Klöckner foram utilizadas neste estudo na sua forma de escrita integral.

⁴ Da mesma forma, os métodos argumentativos e termos utilizados pelo autor, foram reproduzidos integralmente.

de gerar várias interpretações, o que não é possível com a linguagem formal, que é unívoca.

a) Contradição e incompatibilidade: Quando uma argumentação sustenta duas asserções contrárias e o auditório é levado a escolher uma das duas proposições ou a rejeitar ambas.

b) Identidade e definição: A identificação de diversos elementos que são o objeto do discurso, sendo que o procedimento mais comum no caso de identificação completa é o uso das definições.

c) Reciprocidade: São aqueles que assimilam dois seres ou duas situações, mostrando que os termos correlativos numa relação devem ser tratados da mesma forma.

d) Transitividade: Considerados: um caso específico de identificação, em que acontece uma relação entre um termo e um segundo termo, e uma relação entre um segundo termo e um terceiro, que logo determina que esta relação existe também entre o primeiro e o terceiro; por exemplo: $A=B$, $B=C$, logo, $A=C$.

2) Os que apelam às relações matemáticas: Relação da parte com o todo, do menor com o maior, relação de frequência.

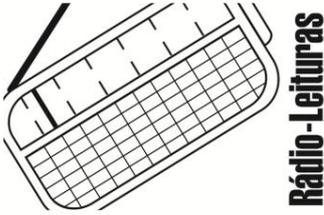
a) Inclusão, divisão: Pode apenas mostrar a inclusão das partes num todo ou dividir o todo em suas partes e relacionar as partes daí resultantes.

b) Comparação: É quando vários objetos são avaliados, um em relação ao outro. Um dos mais utilizados é o que alega o sacrifício.

Argumentos baseados na estrutura do real: Estabelecem uma ligação entre opiniões estabelecidas acerca dessa estrutura e outras de que se procura convencer o interlocutor.

1) Os argumentos que se aplicam a relações de sucessão: Ligam um acontecimento quer às suas causas, quer às suas consequências.

2) Os argumentos que usam relações de coexistência entre uma essência e as suas manifestações: Por exemplo, relacionam pessoas a seus atos.



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisoni Götz

Argumentos que fundam a estrutura do real: Quando um caso particular é utilizado, generalizando-se como que indutivamente, para estabelecer aquilo em que se acredita ser uma estrutura do real socialmente construído.

1) O fundamento pelo caso particular:

a) **Exemplo:** O que permite uma generalização.

b) **Ilustração:** Serve para tornar um fato presente na consciência.

c) **Modelo/Antimodelo:** Permite a imitação.

2) Raciocínio por analogia: Estabelece uma relação de similitude entre duas outras relações que unem duas entidades.

a) **Analogia e a Metáfora:** A analogia não é uma metáfora. A analogia postula que a relação entre A e B é semelhante à relação entre C e D. Por isso, a analogia pode fundar uma metáfora. A metáfora é classicamente definida como um transporte de sentido de uma palavra para outra.

Conforme Klöckner (2011, p. 70), a força dos argumentos define seus respectivos níveis segundo os tipos de escolhas em relação ao objeto argumentativo e ao auditório. No caso da narração de futebol, o auditório seria o público ouvinte, o torcedor de futebol. Por fim, Klöckner propõe uma grade hierárquica de retoricidade e níveis de argumentação, através de três níveis (Fraco, Parcialmente Forte e Forte). Conforme o autor, em cada um dos níveis, duas condições são essenciais (2011, p. 71):

1 – Fraco:

a) Quando as fases da análise retórica forem incompletas, ou seja, quando faltarem dados sobre o contexto da notícia; não sendo possível identificar o gênero persuasivo do discurso e sem a possibilidade de explicitação de um ou mais cânones nas amostras dos programas radiofônicos.

b) Quando as técnicas argumentativas não permitirem a identificação da presença dos seus respectivos tópicos na amostra do programa radiofônico.

2 – Parcialmente Forte:

a) Quando as etapas da análise retórica estão parcialmente completas com a identificação de contexto, gênero do discurso e cânones, mas apresentam-se superficiais e o tema não é abordado em profundidade.

b) Quando pelo menos uma técnica argumentativa estiver presente e identificada, a partir de um ou mais tópicos na amostra do programa radiofônico.

3 – Forte:

a) Quando todas as fases da análise retórica estão presentes em profundidade, isto é, quando há um contexto definido, quando o gênero do discurso está identificado e quando os cinco cânones podem ser explicitados.

b) Quando pelo menos um tópico de cada técnica estiver presente e identificado na amostra do programa radiofônico.

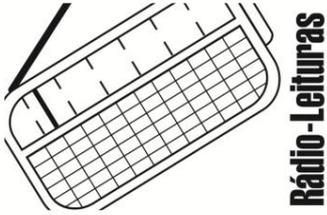
4 Proposta de análise Retórica na narração radiofônica

As categorias de Análise da narração são as seguintes:

1 - Lances de jogo: audição, destaque e transcrição de partes de uma ou mais transmissões.

2 - Utilização de recursos expressivos (Castillo, 1989;1994): Universalização, Via de exemplo, Tópicos, A Redundância, Personalização, Despersonalização, Inclusão, A Pergunta, Amplificação, Atenuação, Divisão, Acumulação de Palavras, Figuras Retóricas (Figura de comparação, A Metáfora, A Sinédoque, A Hipérbole, A Antítese, Antonomasia, A Gradação, Hipérbato).

3 - Análise da capacidade Retórica (Klöckner, 2011): Contexto. Gêneros persuasivos (judicial/forense, deliberativo, epidético/epidético). Aplicação dos cinco cânones da retórica: Invenção, Disposição, Estilo, Memória e Apresentação.



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisoni Götz

4 - Análise de Técnicas Argumentativas (Klöckner, 2011): Argumentos Quase-Lógicos, Argumentos baseados na estrutura do real, Argumentos que fundam a estrutura do real.

5 - Grade Hierárquica (retoricidade e argumento) (Klöckner, 2011): Fraco, Parcialmente Forte, Forte.

5 Aplicação da análise Retórica

5.1 Mendes Ribeiro

Considerado um desbravador do rádio, Jorge Alberto Mendes Ribeiro ajudou a criar a Rádio Guaíba, em 1957, emissora que completou 58 anos em 2015. Conforme conta Ferraretto (2007, p. 96), a história da Guaíba tem início em 30 de abril de 1957, por Breno Caldas, filho de Caldas Júnior. Entre as etapas de estruturação do grupo de trabalho, o departamento de esporte foi definido e composto pelo próprio Mendes Ribeiro, Pedro Carneiro Pereira e Milton Jung (DALPIAZ⁵, 2002, p. 08). Apesar de jovem, a rádio transmitiu a Copa de 1958 na Suécia e tornou-se pioneira no Rio Grande do Sul, ao enviar uma equipe totalmente formada por profissionais gaúchos à Europa. A dupla Mendes Ribeiro e Flávio Alcaraz Gomes relatou, do estádio Rasunda, a vitória do Brasil sobre a Suécia, por 5 a 2.

No mês de julho de 1999, perto de completar 70 anos, Mendes Ribeiro faleceu. A principal influência de Mendes Ribeiro foi Cândido Norberto, que permitiu que começasse a narrar futebol no rádio. Pouco tempo depois, Ribeiro já era o principal narrador da recém fundada Rádio Guaíba, por onde transmitiu os mundiais de 1958 e 1962. Obtido através do vasto arquivo histórico da Rádio Guaíba, foram avaliados trechos do jogo entre Brasil e França, transmitido desde a Suécia, em 1958.

⁵ DALPIAZ, Jamile Gamba. O futebol no rádio de Porto alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade). Porto Alegre, 2002.

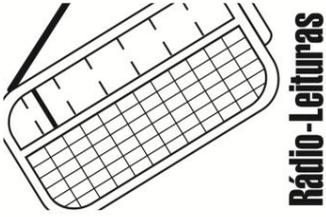
5.1.1 Análise Retórica: Brasil 5 x 2 França

A gravação desta partida integra o acervo histórico da Rádio Guaíba, sendo que alguns trechos deste jogo foram digitalizados do original, que faz parte de um dos discos de vinil de toda a campanha brasileira naquele mundial. Para a análise, neste estudo, foram destacados os primeiros 11 minutos de jogo. O som apresenta uma grande quantidade de chiados e interferências, obviamente, em função da qualidade da transmissão da época. Porém, é possível compreender, claramente, a narração de Mendes Ribeiro, e boa parte do som ambiental do Estádio Rasunda.

Logo que a partida começa, Mendes Ribeiro narra os primeiros lances de forma descritiva, sem apresentar uma diferença muito grande entre as diversas faixas do campo, que podem ser separadas em três: defesa, meio e ataque. É uma narração descritiva, com aceleração, principalmente, em momentos de perigo, como nas oportunidades de gol. Ribeiro é eficiente na descrição dos atletas em campo e, já nos primeiros instantes, chama atenção algo observado por Ferraretto (2007), a forma da pronúncia da palavra Pelé. Ao invés de utilizar um acento agudo na letra E, Ribeiro finaliza o apelido de Edson Arantes do Nascimento com um acento circunflexo na última letra, pronunciando, portanto, Pelê.

O que ninguém saberia explicar era a insistência na Copa de Mendes pronunciar Pelê e não Pelé. Óbvio que ninguém se importou muito em meio à festa que tomou conta de Porto Alegre, do Sul do país, do país inteiro. Uma das tantas conquistas do futebol brasileiro e da Guaíba. Sabor especial para a primeira delas. Guaíba que completava, então apenas um ano e já mudava a história do rádio do Rio Grande do Sul. Mudança, é claro, com a colaboração forte do seu diretor de *broadcasting*, seu principal narrador esportivo, de Jorge Alberto Mendes Ribeiro (FERRARETTO, 2007).

Nesse caso, existe uma hipótese. A principal base de Mendes Ribeiro foi Cândido Norberto, e, conforme seu filho Lauro Santos (2015), “a influência do meu pai era do rádio fronteiro, do rádio castelhano, com as narrações das rádios argentinas e



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisconi Götz

uruguaias”. Assim como Norberto, Ribeiro também se referiu à bola como pelota. No espanhol, Pelé se pronuncia Pelê, portanto, até mesmo sem intenção, Mendes Ribeiro pronunciava dessa forma. Há também o fato de que, naquele momento, Pelé tinha apenas 17 anos, e foi, justamente nesse mundial, que ficou conhecido. Diferentemente da atualidade, não existia, em 1958, a “badalação” e o assédio de empresários a jogadores. Como a primeira marcação de tempo de jogo ocorre a um minuto, exatamente, oportunidade em que Mendes Ribeiro identifica o patrocinador exclusivo da Rádio Guaíba, naquele Mundial: “Placar Ipiranga, 1 minuto de jogo, Brasil zero, França zero”. “Automobilistas fizeram a prova decisiva, e o resultado é um só. A nova gasolina pura Ipiranga rende mais, dá mais potência ao motor, economiza bateria e muito mais gasolina” (RIBEIRO, 1958).

Ao todo, foram contabilizados 5 giros de tempo, a “marcha do tempo”, e 5 inserções comerciais, lidas por Ribeiro, entre um período de 12 minutos. Na sequência, após jogada de ataque com Garrincha, Mendes Ribeiro narra o primeiro gol do duelo, conferido por Vavá. E os giros de tempo são absolutamente úteis para isso, pois ocorrem, justamente, em um momento de expectativa pela informação, pois o tempo é importante no universo criado pelo narrador. O locutor permite que o ouvinte entre nesse universo, porém, as regras temporais são estabelecidas pelo narrador.

[...] volta bola para a defesa da França, a corrida é de Pelê./ Mas a bola é.../ Vai Jonquet./ Perdeu, no entanto, para Garrincha./ Corta Jonquet./ Aí o Zito, atirou para Vavá, pode marcar!/ Gool, gool do Brasil, Vavá!/ Vavá, para o Brasil!/ Gool de Vavá, para o Brasil!/ Dois minutos de jogo!/ Nós avisamos que Vavá ia marcar!/ Recebeu de maneira excepcional e atirou no gol de Kaelbel ./ Ali ficou, e isto, debaixo dos paus./ Kaelbel despençou na corrida, e o Brasil marcou./ Vavá, Brasil 1 a 0!/ Volta o Brasil no ataque, bola com Pelê, Pelê para Vavá, para Pelê, Pelê para Zagallo./ Corta Marcel...// (RIBEIRO, 1958).

E foi dessa forma, como descrito acima, que Mendes Ribeiro narrou o gol de Vavá, aos 2 minutos, e, sem descrição de reportagem, sem nenhum comentário, continuou a narração do jogo. Já é perceptível a capacidade de colocar emoção no lance, pelo gol de Vavá, diferentemente da narração absolutamente descritiva de Cândido Norberto. A primeira diferença, absolutamente notável entre ambos, é a

intensidade do grito de gol. Enquanto Norberto apenas registrou de forma enfática, mas sem exageros, o terceiro gol do Grêmio, contra El Salvador, Mendes Ribeiro, além de gritar o gol de Vavá, ainda declarou “saber que o jogador marcaria”.

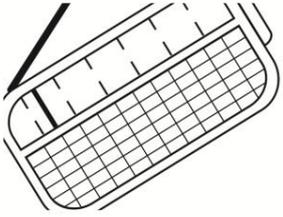
Em raros momentos da partida, Mendes Ribeiro comenta alguns aspectos técnicos, em relação ao adversário. Naquela altura do jogo, por volta dos 6 minutos do primeiro tempo, com vitória parcial por 1 a 0, Ribeiro sentia que a partida havia chegado em um estágio de equilíbrio entre as partes.

Bola com Piantoni, Piantoni para Kopa, Kopa para Piantoni, Piantoni longo para Fontaine./ Fontaine na grande área brasileira./ Corta, Bellini!/ É, o time francês joga bem... [..]/ o central do arranque é muito bom./ Bola com Didi, Didi para Vavá, mas os nossos estão bem.// (RIBEIRO, 1958).

O comentário de Mendes Ribeiro, apesar de exíguo, reflete exatamente o momento do duelo, tanto que, logo em seguida, aos 9 minutos do primeiro tempo, os franceses empatam o jogo, com Just Fontaine.

Bola em poder de Kopa./ Kopa passa no chão e dá a Fontaine a Kopa./ Kopa leva pela direita, vai outra vez para o Fontaine./ Está na cara!/ Ninguém viu!/ Entrou Fontaine./ Sai Gilmar.../ Gol da França.../ Gol, da França.../ Fontaine.../ estava na cara!/ E ninguém do Brasil viu!/ Entrou Kopa por aqui./ Tivemos a oportunidade de dizer que ninguém viu Fontaine do lado./ E atirou no canto direito de Gilmar./ Gol da França./ É o primeiro gol sofrido pelo Brasil./ Está empatada a partida, aos 9 minutos./ Vamos ter nova saída para o Brasil, prepara-se Vavá para movimentar o balão./ [...] está ouvindo Ipiranga, a Rede Ipiranga dos Esportes, pela de Rádio Guaíba./ Ipiranga na Copa do Mundo.// (RIBEIRO, 1958).

Diferentemente do gol marcado por Vavá, a entonação de sua voz, durante a descrição do empate francês, principalmente quando pronuncia a palavra gol, é de absoluto lamento. Essa é uma das características básicas da narração de Mendes Ribeiro, o posicionamento diante de sua audiência, no caso, a emoção e a vibração em relação ao desempenho do Brasil. Após a nova saída de bola do Brasil, Mendes Ribeiro voltou a fazer um novo comentário, apresentando preocupação, perceptível em seu tom de voz, sobre a continuidade da partida, dizendo, “este jogo vai ser dramático”.



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

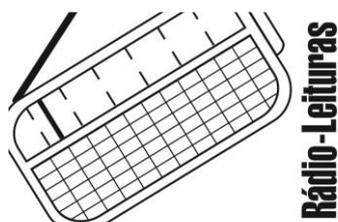
Ciro Augusto Francisoni Götz

Pouco antes, ainda, mostrou receio e esperança na melhora do rendimento, em específico, de Zito, afirmando, “mas ele vai melhorar, se Deus quiser”.

Durante o trecho de pouco mais de 11 minutos, analisado para este estudo, foram contabilizadas poucas metáforas ou figuras de linguagem, durante a narração de Mendes Ribeiro. Alguns exemplos são: “balão”, em referência, obviamente, à bola do jogo. “Tapete verde”, em substituição a gramado, e, ainda, “Canarinho do Brasil”, em alusão ao apelido da Seleção Brasileira, por causa da cor predominantemente amarela do uniforme. Foram comuns também a presença de algumas pausas, ausências de voz ou silêncio na transmissão. Pelo fato de Mendes Ribeiro estar sozinho na locução, se presume que as pausas tenham sido momentos para recuperar o fôlego, por causa da intensidade e rapidez de Ribeiro durante a partida. A voz de Mendes Ribeiro se caracteriza por estar em uma faixa média, isto é, entre timbres graves e agudos, e com impositação, principalmente, nas palavras com a presença da letra R, como “corrida”, “Garrincha”, “receber”, “corte”.

Pode-se reconhecer o gênero epdítico, quando Ribeiro reconhece o potencial do time adversário, mas equilibra as forças ressaltando o potencial da Seleção Brasileira, universalizando o contexto, e a presença de alguns cânones retóricos na narração. Primeiramente, há apelo à emoção, inclusive em tom metafísico, quando Ribeiro, de forma metafórica, invoca a ajuda de Deus ao time brasileiro, através do cânone de inovação. É uma relação de fé, com a esperança pelo bom rendimento. Pois, além de estar narrando para fãs de futebol, está se dirigindo para espectadores de um país católico, o que Castillo (1989) denomina de personalização. E cabe aqui, mais uma vez, relacionar a retórica, conforme Castillo, quando Ribeiro cria uma narração em termos de dramaticidade, quando envolve religião e quando apresenta frases como “este jogo vai ser dramático”. Essas, conforme Castillo, são figuras retóricas, utilizadas para dar um maior realce nas transmissões.

Quanto a terminologias do futebol, durante o trecho analisado da jornada, foi constatado que Mendes Ribeiro utilizou termos que são atuais nas transmissões pelo rádio, tais como “escanteio” ou “tiro de canto”, “lateral”, “cabeçada”, “linha de



fundo”, “tiro de gol”, “grande círculo do gramado”, “linha divisória” e “comandante de ataque”. Não houve em nenhum momento, por exemplo, a referência a quaisquer dessas palavras citadas, através de “estrangeirismos”. Sobre o ambiental, pelo menos durante o trecho de 11 minutos e 52 segundos estudado, se referiu à torcida uma única vez, logo após o início do jogo: “O público aplaude a jogada do ataque brasileiro” (RIBEIRO, 1958).

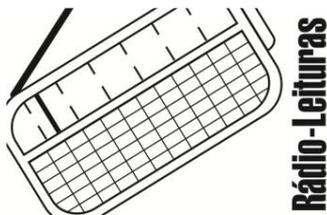
5.2 Angelo Afonso

Angelo Afonso, de 20 anos, estudante de jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), é um dos mais jovens narradores de futebol da atualidade em Porto Alegre. É natural do município de Lajeado, que fica distante pouco mais de 100 quilômetros de Porto Alegre. O narrador iniciou sua carreira como narrador de futebol na Rádio Emoção FM, emissora sediada na cidade de Arroio do Meio, próxima a Lajeado, no Vale do Rio Taquari. Em 2013, foi contratado para o quadro de locutores da Rádio Grenal, que, na época, apresentava os narradores Haroldo de Souza, Ciro Götz e Thiago Suman. Além de narrador, Angelo Afonso também cumpre as funções de apresentador de variados programas na emissora da Rede Pampa de Comunicação.

Afonso viveu boa parte de sua vida em Encantado. Foi no Vale do Taquari, segundo ele, que aprendeu a “amar o rádio”. Além disso, o fato de ser filho de um radialista e narrador, Rudimar Piccinini, atualmente profissional das rádios Independente e Tropical FM, do Grupo Independente de Lajeado, foi fundamental também na sua paixão.

5.2.1 Análise Retórica: Atlético-MG 2 x 1 Internacional

A Rádio Grenal é a única emissora de Porto Alegre em que a jornada esportiva abre com uma hora de diferença do início dos jogos. Em emissoras como Guaíba,



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisconi Götz

Gaúcha e Bandeirantes, as jornadas abrem entre 30 a 40 minutos antes. Dessa forma, os narradores da Grenal têm mais tempo para produzir uma abertura de jornada esportiva. O texto de Angelo Afonso, abaixo, tem pouco mais de 2 minutos.

Quarta-feira, dia 18 de outubro de 2015!/ Nós somos a Rádio Grenal, uma emissora da Rede Pampa, chegando com as emoções do futebol nas ondas seu rádio!/ No FM 95.9, no AM 1020, pela OI TV, no canal 974, pelos aplicativos pra smartphone, pro sistema windowsphone, android, pra iphone, e também pelo site, do rdgrenal.com.br./ A bola volta a rolar, pelo campeonato nacional de futebol, trigésima rodada do Brasileirão 2015, um clássico do futebol brasileiro, dois times que figuram na primeira página, um que está no G4 e sonha com o título, um que está fora, mas que sonha com o acesso, com a vaga na Copa Libertadores./ Clube Atlético Mineiro, e Sport Club Internacional./ É o jogo do seu rádio, é o jogo da sua rádio, às sete e meia da noite a bola rola, no Estádio independência, no Horto, em Belo Horizonte, Minas Gerais./ Internacional do Argel Fucks, sem o goleiro, agora titular da Seleção Brasileira, sem Alisson, também não tem Willian, não tem D'alessandro, muda o ataque, mas o Internacional vai em busca de pelo menos um ponto, nesta noite, diante do Clube Atlético Mineiro, que tem nove rodadas para tentar caçar o até agora líder Sport Club Corinthians Paulista!//

Percebe-se que a única figura retórica, de fato, que Afonso utiliza na sua abertura, é o recurso expressivo de tópico, com o uso do termo “caça ao líder”, em uma estrutura epdítica. É uma frase que tem origem no termo “caça à raposa”, originária do senso comum, mas adaptada, mesmo que inconscientemente pelo narrador. No mais, Angelo convida o torcedor do Inter para acompanhar o jogo, com as diversas opções de plataformas oferecidas pela Grenal. Sua apresentação já é um indicativo de personalização, querendo dizer que a jornada será transmitida para a torcida do Internacional. O gol de empate do Internacional, feito por Paulão, apresenta um alto grau de emoção e descrição de todo o lance, com completa fidelidade, porém, sem o uso de brilhos ou figuras retóricas:

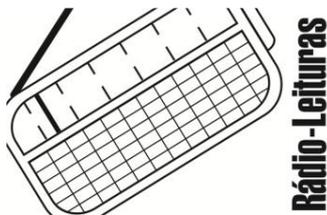
Atenção, autorizou o árbitro, Anderson de cabeça, Paulão, gol do Inteeer!/ Gooooool, do In-ter-na-cio-naaaaaa!/ Paulão, Paulão, Paulão, camisa 25, aos 38 minutos do primeiro tempo, na bola aérea, na jogada de bola parada, Anderson aberto na segunda trave, e o cabeceio do Paulão, indefensável, no lado esquerdo do goleiro Victor, que busca a bola, no fundo das redes do Independência!/ Empata o Colorado, entra pro jogo, de novo, o Inter!/ 1 para o Internacional, 1 para o Atlético Mineiro!//

Durante boa parte do jogo, o narrador Angelo Afonso reitera a frase do slogan da emissora “Rádio Grenal, apaixonada por futebol” que é, eventualmente, repetida, tanto pelos narradores, como pelos apresentadores. Mas, diferentemente de André Silva, Angelo Afonso é narrador por natureza, tendo iniciado a sua carreira nesta ocupação. Mas, em função do próprio tempo de experiência, está buscando uma sequência para que possa ir, com o tempo, moldando o seu próprio estilo narrativo.

6 Considerações

Ao observar os dois casos, em distintos períodos históricos do rádio porto-alegrense, percebe-se que, quanto aos gêneros de discurso, de acordo com Klöckner (2011), predominou o tipo epdítico. Comparando as análises de Ribeiro e Afonso, constatou-se utilização de recursos expressivos semelhantes. Apesar da distância de 56 entre as transmissões analisadas, algumas estratégias retóricas persuasivas foram repetidas por ambos. É o caso da figura de personalização, que, por si só, já denota a validade de utilização do estudo proposto por Castillo para compreensão de discursos atuais. Analisando os dois casos, se entende que a utilização da retórica, por parte dos narradores, é completamente variável e pessoal. Pode-se empregar algum recurso expressivo conscientemente ou não. Pode ser intencional ou involuntário. Mendes Ribeiro, conforme as classificações de Castillo, além de personalizar, apresentou o uso de figuras metafóricas, um dos tipos de expressão, de fato, mais comuns na história da evolução da narração de futebol. No discurso, conforme Klöckner, Ribeiro se movimenta nos campos epdítico e deliberativo. Angelo Afonso, por outro lado, apesar de costumar os ouvintes com alguns bordões como “começa tudo novo, de novo”, “vai com raça para vencer, Inter!” e “vai com amor, Tricolor!”, possui uma narrativa mais descritivo dos acontecimentos do que Mendes Ribeiro.

Desde 1931, dois fatores estão presentes no discurso dos narradores de futebol do rádio brasileiro. O primeiro é o improviso. O segundo é a emoção. Essas duas



Narração de futebol no rádio: uma proposta de análise retórica

Ciro Augusto Francisconi Götz

características, com o passar das décadas, com o desenvolvimento tecnológico que foi permitindo aos narradores, novas possibilidades de interação, a linguagem também se desenvolveu. Contudo, boa parte da base da narração foi mantida. Dessa base, os narradores desenvolveram o que se denomina estilo. Por esse outro motivo se justifica a importância da análise retórica na narração. É justamente nos detalhes que se pode identificar, com a ampla classificação de Castillo e Klöckner, as peculiaridades, às vezes mínimas, que ampliam e aprofundam o estudo não apenas geral, mas individual do profissional narrador de futebol, como comprovado neste estudo.

Referências

CASTILLO, Daniel Prieto. **La expresión verbal en la radio**. Repositorio Digital Ciespal. 1989. Disponível em: < <http://186.5.95.155:8080/jspui/123456789/201>>. Acesso em: ago. 2014.

_____. **Retórica y manipulación masiva**. México: Coyoacán, 1994.

CÉSAR, Cyro. **Como falar em rádio: prática de locução AM e FM**. São Paulo: Summus, 2009.

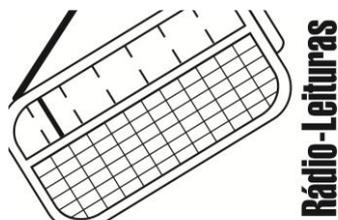
DUARTE, Jorge, BARROS, Antônio. (Org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais**. Canoas: Ulbra, 2002.

_____. **Rádio e capitalismo no rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20**. Canoas: ULBRA, 2007.

_____. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GÖTZ, Ciro Augusto Francisconi. **Narradores de Futebol: Estilos e técnicas da locução no rádio porto-alegrense (de 1931 a 2015)**. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, 2015.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

KLÖCKNER, Luciano. **Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil.** Porto Alegre: Evangraf, 2011.

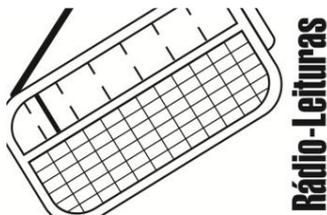
LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

PRATA, Nair, Santos, Cláudia. **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2014.

_____. **Enciclopédia do rádio esportivo mineiro.** Florianópolis: Insular, 2014.

SCHINNER, Carlos Fernando. **Manual dos locutores esportivos: como narrar futebol e outros esportes no rádio e na televisão.** São Paulo: Panda, 2004.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar: O rádio Esportivo em São Paulo.** São Paulo: Summus, 1994.



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

Como citar este artigo: GOMES, Rafael de Jesus. Rádio e Tecnologia: Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 86-107, jan./jun. 2016.

Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes¹

Recebido em: 13 de março de 2016.

Aprovado em: 26 de junho de 2016.

Resumo

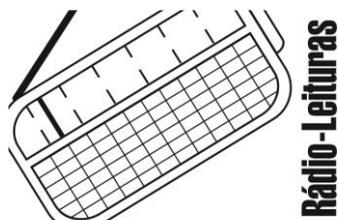
O objetivo deste artigo é revisitar as características clássicas do rádio, apontadas pela professora Gisela Ortriwano (1985) e propor uma rediscussão a partir da inclusão de tecnologias contemporâneas, do cenário da convergência na produção de conteúdo jornalístico e dos apontamentos modernos dos pesquisadores do rádio na atualidade. Busca-se aqui entender de que forma as alterações promovidas pelas tecnologias nos últimos trinta anos remodelaram as características do veículo e de que forma o profissional multitarefa (LOPEZ, 2010) está se adaptando a este cenário. Além disso, este trabalho é um recorte feito a partir do segundo capítulo da dissertação O uso de dispositivos móveis no processo de produção de notícias: um estudo de caso na Rádio Independente 950 AM de Lajeado/RS, defendido pelo autor no ano de 2015.

Palavras-chave: Rádio; Características do rádio; Convergência; Tecnologias

Abstract

The aim of this paper is to revisit classic features of the radio, outlined by Professor Gisela Ortriwano (1985) and propose a rediscussion of the inclusion of contemporary technologies, the convergence scenario in the production of journalistic content and modern quotes of radio researchers in present days. The seek here is to understand how the changes brought by technology in the last thirty years have reshaped the radio features and how the multitasking professional (LOPEZ, 2010) is adapting to this scenario. Beyond that, this work is a cut made from the second chapter of the dissertation: The use of mobile devices in the news production

¹ Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), graduado em Comunicação Social (Hab) Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) e-mail: rafael.gomes_20@hotmail.com



process: a case study on Radio Independente 950 AM Lajeado/RS, defended by the author in 2015.

Key words: Radio, Radio Features, Convergence, Technologies

Resumen

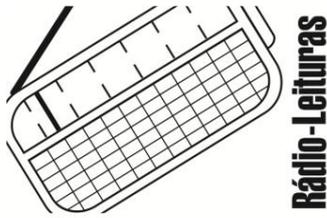
El propósito de este artículo es revisar las características clásicas de la radio, descrita por la profesora Gisela Ortriwano (1985) y proponer una rediscusión a partir de la inclusión de las tecnologías contemporáneas y el escenario de la convergencia en la producción de contenidos periodísticos y notas modernas de investigadores de la radio en los días actuales. Busca comprender aquí cómo los cambios provocados por la tecnología en los últimos treinta años han modificado las características del vehículo y la multitarea profesional (López, 2010) se está adaptando a este escenario. Por otra parte, este trabajo es un recorte realizado a partir del segundo capítulo de la tesis El uso de dispositivos móviles en el proceso de producción de noticias: un estudio de caso en Radio Independente 950 AM de Lajeado / RS, defendida por el autor en 2015.

Palabras clave: Radio; Características de la radio; Convergencia; Tecnología

1. INTRODUÇÃO

Durante a década de 80 do século passado, a professora e pesquisadora Gisela Ortriwano (1985) em *A Informação no Rádio* propôs uma discussão sobre a evolução do meio a partir de suas características. É preciso considerar que, naquela época, o rádio já se encontrava em um momento de sobrevivência frente às outras mídias tradicionais, como a televisão e o impresso.

Ainda em desenvolvimento, foi durante a década de 1980 que as redações jornalísticas começaram a experimentar a digitalização de suas rotinas produtivas. A chegada dos primeiros microcomputadores promoveu não só agilidade no processo de produção de notícias, como também a criação de novos postos de trabalho nas



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

redações (CHANTLER & HARRIS, 1998).

Esse cenário adquire novas proporções com a década de 90 até o momento atual. Ao se pensar em novas formas de produção de conteúdo jornalístico para o rádio, o aparelho celular (BIANCO, 2008) passou a fazer parte do dia-a-dia dos profissionais, até, mais recentemente, o *tablet* (CANAVILHAS, 2012) como o novo canivete-suíço do jornalista, são alguns exemplos que dão a possibilidade de compreender as mudanças propiciadas pela evolução tecnológica nas redações das emissoras de rádio.

Portanto, é natural que as características do rádio precisaram evoluir. Tornaram-se multiplataforma, ampliaram suas possibilidades quanto à produção e recepção, alterando, por vezes, a relação entre produtores e consumidores do conteúdo radiofônico. Dessa forma, este artigo se propõe a discutir de que forma, as características do rádio mudaram e contribuíram para a sobrevivência do meio na atualidade.

A partir de um recorte feito da dissertação defendida pelo autor em agosto de 2015, este trabalho se utilizou de uma revisão de literatura acerca das características do rádio propostas por Ortriwano (1985), do rádio no cenário contemporâneo e pelas alterações promovidas pela inclusão de dispositivos digitais (como o *smartphone* e o *tablet*, entre outros) nas redações radiofônicas a partir das visões de autores como Zuculoto (2012), Ferraretto (2014), Lopez (2010), Quadros (2013) entre outros.

2. O Rádio Contemporâneo

Ferraretto (2014, p. 13) afirma que o rádio é, por definição, um meio dinâmico. No decorrer da história, o veículo soube se adaptar e encontrar recursos para sobreviver em um mercado disputado pelo cinema, pela mídia impressa, pela televisão e, mais recentemente, pela internet. Por isso, Meditsch (1997) explica que seria um erro tratar o rádio como um meio de comunicação obsoleto. Mesmo porque em sua

trajetória, soube incorporar tecnologias que o possibilitaram chegar até o século XXI potencializado em diversas plataformas.

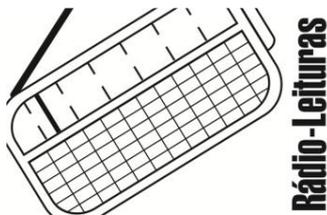
Entretanto, apesar dessas mudanças, as principais características do rádio se mantiveram. De acordo com Ferraretto (2014) as novas tecnologias, as abordagens conceituais e demandas do público fizeram com que o rádio se modificasse sendo que técnicas e tecnologias empregadas no rádio evoluíram (p. 13).

Para o autor, as tecnologias empregadas no rádio em sua trajetória evoluíram também o conceito de um rádio que se modernizou (p. 15). Ou seja, não se pode pensar mais em um rádio onde haja ouvintes e emissores. Atualmente, segundo Ferraretto (2014), o rádio pode ser transmitido em:

[...] Ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada. Desde os anos 1990, o meio também se amalgama à TV por assinatura, seja por cabo DTH (*direct to home*); ao satélite, em modalidade paga exclusivamente dedicada ao áudio ou em outra, gratuita, pela captação via antena parabólica de sinais de codificação de cadeias de emissoras em AM ou FM; e à internet, onde aparece com a rede mundial de computadores ora substituindo a função das antigas emissões em OC, ora oferecendo a oportunidade para o surgimento de estações *on-line*, ora servindo de suporte a alternativas sonoras como o *podcasting* (FERRARETTO, 2014, p. 15)

A utilização da internet deu às emissoras, a possibilidade de utilizar ferramentas de interatividade, e acesso a bancos de dados criando, segundo Lopez (2010) três perspectivas para o rádio na internet: Rádios convencionais que utilizam seus sites como ferramentas de promoção de interação, rádios que foram criadas especificamente para a web e para aproveitar todos os potenciais da rede e as que usam a *web* apenas como repetidora de conteúdo (p. 44). Atualmente, pode-se considerar como algo comum a utilização da internet em boa parte das emissoras de rádio. De acordo com Fidalgo (2013) existem alguns motivos para que isso ocorra.

A adesão das rádios à internet tem várias razões. Desde logo por ser um investimento relativamente barato. Com efeito, a versão online limita-se a oferecer na internet o que é difundido hertzianamente. É



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

o típico *shovelware*, o conteúdo feito inicialmente para determinado meio e depois colocado na Internet, sem a adaptação às características específicas do novo meio. Além disso, a produção radiofônica é hoje praticamente digital. Os próprios gravadores dos repórteres deixaram de ser analógicos, de fita, e são aparelhos digitais que gravam em formato mp3. Mesmo nas rádios mais tradicionais o que é difundido analogicamente produz-se digitalmente. A transmissão digital pela internet é, assim, um desenvolvimento a bem dizer natural para as rádios (FIDALGO, 2013, p. 21)

Além disso, a internet auxilia em diversos momentos a produção radiofônica. Isso pode acontecer desde a criação de conteúdo através das páginas *online*, ou, de acordo com Kischinhevsky (2007), da transmissão de arquivos de áudio pela internet (*podcasting*). No entanto, é preciso perceber que as alterações nas rotinas de produção das emissoras sempre fizeram parte de sua trajetória. A inclusão da internet nas rádios apesar de ter sido iniciada há pouco mais de 20 anos (PRATA, 2008) é apenas mais um capítulo dessa história.

Prata (2008, p. 28) afirma que com a internet surgiu um novo tipo de rádio, que permite o usuário ler textos, ver vídeos, fotos, hipertextos, ser transmitido em diversos suportes, evoluindo para o que a autora defende como radiomorfose². Atualmente, segundo Cebrián Herreros (2011, p. 36) com a chegada da internet e da telefonia móvel, o rádio vive o momento da convergência multiplataforma³, em que a produção de informação no rádio pode ser feita através de diversos suportes.

Ferraretto (2014) classifica esse cenário do rádio online em três tipos: rádio na *web*, que transmite as mesmas emissões de rádio na antena e na internet; *webradio*, emissoras que transmitem o seu conteúdo exclusivamente na internet e *podcasting*,

² Para Prata (2008), o conceito de Midiamorfose de Roger Fidler (1997) pode ser facilmente aplicado ao rádio contemporâneo. Visto que este meio de comunicação reconfigura elementos tradicionais do rádio, ao mesmo tempo em que insere novos formatos e parte em busca de uma linguagem radiofônica nova e disponível em diversos suportes.

³ Para Silva (2015, p. 28-29) a convergência no momento atual se amalgama às novas propriedades que emergiram com a criação de dispositivos móveis como taticidade encontrada nos smartphones e nos tablets e no continuum media (Barbosa, 2013) ao possibilitar novas narrativas reposicionando o papel do jornalista nesse cenário.

que significa a difusão de arquivos ou série de arquivos na rede (p. 19). Além destes, Kischinhevsky (2012) trabalha com o conceito de rádio expandido, em que também se faz presente nas redes sociais digitais, nos *microblogs*, ultrapassando os limites do som.

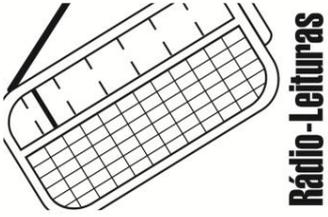
Lopez (2010) apresenta ainda outra forma de se fazer rádio:

Trata-se do rádio hipermidiático, que fala em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco. [...] propicia uma nova estrutura, com complementação e ampliação das informações, com uso de imagens estáticas e em movimento, áudios e textos complementares, infografia e infografia multimídia, exploração da hipertextualidade em links internos e externos, a adoção do jornalismo de fonte aberta, além de preocupações com navegabilidade dos sites e legibilidade/consumo de conteúdo em rádio digital (LOPEZ, 2010, p. 119)

Ou seja, a oferta de conteúdo em múltiplas plataformas e o processo de produção de notícias no rádio se reconfiguraram. A produção e o consumo de conteúdo radiofônico em tempos de convergência levam a discussão sobre o que seria rádio nos dias atuais e, até mesmo um consenso sobre isso não é pacífico. (FERRARETTO, 2014). Apesar de ter evoluído nessas últimas décadas, é preciso lembrar que a tecnologia sempre esteve presente em toda a história do rádio.

Em mais de noventa anos, o rádio continua a se adaptar. A invenção do transistor deu início à chamada era da portabilidade, ainda que esta seja mais lembrada em tempos de *smartphones*, *tablets* e celulares (KISCHINHEVSKY, 2008). Ganhou assim, agilidade e mobilidade desde os tempos da descoberta do transistor, possibilitando o surgimento do que viria a ser mais tarde o radinho de pilha (ORTRIWANO, 2002). Atualmente, o rádio reconfigurou linguagens, alterou perfis profissionais, potencializando conteúdos em diversas plataformas.

Ferraretto (2014) afirma que no século XXI, o rádio alterou conceitos sobre emissor e receptor, ao permitir que, a produção de conteúdo não fique restrita somente à uma emissora hertziana (p. 24), mas pode ser produzida por um grupo de amigos, ao mesmo tempo, em tempos de convergência, dá liberdade ao ouvinte de



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

escutar no momento em que o ouvinte achar mais conveniente, e na quantidade de vezes determinada pelo próprio público (p.25).

As possibilidades apontadas pelo autor permitem ver o rádio como um meio presente e mutável em diversas plataformas, ou, como explica Cebrián Herreros (2001): um rádio plural. Quadros (2013, p. 43) alega que apesar de muitas pesquisas em rádio possuírem uma visão tecnicista ao retratarem as alterações no meio por conta da tecnologia, é inegável desconsiderá-las, pois, foi graças a esses avanços que o rádio vem evoluindo desde então.

3. O Rádio e suas características: Ontem e Hoje

Ortriwano (1985, p. 78) afirma que o rádio é um meio de comunicação privilegiado se comparado aos outros meios como a televisão, por ser mais ágil e de baixo custo a sua aquisição, além de poder levar a informação a lugares de difícil acesso. É importante considerar que o período em que a autora expunha as características do rádio, corresponde a uma época em que o meio de comunicação ainda não conhecia a internet e as possibilidades de sua utilização.

Atualmente, graças à inclusão da grande rede, as fronteiras se reconfiguraram. Processos de produção de notícias dão possibilidade à construção de conteúdos multiplataforma, às mudanças no perfil do profissional produtor de notícias, ao mesmo tempo em que liberta o ouvinte de acessar o rádio em diversas plataformas (FERRARETTO, 2014).

Dessa forma, as características do rádio defendidas por Ortriwano se remodelaram. A proposta a seguir é relativizar o conteúdo apresentado pela autora e perceber de que forma as mudanças propiciadas pela inclusão das tecnologias nos últimos trinta anos evoluíram as características básicas do meio.

A primeira delas é no que tange à *oralidade*. Ortriwano (1985) defende que a linguagem oral é um dos traços mais marcantes do rádio, pois só é preciso ouvi-lo. Isso permite que o indivíduo realize diversas tarefas ao mesmo tempo e não exige um

elevado grau de instrução. O que, segundo a autora, traz como consequência um público de baixa escolaridade (p. 78).

A autora na verdade restringe essa característica à fala, em que no rádio o produtor de conteúdo utiliza somente a voz. Na época, o rádio ainda era entendido a partir do ponto de vista da emissora que transmitia a mensagem e o ouvinte que codificava o conteúdo a partir da voz.

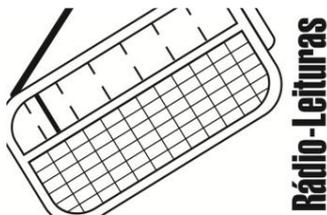
Hoje, é preciso considerar que as alterações tecnológicas que foram desenvolvidas para o rádio também evoluíram o processo de codificação e decodificação da mensagem (FERRARETTO, 2014). A voz, ainda permanece como um dos elementos da linguagem radiofônica, no entanto, cabe considerar que essa realidade já não mais se aplica, pois, a produção radiofônica não se completa somente com a voz. Lopez (2010) faz referência a um rádio que além do áudio, ainda usa elementos de infografia, recursos visuais e textuais, sendo multimidiático e multiplataforma, ampliando essa característica.

A segunda característica apontada pela Ortriwano (1985) é a *penetração*. Para a autora, o rádio é o meio mais abrangente de todos por cobrir pontos remotos e, ao mesmo tempo, lugares mais próximos, permitindo a utilização de uma linguagem mais regionalizada. Como foi explicada acima, atualmente a penetração radiofônica se reconfigurou.

Em tempos de convergência, Bianco (2012) explica que o rádio mesmo respeitando suas características regionais, com a internet precisou ser expandido:

O rádio nesse ambiente expandiu o dial, seu alcance passou a ser mundial. Baseado nas tecnologias da informação e comunicação, esse novo sistema abre caminhos para a construção do que Denis de Moraes (2002) denomina de uma “dialética ativa de desdobramentos e remissões no lugar de divisões e estacas demarcatórias” que possibilita o surgimento de novos nexos, bricolagens e hibridações (BIANCO, 2012, p. 16-17)

Para a autora, o rádio neste ambiente assume outros espaços, compete sua produção e a difusão com outras emissoras e, até mesmo, com o ouvinte.



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

Kischinhevsky (2011) afirma que limitar o rádio somente às ondas hertzianas no século XXI é condená-lo a um papel secundário diante do crescimento da internet e da convergência.

Para o autor, na verdade seria um erro imaginar um rádio onde se divide produtores e receptores, pois eles, atualmente se confundem. Atuam em espaços que se amalgamaram. Podem consumir e produzir conteúdo mutuamente, além de que restringir o rádio somente às possibilidades da antena, também desconsidera todas as potencialidades que a inclusão da internet proporciona a partir da portabilidade em diversos dispositivos e da produção de conteúdo multiplataforma.

Em relação à terceira característica, a *mobilidade*⁴, Ortriwano (1985) entende que pode ser dividida entre o emissor e o receptor. Para a autora, essa característica mostra que o rádio pode chegar aos acontecimentos com mais facilidade e também pode transmitir as informações de forma mais rápida. Além disso, propiciou ao ouvinte a liberdade de poder ouvi-lo no som do automóvel, nas empresas e em diversos lugares por ser facilmente transportado (p. 79).

É importante destacar que a mobilidade é uma característica que permitiu uma co-relação entre público, as informações e o local onde eles ocorrem. De acordo com Meditsch (2007), foi a partir da invenção do rádio que o público deixou de se deslocar até o local do acontecimento ou de ler o que ocorreu no dia seguinte. Com o desenvolvimento tecnológico, equipamentos facilitaram o deslocamento de equipes, promovendo assim agilidade na transmissão da notícia.

Porém, no decorrer da história a mobilidade no rádio teve início a partir da década de 1950. Segundo Zuculoto (2012), invenções como o transistor, a fita magnética, as unidades móveis de transmissão permitiram um condicionamento do fluxo produtivo para o rádio e também para o radiojornalista (p. 159). Cunha (2010) afirma que a invenção do transistor proporcionou uma evolução do conceito de rádio

⁴ Zuculoto (2012, p. 23) afirma que a mobilidade permite que o rádio esteja com grande facilidade no local dos acontecimentos e permite ao rádio transmitir informações com enorme rapidez. Silva (2013) entende a mobilidade como um modo de atuação por meio de tecnologias portáteis que permitem o deslocamento físico ou informacional por redes digitais (p. 100).

de transmissão de informação à distância porque permitiu que o rádio pudesse sair dos ambientes domésticos, ganhando às ruas (p. 4).

Atualmente, o conceito de mobilidade se reconfigurou. De acordo com Zuculoto (2012) essa evolução possibilitou o desenvolvimento de novas formas de produção e de consumo radiofônico para além dos rádios de pilha, mas também para o celular, o *smartphone* e/ ou o *tablet*.

De acordo com Silva (2008), o aprimoramento das tecnologias deu possibilidade de criação de um ambiente móvel de produção (p. 02) em que o jornalista passa a adquirir recursos de produção de notícias à distância das redações a partir do uso de tecnologias móveis. Como é o caso do celular e, do *smartphone* em que o jornalista pode produzir o conteúdo, entrar ao vivo pela antena e também pela internet através do dispositivo.

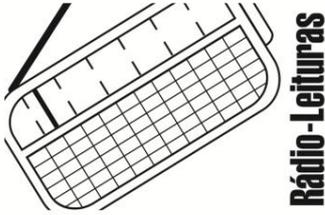
No âmbito do consumo de informação no rádio, a mobilidade possibilitou ao ouvinte, consumi-lo quando e aonde quiser, não estando mais restrito à coletividade, alterou a forma como o público consome a informação, podendo ser por texto, enquanto navega pelo site da emissora pelo *tablet* ou *smartphone* a caminho do trabalho. (FERRARETTO, 2014)

Assim, a mobilidade no rádio também contribuiu para potencializar a interação⁵, interatividade e a participação⁶ do meio. Se outrora o ouvinte podia participar da programação através do envio de cartas, telefonemas, telegramas, entre outros recursos, hoje ele pode interagir também pelos dispositivos móveis disponíveis como *smartphone*, *tablet*, celulares e computadores conectados à internet, a partir de uma situação participativa⁷.

⁵ Bardoel & Deuze (2000) consideram interação como a capacidade do usuário fazer parte do processo produtivo, através do envio de e-mails, telefonemas, ou conversa direta através dos canais disponíveis.

⁶ Processo pelo qual o ouvinte/internauta entra em contato através de canais disponíveis, como redes sociais digitais, telefones, cartas, entre outros.

⁷ Termo defendido por Mielniczuk (2003) para definir a possibilidade do ouvinte/internauta conseguir interagir com a instituição através dos canais disponibilizados.



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

Entende-se que os conceitos de interação, interatividade e participação são extremamente amplos e sua complexidade diferem-se a partir dos meios em que lhes são aplicados. Para tanto, parte-se da proposta de conceituação de interatividade defendida por Mielniczuk (2003) ao afirmar que é um conjunto de processos que envolvem a situação do leitor ao consumir um conteúdo, estabelecendo relações com o dispositivo, com a publicação, com pessoas, através da máquina.

Sobre interação e participação, apresenta-se a proposta defendida por Klöckner (2011) ao analisá-las a partir do ponto de vista do ouvinte. Para o autor, estas possibilidades demandam em especial da vontade do ouvinte/internauta querer interagir e prestar atenção ao que é veiculado. No entanto, para a participação, esta não precisa ocorrer como, por exemplo, em um programa de rádio quando uma emissora cita o perfil de um ouvinte nas redes sociais digitais ou o nome do ouvinte no rádio (QUADROS; LOPEZ, 2014)

Essas possibilidades, no entanto, não querem dizer que as emissoras estejam realmente aproveitando o uso destas ferramentas. Em dissertações realizadas por Quadros (2013) e Kochhann (2012), a participação dos ouvintes através das tecnologias digitais e o uso dessas ferramentas para a produção de notícias nas emissoras de rádio provaram ser subaproveitadas.

Ou seja, as emissoras davam a possibilidade de o internauta participar ou, segundo Ferraretto (2014, p. 25) permitir a interatividade como ideia muito mais do que como algo concreto, no entanto, na prática não sabem o que fazer com o fluxo de participação do ouvinte, fazendo com que o profissional se sobrecarregue com as suas rotinas de trabalho, além de pensar também sobre o seu papel nesse novo contexto de interatividade em que o rádio se encontra.

No que tange à *interação* e *participação* no rádio, apresenta-se a classificação adotada por Klöckner (2011, p. 126). Para o autor, a interação pode ser completa (quando o ouvinte entra em contato com a emissora ao vivo), parcial (quando o ouvinte comenta, pergunta, mas não há uma réplica ou tréplica) e reacional (quando o ouvinte entra em contato com o programa, mas não exige uma resposta, como o envio

de torpedos à emissora de rádio). Esta última, segundo o autor, estaria mais próxima da participação no rádio (p. 127).

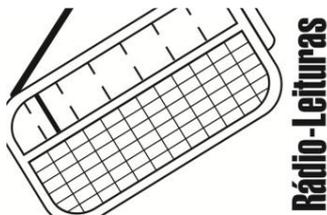
É preciso perceber, que no decorrer da história do rádio, em seus momentos iniciais, já se discutia a necessidade para que ele não seguisse uma direção unívoca. Quadros e Lopez (2015) ao lembrarem os apontamentos de Bertolt Brecht (1932) afirmam que o rádio precisaria evoluir no sentido de ser uma via de mão dupla, ou seja, além de irradiar seus sinais, estabelecer uma interlocução com o seu ouvinte.

Anos mais tarde, o rádio já se encontrava em intensa concorrência. O desenvolvimento de tecnologias permitiu que o meio se consolidasse em um cenário de consumo coletivo em massa, no qual as suas estratégias caminhassem para a adoção de técnicas de interatividade que, segundo as autoras, passam por determinados filtros:

O rádio de então, massivo por excelência, passa a adotar estratégias de interatividade assíncrona (LOPEZ, 2010) que oferecem ao ouvinte um pequeno espaço na programação. Este espaço, no entanto, é controlado. A participação apresenta filtros determinados tanto pelo perfil editorial do meio quanto pelo espaço de antena e pelo tempo que tardava a carta a chegar à redação. A evolução das tecnologias de comunicação interpessoal, com a difusão e popularização do telefone fixo, do celular e depois das tecnologias digitais, passaram a oferecer novos caminhos para o estabelecimento deste diálogo (QUADROS; LOPEZ, 2015, p. 04)

E dessa forma, percebe-se que a afirmação de Ferraretto (2014) ao considerar a interação / interatividade como ideia muito mais do que como um efetivo objetivo das emissoras, se torna evidente. Ainda que, com o ambiente do ciberespaço contemporâneo se potencialize o papel destas tecnologias aprimorando os processos de produção e também permitindo o surgimento de propostas alternativas de interação com o internauta (LOPEZ, 2010), a partir das redes sociais digitais, como espaços de reverberação dos acontecimentos (QUADROS, 2013), ou através de aplicativos móveis, entre outros.

Com passar dos anos, o desenvolvimento tecnológico criou ferramentas para



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

ampliar a produção e a difusão do conteúdo. Com a inclusão dos dispositivos móveis nas rotinas produtivas dos jornalistas, o rádio potencializou as suas transmissões. Além de irradiar ao vivo a sua programação no lugar onde ocorre, pode produzir textos, enviar imagens e até vídeos para o consumo dos ouvintes.

A quarta característica se refere ao preço, adquirir um aparelho que recepcione rádio não é um artigo de luxo. O *baixo custo* do aparelho (ORTRIWANO, 1985) permite que seja fácil ser comprado. Além disso, segundo a autora, a produção de notícias no rádio também possui um custo mais baixo, se comparado com a televisão por ser, segundo a autora, um meio de comunicação menos complexo (p. 80).

Atualmente, com a oferta de aparelhos que recepcionam o rádio, o consumo de conteúdo radiofônico também continua mais baixo do que se comparado com outras mídias. Citam-se como exemplos, os radinhos de pilha e a utilização do celular e do *smartphone*. Em nível de comparação, um radinho de pilha pode ser adquirido por (R\$ 10,00). Um aparelho celular, que também recepcione rádio, pode ser encontrado no país por (R\$ 59,90 e R\$ 199,99) para *smartphones*, enquanto que a assinatura de um jornal impresso, ou revista ou a compra de uma televisão, os valores no país são superiores.

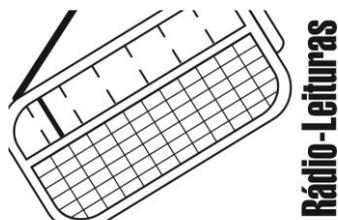
Porém, conforme a tecnologia foi evoluindo, dificilmente é encontrado um aparelho que recepcione somente rádio. De acordo com a ABERT⁸, a partir da década de 1990 conforme a indústria produziu aparelhos mais modernos, as estatísticas sobre a produção de receptores de rádio são desconhecidas⁹. No entanto, no que se refere ao consumo de rádio, em pesquisa recente produzida pelo IBOPE Media, o alcance do rádio nas regiões metropolitanas do Brasil alcançou 89% da população¹⁰. Esse dado mostra que, o meio continua presente na vida das pessoas no país.

A quinta e a sexta características mencionadas por Ortriwano (1985) são o *imediatismo* e a *instantaneidade*. Segundo a autora, o primeiro se refere à

⁸ Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão.

⁹ De acordo com o site: <http://www.abert.org.br/web/index.php/dados-do-setor/estatisticas/industria-de-recepcao> acesso em 23/03/2015.

¹⁰ De acordo com o site: <http://www.adnews.com.br/midia/radio-e-ouvido-por-89-de-brasileiros> acesso em 03/07/2015.



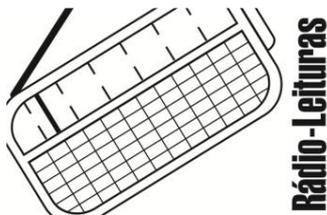
possibilidade de o rádio poder transmitir os fatos no lugar onde ocorrem. Para a autora, o imediato permite que o ouvinte saiba o que está acontecendo naquele exato momento.

O segundo corresponde ao fato de que para compreender a mensagem radiofônica, o ouvinte precisa estar presente no momento em que é transmitida. Novamente, é preciso considerar o tempo em que essas características foram trabalhadas. Para Ortriwano (1985), quando aborda o imediatismo, a autora estava na verdade se referindo ao processo de produção de notícias no rádio e a instantaneidade, como processo de consumo do conteúdo radiofônico.

Ferraretto (2014) atualiza estas características. Para ele, a fugacidade do rádio, tanto para a produção quanto para o consumo podem ser alteradas atualmente em tempos de internet. Com a criação de bancos de dados *online*, o ouvinte não precisa mais estar presente no momento em que a informação é emitida, basta ele dirigir-se ao site e ouvi-la através do *podcasting*. Todavia, se a transmissão ocorrer em formato *streaming* de fluxo contínuo (transmissão simultânea), essa memória pode não ocorrer.

A sétima característica se refere à *sensorialidade*, para Ortriwano (1985) é a forma como o rádio pode envolver o ouvinte através da mensagem, despertando a imaginação e provocando emoções (p. 80). Ferraretto (2014) afirma que a experiência sensorial do rádio de outrora impedia que o ouvinte pudesse ver o que ocorre no estúdio de gravação no exato momento. Hoje, por conta da grande rede é possível acompanhar as transmissões ao vivo, ver os apresentadores, além de poder ser envolvido pela mensagem radiofônica através de recursos sonoros, como a trilha sonora, a música, entre outros, através de plataformas como o *smartphone*, o computador, o *tablet*, entre outros.

A oitava característica se refere à *autonomia*. Para Ortriwano (1985, p. 81) é quando o rádio está livre dos fios e das tomadas, fazendo com que as pessoas possam ouvir o rádio aonde quer que elas estejam. Além disso, no âmbito da produção, essa característica permite ao rádio se deslocar facilmente por locais de difícil acesso.



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

Atualmente, graças às inovações tecnológicas, o produtor de notícias pode levar sua ferramenta digital (*smartphones*, celulares, *tablets*, notebooks, etc.) a todos os lugares (SILVA 2008), potencializando outras características como a instantaneidade, sensorialidade, penetração, entre outras.

Percebe-se, dessa forma, que as características do rádio acompanham o processo de evolução tecnológico, reconfigurando a produção e o consumo de conteúdos radiofônicos. Além disso, no que tange ao consumo, as emissoras precisam lidar, por exemplo, com outras formas de consumo de conteúdo radiofônico como Rádios *playlists*¹¹, *on Demand*¹², entre outros e que atualmente são reflexos das alterações promovidas pelo cenário da convergência.

4. O uso de dispositivos móveis do rádio: Do celular ao tablet

É preciso considerar que, a mobilidade, como uma das características apontadas pela Ortriwano (1985) esteve presente no rádio, desde a invenção do transistor. Todavia, com a invenção de dispositivos móveis, o rádio cresceu em agilidade na apuração e produção de notícias, nesse sentido, vale destacar o telefone celular. Segundo Bianco (2002), o aparelho chegou ao conhecimento dos jornalistas Brasileiros na década de 1990¹³. Entretanto, a disseminação do aparelho no país só veio a ocorrer com o processo de privatização das empresas estatais de telefonia a partir de 1994. Vinte anos depois, o Brasil possui mais de 280 milhões de aparelhos¹⁴.

De acordo com Kochhann (2012) os aparelhos celulares hoje são usados tanto para a produção quanto para o consumo de conteúdos radiofônicos (p. 48). Além

¹¹ Termo que designa uma lista de músicas disponibilizadas em sequência ou embaralhada.

¹² Sistema que permite a emissão de áudio através de um computador pessoal (PC) através da internet 24 horas por dia.

¹³ A autora afirma que foi durante a copa de 1990 na Itália que os jornalistas Brasileiros tomaram conhecimento do celular. Em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/27491823962957002964416215862569997024.pdf> acesso em 06/04/2015.

¹⁴ De acordo com o site: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/02/numero-de-linhas-celulares-no-brasil-cresce-35-em-2014.html> acesso em 23/03/2015.

disso, segundo Silva (2009), o celular proporcionou agilidade ao profissional por poder transmitir a informação no lugar onde ocorre e, se estiver conectado à internet, pode transmitir dados e arquivos para a redação da emissora.

O uso do celular transformou a rotina dos profissionais de comunicação. Com o surgimento dos *smartphones* vieram outros serviços: Maior agilidade na veiculação de entrevistas além de proporcionar uma liberdade ao profissional de buscar e ampliar o número de fontes, o jornalista pôde ser capaz de transmitir o acontecimento do local em que ele ocorre, sem precisar demandar recursos de terceiros.

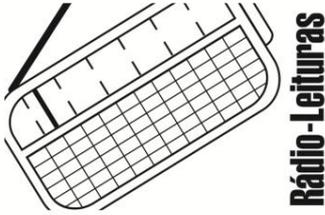
Além disso, o dispositivo hoje é multimídia. É possível realizar ligações, produzir textos, encaminhar arquivos, tirar e enviar imagens, reproduzir vídeos, é um gravador de voz, calculadora, transmite informações via GPS, realiza comunicações remotas a partir de transmissões via *BlueTooth*, acessa a internet, entre outras atividades.

Outras possibilidades proporcionadas pelo uso do celular, conforme afirma Silva (2008) foi o seu impacto no contexto do profissional multimídia. Ou seja, com a utilização desse dispositivo, os jornalistas podem produzir conteúdo dentro das redações ou fora delas.

Outra ferramenta digital, o *tablet* começa a fazer parte do uso dos profissionais nas redações. O dispositivo de interface espacial permite uma interatividade a partir do toque (*touchscreen*) reconfigurando processos de linguagem textual e gestual (hibridismo). Dessa forma, a usabilidade da ferramenta traz à tona questionamentos importantes quanto ao seu uso no processo de produção de notícias. (CANAVILHAS, 2012)

De acordo com Paulino e Oliveira (2013), os *tablets* são:

[...] computadores em forma de prancheta, no estilo de computador de mão, com tela sensível ao toque, seguindo os modelos de smartphones. O iPad, tablet que revolucionou a maneira de ver conteúdos na internet, usa o sentido do toque (tato) como forma de interação com o conteúdo. O que diferencia os tablets são os sistemas operacionais e os aplicativos desenvolvidos para cada tipo (PAULINO; OLIVEIRA, 2013, p. 10)



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

O *design* dos aparelhos permite o que Paulino (2012) chama como interatividade com animações que despertam o imaginário do usuário. Dessa forma, o aparelho oferece a possibilidade da construção de uma narrativa única reunindo conteúdos segmentados, personalizados e portáteis com conteúdo hipermediático. (HORIE; PLUVINAGE, 2011)

Além disso, segundo a autora: “o conteúdo hipermediático de uma narrativa (conteúdo jornalístico), favorece diversas leituras e caminhos para o leitor navegar pela informação” (PAULINO, 2013, p. 12). E dessa forma, o processo de produção de notícias pelo dispositivo também passa por uma reconfiguração.

A autora explica que o conteúdo feito para o *tablet* mescla características da mídia impressa e online. Entre as da mídia impressa, a periodicidade, segmentação, portabilidade, identidade gráfica, são mantidas, por exemplo, na confecção de revistas para *tablet*. Da mesma forma, a leitura multimídia, a interatividade e o hipertexto estão presentes. (PAULINO, 2013, p. 08-10). Para o rádio, ocorre da mesma forma, ao poder permitir o usuário a possibilidade de ouvir rádios em ondas hertzianas, *online*, *webrádios* e *podcasting*.

Dessa forma, a inclusão dessas ferramentas nas rotinas produtivas dos jornalistas nas emissoras de rádio e também nas mídias tradicionais transforma o modo de produção de notícias. Segundo Cebrián Herreros (2011) o futuro do rádio inevitavelmente passa pela transformação de suas características e, embora isso não possa garantir a sua sobrevivência no futuro, o consumo de documentos sonoros irá persistir, fazendo com que a tecnologia mude, mas a comunicação mediada pela inovação tecnológica prevaleça (p. 34).

5. Considerações Finais

Passados trinta anos após os apontamentos propostos pela Ortriwano (1985) é inegável reconhecer que a inclusão de tecnologias alterou a produção de notícias no rádio, da mesma forma potencializou as suas características e ao mesmo tempo, novas

plataformas de difusão agregaram diferentes possibilidades para o rádio a partir do cenário da convergência.

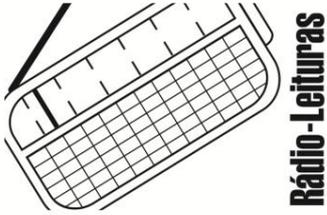
Desde os primórdios de sua história, o rádio se construiu como um meio agregador, em busca de sua identidade já se utilizava de estratégias para poder trazer a população não só como ouvinte, mas também como um interlocutor eficiente e que poderia ajudar e assim, consolidar o meio no seio social. Brecht (1932) ao afirmar a necessidade do meio encontrar uma forma de pôr-se em comunicação com o ouvinte, mais de setenta anos atrás, já previa o caminho que o rádio seguiria nos anos seguintes.

O rádio, como um meio de comunicação dinâmico, defendido por Ferraretto (2014) soube aproveitar o espaço de seu tempo, adquiriu conhecimento e conforme a evolução tecnológica trouxe ferramentas para a produção e consumo de conteúdos radiofônicos, o meio passou a incorporá-las e dessa forma, a sobreviver em uma era de multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2002)

Nesse contexto, a internet, os *smartphones* e *tablets*, são apenas alguns exemplos dessas tecnologias que proporcionaram uma nova forma de se pensar rádio e de se consumir conteúdo radiofônico. Dessa forma, o rádio encontra-se atualmente expandido (KISCHINHEVSKY, 2012) nessas plataformas e assim, vem se adaptando à esta realidade e isso implica, sobretudo em uma nova postura do profissional.

Lopez (2010) aponta a urgência de um profissional multitarefa para o rádio contemporâneo e desta forma, ele precisa se adequar ao cenário da convergência. A produção de conteúdo a partir de plataformas móveis, sempre esteve presente no decorrer da história do rádio, o surgimento de dispositivos móveis como os *smartphones* e os *tablets*, apenas remodelaram características clássicas do rádio, potencializadas agora pelas tecnologias contemporâneas.

Para além do profissional é necessário que seja feita constantemente uma discussão das características do meio frente às atuais tecnologias. Como estas ampliam e potencializam o rádio em diversas plataformas e como a noção de penetrabilidade, mobilidade e fronteira em um cenário em que dispositivos móveis se tornam cada vez



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

mais presentes reconfiguraram o meio tanto do ponto de vista da produção, quanto do consumo.

Para o futuro, vislumbra-se que o meio persistirá frente aos outros meios de comunicação. O rádio, assim, continua seguindo e sobrevivendo em constante mutação, readaptando suas formas de produção e consumo e reconfigurando suas características a fim de sobreviver em um cenário de constante mudança e concorrência.

6. Referências Bibliográficas

BARDOEL, J; DEUZE, M; **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**. 2001. Disponível em: <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>>, acesso em 25/02/2015

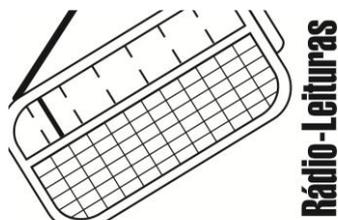
BIANCO, Nélia Rodrigues Del. **A internet como fator de mudança no jornalismo**. 2008. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf> acesso em 14/05/2015

BIANCO, Nélia Rodrigues Del. Rádio e o cenário da convergência tecnológica. 2012. In: BIANCO, Nélia Rodrigues Del (org) **O rádio Brasileiro na era da Convergência** – São Paulo, Intercom, 2012.

BRECHT, Bertolt. Teoria do rádio (1927-1932). In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1. p. 35-45.

BRITTOS, Valério Cruz. **O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta**. Verso & Reverso. São Leopoldo: Unisinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimidiática e personalizada**. 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-para-dispositivos-moveis.pdf> acesso em 03/03/2015



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

CEBRIAN HERREROS, Mariano. **La radio em El entorno de lãs multiplataformas de comunicaciones.** In Revista Radio Leituras, Ano II, No. 2 Dez, 2011. Disponível em: <http://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/2-cebrian-herrerospdf> acesso em 13/04/2015

CHANTLER Paul, HARRIS, Sam. **Radiojornalismo.** São Paulo, 2ª ed. Summus, 1998.

CUNHA, Magda Rodrigues da, CUNHA, Karen Sica; PELLANDA, Eduardo Campos; REIS, Breno Maciel Souza; NUNES, Ana Cecília Bisso. As linguagens radiofônicas em um cenário de múltiplas telas e mobilidade. In BIACO, Nélia Rodrigues Del (org) **O radio Brasileiro na era da Convergência** – São Paulo, Intercom, 2012.

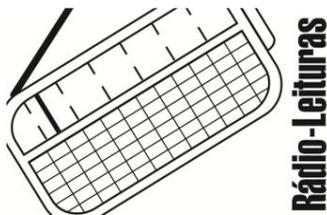
FERRARETTO, Luis Artur. **Possibilidades de convergência tecnológica:** pistas para a compreensão do rádio e das formas de seu uso no século 21. 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0046-1.pdf> acesso em 18/03/2015.

FERRARETTO, Luis Artur. **Rádio:** Teoria e Prática. São Paulo, Ed. Summus, 2014.

FERRARETTO, Luis Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Radio e Convergência:** uma abordagem pela economia política da comunicação. In: Encontro Anual da Compós, 19. 2010.

FIDALGO, Antônio. O celular como radio de pilhas na era da Internet. Rádio IP no celular. In BARBOSA, Suzana e MIELNICZUK, Luciana Pellin (org) **Jornalismo e Tecnologias móveis.** 2013. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20130522-201302_susana_luciana_jornalismotechmoveis.pdf acesso em 07/04/2014.

FINGER, Cristiane. **Crossmedia e Transmedia:** desafios do telejornalismo na era da convergência digital. 2011. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/download/23731/23671> acesso em 29/06/2014.



Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

GOMES, Rafael de Jesus **O uso de dispositivos móveis no processo de produção de notícias**: um estudo de caso na Rádio Independente 950 AM de Lajeado/RS. Santa Maria: UFSM, 2015. Dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM).

HORIE, Ricardo Minoru; PLUVINAGE Jean. **Revistas digitais para iPad e outros tablets**: arte finalização, geração e distribuição. São Paulo: Bytes &Types, 2011

KISCHINHEVSKY, Marcelo **Rádio Social – Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas**. 2012. In BIACO, Nélia Rodrigues Del (org) **O rádio Brasileiro na era da Convergência** – São Paulo, Intercom, 2012.

KLÖCKNER, Luciano **Nova Retórica e rádio informativo**: estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil. Porto Alegre, Evangraf, 2011.

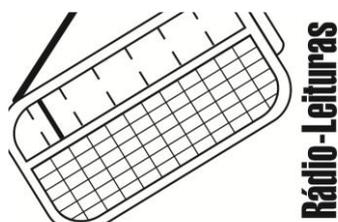
KOCHHANN, Roscéli. **Rádio e Tecnologia**: A produção do radiojornalismo da Guaíba, em ambiente de convergência, Santa Maria: UFSM, 2012. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

LOPEZ, Debora Cristina **Radiojornalismo Hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: Labcom Books, 2010

MEDITSCH Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. 2. ed. Florianópolis. Insular, 2007.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Salvador: UFBA, 2003. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea.

ORTRIWANO, Gisela Svetlana. **Radiojornalismo no Brasil**: fragmentos de história. 2002. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/33808/36546> acesso em 03/04/2014.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

ORTRIWANO, Gisela Svetlana. **A informação no rádio:** os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 1ª Ed. São Paulo, Summus 1985.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro. OLIVEIRA, Vivian Rodrigues de. **Construção e estrutura da notícia nas interfaces dos tablets.** E-Com (Belo Horizonte), v. 6 p. 1-20, 2013.

PRATA, Nair. **Webrádio:** novos gêneros, novas formas de interação, Belo Horizonte, Insular, 2009.

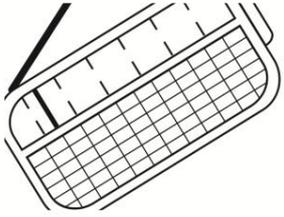
QUADROS, Mirian. Redin; LOPEZ, Debora. Cristina. Redes sociais na internet como estratégias para o radiojornalismo contemporâneo: um panorama sobre a inserção de emissoras gaúchas, In. BIANCO, Nélia Rodrigues Del (org) **O rádio brasileiro na era da Convergência**, São Paulo, Intercom. 2012.

QUADROS, Mirian Redin; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio e Redes Sociais:** Novas Ferramentas para velhos usos? 2015. Disponível em: <http://www.repositorio.ufop.br/bitstream/123456789/5369/1/ARTIGO_R%C3%A1dioRedesSociais.pdf> acesso em 26/06/2016

QUADROS, Mirian Redin, LOPEZ, Debora Cristina. **O rádio e a relação do ouvinte no cenário da convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade.** 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/20523/13265>> acesso em 26/06/2016

QUADROS. Mirian Redin. **As redes sociais no jornalismo radiofônico:** as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúchas e CBN. Santa Maria: UFSM. 2013. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

SILVA, Fernando Firmino. **Smartphones e Tablets na produção jornalística.** 2015. In Revista Latino Americana de Jornalismo Ano I, Vol. 1 – Jul à Dez 2014. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/download/22735/12626> acesso em 11/06/2015.

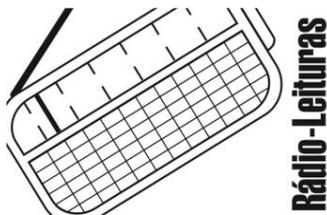


Rádio-Leituras

Rádio e Tecnologia – Uma rediscussão das características do rádio frente às tecnologias contemporâneas

Rafael de Jesus Gomes

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar**: a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2012.



Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes

Como citar este artigo: FERNANDES, Rodrigo Fonseca. Brincando com os sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 108-125, jan./jun. 2016.

Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes¹

Recebido em: 11 de abril de 2016.
Aprovado em: 11 de junho de 2016.

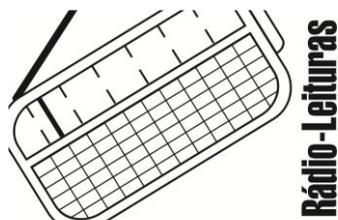
Resumo

Este artigo apresenta dois exemplos de programas infantis veiculados no Brasil, a saber: o programa “Para ouvir e aprender” da Rádio Rural de Santarém, no Pará; o programa “Rádio Maluca”, da Rádio MEC do Rio de Janeiro. O objetivo é observar nestes programas como se dão as brincadeiras entre as crianças, analisando em que medida elas fazem uso dos elementos de rádio de uma forma lúdica, ou se a brincadeira no rádio é, na verdade, uma mimetização do mundo adulto. Desta forma, é possível analisar criticamente as formas de produção de conteúdos radiofônicos para crianças, pensando a efetiva participação destas na construção de conhecimento e no vínculo com os ouvintes. Este estudo reforça a necessidade de problematizar e debater o futuro do rádio, não apenas em seus aspectos tecnológicos, mas também de forma a garantir que o seu maior benefício seja preservado: a cultura do ouvir.

Palavras-chave: rádio infantil; cultura do ouvir; vínculos sonoros.

Introdução

¹ Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Docente no Centro Universitário Belas Artes de São Paulo e da Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Supervisor pedagógico da Rádio Universitária Belas Artes. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir e do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. E-mail: rodrigo.fernandes@belasartes.br

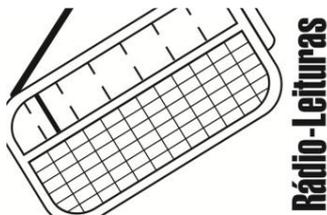


No momento em que muito se discute sobre o futuro do rádio, são raros os esforços no sentido de se planejar e produzir programas de conteúdo voltado ao público infantil. O movimento de segmentação do público ouvinte de rádio praticamente decretou o fim da participação da criança nos conteúdos radiofônicos. No Brasil, as escassas produções infantis se restringem às emissoras públicas ou de caráter educativo.

Em 1988, Dóris Fagundes Haussen investigava em sua dissertação de Mestrado as razões pelas quais as emissoras de rádio não investiam em produções de conteúdo para crianças. A autora entrevistou jornalistas, radialistas e publicitários, mapeando as percepções do mercado radiofônico em relação a esse tipo de programação. Jornalistas e produtores se queixam da falta de interesse por parte da publicidade em anunciar no rádio produtos voltados ao público infantil, enquanto publicitários alegam que as produções infantis deixam a desejar no retorno em audiência, prejudicando o investimento financeiro. Através de pesquisas com crianças em forma de questionário, Haussen expôs a grande defasagem do rádio em relação à TV nos hábitos infantis:

É interessante salientar de início que, de maneira geral, ao responderem as questões sobre o rádio, as crianças mantinham uma atitude que se pode chamar de “normal”, mas ao chegar aos itens sobre a televisão seus rostos praticamente se iluminavam, demonstrando claramente sua afinidade maior com esse veículo de comunicação (HAUSSEN, 1988, p. 105).

Para levar adiante a discussão sobre a ausência de interesse das crianças nos programas radiofônicos, é necessário um mergulho na essência do ouvir como corporeidade. As questões levantadas neste artigo não podem ser tratadas como avaliação de qualificação das audiências, nem como conjunto de percepções das crianças ao material apresentado. Também não é objetivo do artigo mergulhar em questões cognitivas ou sociais do desenvolvimento da criança. O que está em jogo é a participação efetiva da criança na construção (ou desmontagem) dos programas de rádio; o que pode ser alcançado pelas operações lúdicas provocadas pelas sonoridades dos programas infantis. Trata-se, portanto, de um estudo da ontogênese do ouvir, desde os estágios mais primários da constituição corpórea, sensorial e cognitiva das crianças, até os jogos sonoros que fazem parte das produções



Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

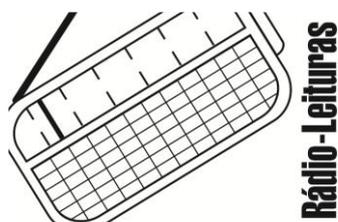
Rodrigo Fonseca Fernandes

radiofônicas para crianças. Essa compreensão das formas infantis do ouvir e do jogo infantil como desmontagem das características tradicionais do rádio é fundamental para o debate sobre o futuro das produções radiofônicas. Em uma época de saturação das imagens midiáticas (BAITELLO JUNIOR, 2005; 2010), a brincadeira infantil pode ser a saída para volta da corporeidade nos meios de comunicação.

Parte-se do princípio de que os programas radiofônicos são elaborados a partir da construção linear de narrativas, compostas pela voz do locutor, trilhas sonoras e efeitos musicais que compõem a sintaxe radiofônica (SILVA, 1999). Este modelo é resultado do desenvolvimento do fazer radiofônico ao longo de décadas; grades de programações, blocos comerciais, patrocínios, participação do ouvinte, jornadas esportivas e boletins de giro de notícias são apenas alguns exemplos dos formatos que caracterizam o rádio como meio de comunicação e sincronização social. A instrumentalização do rádio cumpre, portanto, a promessa de uma sociedade informada, organizada e preparada para o progresso. Configurado como tal, o rádio deixa de exercer em sua plenitude a função de meio de experimentações sonoras e construções coletivas de conhecimento. Soma-se a essa problemática, o fato do rádio concorrer diretamente com a televisão pela atenção dos consumidores, incluindo os “consumidores-mirins”.

Compõem o *corpus* desta pesquisa o programa “Para Ouvir e Aprender”, que faz parte do projeto “Rádio Pela Educação”, vinculado ao UNICEF. De caráter educativo, o programa é ouvido nas salas de aula e cumpre o papel de aproximar alunos e professores da comunidade de Santarém e arredores, que acontece desde a cobertura de eventos locais a leitura de cartas escritas pelos alunos de diversas escolas da região. Também o programa “Rádio Maluca”, apresentado pelo animador Zé Zuca, que convida os ouvintes mirins a ver o programa pelos “buraquinhos do rádio”. Tanto as crianças no auditório da Rádio Nacional como aquelas que estão do outro lado do aparato são provocadas a brincar com a imaginação. Como diz a locução de abertura “está entrando no ar, para confundir a sua cuca, a Rádio Maluca”. O termo “confundir a cuca” é fundamental para a compreensão da participação da criança no rádio.

As observações e análises dos programas acima levam em conta a importância de um olhar antropológico sobre as performances sonoras no rádio. Desta forma, optou-se como



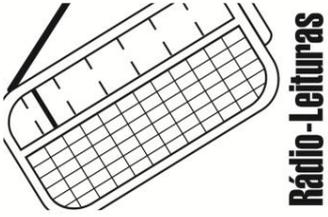
procedimento metodológico da pesquisa de doutorado uma análise dos programas infantis que não se restringisse à forma e conteúdo. No caso da Rádio Maluca, a metodologia aplicada se aproxima das análises etnográficas presentes nos estudos da Antropologia. Visitas foram feitas ao auditório da Rádio Nacional, com o objetivo de acompanhar as diversas performances que não seriam possíveis de ser analisadas apenas pela transmissão de áudio. Tais performances são, notadamente, não resultados apenas de ações verbais, mas composição de toda uma série de corporeidades que vão da fabricação de sons através de instrumentos – ou do próprio corpo – ao manuseio de canetas e papéis que vinculam alunos e professores, ouvintes e locutores em uma verdadeira orquestra² performática, ampliando as possibilidades de vinculação e aprendizado das crianças através dos programas infantis de rádio.

A cultura do ouvir

O termo que permeia os problemas levantados por esta pesquisa vem sendo trabalhado pelos pesquisadores do grupo Comunicação e Cultura do Ouvir, baseado na Faculdade Cásper Líbero. Os primeiros resultados das pesquisas sobre a Cultura do Ouvir estão publicados no livro homônimo lançado pela Editora Plêiade em 2012 com organização de José Eugênio de Oliveira Menezes e Marcelo Cardoso.

A sugestão de uma Cultura do Ouvir aponta para a necessidade de se pensar as produções radiofônicas como espaços de entrelaçamentos de narrativas sonoras, desde a voz do locutor, aos efeitos sonoros e músicas. O objetivo é recolocar o som com papel de destaque como elemento de vinculação nas performances de comunicação. As produções midiáticas atuais trazem consigo enxurradas de imagens técnicas, sedutoras, fetichistas, porém superficiais, efêmeras e de efeito devastador na vinculação social, nas formas de pertencimento de uma organização social. Pensar na Cultura do Ouvir exige um exercício de escavação, buscando uma espécie de “arqueologia da comunicação” que nos apresente elementos primitivos das vinculações humanas. As performances de comunicação que nos ligam a um ambiente e às outras pessoas são

² O termo “comunicação orquestral” é proposto pelo antropólogo belga Yves Winkin no livro “A Nova Comunicação” (1998).



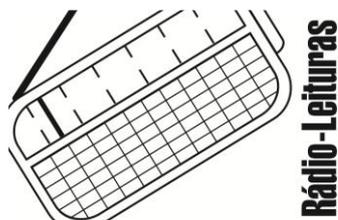
Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes

reflexo tanto de construções culturais mantidas pelas narrativas mitológicas até as relações corporais que cultivamos com aqueles que queremos por perto. E a infância é uma fase do desenvolvimento do indivíduo onde podemos buscar todos esses elementos. Em sua pesquisa, José Eugenio Menezes aponta que “a compreensão do universo da cultura do ouvir nos remete tanto aos tempos das grandes narrativas mitológicas como também à atual valorização das histórias que, antes de dormir, algumas famílias contam às crianças” (MENEZES *in* MENEZES e CARDOSO, 2012, p.22). A comunicação é fundamental para a construção e fortalecimento desses laços afetivos; narrativas e corpos que se entrelaçam numa forma de comunicação que extrapola a linearidade do antigo modelo “emissor-canal-receptor”.

Um dos autores que fundamentam essa chamada Cultura do ouvir é o alemão Harry Pross, que em sua tentativa de elaboração de uma Teoria da Mídia, sugere que pensemos a comunicação mediática a partir de três momentos: a mídia primária, que diz respeito às comunicações direta entre os corpos e que envolvem verbalizações, gestos, cheiros, sabores, etc; a mídia secundária, considerada um aparato codificado da comunicação de um corpo com o outro (corpo/aparato/corpo), que pode ser exemplificado em um livro, um jornal, uma roupa, um muro desenhado; a mídia terciária, que envolve aparatos eletrônicos que trocam mensagens entre si e são eles os responsáveis pela conexão entre os indivíduos (corpo/aparato/aparato/corpo), como nas transmissões de rádio e televisão, ou os conteúdos disponibilizados na internet. O importante dessa teoria de Pross é perceber que, segundo o próprio autor, “toda comunicação humana começa na mídia primária, na qual os indivíduos se encontram cara a cara, corporalmente e imediatamente, e toda comunicação retorna para lá” (PROSS, 1972. p. 128). O meio rádio vincula os corpos através dos aparatos, aproximando vozes e ouvidos, dando ritmo e sincronia aos corpos que estão separados, mas à procura de conexão. As transmissões radiofônicas são, para além da informação e da formalidade, trocas de performances corporais dos dois lados do aparelho; um ambiente comunicativo complexo, tecido com sons e em constante transformação.

Portanto, o que se busca na análise dos programas a seguir são momentos em



que as narrativas sonoras e os corpos se refletem, se entrelaçam, oferecem às crianças a chance de aprender, se reconhecer, brincar e criar com as sonoridades do rádio. Fica clara, então, a importância pedagógica dos programas infantis, mas não apenas na sua forma clássica de educação. O rádio também pode garantir à criança o estímulo à criatividade, à subversão e, principalmente, educar a criança a ouvir.

Rádio Maluca

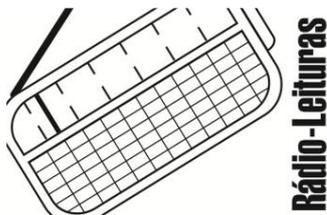
O programa Rádio Maluca foi ao ar de 2004 a 2015 na Rádio MEC AM do Rio de Janeiro aos sábados pela manhã. Era apresentado pelo radialista, cantor e escritor José Carlos de Souza, conhecido entre as crianças como Zé Zuca, que faleceu no dia 29 de maio de 2015. A Rádio Maluca compunha a última hora do programa Estação Brincadeira. A apresentação era feita ao vivo das 11h da manhã ao meio dia, normalmente do auditório da Rádio Nacional. Com a reforma do antigo prédio do jornal “A Noite”, onde está localizado o auditório da Nacional, os programas passaram a ser apresentados em palcos alternativos como o SESC e o teatro da Livraria Cultura.

A música de abertura do programa anuncia a brincadeira que chega sorrateira pelo rádio, em tom provocativo, mexendo desde o começo com o corpo da criança. Ouvidos, olhos e pele são conectados aos apresentadores pelos “buraquinhos do rádio”. A voz cômica e provocativa anuncia:

Do Auditório da Nacional, ou de um buraco de rato, talvez. Entrando pelo fio de um microfone, chegando de mansinho, pelos fundos do seu rádio. Está entrando no ar, para confundir a sua cuca, a Rádio Maluca!

Na sequência ouve-se a música de abertura do programa:

Passa o rádio tocando, vem no rádio tocar / traz o peito da vaca, que o bebê quer mamar. / Quem não mamou não demora a berrar / Salve a Rádio Maluca que acabou de chegar. /



Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes

Os cachorros, papagaios, mexem as roupas no varal / Escondem frutas, melancias, melodias no cordão. / E o rádio “Heya”!, grita “Heya!”, emoção. / Temos artistas, divertindo, colorindo a multidão. E o mundo “Heya!”, pinta “Heya!”, coração. /

Passa o rádio tocando, vem no rádio tocar / traz o peito da vaca, que o Dedé quer mamar. / Quem não mamou não demora a berrar / Salve a Rádio Maluca que acabou de chegar (Zé Zuca, s.d.).

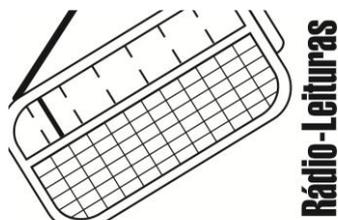
O palco do teatro é decorado com instrumentos de percussão, adereços como galinhas de borracha e retalhos de panos. Ao lado de Zé Zuca encontra-se empunhando um violão o músico Mariano. A dupla de apresentadores convida as crianças a participarem do programa através dos buraquinhos da caixa de som, dizendo que a Rádio Maluca é o “programa que você vê pelo rádio”. Assim, as crianças são estimuladas em sua imaginação, trabalhando na criação de imagens endógenas. Essas imagens estão repletas das memórias afetivas das crianças e são resultado de um aprendizado corporal, para além das atividades puramente mentais. Como afirma o próprio apresentador Zé Zuca:

Rádio Maluca é o programa que você vê pelo rádio. Então a gente faz um programa no rádio, mas um programa cheio de imagens, de visual, tem cenário a Rádio Maluca. A gente brinca que você pode ver as coisas que estão acontecendo no programa pelos buraquinhos do seu rádio. Então tem toda essa coisa de exercitar a imaginação da criança. A gente não usa didatismos, mas o programa, antes de mais nada, é um programa para diversão. Mas ele tem muito conteúdo cultural que pode ser aproveitado pelos educadores, pelos pais com as crianças, mas acima de tudo pelas próprias crianças³.

A participação da criança extrapola os indicadores de fluxo de informação, as interatividades da comunicação telegráfica – emissor, canal, receptor – quando Zé Zuca decora

³ Entrevista em vídeo divulgada no site da Empresa Brasileira de Comunicação – EBC. Disponível em <http://www.ebc.com.br/infantil/para-pais/2014/08/programa-infantil-de-radio-completa-10-anos>.

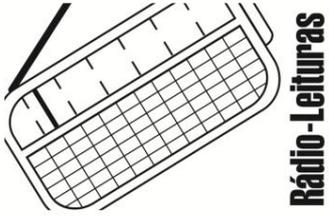
Acesso em 21/07/2014.



o palco e o enche de música para que as crianças observem pelo buraquinho do rádio. É desta forma que o programa “confunde a cuca” dos ouvintes mirins, provocando o corpo a reverberar as brincadeiras do palco na sala de casa, buscando cores, texturas e sons que completem as imagens propostas pelos apresentadores. Tais performances sonoras no rádio foram analisadas por José Eugenio de Oliveira Menezes (2007) a partir da noção de “trânsitos sonoros”, que diz respeito às imagens sonoras que transitam pelos aparatos técnicos, religando dois ambientes e vinculando os corpos. As brincadeiras da Rádio Maluca conectam as crianças através das performances sonoras no palco da Rádio Nacional que transitam pelas caixas de som e se espalham pelo ambiente de escuta, vibrando na pele e nos ouvidos das crianças que procuram enxergar “pelos buraquinhos do rádio”. A Rádio MEC AM e a Rádio Nacional se tornam, portanto, extensões de toda performance experimentada no auditório. As crianças são conduzidas pelo protagonista Zé Zuca que, após as saudações, lança a pergunta: “você sabem quem eu sou?”:

Eu sou aquele que fala cantando / Eu sou aquele que vive tocando /
Vou convidar você pra brincar, lalala / Eu sou o Zé, o amigo Zé Zé
Zuca...

As palavras Zuca, maluca e cuca jogam e rimam no ritmo musical da abertura do programa. Tal jogo sonoro não apenas facilita a atenção e a memória da criança, como a estimula sensorialmente a mexer seu corpo e participar ativamente, em seus cinco sentidos, das brincadeiras; estejam elas no auditório ou ouvindo pelo rádio.



Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes



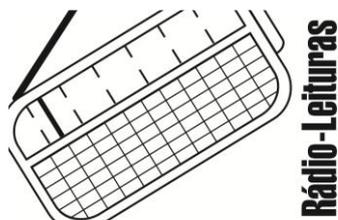
Figura 1 - Crianças brincam em volta do palco⁴

A seguir são apresentados dois exemplos do programa que ajudam a problematizar a necessidade de se pensar um rádio infantil menos narrativo e mais corpóreo. O primeiro exemplo apresenta um momento do programa em que o apresentador dá o microfone às crianças, trazendo à tona a imprevisibilidade dos jogos infantis. Como o nome sugere, a provocação às crianças não é apenas narrativa, mas mexe com todo o corpo, que corre, foge, se esconde, pula e prepara as respostas mais inesperadas às perguntas do apresentador. O segundo exemplo, por outro lado, aponta uma performance corporal da imaginação de uma criança, que brincava de ser uma fada, mas que a transmissão radiofônica não foi capaz de captar e incorporar ao programa.

Eu vou te provocar

Neste quadro as crianças começam de fato a participar do programa. A cada episódio é proposto um tema a ser debatido nos espaços do teatro. Zé Zuca desce do palco e interage com as crianças, levando o microfone aos grupos que já se formam entre as poltronas e na boca do palco. Neste momento, muitas das crianças já não estão mais sentadas em suas

⁴ Imagem disponível em < <http://radios.ebc.com.br/radio-maluca/edicao/2014-08/radio-maluca-completa-10-anos>> Acesso em 01/04/2016.



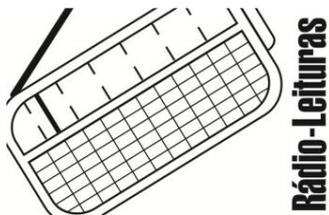
poltronas; elas correm em direção ao apresentador, outras se encolhem em sua timidez e procuram proteção nos corpos dos seus pais. Zé Zuca aponta o microfone para as crianças, buscando aqueles mais ágeis; por vezes segue uma ordem lógica pelas fileiras do teatro. Mas sempre causando um grande alvoroço entre as crianças presentes. Está claro que a provocação não se restringe ao tema abordado e a uma simples resposta, mas se trata de um jogo corporal, tal qual um jogo de “pega”. O espaço entre o palco e as poltronas é invadido por crianças que tentam chegar primeiro ao apresentador, como em um jogo de *âgon*, ou de competição na classificação de Roger Callois (1990), ávidas em participar da brincadeira que consiste em responder questões no microfone.

As perguntas normalmente se referem a preferências ou percepções, como por exemplo: você tem um bicho de estimação em casa? O que dá para ver da sua janela? Qual a sua comida preferida? Quem apresenta o tema do dia e os canais de interação é a chamada “voz da produção”, momento em que a pessoa responsável pela produção do programa entra em *off*, sem que as crianças no teatro saibam onde ela está. Esta voz convoca as crianças que estão ouvindo o programa a participarem pelo telefone, e-mail ou pela página do programa na rede social *Facebook*. Ao final do programa são sorteados brindes aos ouvintes, como livros e CDs.

Como exemplo, um dos temas foi o folclore brasileiro, logo a provocação do dia era saber qual dos personagens do folclore a criança mais gostava. Antônio, de 6 anos de idade respondeu “Saci Pererê”, já Jean Luca e Cauã, ambos de 4 anos, responderam a Mula sem Cabeça. A Cuca também foi citada, pela menina Bárbara de 10 anos. No fim das perguntas, Zé Zuca pergunta a Mariano seu personagem preferido, que responde gostar do Saci, pois este rouba as comidas das casas alheiras. “Mas Mariano, você só pensa em comida”.

No palco: contar histórias e fantasiar-se

Em uma das visitas ao auditório da Rádio Nacional, minha chegada antecipada ao Rio de Janeiro possibilitou o acompanhamento mais próximo do processo de montagem do palco e ensaio com as crianças. Nesse dia a contadora de histórias fez sua performance com a ajuda de uma criança da plateia. Foi escolhida uma menina de aproximadamente cinco anos de



Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes

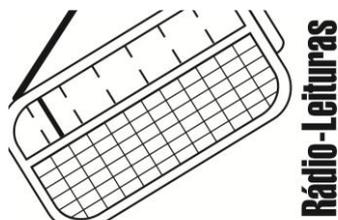
idade, que vestia uma fantasia de fada. A contadora de histórias trouxe consigo uma maleta repleta de brinquedos, que serviriam de apoio para a história da “Dona Baratinha”. Durante o ensaio, ainda com a plateia vazia, ao abrir a maleta, a contadora deu um animal de brinquedo à criança, dizendo que este queria casar-se com a Dona Baratinha. A participação da menina consistiu em imitar o som do animal que ela tinha em mãos, para que a Dona Baratinha se assustasse com o som e desistisse de casar com cada um dos animais. Mas já durante o ensaio a pequena fada se agitava pelo palco da Rádio Nacional, dando ao cavalo que estava em suas mãos o poder de voar. Apesar das tentativas da contadora de histórias em manter a menina próxima ao microfone, a pequena fada conduzia o cavalo de plástico pelos ares, impedindo a continuidade da história que se desenvolvia em frente ao palco.

Este pequeno acontecimento é importante para que se observe a dificuldade de um adulto em trazer a criança para performance marcada teatralmente. A fantasia já estava acontecendo naquele momento na cabeça da criança, embora não estivesse de acordo com a proposta da contadora de histórias. Em seus gestos, a menina nos revelava ritualizações comuns nossa cultura: o cavalo que voa, como diversos cavalos alados em histórias infantis; a própria fantasia de princesa que a criança vestia já a colocava mimeticamente em um universo fantástico (WULF, 2013; GEBAUER e WULF, 2004), onde seria perfeitamente aceitável o uso de um cavalo voador em suas histórias mentais.

Para ouvir e aprender

Outro exemplo de programa infantil em rádio tradicional é o “Para ouvir e aprender”, vinculado ao Projeto Rádio Pela Educação⁵. De cunho educativo, o programa é parte de uma metodologia pedagógica que envolve o desenvolvimento de material didático, capacitação dos professores para o uso do programa radiofônico em sala de aula e a produção do programa em parceria com professores e alunos.

⁵ Criado em 1999, funciona como espaço de desenvolvimentos de projetos voltados à educomunicação em escolas do Pará, notadamente em Santarém e região. Em parceria com a Prefeitura de Santarém e a Diocese de Santarém, o PRPE recebe apoio da UNICEF, do Projeto Criança Esperança e da Fundação Banco do Brasil. O PRPE possui um blog no endereço www.radiopelaeducacao.blogspot.com.br.



Durante trinta minutos o programa leva para a sala de aula 14 sessões alternadas, que contemplam a realidade da Amazônia, a voz das crianças e adolescentes, professores/as e comunitários/as, das zonas urbana e rural. Todas as sessões estimulam a leitura dos gêneros textuais presentes na escola e na sociedade (livros, cartazes, histórias, causos, rádio, tv, jornal, etc)⁶.

O programa é veiculado às segundas, quartas e sextas, no período matutino e vespertino, na Rádio Rural de Santarém, no Pará. Esta emissora é vinculada à Diocese de Santarém, através de sua Pastoral da Comunicação.

Com meia hora de duração, o programa segue alguns formatos tradicionais do gênero variedades, como boletins informativos, leitura de cartas dos ouvintes, reportagens especiais, agenda cultural, entre outros. A locução é feita por adultos e crianças, sendo que os adultos são normalmente representados pela figura do professor. Embora siga uma estética radiofônica clássica, o programa se apresenta como uma extensão da sala de aula, ou um elo entre a família, a igreja e a escola. A seguir alguns dos quadros que compõem o programa:

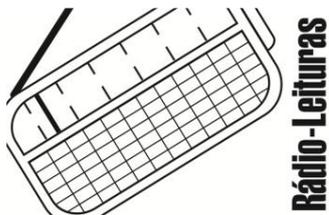
119

Que dia é hoje?

Apresentado no começo do programa, este quadro conta as curiosidades e acontecimentos importantes que são comemorados na data da transmissão. No dia 28 de abril de 2014 comemorou-se o Dia da Educação, com narrações de textos que homenageavam o pedagogo Paulo Freire. Os locutores ressaltavam que, para Paulo Freire, o problema central do homem não era a alfabetização, mas a valorização da dignidade.

O programa do dia 22 de novembro de 2013 foi dedicado ao Círio de Nossa Senhora da Conceição, padroeira de Santarém, que aconteceria no dia 08 de dezembro. Através de uma reportagem especial, foram dados os detalhes da festa que se aproximava; o grande evento do

⁶ Disponível em www.radiopelaeducacao.blogspot.com.br/p/o-que-e-o-projeto-radio-pela-educacao_4771.html. Acesso em 25/01/2014.



Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes

ano na cidade de Santarém, organizado pela Diocese e tendo a Rádio Rural como o seu *medium* oficial. Esta reportagem foi apresentada pelo repórter adulto Antônio Barreto.

Seção Aurelinho

Neste momento as próprias crianças explicam o significado de algumas palavras – normalmente relacionadas ao tema do dia, ou ao evento importante comemorado naquela data. As crianças perguntam aos seus ouvintes “viu como é fácil aprender, turma?”, logo após explicarem o que são eclipse, outono e Terra, por exemplo.

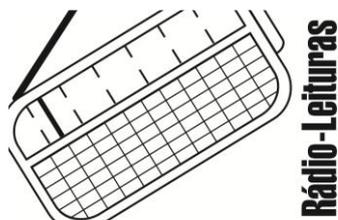
Papo dez

Entrevistas realizadas pelos repórteres da rádio nas diversas comunidades da região de Santarém. Os temas são normalmente atrelados aos acontecimentos da região; são entrevistados personagens locais, como professores, artistas ou escritores de cordel. É interessante notar neste quadro o forte caráter regional do programa.

Vamos ler juntos?

Quadro que apresenta uma leitura dramática de poemas, de literaturas de cordel ou cantigas de rodas. Apresentado por adultos e crianças, o quadro é posicionado no final do programa, normalmente seguido de dicas pedagógicas sobre o assunto levantado pela leitura. No programa do dia 30 de abril de 2014, o poema de Antônio Juraci Siqueira, declamado por uma criança, falava de botos; após a leitura, a professora sugeriu que em sala de aula as crianças fizessem pesquisas sobre os botos, os comparando com os golfinhos.

Em outro programa, foi proposto aproveitar o dia do músico, que se comemorava no mesmo dia da transmissão, para que cada aluno escolhesse uma música para brincar em sala de aula, com o objetivo de estimular a audição e curtir uma boa música. Nota-se mais uma vez a efetiva participação do programa nas dinâmicas pedagógicas dentro da sala de aula,



funcionando efetivamente como ferramenta de aprendizagem e vínculos entre alunos e professores.

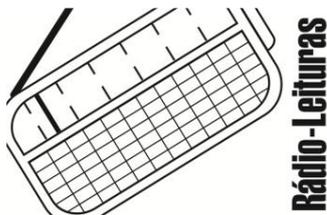
Correio do aluno

O correio do aluno é o momento em que os locutores leem as cartas enviadas pelas crianças das escolas de comunidades próximas a Santarém. São notáveis os vínculos sonoros presentes na seção de correspondências entre ouvintes e o programa. Muitas das crianças que ouvem e participam do programa moram em aldeias afastadas de Santarém. Elas escrevem as cartas com o auxílio de suas professoras e, normalmente, elogiam o programa, os locutores e a escola onde estudam. Costumam mandar beijos e abraços aos colegas de sala, à professora e aos pais.

É o caso da aluna do 4º ano do colégio Rotary que diz gostar do programa e da professora. Manda abraços aos funcionários e aos amigos da escola, além dos pais e dos irmãos. Da comunidade de Peixuna, no Tapará, uma aluna da 7ª série na Escola Nossa Senhora Aparecida mandou alô aos professores e colegas de escola, nomeando todos, e aos pais. Em leitura resumida da carta da Raiana de 12 anos, 7ª série, os locutores entoam: “se fosse uma roseira te dava uma flor, como sou ouvinte te dou um alô”.

Os alunos da Escola São Domingos, da Comunidade Nova Sociedade no Rio Arapinhus, “escrevem com imenso prazer ao programa para mandar um alô para os professores e amigos”, como no caso da aluna Carina Lopes. Já a aluna Maria Vanderlaine, de 12 anos, escreve pela primeira vez e acha o programa uma maravilha; manda abraços para os colegas, citando seus nomes, aos pais e avós, e termina com o pequeno poema: “Escrevi numa rosa branca ‘rádio para a educação’. Veio um pássaro e disse ‘escreva no seu coração’”.

Os alunos das comunidades da região de Santarém são efetivos participantes do programa, reforçando seus vínculos familiares e afetivos através das cartas lidas ao vivo pelos apresentadores. Trata-se de vínculos que perpassam as mídias primárias, secundárias e terciárias, dos corpos dos alunos em vínculo com os de seus colegas, em brincadeiras na escola, no contato com os professores, que se codificam em abraços grafados em papéis e enviados à emissora, posteriormente lidas e irradiadas por ondas magnéticas novamente às



B brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

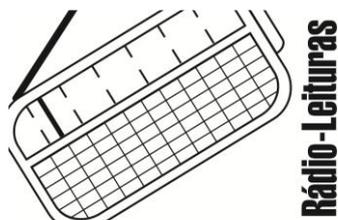
Rodrigo Fonseca Fernandes

aldeias, fechando um ciclo de pertencimento que extrapola os limites dos muros das casas, escolas, cidades e da emissora. A menina Raiana, bem como as outras crianças, dedicou um tempo de vida a sentar ao lado da professora e, juntas, escreveram uma carta para os colegas, pais e, principalmente, reforçaram os laços que as unem, gravando em sinais gráficos e auditivos os momentos vividos juntos na sala de aula.

Contudo, esteticamente o programa faz uso de recursos repetidos por praticamente todas as outras propostas de rádio infantil, exigindo das crianças uma performance em frente ao microfone que é mimetismo, no sentido de repetição, das locuções dos adultos, com o agravante de seguirem roteiros de difícil compreensão e dicção. Muitas vezes as crianças pronunciam frases complicadas, desenvolvem (ou repetem) raciocínios elaborados para o texto escrito. Embora tenha um papel fundamental como ferramenta de aprendizado escolar e, principalmente, de vinculador entre alunos e professores das escolas de Santarém e região, falta ao programa a oportunidade de oferecer às crianças um espaço de criação e brincadeiras sem obrigações pedagógicas. Como apontava Postman, este problema está presente no modelo moderno de ensino e aprendizado, onde a escola forma adultos instruídos.

Como a escola se destinava a formar adultos instruídos, os jovens passaram a ser vistos não como miniaturas de adultos, mas como algo completamente diferente: adultos ainda não formados. A aprendizagem na escola identificou-se com a natureza especial da infância [...] E assim como no século dezenove a adolescência passou a ser definida pelo alistamento militar obrigatório, nos séculos dezesseis e dezessete a infância foi definida pela frequência escolar. A palavra *school-boy* (colegial) tornou-se sinônima da palavra *child* (criança) (POSTMAN, 1999, p. 55-56).

Isto quer dizer que o problema apontado na produção do programa Para Ouvir e Aprender não é isolado e reflete um sistema de aprendizado que perpassa todos os níveis educacionais. Também não é função desta pesquisa problematizar os métodos pedagógicos em vigor, tampouco propor soluções em forma de programação radiofônica que aponte para novos horizontes da relação ensino-aprendizado. Pretende-se apenas apontar que o ensino do rádio e pelo rádio está sujeito a métodos que não são necessariamente libertadores no sentido de se buscar novas formas de ouvir e produzir peças radiofônicas.

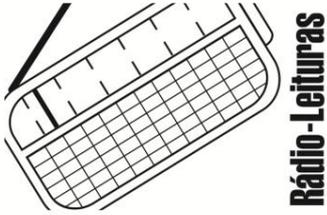


Brincadeiras Finais

Os exemplos apresentados são uma amostra das atuais produções radiofônicas para crianças. De caráter educativo ou puramente lúdico, direcionado ao público da Amazônia ou do Rio de Janeiro, o que se observam são possibilidades de uso dos programas radiofônicos como forma de vincular crianças através das brincadeiras, estejam elas do lado produtor ou receptor do aparato radiofônico. Mais que transmitir informação, o rádio funciona como ambiente de experimentações sonoras, como uma forma de resgatar nas crianças a cultura do ouvir com o corpo todo. O aprendizado no rádio, portanto, não se limita ao conhecimento técnico, mas à capacidade de conhecer com o corpo todo. Atualmente o aprendizado está cada vez menos relacionado às experiências do corpo, mas à constante exposição às visualidades. Portanto, não é de se estranhar que as produções radiofônicas sejam resultado de dinâmicas sociais contemporâneas, que desvalorizam sobremaneira o desenvolvimento infantil – a experimentação – através de todos os sentidos.

Não está provado empiricamente que o rádio é mais ou menos libertador que a TV no estímulo à criatividade das crianças, mas é fato que a linguagem radiofônica em uso carrega uma necessidade intrínseca de visualização, como uma espécie de concorrência com a estética da televisão. Seja pelas câmeras instaladas nos estúdios divulgando imagens pela internet, seja por fazer a criança “ver o programa pelo rádio”, a hiper-exposição imagética a qual somos sujeitos diariamente influencia diretamente nas elaborações dos programas de rádio. Desde os locutores esportivos que nos estimulam a reconstruir a imagem do campo de futebol às reportagens das emissoras *all news* que nos apresentam notícias em forma de verbalizações, abstraindo as sonoridades. Portanto, ao se falar em visibilidade, não se trata necessariamente de uma ideia da imagem pictórica no rádio, mas da subtração do sonoro em prol da construção narrativa verbal e informativa, mais eficiente e econômica.

As brincadeiras radiofônicas servem também como forma de olharmos criticamente para o próprio *savoir faire* radiofônico, apontando as deficiências de uma linguagem estritamente linear, submetida aos ditames do cronômetro (SCHAFER, 2008) e carregado de visualidades em seus conteúdos sonoros. Brincando, as crianças desmontam o rádio,



Brincando com sons: os programas infantis de rádio como experiência da cultura do ouvir

Rodrigo Fonseca Fernandes

transformando ambientes de transmissão de informações em ambientes de sons de fantasia, máscaras e vínculos. O resgate da Cultura do Ouvir deveria ser uma estratégia de resiliência do rádio, desde que este se assuma como algo mais complexo: um ambiente de abraços sonoros, colocados em prática em forma de performances narrativas, sons, movimentos do corpo. E ninguém melhor que uma criança para provocar tamanha confusão.

Referências

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia. Ensaios de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A serpente, a maçã e o holograma. Esboços para uma Teoria da Mídia**. São Paulo: Paulus, 2010.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens**. Lisboa: Cotovia, 1990.

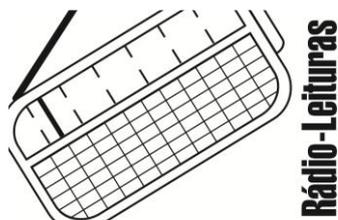
GEBAUER, Günter; WÜLF, Christoph. **Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas**. São Paulo: Annablume, 2004.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. "Radio e criança: um estudo sobre a ausência de programação infantil nas emissoras de porto alegre". Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA – USP, 1988.

MENEZES, José Eugenio O. **Rádio e cidade: vínculos sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.

MENEZES, J. E. O.; CARDOSO, M. (Orgs). **Comunicação e cultura do ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

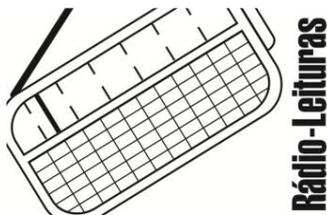
PROSS, H. **Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen.** [Investigação dos media. Filme, rádio, imprensa e televisão]. Darmstadt: Carl Habel, 1972

SILVA, Júlia Lúcia de O. Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada. O spot e os elementos da linguagem radiofônica.** São Paulo: Annablume, 1999.

SCHAFER, M. “Rádio Radical e a nova paisagem Sonora”. *In*: MEDITSCH, E.; ZUCULOTO, V. (Orgs). **Teorias do rádio: textos e contextos.** v.2. Florianópolis: Insular, 2008.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação. Da teoria ao trabalho de campo.** Organização e apresentação de Etienne Samain. São Paulo: Papirus, 1998.

WULF, Christoph. **Homo pictor: imaginação, ritual e aprendizado mimético no mundo globalizado.** São Paulo : Hedra, 2013.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

Como citar este artigo: GALARÇA, Sandro Lauri. Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 126-152, jan./jun. 2016.

Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor¹

Sandro Lauri Galarça²

Recebido em: 12 de abril de 2016.
Aprovado em: 10 de junho de 2016.

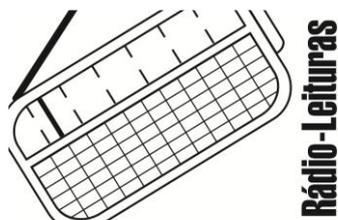
Resumo

Este artigo apresenta a discussão, a partir dos resultados de um estudo de caso sobre o programa *'Get Up'*, da rádio Atlântida Joinville, de como as plataformas digitais e interativas constroem um novo perfil de locução nas emissoras de rádio na atualidade. Para buscar respostas sobre algumas questões que surgem neste cenário, o artigo discute teoricamente a convergência proposta para o futuro do rádio a partir das ferramentas de interatividade proporcionadas pelo universo digital e pelas tecnologias móveis que revolucionaram a comunicação, num conceito de rádio musical expandido trabalhado por Kischinhevsky e Benzecry (2014). Partindo do conceito de convergência proposto por Jenkins (2009) e apoiado em diversas técnicas de pesquisa, conclui-se que o futuro do rádio passa pelo padrão digital; que sua linguagem precisa ser voltada para o ouvinte que emerge neste contexto; e que o locutor só vai sobreviver se souber para qual público está falando.

Palavras-chave: Rádio; Locutor; Ferramentas digitais; Interatividade.

¹ Artigo elaborado a partir da monografia intitulada "As novas ferramentas digitais e o perfil do locutor de rádio. Estudo de caso: a interatividade no 'Get Up' da Rádio Atlântida Joinville", de autoria de Marcos Aurélio Pereira, defendida em dezembro de 2015.

² Jornalista, mestre em Comunicação e Informação, doutor em Literatura. Professor da FURB e do Ielusc



Abstract

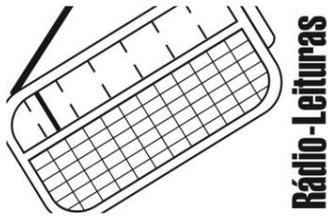
This article presents a discussion, from the results of a case study on the program 'Get Up', radio Atlantida Joinville, how digital and interactive platforms build a new expression profile in radio stations nowadays. To seek answers on some questions that arise in this scenario, the article discusses the convergence theory proposed for the future of radio from the interactive tools offered by the digital world and the mobile technology that revolutionized the communication, a musical radio concept expanded working for Kischinhevsky e Benzecry (2014). Starting from the concept of convergence proposed by Jenkins (2009) and supported in various screening techniques, it is concluded that the radio future passes through the digital pattern; your language needs to be directed to the listener that emerges in this context; and that the broadcast presenter will only survive if know to which audience is talking to.

Keywords: Radio; Broadcast Presenter; Digital tools; Interactivity.

Introdução

Mesmo em um momento em que as mídias sociais dominam a atenção de um público cada vez mais crescente, pode-se afirmar que o rádio ainda tem espaço significativo de uma audiência numerosa, por ser um meio de comunicação prático, simples, objetivo e acessível. O rádio não exige atenção fixa como a televisão e dispensa um letramento digital, necessário para o domínio das redes sociais oferecidas pela internet. O analfabeto pode ser informado pelo rádio, assim como a criança que ainda não tem idade escolar. Mídia democrática na sua gênese, o rádio é de uso pessoal e coletivo ao mesmo tempo.

Suas características reforçam a cumplicidade entre ouvinte e locutor – mesmo que ambos não percebam isso. Cumplicidade que ultrapassa barreiras geográficas, religiosas, étnicas, culturais, físicas, emocionais e financeiras dado ao baixo custo para adquirir um aparelho receptor. É um veículo tradicional que está aprendendo a usar as



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

ferramentas da atualidade. Aos poucos, está se familiarizando com termos que, diriam os mais conservadores, jamais ‘casariam’ com o rádio. Está cada vez mais difícil separá-lo dos aplicativos como *Podcast*, *Facebook*, *Streaming*, *WhatsApp* e tantos outros instrumentos digitais. Está evidente: o rádio quer e precisa modernizar-se. Isso porque as plataformas digitais, teoricamente, vêm com a proposta de alterar não só a relação do radialista com o público, mas também o ambiente de trabalho.

Por ser um veículo tradicional e de suma importância no cenário da comunicação, decidiu-se pesquisar sobre o futuro deste gigante meio de comunicação, a partir das inovações impostas pelo modelo digital. O presente artigo, a partir do objeto de estudo em questão, pretende contribuir para novas descobertas para o rádio e para o locutor. O objetivo deste artigo é compreender de que forma as plataformas digitais e a interatividade são determinantes na construção do perfil de locutor das manhãs da rádio Atlântida Joinville – especificamente do ‘*Get Up*’ – programa que vai ao ar diariamente das 6h às 8h da manhã.

Uma Nova Locução

Segundo Prado (2006) a função de locutor de rádio está cada vez mais dependente das plataformas digitais. É um “mal necessário” que se reflete na permanência dele no mercado, com as emissoras migrando para o modelo digital. Segundo a autora, “este contexto provoca a reformulação do modo de fazer rádio hoje em dia. Não basta ter apresentadores, noticiaristas e programação musical. O surgimento das rádios na Web incita radialistas a pensarem de modo abrangente, que inclua a versão na internet, evitando que sejam passados para trás pelas demais.” (PRADO, 2006, p.158)

Ao oferecer imagem, som e texto a emissora deixa de ser exclusivamente uma rádio e sugere a criação de um público mais interativo e atento às revoluções tecnológicas. A partir daí o locutor tem de inovar e surpreender porque mesmo ao falar para a dona de casa que o sintoniza na cidade onde está sediada a emissora, tem que

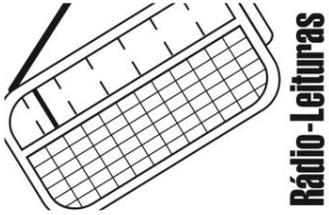
ter em mente que alguém, em qualquer parte do mundo, também pode estar em sua companhia graças à internet. Essa relação radialista/internauta, sugere Saad (2008), só será fortalecida a partir do momento em que o estilo de locução for atraente. O autor complementa, afirmando que “cada vez mais, o usuário tem em seus dispositivos eletrônicos ferramentas que potencializam suas opções de escolha de conteúdos para compor sua cesta informativa e, assim, ampliar sua condição intelectual e de conhecimento sobre o ambiente”. (SAAD, 2008, p.145)

O perfil do locutor atual difere do profissional tradicional que só anunciava músicas, lia cartas ou atendia telefonemas do público. Além da preocupação com a imagem, o profissional deve estar em constante atualização, já que o uso de novas ferramentas traz também novas pronúncias e múltiplas interpretações. Com a globalização do rádio proporcionada pela internet, surge um conceito de rádio musical expandido como defendem Kischinhevsky e Benzecry (2014), contexto em que a audiência passa a ser infinita. Segundo os autores, as novas formas de ouvir rádio moldam a interação entre as audiências e entre emissor-receptor:

A internet se configura como uma plataforma de comunicação que possibilita o surgimento de comunidades on-line, transfronteiras, que não prescindem, contudo, das interações sociais presenciais – muitas vezes, pelo contrário, articulam-nas. Os usos e as apropriações dos internautas de mídias sociais, sites de relacionamento e serviços de *microblogging* e de rádio social (KISCHINHEVSKY, 2012), constituem-se como ricos objetos de estudo no campo da comunicação, ‘na, com e pela rede’, passíveis de análise por meio da abordagem etnográfica. (KISCHINHEVSKY E BENZECRY, 2014, p. 188)

Para se ter uma ideia do tamanho deste público no país, o Brasil tem quase 160 milhões de pessoas conectadas à rede mundial de computadores e a internet por banda larga cresceu 44% em 2014. A expectativa do governo é disponibilizar, até 2018, banda larga para 95% das residências brasileiras. Números da Telebrasil – Associação Brasileira de Telecomunicações – revelam que 88,4% dos brasileiros acessam a internet através de microcomputador, 53,6% pelo celular e 17,2% via *tablet*.³ Com banda larga e aparelhos cada vez mais pensados a partir das mídias digitais, o fenômeno da audiência

³ Jornal A Notícia, 9 e 10 de maio de 2015.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

do rádio nestas plataformas tende a crescer ainda mais.

Diante dessa “expansão”, qual impacto recai sobre o locutor de rádio? Que ‘estilo’ de locução as empresas e o público preferem? Quais são as principais mudanças identificadas a partir do surgimento e fortalecimento de novas plataformas digitais e de interatividade? Em que nível se dá essa interatividade e como ela interfere na relação emissor-receptor? O futuro do rádio será apenas *on line*? São questões pertinentes para o atual momento do meio frente à nova geração de ouvintes nas mais variadas plataformas.

Novas interfaces do rádio

O jornalismo digital e a própria indústria jornalística (Saad, 2008) entraram num processo irreversível no que diz respeito a novas linguagens, formas narrativas e reconfiguração de modelos de mercado. “Hoje assistimos a transmissões simultâneas de tevê e rádio pela internet, além do acesso ao meio impresso através dela”. (p.133)

A convergência, para Jenkins, (2009, p.45) também acontece quando as pessoas chamam pra si o controle das mídias, já que nossos desejos, relacionamentos e outros sentimentos fluem pelos canais de mídia. Gravar uma cena íntima pelo celular e colocar na internet é assumir o controle de uma plataforma. Pedir para que o locutor rode uma música preferida pelo público é colocar o rádio-ouvinte no controle da programação. Para que isso aconteça basta ele ter acesso a um canal de comunicação direto com o estúdio, seja por aplicativo próprio da emissora ou ferramenta como *Instagram, Facebook, Messenger, Twitter etc.*

A maneira de ouvir rádio está se alterando e este é o meio que, teoricamente, está sabendo se aproveitar da internet, por já exercer a interatividade desde as suas origens, o que contribui para atrair um novo público sem perder o tradicional. As pessoas não ouvem rádio apenas em casa, ou no carro e sim, dentro do ônibus, do metrô, enquanto caminham ou correm, estudando - graças ao celular que está

conectado à internet. Dessa forma, têm nas mãos a capacidade de decidir o que querem, deixando de lado o conceito de ‘apenas ouvinte’ para ser um ‘ouvinte atuante’.

O hábito de ouvir rádio se altera com a possibilidade do rádio musical expandido. Prata (2009) faz uma análise da interação por meio das web rádios e acrescenta novos suportes para sua realização, como fóruns e chats de discussão. Diante dessa nova realidade, Kischinhevsky e Benzecry (2014) acrescentam o compartilhamento e a etiquetagem de arquivos digitais de áudio.

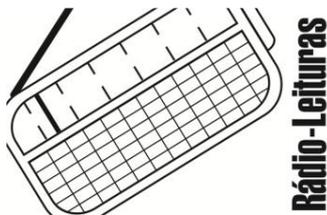
De fato, essas e outras práticas se desdobram a partir da comunicação radiofônica nos moldes consolidados em AM/FM ao longo das últimas décadas, possibilitando uma série de operações, como o uso acessório de imagens no compartilhamento de programas e os comentários e botões como “curtir”, o que pode ser tanto uma afirmação de gosto pessoal do comunicador como uma estratégia de retribuição/hierarquização no âmbito de determinada rede social online. (KISCHINHEVSKY E BENZECRY, 2014, p. 188)

Uma das versões mais recentes da tecnologia comercializada nos últimos anos é a do *smartphone* que funciona, na prática, como rádio, internet, agenda eletrônica, filmadora, câmera fotográfica, um portal de aplicativos que auxiliam no dia a dia com informações sobre o tempo, o trânsito, a variação cambial, condições de aeroportos, movimentação bancária e outros serviços e que materializam, de certa forma, o conceito de rádio musical expandido. Em 2014 foram vendidos 54,4 milhões de *smarthphones* no Brasil, sem contar a comercialização de aparelhos mais simples e menos sofisticados. Isso significa dizer que foram vendidos 104 *smarthpones* por minuto no território brasileiro no período.⁴ O mesmo estudo aponta o Brasil como o quarto maior mercado consumidor de celulares, perdendo apenas para países como EUA, Índia e China.⁵

A maior parte dos aparelhos vendidos tem sistemas operacionais como iOS, da

⁴ Dados extraídos do site: <http://www.tudocelular.com/curiosidade/noticias/n52561/brasil-registrou-grande-venda-de-smarts-2014.html>. Acessado em setembro de 2015.

⁵ Jornal A Notícia, 9 e 10 de maio de 2015.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

Apple, Android, do Google, ou Windows Phone, da Microsoft, com facilidade para baixar aplicativos e ferramentas on line ausentes em dispositivos mais antigos. Há muito tempo o ato de ligar, desligar, falar com alguém no outro lado da linha ou simplesmente enviar mensagens de texto deixou de ser função única no *mobile*, de forma que o avanço tecnológico fez com que esta ferramenta incorporasse outras utilidades da vida moderna. Parte dessa mudança tem relação com a chamada confluência de mídia, termo muito discutido por autores, na tentativa de definir o futuro dos meios de comunicação, o processo de produção e o consumo de conteúdos através de múltiplas plataformas juntas.

Jenkins (2009) supõe que a convergência se dará no momento em que as novas e antigas mídias interagirem de forma mais frequente e complexa, já que o momento é de confusas transformações na cadeia de produção e consumo de conteúdos. Sem diminuir a capacidade da função original da telefonia móvel, é preciso aprender a lidar com outros desempenhos do dispositivo, em uma mudança que não é só tecnológica, mas também de relação com as indústrias, mercados, gêneros e públicos existentes. Enquanto o usuário ainda está em fase de adaptação frente às tecnologias interativas, cabe às empresas de comunicação acelerarem o fluxo de mídia pelos mais diferente canais de distribuição, como forma de demonstrar atenção à inovação e ao consumidor.

A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação.” (JENKINS, 2009, p.47).

Prata (2009) afirma que antes era fácil definir cada mídia presente na população, mas com a internet, o que era simples ficou complicado nesta temporada de incertezas. “Hoje, certamente, ainda não se pode falar que há uma convergência propriamente dita, mas em tendências convergentes, já que é tudo ainda muito incipiente”. (p. 71) A mesma autora levanta questionamentos como: “a convergência provoca o fim das especificidades?”. Para ela está evidente a necessidade de mudar paradigmas, na busca incessante de um novo conceito para o rádio. O rádio, como grande mídia, também

poderá ter um novo conceito a partir da convergência.

O novo ouvinte

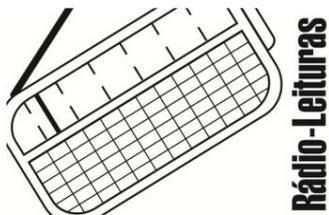
A internet em si – como conjunto de redes interligadas e canal de acesso a informações de qualquer parte do planeta – não deve, ou pelo menos não deveria ser vista como ameaça ao rádio. Barbeiro (2015) em sua entrevista a define como uma via de mão dupla e parceira da radiodifusão. “A internet é uma avenida e não uma concorrente, onde circulam som, áudio, imagem, arquivo... a interconexão. É uma avenida. Está passando aqui na minha frente. Preciso aprender, como locutor, como vou atravessar esta avenida ⁶”.

Prata (2009, p. 71) concorda que as novidades geradas pela internet são estímulos para o fortalecimento do modelo de colaboração mútua entre a tecnologia e o rádio. Segundo ela, o casamento entre rádio e internet certamente acompanhará este processo e, num futuro bem próximo, soará como linguagem ultrapassada a emissora que não oferecer, além do áudio, também conteúdos imagéticos e textuais ao seu público, ampla possibilidade real de produção de conteúdo por parte do usuário.

Os autores sugerem, desta forma, que a internet está proporcionando ao rádio um novo campo de exploração, de mercado e de sobrevivência. Barbeiro (2015) lembra que com um *clic* o consumidor de mídia tem uma infinidade de escolhas e nenhum veículo de comunicação pode fechar os olhos para essas novidades e ignorar a presença dele no endereço eletrônico. E estando nas plataformas digitais será cada vez mais desafiador o rumo a seguir perante as novas práticas de propagação do áudio e da imagem. “Assim, o aparelho de rádio hoje é qualquer *gadget*⁷ que tem acesso à

⁶ Entrevista concedida em junho de 2015 a Marcos Aurélio Pereira, autor da monografia intitulada “As novas ferramentas digitais e o perfil do locutor de rádio. Estudo de caso: a interatividade no ‘Get Up’ da Rádio Atlântida Joinville”, defendida em dezembro de 2015, que originou o presente artigo.

⁷ *Gadget*, traduzido para o Português quer dizer dispositivo ou aparelho portátil. Ex: smartphones, MP3 ou MP4 players, tablets e outros.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

internet. O número de emissoras é infinito, haja vista que qualquer site pode ter a sua rádio.”⁸

Com inúmeras estações surgindo, cabe às empresas radiofônicas agilidade na elaboração de modelos para atrair o público que está no digital, sem perder o ouvinte tradicional. O alvo seriam os jovens nascidos depois das décadas de 80 e 90, que fazem compras *on line* e estão diretamente conectados às tendências midiáticas. Essa conexão, na avaliação de Eisenstein e Estefenon, (2008, p.142) é positiva para as novas mídias, uma vez que a tecnologia permite comunicação instantânea e facilitada entre as pessoas. Segundo as autoras, o imenso arsenal do universo eletrônico, com sua característica de interatividade, nos dá a chance de levantar bandeiras, agir coletivamente e plantar a semente da cidadania, contribuindo para um dia-a-dia mais próspero, solidário e harmonioso. A grande rede é, essencialmente, um espaço de liberdade para se criar, recriar, experimentar e extrair lições.

Ao falar de tecnologia, McLuhan (1974) afirma que a automação trouxe como positiva a criação de papéis que as pessoas devem desempenhar em suas relações de trabalho. Segundo ele, para efeitos práticos, o meio é a mensagem e pouco importa o que os equipamentos produziram no passado, mas sim a reestruturação do trabalho humano pelas técnicas de fragmentação – que é a essência da tecnologia da máquina. O autor cita o exemplo da luz elétrica. Pouca diferença faz quando usada em um procedimento cirúrgico ou num jogo de beisebol. Neste caso, o conteúdo é formado pelas atividades realizadas e não o fato em si da geração da energia, reafirmando a tese de que a “mensagem” de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas.” (MCLUHAN, 1974, p.22).

O avanço tecnológico na ferrovia – também usado como modelo pelo canadense – certamente não criou novas modalidades de movimento, roda ou caminhos na sociedade, e sim proporcionou a aceleração e ampliação da escala das funções

⁸ Extraído do site: <http://portal.comunique-se.com.br/artigos-colunas/77105-o-fim-do-fm-esta-cada-vez-mais-proximo>. Acessado em setembro de 2015.

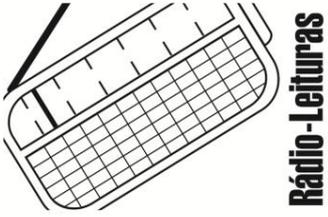
humanas, favorecendo novos tipos de trabalho. Para o autor, como já dito por Barbeiro (2015), “o meio é a mensagem, porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas.” (MCLUHAN, 1974, p.23).

As novas interfaces, sugerem os autores, são mais que um convite à participação popular, que passa a ser considerada essencial no processo de produção, construção e debates de conteúdos midiáticos. Evidentemente que o rádio já dá os primeiros sinais de experimentos para uma nova forma de interatividade, na expectativa de transformar o ouvinte em parceiro dessa estrutura mútua e complexa. Lemos (1997 *web*) afirma que o modelo da imprensa, desde o rádio até a televisão, através de seus profissionais, dará espaço a novas formas de circulação destes conteúdos no campo da comunicação. Ao modelo “Um-Todos” dos media tradicionais, opõem-se o modelo “todos-Todos”, ou seja, uma forma descentralizada e universal (tudo pode ser convertido em “bits”- sons, imagens, textos, vídeos...) de circulação das informações.

Na avaliação de Saad (2008, p.153), o sucesso da mídia digital interativa passa pela organização e transformação de cultura dentro das empresas de comunicação e seus profissionais. Sem isso haverá distanciamento do canal para com o público e perda da competitividade frente às inovações. Por outro lado, como propõe Quadros (2013), há de se destacar o fato de que as novas ferramentas e as novas práticas interativas no radiojornalismo atual dão ao ouvinte maior relevância na programação, além de novos espaços com a expansão do rádio para outras plataformas. A autora propõe, para isso, uma classificação dos tipos de interatividade praticados atualmente no rádio, como foram de ressaltar as múltiplas possibilidades de troca simbólica entre emissor e receptor.

Interatividade

Esse novo modelo, em conjunto com o consumidor, relaciona todos os envolvidos no processo da chamada interatividade. Defendida pelos meios de



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

comunicação da atualidade como bandeira na tentativa de atrair os mais diversos públicos, o termo tem sido usado de forma equivocada, no conceito de Nunes (2009), que tem a seguinte explicação para o uso dentro do processo comunicacional: “Interatividade: *inter+atividade*. O prefixo *inter* trata do *entre* num diálogo, enquanto *atividade* pode ser determinada como sendo *ação*. Seria, *a priori*, uma ‘ação entre sujeitos da comunicação’, uma ação dialógica, quase a mesma definição que foi dada à comunicação”. (NUNES, 2009, p.205)

O autor defende a interatividade como uma troca recíproca, já que ora o emissor vira receptor, e vice-versa, numa clara inversão de papéis com personagens ativos na produção da mensagem. Desta forma a interatividade provoca posicionamentos enquanto “o *inter* é o produto que brota entre os agentes do diálogo, ou seja, a mensagem gerada sob atuação dos dois (ou mais) indivíduos presentes no processo de comunicação.” (NUNES, 2009, p.207).

Segundo Quadros (2013), o ingresso do rádio no ambiente *on line* e a incorporação das tecnologias da informação e comunicação nas diversas relações com a audiência permitiram múltiplas opções de expressão dos ouvintes. A interatividade, continua a autora, se expande através dos ambientes digitais por onde o meio se insere. De acordo com a classificação da autora, o modelo de interatividade que mais se encaixa no programa analisado no presente artigo é a dialógica ampliada, em que “trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte se dão de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora, com interferência identificada no conteúdo sonoro” (QUADROS, 2013, p. 172).

A intervenção possibilitada a partir da interação tem princípio no estado democrático quando todos os participantes da construção da mensagem são beneficiados pelo poder dado a cada um para modelar e modificar tal mensagem. Primo (2011, p. 28) ressalta que a palavra ‘interatividade’ ganhou ainda mais popularidade, não só através da indústria de informática, mas também em razão das campanhas de marketing e do uso indiscriminado e abusivo nos modos acadêmicos. Citando Machado, o autor acredita que ao referenciar o termo para bancar fenômenos como ‘salas de cinema

em que as cadeiras sacodem’, ou ‘programas de televisão que pedem a participação do telespectador, para votar, por telefone’, corre-se o risco de nada representar.

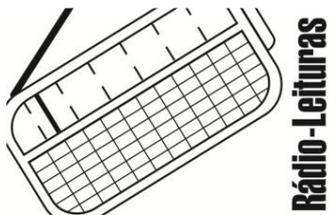
Primo (2011) não é o único a proteger a ideia de que a interação fora dos equipamentos é elemento participativo do processo da convergência entre as mídias. Jenkins (2009) também confia na experiência que cada indivíduo pode ter, a partir da convergência que se dá além da interação entre as máquinas. Segundo ele, a convergência atenua a participação e a inteligência coletiva. Citando Marshall Sella, do New York Times, exemplifica a televisão, que iniciou com um estranho tipo de interatividade ao se considerar uma rua de mão única, em que o produtor ia até o consumidor. Hoje está mudando e se fortalecendo em uma via de mão dupla. “Um homem com uma máquina (uma TV) está condenado ao isolamento, mas um homem com duas máquinas (TV e computador) pode pertencer a uma comunidade.” (SELLA apud JENKINS, 2009, p.327)

Nunes (2009, p. 182) pondera que:

neste século da primazia dos efeitos midiáticos e dos suportes digitais, precisamos voltar nossa atenção para o usuário digital, a partir do momento em que ele fará parte do processo de construção de conteúdo. Deve-se ressaltar, também, que o rádio exige apenas o uso oral, é a conversa, é o diálogo, atributo que diferencia o suporte e lhe dá mais autonomia para aplicar a interatividade. Esse recurso poderá ter melhores resultados no rádio exatamente em razão da simplicidade do acesso, da agilidade da troca. Enfim, a mudança de paradigma que se configura para o rádio é surpreendente, pois a relação rádio - ouvinte tem determinadas características às quais não se pode renunciar para entender a transição analógico-digital e a introdução desse novo modelo midiático.

Ao propor novos formatos e modelos de interatividade, Barbeiro (2015) orienta que estes não sejam impopulares mesmo em emissoras consideradas, erroneamente, sem expressão, diante do gigantismo que ela pode representar estando na plataforma digital como a internet. Ele dá como exemplo a rádio Comunitária Caramello FM, instalada na região da periferia de São Paulo. Legalizada, a emissora que pode ser ouvida na frequência 87,5 alcança um raio de três quilômetros em volta da vila. Mas ela também está na internet. O autor conclui:

Se ela está na internet, o que faz o locutor da Caramello? Primeiro: ele é ouvido no mundo inteiro. Segundo, ele tem interatividade. E a primeira coisa



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

a fazer foi colocar câmera no estúdio. No momento em que você coloca câmera no estúdio, o que acontece? Você passa a ter simultaneamente duas ferramentas de trabalho. Ou você impacta a audiência só com o áudio, ou com imagem e áudio.⁹

Com o recurso da imagem como ferramenta digital, Prado (2006, p. 69) também alega a necessidade de as emissoras (rádio) priorizarem a programação ao vivo, inclusive na madrugada, sem menosprezar as faixas horárias, teoricamente, com baixos índices de audiência para exercer de fato a interatividade.

Aliás, principalmente para as emissoras populares (a grande maioria), a madrugada é o horário em que a interatividade cumpre papel que define uma das metas primordiais do rádio, o de fazer companhia. Claro que ele faz companhia o dia todo, mas é na madrugada que as pessoas sentem mais solidão e querem alguém conversando com elas.

Apesar de o tema ser recente, alguns autores buscam recortar a realidade de algumas rádios, através de pesquisas sobre a interatividade digital. Nair Prata analisou 30 emissoras brasileiras¹⁰ e concluiu que dezenas delas já agregavam as novas ferramentas para se aproximar do público. O alvo de pesquisa da autora foram empresas da Região Metropolitana de Belo Horizonte, ressaltando que tal levantamento não conseguiria representar com muita profundidade a real situação de todas as 853 cidades mineiras. No entanto, como define a autora, o resultado é satisfatório ao dar pistas sobre o uso das redes sociais pelas emissoras em todo o estado, já que o foco é a participação através das plataformas digitais.

Ao surgirem novas formas de o ouvinte se comunicar com o meio rádio, é sugestiva a ponderação de que o estilo de locução também venha se alterar, uma vez que este profissional não apenas o recebe por telefone ou cartas, como antigamente. Mas se o estilo de locução muda, qual então, o perfil ideal do locutor na atualidade? Que tipo de locutor/radialista vai sobreviver diante dessa avalanche chamada tecnologia? Barbeiro (2015), que tem 69 anos de idade e ainda é atuante no rádio e na

⁷ Entrevista concedida por Heródoto Barbeiro em junho de 2015 a Marcos Aurélio Pereira, autor da monografia intitulada “As novas ferramentas digitais e o perfil do locutor de rádio. Estudo de caso: a interatividade no ‘Get Up’ da Rádio Atlântida Joinville”, defendida em dezembro de 2015, que originou o presente artigo.

¹⁰ Pesquisa disponível em http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/cl_77.pdf. Acesso novembro de 2015.

televisão, sugere uma resposta para estas perguntas:

Ele vai sobreviver, independente da idade, desde que esteja ligado às mudanças por que o mundo está passando. Ele tem que estar ligado nas tecnologias de comunicação e no público-alvo. O que o meu público quer ouvir? E mais: os assuntos que as pessoas querem saber. Eu, comunicador, é que tenho que entender o público e não o público que tem que me entender. Isso já acabou há muito tempo.¹¹

Algumas mudanças estão surgindo e modelo similar ao defendido por Barbeiro, teoricamente, tem se experimentado na Rádio Atlântida FM, 104,3 do Grupo RBS em Joinville, ao envolver o locutor em atividade com foco na interatividade com o rádio-ouvinte. A emissora concentra a programação, principalmente a musical durante o ‘*Get up*’ baseada na preferência e participação direta do público que ao interagir detém o ‘direito’ de sugerir o que será divulgado na emissora. Supõe-se, dessa forma, que o locutor da Atlântida Joinville saiba para quem ele está falando, já que o público manifesta-se por aplicativos e ferramentas digitais disponíveis, como veremos a seguir.

139

METODOLOGIA

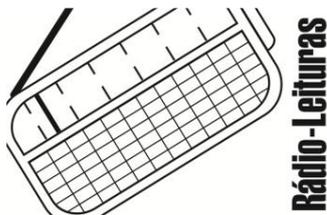
A pesquisa qualitativa reúne, na avaliação de Campos¹², “um conjunto de técnicas de pesquisa cujo objetivo é a busca do sentido ou dos sentidos de um documento.” É fundamentada na finalidade de descrever, de maneira objetiva, um conteúdo a partir da seleção do campo de análise. Ainda na opinião do autor, “nos estudos qualitativos, o investigador é orientado pelas questões de pesquisa que necessitam ser respondidas”, como já defendido por Bressan (2000).

Outro método inserido na pesquisa qualitativa denomina-se observação. É usado na antropologia e na sociologia, com o cunho de aproximar o observado do observador. Aliás, de acordo com Martins (2004)¹³, “em qualquer tipo de pesquisa, seja

¹¹ Ibidem

¹² Extraído do site: <http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>. Acesso em nov. 2015.

¹³ Extraído do site: <http://www.scielo.br/pdf/ep/v30n2/v30n2a07.pdf>. Acesso em nov. 2015.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

em que modalidade ocorrer, é sempre necessário que o pesquisador seja aceito pelo outro, por um grupo, pela comunidade, para que se coloque na condição ora de partícipe, ora de observador”.

Dessa forma entende-se que para analisar o perfil do locutor do *'Get Up'*, é necessário aplicar a *'Pesquisa Qualitativa'*, com os recursos dos métodos *'estudo de caso'*, *'observação não-participante'* e *'entrevista em profundidade'* para melhor aproveitamento dos dados. E assim foi feito.

O pesquisador escolheu uma sequência aleatória do horário da Atlântida Joinville. Em alguns dias esteve durante o tempo de duração do programa dentro do estúdio, mediante autorização da direção da empresa, e em outros acompanhou o programa apenas pelo rádio. O objetivo de intercalar as datas para analisar foi justamente para ter uma percepção de como o público se comporta de um dia para outro. Na segunda-feira, por exemplo, o número de participantes é menor se comparado com a sexta-feira, quando geralmente a locutora tem dificuldades para atender a demanda. Outra constatação é que, mesmo com várias ferramentas digitais disponíveis, o ouvinte do *Get Up* tem como predileta a do *WhatsApp*.

RÁDIO ATLÂNTIDA JOINVILLE

A Rede Atlântida pertence ao grupo RBS de Comunicações (Rede Brasil Sul) e é composta por 12 emissoras distribuídas pelos dois estados do sul – Santa Catarina e Rio Grande do Sul todas com sinal de FM (Frequência Modulada). A Rede tem uma programação musical Pop-Rock. Além de ter forte relação com o comportamento jovem, tem atuado nas ações de conscientização ao meio ambiente, tecnologia, saúde e esporte.

A rádio Atlântida Joinville entrou em operação em 23 de janeiro de 2001. Além de Joinville, onde está sediada, pode ser ouvida na região norte do Estado pela frequência 104,3, nas seguintes cidades: Araquari, Bal. Barra do Sul, Barra Velha,

Garuva, Guaramirim, Itapoá, Jaraguá do Sul, Piçarras, São Francisco do Sul, São João do Itaperiú, Schroeder, Penha, e Massaranduba. A emissora fica na Pastor Guilherme Rau, 250, bairro Saguacú.

Das 24 horas em que fica no ar, nove são dedicadas à programação exclusivamente local. Os programas produzidos e gerados pela Atlântida Joinville são: “*Get Up*”, “*Melhores da Programação*”, “*Hashtag Atlântida*”, “*ATL Pop Rock*”, “*Sucesso Total*” e “*Atl Sunset*”. A tarde, o “*Sucesso Total*”, e “*Hashtag Atlântida*” apresentam músicas já definidas pela programação. Uma ou outra pode ser alterada para atender o ouvinte, que também envia recados e abraços. Tem interatividade, mas o foco destes horários é dar presente (CDs, camisetas, ingressos para shows) ao ouvinte que participa pelo *Instagram*. O volume de participações é menor se comparado com o período da manhã já que, segundo a coordenação, neste horário a maior parte dos ouvintes está trabalhando.

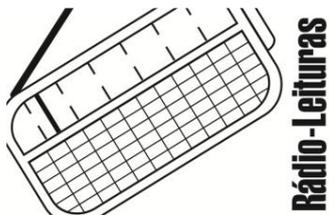
Desde 2013 a Rede Atlântida não contrata Ibope para medir os índices de audiência nas cidades do interior. A última pesquisa e que serve de parâmetro foi realizada no segundo semestre de 2013, como mostra o quadro abaixo.

Quadro 1 - Programação

MÉDIAS	Todos dias - 05h/05h	5.255
	Todos dias - 07h/19h	9.218
	Seg Sex - MANHÃ - 06h/12h	6.016
	Seg Sex - TARDE - 12h/18h	9.876
	Seg Sex - NOITE - 18h/00h	3.939

Fonte: Ibope, 2013

O quadro revela que as faixas horárias com maior audiência estão justamente pela manhã e à tarde. No período matutino (06h/12h) e de segunda a sexta, o índice (6.016) é quase o dobro se comparado com o do noturno (18h/00h), quando a audiência é (3.939) maior. O ‘*Get Up*’ está inserido no quadro matinal, e isso possa explicar a grande procura do rádio-ouvinte em querer participar do programa.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

Também é importante observar que mesmo sem uma pesquisa feita especificamente no norte do estado, a coordenação da rádio estima que 12 mil ouvintes – por minuto – estejam ligados na emissora de Joinville. A reflexão que pode se fazer dessa leitura do Ibope é que o ‘*Get Up*’ está bem posicionado na grade de programação para interagir com o ouvinte e com o mercado publicitário – já que os números da pesquisa favorecem a busca de novos patrocinadores do horário comercial.

GET UP

Pela manhã o espaço com maior participação e interação do ouvinte é no “*Get Up*”, que estreou no dia 06 de agosto de 2014 com a proposta, segundo a coordenadora artística e apresentadora Juliana Pamplona, de levar de uma forma divertida e leve, música, informação e aproximar a cidade da rádio. “Joinville é uma cidade que acorda cedo, e nada mais justo ter uma programação que acorda junto, anima, informa e está cada vez mais próximo do dia a dia”¹⁴. O programa se inicia às 6h e segue até 8h diariamente. Na época do lançamento, Pamplona afirmou ao jornal ‘A Notícia’¹⁵ que o objetivo era incentivar a participação do público. “Esta é apenas uma das novidades da grade que promete ser mais interativa com os joinvilenses, tornando o rádio ainda mais presente no Norte do Estado”.

Para atender aos pedidos de músicas e recados, a Rádio Atlântida Joinville disponibiliza um computador exclusivo para gerenciar as ferramentas de interatividade (*site, Twitter, Facebook, App, Snapchat, Instagram, Periscope e WhatsApp*). Para participar via *WhatsApp* o ouvinte pode enviar suas mensagens através do número (47) 9249.6532. No @atlantidajoin a rádio tem cinco mil seguidores em Joinville, sendo 620 mil em toda a rede. Já acumula 456.433 *downloads* de aplicativos baixados por

¹⁴ *Ibidem*

¹⁵ Extraído do site <http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2014/07/radio-atlantida-joinville-lanca-nova-programacao-local-em-agosto-4563454.html> Acessado em Nov. 2015.

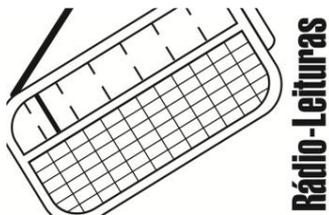
internautas. Segundo Juliana Pamplona, através de todas estas ferramentas “o ouvinte consegue falar com os comunicadores locais, mas se ele envia um e-mail ou comentário por outras plataformas para a rede Atlântida é entregue para o comunicador de Joinville”.

O pico de participações no *Get Up* é entre 6h30 e 7h. A interatividade é incentivada através de ferramentas como *WhatsApp* e *Instagram*, onde o ouvinte pode conversar, mandar recados, pedir uma música, tirar dúvidas, questionar o nome da música, da programação e até do locutor do horário. Mas o *WhatsApp* é o mais concorrido. A locutora busca interagir entre uma música e outra com a hora certa, o nome do programa e um recado como “bom dia galera, vamos acordar”. Curiosamente às 6h45, a lista de pedidos musicais é suficiente para manter a programação por mais uma hora e quarenta e cinco minutos, sem novos pedidos. Mas o ouvinte continua participando. Juliana não promete tocar outra música, justamente por falta de tempo (e avisa o ouvinte, por mensagem fora do ar). Entre um intervalo e outro – que dura em média um minuto – uma das vinhetas de passagens de bloco diz: “*Get Up* – Interatividade absoluta.”

A seguir, os dados coletados durante observação não participante, e os dias escolhidos para a análise realizada nos meses de outubro e novembro de 2015.

Quadro 2 – Monitoramento e coleta de dados da programação ‘*Get Up*’

Data/exibição	Músicas tocadas	Mensagens lidas no ar	Mensagens não lidas no ar **	Rede usada pelo ouvinte
21/10/15	28	126	9	WhatsApp
29/10/15	25	115	12	WhatsApp
*02/11/15	33	0	33	WhatsApp
10/11/15	22	121	8	WhatsApp
13/11/15	29	141	9	WhatsApp
16/11/1	27	89	4	WhatsApp



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

Fonte: O autor (2015)

Legenda*No feriado de finados a locutora gravou, na sexta-feira anterior, as entradas e saídas de bloco, informando apenas os nomes das músicas, sem a hora certa e a participação do ouvinte. Mesmo assim, mensagens foram enviadas para o WhatsApp do 'Get Up'. **A locutora lê e responde, fora do ar, todas as mensagens que recebe pelo aplicativo do WhatsApp. Já explica por que algumas não são lidas no ar. "Como eu filtro algumas são excluídas. O que eu acho relevante, sim (vão para o ar)".

Necessário detalhar – como mostra o quadro acima – que o número de músicas que vai ao ar não reflete o total de mensagens enviadas para o programa. Muitos ouvintes querem apenas dar um 'bom dia' para a apresentadora, sem pedir nada mais em troca, a não ser o mesmo 'bom dia', seja no ar ou fora do ar. Claro que a locutora (essa é a finalidade do rádio) faz questão de responder no microfone, como forma de agradecimento pela participação do público. Isso comprova que o tipo de interatividade é a dialógica ampliada, uma vez que as trocas comunicacionais começam na plataforma digital (WhatsApp) e interferem na programação musical, com uma resposta que se efetiva no conteúdo sonoro, como propõe Quadros (2013).

Também percebe-se no quadro que na sexta-feira o índice de participantes sempre é maior se comparado com a segunda-feira. A explicação pode estar no ritmo que a locutora imprime no horário sempre que chega o último dia da semana e, conseqüentemente, o fim de semana. Juliana repete várias vezes que "galera, é sexta-feira, dia de gelada, dia de relaxar". A audiência pode ser a mesma de outros dias, mas a participação via plataforma digital (na sexta) é sempre surpreendente no 'Get Up'.

Através do *WhatsApp* o ouvinte envia mensagens de texto, voz e imagens para a locutora. Importante destacar que esta não é a única ferramenta usada pelo público durante as manhãs da Rádio Atlântida Joinville, que compreende o horário das 6h ao meio-dia. Depois das 8h, quando termina o 'Get Up', pedidos também chegam por outras plataformas – em menor número.

Quadro 3 – Ferramentas digitais usadas pelo ouvinte da Atlântida Joinville, após as 8h.

Ferramentas digitais usadas pelo ouvinte da Atlântida Joinville, após as 8h. *						Total
<i>Facebook</i>	0	0	0	0	0	0
<i>WhatsApp</i>	26	22	25	19	27	119
<i>Instagram</i>	23	23	26	27	31	130
<i>Email</i>	0	0	0	0	0	0
<i>Telef. Fixo</i>	0	0	0	0	0	0
Dias	09	10	11	12	13	

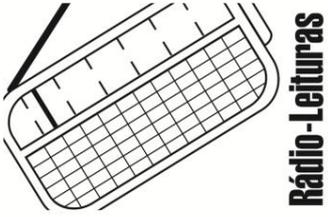
Fonte: O autor (2015)

*Os dados se referem a semana do dia 09 a 13 de novembro de 2015.

Ao analisar os dados apresentados pelo quadro, concluímos que mesmo após o ‘Get Up’ sair do ar, os aplicativos *WhatsApp* e *Instagram* continuam liderando a preferência do público que participa nas manhãs da Rádio Atlântida Joinville. A diferença é mínima, se observarmos na totalidade, entre uma e outra. No período estudado (uma semana) o *WhatsApp* foi usado 119 vezes, contra 130 do *Instagram*. E segundo a apresentadora Juliana Pamplona, “todas as redes sociais são chamadas, mas em uma escala de importância primeiro é o *WhatsApp* e depois o *Instagram*¹⁶”.

A apresentadora é responsável por toda a operação em andamento, o que seguramente exige bastante profissionalmente. Quando tem participação de alguém de fora (como o meteorologista Leandro Puchalski, por exemplo) é ela quem liga para o telefone do participante, pois não dispõe de telefonista (que chega às 8h) para auxiliá-la nas primeiras horas do dia. O som do teclado sendo digitado se confunde com a música do ouvinte que está sendo executada naquele momento. Dentro do estúdio – cercado por equipamentos, anotações, e tudo o que uma emissora precisa – a sensação é de

¹⁶ Entrevista concedida em novembro de 2015 a Marcos Aurélio Pereira, autor da monografia intitulada “As novas ferramentas digitais e o perfil do locutor de rádio. Estudo de caso: a interatividade no ‘Get Up’ da Rádio Atlântida Joinville”, defendida em dezembro de 2015, que originou o presente artigo.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

alguém que fala sozinho e não troca uma palavra sequer, senão pelo microfone. Juliana entra e sai do ar sem que o telefone (fixo) toque uma só vez (exceção das ligações originadas por ramais internos).

A Rádio Atlântida Joinville adota a postura de delegar ao locutor do 'Get Up' a função de, além de comunicar, interagir de forma direta com o público, fazendo dele um agente multiprofissional. Prado (2006, p.165) enfatiza que essa condição é inevitável aos meios de comunicação como o rádio, uma vez que "o radialista é produtor, locutor, programador e diretor de si mesmo". Está claro que em pleno século XXI, estas virtudes são imprescindíveis para permanência do locutor no mercado de trabalho, mas cabe questionar a qualidade deste trabalho e a exploração desse profissional pelas emissoras de rádio.

Mais que alterar a rotina do locutor, as novas ferramentas também constroem um profissional com perfil mais autêntico. Ao compartilhar um comportamento do ouvinte – sobre qualquer fato que seja – o público vê no radialista uma cumplicidade, mais que apenas um ato de interação. Para Juliana Pamplona, as plataformas digitais interferem no perfil do locutor quando questões como cidadania, ideias e ações de ambos entram em concordância. Em resumo, o pensamento do ouvinte e suas preferências podem ditar o comportamento do locutor enquanto estiver no ar.

Segundo Jenkins (2009, p.43) é o futuro, com modelos sendo testados no presente, mediante a cultura da convergência, que faz cruzar as novas e velhas mídias de maneiras bem imprevisíveis. Evidentemente, se a locutora ficasse ao telefone atendendo e anotando aos recados, não teria a metade das participações que tem atualmente no horário. O telefone, que já foi fundamental no fortalecimento do rádio como veículo de interatividade nas décadas de 70, 80 e 90, está esquecido pelo público do Get Up. Durante os dias em que se observou o programa diretamente no estúdio, o aparelho de telefone fixo da rádio não tocou uma vez sequer. A resposta dada à programação deixou de ser falada para ser eletrônica, o que pressiona a emissora a contratar um locutor com perfil mais dinâmico. Barbeiro (2015) também acredita que só a telefonia no estúdio impediria a sobrevivência do locutor. "Não vejo futuro para

aquele locutor que só tinha um telefone ao seu lado. Não tem mais”.

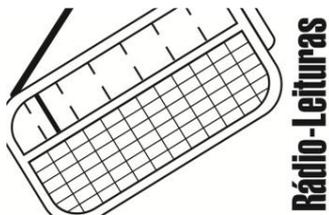
Roteiro

Para apresentar o “*Get Up*” Juliana Pamplona não tem um roteiro escrito, formal, mas tem uma sequência lógica. Define o que vai para o ar a partir da audiência, da preferência musical do público para o qual está se comunicando. “Não tenho como seguir roteiro, já que nunca sei qual música será pedida pelo cara na sequência”, justifica¹⁷. O que a locutora segue é apenas o roteiro de comerciais e blocos definidos pela emissora no dia anterior.

Num programa como o ‘*Get Up*’, é improvável a sequência de músicas pré-estabelecidas, já que a proposta é atender o ouvinte, suas prioridades e gostos. Teóricos são unânimes em concordar que o locutor deve ficar livre de amarras para surpreender o público a partir do que ele procura naquele momento. Durante o “*Get Up*”, Juliana Pamplona improvisa o tempo todo. Não segue qualquer orientação na hora de comunicar e responder os pedidos. Tudo é dito de acordo com o que vê e lê na hora, na tela do computador. É livre para escolher qual melhor maneira de interagir com o público.

Lage (1985, p.47) vê com preocupação essa prática nas emissoras de rádio. “Em AM, FM ou rádios na internet, quanto menos se improvisar, melhor. O ideal é escrever antes o que será dito [...] a fala vazia, para ocupar tempo, é desastrosa.” Juliana Pamplona segue um estilo de locução variado entre a linguagem culta e a informal abusando – em algumas falas – dos termos e gírias da cidade. Não mede esforços para repetir a frase ‘*meu senhor*’, jargão bem conhecido do joinvilense para expressar espanto de alguém diante de um fato fora do comum. Nas quartas feiras, Pamplona gosta de abrir o programa com a frase: “chegou o dia internacional do sofá”. E uma das

¹⁷ Ibidem



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

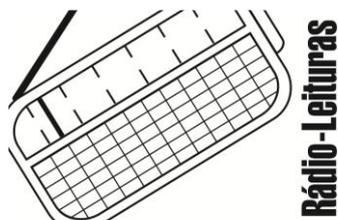
vinhetas de passagem de bloco do *'Get Up'* é: “vamo acordar, gente. Bora atrás da mascada.” Mascada quer dizer dinheiro.

Ferraretto (2001, p.204) afirma que a locução em rádio – independentemente de estilo – deve ter como regra básica a simplicidade. Dessa forma pode atender as necessidades de um público genérico, formado por qualquer pessoa apta a sintonizar uma emissora. É preciso planejar mentalmente a fala, sem ignorar as normas da Língua Portuguesa. Ainda segundo o autor, palavras, expressões e gírias presentes na internet devem ser evitadas no ar. “Estes problemas agravam-se na redação radiofônica, que exige o máximo de clareza. Afinal, o ouvinte não terá uma segunda chance para compreender a mensagem.” (FERRARETTO, 2001, p.230)

Prado (2006, p.145) lembra também que muitos comunicadores preferem improvisar usando apenas um texto com tópicos, para não esquecer nomes, datas, serviços e temas. Mas na visão dela, “soa bem melhor, mais espontâneo, quando o apresentador fala de forma corrente, sem ler. Por outro, se o radialista tem tendência a falar demais, corre o risco de ser prolixo.

Esse comportamento do novo locutor, em função da redução da equipe, reforça a teoria da necessidade de mudanças urgentes no rádio e no radialista, mas levanta a necessidade de reflexão sobre essa prática. Com define Saad (2008, p.253) é preciso mudar a cultura das empresas de comunicação e as pessoas que por ela transitam, atuam. O sucesso da mídia digital passa pela reorganização de pessoal. “Falta, ainda, às empresas, focar a transformação também em seu conteúdo intelectual, comportamental e cultural – nos seus profissionais”. Se isso não acontecer, sentencia Saad, haverá o distanciamento do veículo para com o público e a perda de competitividade frente às inovações. Investimento em capacitação profissional, segundo a autora, favorece ações para superar os desafios nesta ‘era’ considerada mutante no rádio.

Considerações finais

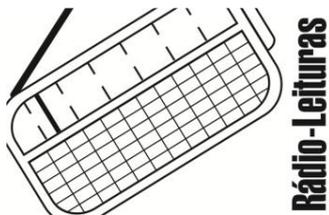


O estudo de caso do *'Get Up'*, da rádio Atlântida Joinville, revela que o profissional do rádio tem muitos desafios pela frente se quiser interagir com seu público de forma ágil e eficiente. Um dos desafios está em transformar a vida das pessoas. É nesta transformação, na opinião da apresentadora Juliana Pamplona, que está a oportunidade de o rádio e o radialista gerarem experiências, trocar experiências e motivar o ouvinte. Ao locutor resta a sabedoria em aproveitar essas oportunidades, com personalidade e capacidade de entender de tudo um pouco, sem esquecer que é – acima de tudo – um ser humano e por isso mesmo tem limitações.

Se a tecnologia apresenta algo novo, o locutor tem de experimentar no veículo que atua. Mesmo com dúvidas se dará certo ou não. As novidades que surgem na tela do computador, dentro do estúdio, à frente do microfone precisam ser *'testadas'*, mesmo que o formato de operação fique mais complexo para o profissional. E como tudo é muito rápido, o locutor terá pouco tempo para aprender como tirar o melhor da tecnologia – que amanhã já poderá estar ultrapassada. Inevitavelmente, é preciso técnica para dominar a tecnologia que acompanha o rádio.

A mediação que surge do avanço tecnológico – comparado à velocidade da luz – é um labirinto de pistas insuficientes para dar a dimensão exata de onde o rádio quer, pode e deve chegar. O locutor também não dispõe de bússolas. Em razão disso, são necessárias novas pesquisas e discussões sobre o futuro das rádios digitais e o perfil ideal de locutor, capaz de atender os anseios dos proprietários das empresas radiofônicas e do público interno e externo.

A boa notícia é que surge uma luz no fim da interatividade. As descobertas apontadas por meio do estudo de caso com o *'Get Up'* são essenciais para a radiodifusão, pois apresentam elementos valiosos para quem está ou pretende entrar no mercado de trabalho como locutor. Um dos elementos é que o perfil deste profissional é diferente dos tempos em que as ondas sonoras só chegavam à antiga caixa de som, pequena ou grande, de pouca mobilidade e com custo alto para o consumidor. A mensagem é a mesma, mas o canal de propagação mudou. As cartas e as ligações telefônicas no estúdio como únicas maneiras de interação saíram de cena, para



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

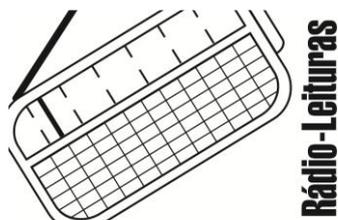
Sandro Lauri Galarça

dar espaço para o WhatsApp, Instagram e tantos outros aplicativos mapeados pelo presente artigo.

Ao analisar o “*Get Up*” e observar empiricamente o cenário de outras rádios, pode-se concluir que as empresas ainda não agem de maneira uniforme quando o objetivo é interatividade. Isso acontece em razão das incertezas que atingem o veículo. Mas em um item os autores pesquisados aqui são unânimes: a linguagem do rádio precisa ser voltada para os ouvidos. E como o futuro do rádio é digital, arriscamos dizer que o caminho está se abrindo para esta nova descoberta. O locutor vai continuar transmitindo sua mensagem em qualquer meio, como já foi no passado. A diferença agora é que o tamanho do *gadget* encolheu e as possibilidades expandiram oferecendo ao usuário o poder da participação por meio da interatividade.

A resposta para a pergunta “qual o perfil de locutor ideal na atualidade?” vem na aposta de que ele esteja bem informado sobre as mudanças tecnológicas na área da comunicação, sem ignorar o público e sua soberania. Até porque, outra constatação, é que o perfil de ouvintes de programas como o ‘*Get Up*’, é jovem (idade entre 14 e 35 anos) e muito ligado às tendências digitais e de interatividade. Portanto, para apresentar um programa com base na interatividade e na participação do ouvinte, o locutor precisa ter um perfil dinâmico, que privilegie interação total com as redes sociais e domínio das novas ferramentas. Aqui, recupera-se o conceito de interatividade mútua proposto por Primo (2011), o que não se observa de fato na amostra pesquisada, uma vez que o tipo de interatividade oferecida aos ouvintes/internautas não modifica suficientemente a ambos no desenvolvimento do processo comunicacional.

Ainda no caso da Atlântida, a emissora tem uma audiência segmentada – o que é tendência – e uma amostra do primeiro grande desafio ao locutor: identificar para quem ele está falando. Agindo assim, prioritariamente, terá sucesso na arte de falar bem. O locutor que fala bem e com propriedade terá conhecimento prático sobre as pessoas que o ouvem e o que elas esperam de um comunicador interativo. Ao consumidor (ouvinte) resta a responsabilidade de participar deste momento de transição dos veículos de comunicação como agente construtor de novos formatos. E



independentemente das circunstâncias, a convergência está modificando o modo de operação da mídia e transformando o pensamento dos públicos sobre os novos e velhos meios de comunicação. É um avanço que faz fortalecer ainda mais a crença de que o rádio não vai morrer. Não há certezas nem mesmo no formato tecnológico, mas pode-se destacar a tendência cada vez mais forte de que a interatividade vai permear as novas produções radiofônicas no contexto da internet e das múltiplas plataformas pelas quais se terá acesso ao conteúdo produzido pelo rádio.

Referências

BARBEIRO, Heródoto. **Fora do ar**. Rio de Janeiro. Ediouro, 2007.

EISENSTEIN, Evelyn e Susana Estefenon. **Geração digital: riscos e benefícios das novas tecnologias para as crianças e os adolescentes**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2008. 224p.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio – O veículo, a história e a técnica**. 3. ed. Porto Alegre: Doravante, 2007. 378p.

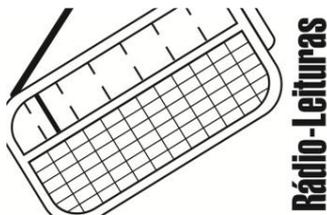
JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Henry Jenkins; tradução Suzana Alexandrina. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, M.; BENZECRY, L. **Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 28, p. 184-198, dez. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014217218>.

_____. **Rádio social** – Mapeando novas práticas interacionais sonoras. Revista Famecos, v. 19, n. 2, maio-ago. 2012.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1985.

LEMONS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo: sobre Interatividade e Interfaces Digitais**, 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interativo.pdf>>. Acesso em: 11 de outubro 2015.



Interatividade no rádio: o novo ouvinte exige um novo locutor

Sandro Lauri Galarça

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (Understanding media). 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1974

MEDEIROS, Ricardo. **História do rádio em Santa Catarina**. Ricardo Medeiros, Lúcia Helena Vieira. Florianópolis. Insular. 1999.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2007.

MUSTAFÁ, Izani. **Alô, Alô, Joinville! Está no ar a Rádio Diusora!** A radiodifusão em Joinville/SC (1941 – 1961). Joinville: Casamarca Ecodesign, 2009. 196 p.

NUNES, Pedro org. **Mídias digitais & interatividade**. João Pessoa. Editora Universitária da UFPB. 2009.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio: um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

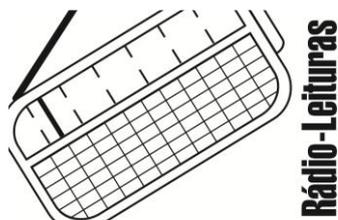
PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 3 ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

QUADROS, Mirian Redin de. **O ouvinte no rádio: uma análise histórico-descritiva da interatividade radiofônica**. In: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013, Ouro Preto. Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia. Ouro Preto: Alcar/UFOP, 2013a, p. 1-15.

_____. **As redes sociais no jornalismo radiofônico: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN**. 2013. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, Faculdade de Comunicação Social, UFSM, Santa Maria, 2013b.

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**. Senac. 2008.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: BARROS, Cezar Macedo; VELOSO, Maria do Socorro. Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 153-170, jan./jun. 2016.

Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros¹

Maria do Socorro Furtado Veloso²

153

Recebido em: 04 de abril de 2016.
Aprovado em: 11 de junho de 2016.

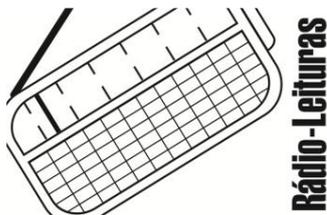
Resumo

Este artigo reflete sobre a utilização da reportagem radiofônica nos radiojornais das emissoras comerciais de Natal-RN. Para tanto, lança mão de pesquisa bibliográfica, construindo um conceito para o termo radioreportagem, a partir das discussões levantadas por outros pesquisadores da área e de análise de conteúdo radiofônico, que nos ajuda a entender, a partir da reportagem, como se estabelece o jornalismo radiofônico na cidade analisada.

Palavras-chave: rádio; radiojornalismo; radioreportagem

¹ Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e Jornalista da Rádio Universitária FM (88,9/UFRN). Integrante do grupo de pesquisa Pragma (UFRN). E-mail: cezarbarros13@gmail.com

² Professora adjunta do curso de Comunicação Social (Jornalismo) e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Pós-doutora pela Universidade Nova de Lisboa (Portugal). Integrante dos grupos de pesquisa Pragma (UFRN) e Alterjor (ECA/USP). E-mail: socorroveloso@uol.com.br



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

Abstract

This article reflects on the use of radio report in radiojornais of commercial broadcasters in Natal-RN. To do so, makes use of literature, building a concept for the term radio reportage, from the discussions raised by other researchers in the field and radio content analysis that helps us understand from the report, as established journalism radio in the city analyzed.

Keywords: radio; radio journalism; radio reportage

Resumen

En este artículo se reflexiona sobre el uso del reportaje radiofónica en las emisoras comerciales en Natal-RN. Por lo tanto, se hace uso de la literatura, la construcción de un concepto para el término reportaje radiofónica, a partir de las discusiones planteadas por otros investigadores, en el análisis de campo y el contenido de radio que nos ayuda a entender, basándose en el reportaje, como el periodismo establecido de radio en la ciudad se analizó.

Palabras clave: radio; periodismo radiofónico; reportaje radiofónica

Introdução

O jornalismo tem a função de informar para a sociedade sobre o que acontece no mundo, com precisão e de forma clara, de acordo com os chamados critérios de noticiabilidade e a partir de questões que envolvem fundamentos éticos e responsabilidade social. Costumeiramente, no dia-a-dia das redações de jornais, a incessante busca por material noticioso faz com que as grandes reportagens, capazes de oferecer noções mais completas da realidade, diminuam em quantidade e qualidade. Essa percepção aplica-se aos diversos meios de comunicação: impressos, rádio, TV e internet.

O grau máximo de expressão da prática jornalística, contudo, verifica-se na reportagem, posto que sua realização exige profundidade. A reportagem requer uma busca obstinada de informações não superficiais capazes de esclarecer um fato ou situação. É o formato do gênero jornalístico informativo que interpreta o cotidiano e possibilita ao interlocutor maior conhecimento sobre determinado assunto.

A escuta da programação jornalística veiculada pelas rádios de Natal-RN possibilita a impressão de que o formato é pouco ou raramente utilizado. A prática jornalística realizada nas emissoras comerciais dessa cidade é limitada a notas, notícias, comentários e entrevistas, reproduzidos a partir do que informam outros meios de comunicação, não havendo sequer a apuração ou checagem das informações.

Neste artigo, evidenciamos a radorreportagem como instrumento de credibilidade do jornalismo radiofônico, uma vez que sua utilização pressupõe que o repórter tenha buscado a informação diretamente da fonte ou do local do acontecimento. No que concerne ao marco teórico, objetivamos buscar consenso sobre o conceito de radorreportagem, diante das múltiplas definições atribuídas ao termo. Para tanto, urge uma pesquisa bibliográfica que procure concatenar as diversas concepções sobre a reportagem radiofônica, para chegar a um conceito que balize a investigação empírica.

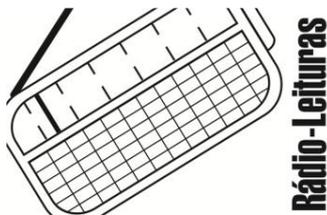
A análise acontece a partir da contabilização dos formatos radiofônicos percebidos, ao longo de uma semana, em quatro radiojornais diários veiculados pelas emissoras comerciais de Natal-RN, que operam em frequência modulada. Ao todo, foram contabilizadas 490 ocorrências de formatos radiofônicos, das quais apenas oito podem ser enquadradas na classificação de radorreportagem.

O gênero jornalístico e o formato radorreportagem

O rádio atua na divulgação dos fatos mais rápido que os outros meios. Para a produção de uma notícia ou reportagem em meio impresso, leva-se o tempo da apuração, redação e impressão. Para o meio televisivo, que também pode ser móvel, o aparato técnico é mais complexo e as grades de programações são mais rígidas que no rádio. Para o ambiente virtual, o trabalho de redação também gasta mais tempo que o rádio, que pode, graças a técnicas de improvisação, ser mais veloz.

A linguagem radiofônica, por sua vez, é uma das mais complexas porque depende exclusivamente de elementos sonoros para comunicar. Logo, devem ser reunidos, harmonicamente, sons de fala, ruídos, música e, até mesmo, silêncio, em uma única narrativa, visando a uma comunicação radiofônica mais efetiva.

A plasticidade de uma reportagem para o rádio deve fazer o ouvinte compreender totalmente o cenário onde os fatos acontecem, sem o auxílio de nenhum outro recurso, como argumenta Ortriwano: “O produto radiofônico – mensagem – precisa respeitar todas as características do meio e as condições de recepção, devendo estar, entre as preocupações básicas do emissor, o fato de a mensagem radiofônica estar destinada a ser apenas ouvida” (ORTRIWANO, 1985, p. 83). Dentre as características do rádio que devem ser consideradas



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

pelos seus profissionais, conforme a autora, estão a linguagem oral, a penetração, a mobilidade, o baixo custo, o imediatismo, a instantaneidade, a sensorialidade e a autonomia.

O pesquisador André Barbosa Filho (2009) preocupou-se, durante sua pesquisa de mestrado, publicada posteriormente em livro – e amplamente utilizada pelos estudantes que buscam compreender a apresentação dos conteúdos radiofônicos –, em classificar as diversas formas como os programas têm sido veiculados nas emissoras de rádio.

Para Barbosa Filho, “os gêneros radiofônicos estão relacionados em razão da função específica que eles possuem em face das expectativas de audiência” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 89) e cada um dos gêneros abriga formatos radiofônicos, que são o “conjunto de ações integradas e reproduzíveis, enquadrado em um ou mais gêneros radiofônicos, manifestado por meio de uma intencionalidade e configurado mediante um contorno plástico, representado pelo programa de rádio ou produto radiofônico” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 71). O programa de rádio ou produto radiofônico, por sua vez, é o “módulo básico de informação radiofônica; é a reprodução concreta das propostas do ‘formato radiofônico’, obedecendo a uma planificação e a regras de utilização dos elementos sonoros” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 71).

A classificação considera a dinamicidade dos gêneros radiofônicos, dividindo os formatos em seis gêneros: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e especial. Cada um dos gêneros propostos pelo pesquisador abarca uma série de formatos.

O gênero jornalístico “é o instrumento de que dispõe o rádio para atualizar o seu público por meio da divulgação, do acompanhamento e da análise dos fatos” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 89). Sua classificação abarca 14 formatos radiofônicos considerados jornalísticos: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica.

Passamos agora a uma discussão específica sobre a reportagem radiofônica ou radioreportagem. Percebemos, a partir do levantamento bibliográfico, que não há equivalência exata nas definições para o termo reportagem. Primeiramente, portanto, é necessário distinguir de que concepção do termo trataremos. Reconhecemos que o procedimento de apuração das informações jornalísticas é conhecido como reportagem, mas o foco deste artigo está voltado à radioreportagem, formato do gênero jornalístico informativo, que aqui queremos debater e caracterizar.

Pesquisa de mestrado desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, realizada por Nadini de Almeida Lopes (2013), com o título *Radioreportagem: referências para a prática, o ensino e a pesquisa*, traz um apanhado das diversas concepções de reportagem abordadas por alguns autores. O

primeiro é o de Barbosa Filho (2009), que classifica os gêneros e formatos radiofônicos, conforme visto no item anterior. Para o autor,

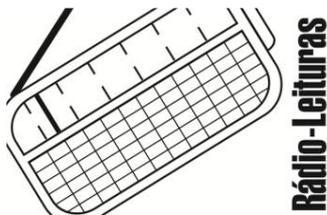
(...) uma narrativa que engloba, ao máximo, as diversas variáveis de um acontecimento, a reportagem consegue ampliar o caráter minimalista do jornalismo e oportunizar aos ouvintes, leitores e telespectadores ou internautas uma noção mais aprofundada a respeito do fato narrado. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 92)

Entretanto, entendemos que esse conceito é reducionista, uma vez que não especifica, de forma clara, atributos que caracterizam a radioreportagem. O que percebemos, dentro do escopo deste estudo, é que as rádios de Natal, em muitas ocasiões, englobam as diversas variáveis do acontecimento, como propõe o referido autor, mas não veiculam o som das falas que comprovam as informações. Conceber esse formato como reportagem de rádio acaba por desconsiderar uma das principais características da linguagem radiofônica: o uso preponderante dos sons.

Pretendendo trazer um panorama teórico que abarque a multiplicidade de visões sobre radioreportagem, Lopes (2013) apresenta conceitos de outros autores. De cada um, a pesquisadora extrai material que nos ajuda a compreender a reportagem radiofônica. Esses e outros autores não evidenciam, assim como Barbosa Filho, a utilização da sonora como elementar para a estruturação da reportagem radiofônica. Defendemos que esse recurso dá legitimidade à reportagem, porque confirma as informações dadas pelo repórter no texto radiofônico, como prova de que o conteúdo é verídico, legitimando, assim, a informação e assegurando que a fonte foi ouvida pelo repórter daquela emissora - é o que indicia que a apuração foi realizada por uma equipe da própria rádio.

Ainda assim, a pesquisadora considera importante utilizar outros elementos em áudio: “A radioreportagem não é composta somente de informações; a utilização dos recursos sonoros e demais elementos transformam o gênero na composição da narrativa. Dessa forma, o som, o ruído e o silêncio também são informações” (LOPES, 2013, p. 24).

Nesse sentido, Jung (2013) destaca que a reportagem não é feita apenas pelo repórter, mas por toda a equipe de jornalismo de uma emissora de rádio. Ele reforça a necessidade do repórter na rua e é categórico ao afirmar que a informação transmitida do local onde ocorre o fato tem impacto bem maior que a lida por apresentador em estúdio. O autor descreve: “emoção, empatia, personagens, tema original, criatividade, clareza e correção



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

no texto são elementos que fazem uma boa reportagem a partir de uma notícia” (JUNG, 2013, p. 117).

Embora seja pressuposto básico para a reportagem em qualquer meio, juntar todos esses elementos é um dos principais desafios que as empresas jornalísticas enfrentam. Isso porque colocar o repórter na rua em busca da informação impõe despesas com transporte, equipamentos e salários. Fazer jornalismo – e reportagem – é considerado dispendioso para os veículos.

A pesquisa de Lucht (2009) sintetiza, de forma breve, um conceito de reportagem radiofônica que se aproxima da concepção que defendemos. Para ela, é reportagem o

Material elaborado pelo repórter, com duração de 3 a 5 minutos geralmente composto pela cabeça ou lide da matéria lida pelo autor, seguido de sonora do entrevistado (ou várias inserções intercaladas com a fala do repórter) mais as ilustrações do palco de ação, ou seja, de sons do local onde ocorreu o fato. Por exemplo: palavras de ordem proferidas durante passeata, barulhos de sirene numa perseguição da polícia, etc. (LUCHT, 2009, p. 64)

Já o pesquisador Clóvis Reis conceitua a reportagem radiofônica como

(...) o relato que engloba as diversas variáveis do acontecimento, oferecendo o maior número possível de informações a respeito de um fato. No rádio, a reportagem inclui abertura, entrada, desenvolvimento, sonoras e fechamento, com realização ao vivo ou gravada, na rua ou no estúdio. As reportagens dividem-se em básicas, documentais, investigativas e atemporais. (REIS, 2010, p. 44)

Ele toma por base o conceito de Barbosa Filho (2009), unindo-o à sua experiência e estudos em rádio. Também percebemos, em sua caracterização, uma presença mais firme das principais características da reportagem radiofônica que defendemos, na medida em que considera os elementos constituintes da reportagem, a saber: a abertura, correspondente à “cabeça” ou “chamada” da matéria, em que o apresentador de um programa jornalístico situa o ouvinte a respeito do assunto e anuncia a reportagem; a entrada e o desenvolvimento, que

constituem o texto efetivo da reportagem, narrado pelo repórter, intercalado por sonoras, chegando a um fechamento.

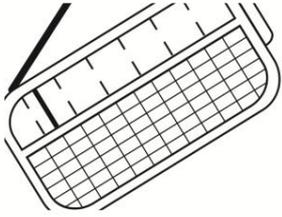
Além disso, Reis (2010) considera que as radioreportagens podem ocorrer ao vivo, quando são veiculadas simultaneamente à realização dos fatos, ou gravadas, quando, depois de feita a apuração e coletadas as sonoras necessárias, o repórter pode elaborar um roteiro de edição para a reportagem, possibilitando que, a partir de um texto sintético, o ouvinte consiga compreender as diversas variáveis do acontecimento.

Outra pesquisa que traz considerações bastante pertinentes acerca da reportagem radiofônica é a dissertação de mestrado de Flávia Lúcia Bazan Belpalhok, que reconhece que os “manuais de reportagem consideram a reportagem radiofônica, mas são raros os trabalhos da área que discutem conceitualmente esta forma de estruturação da informação no veículo” (BESPALHOK, 2006, p. 12). Sua investigação debruçou-se sobre a incursão da reportagem radiofônica na rádio Continental do Rio de Janeiro, que, segundo a autora, foi a primeira emissora brasileira a explorar o formato.

A autora admite a estrutura da radioreportagem mesclando texto emitido por um repórter e sonoras de entrevistados, com recursos de sonoplastia, e esclarece as relações e interrelações da reportagem gravada com a transmitida ao vivo. O estudo desenvolve-se a partir do que ensinam Prado (1989) e Meditsch (2007) a respeito do tempo no radiojornalismo. Para Emílio Prado,

A reportagem é o gênero mais rico entre os utilizados no rádio desde a perspectiva informativa. Na prática é o menos utilizado por exigir uma elaboração conscienciosa. Sua riqueza provém, em primeiro lugar, da ausência de uma estrutura rígida neste gênero, o que permite a intervenção da criatividade em uma grande medida, sem esquecer que se trata de uma narração de caráter informativo. Toda reportagem é, em definitivo, uma agrupação de representações fragmentárias da realidade que em conjunto dão uma ideia global de um tema. (PRADO, 1989, p. 85)

O autor classifica a reportagem em simultânea ou diferida, trazendo as principais características e vantagens de cada uma. A reportagem simultânea corresponde ao formato que é veiculado ao vivo, ao mesmo tempo em que um determinado fato está acontecendo, geralmente no local da ocorrência. Ao observar o desenrolar do acontecimento, o repórter transmite as informações que presencia, fazendo, a todo tempo, um exercício de valoração quanto à importância do que deve ser dito e o que pode ser omitido, construindo para o ouvinte uma síntese do que acontece à sua frente.



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

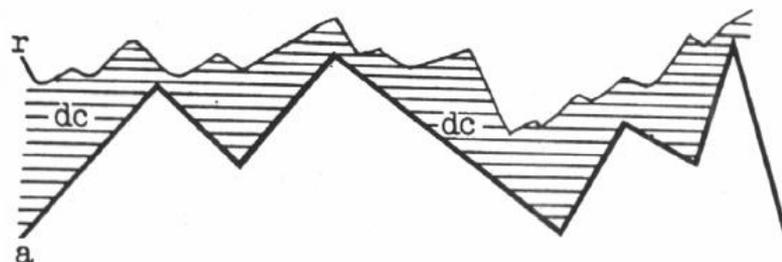
Já a reportagem simultânea acontece especialmente com fatos de grande valor-notícia, como um incêndio que gera caos no trânsito ou grandes prejuízos a uma comunidade, bem como em coberturas previstas, como, por exemplo, a apuração de votos de uma eleição. A vantagem dessas reportagens é fazer o ouvinte se sentir partícipe dos fatos, a partir da incursão no cenário sonoro da ação, gerado em consequência dos ruídos próprios do ambiente onde acontece o fato.

Imagine-se que a reportagem radiofônica sobre um acidente de trânsito com feridos tenha, como sons de fundo, as sirenes de ambulâncias e viaturas policiais, gritos de populares, buzinas de veículos e outros elementos sonoros. A escuta desse tipo de informação sonora cria o que Prado chama de ambiente acústico. “O ambiente acústico provoca uma cascata de imagens sonoras que solicitam a intervenção da criatividade e da imaginação do ouvinte para traduzi-las em imagens visuais particulares” (PRADO, 1989, p. 86).

O autor, no entanto, aponta uma dificuldade desse tipo de reportagem, que é a construção da narrativa, a qual deve ser improvisada, uma vez que precisa acompanhar o desenrolar dos fatos. Reportar um fato ao vivo requer do profissional conhecimento sobre o tema. O repórter que vai realizar a cobertura de um piquete promovido por manifestantes deve saber as principais causas que motivam a realização daquele ato e quais os objetivos que se pretendem alcançar. Isso porque, durante a narração do fato, haverá momentos de declínio das ações, quando diminuem os elementos do palco da ação a serem descritos pelo repórter. É o momento em que, para evitar tornar-se repetitivo e adotar um discurso com chavões e lugares-comuns, o profissional pode expor dados complementares, que garantam, a todo o tempo, a atenção do ouvinte.

Ao ilustrar o assunto, Emílio Prado destaca que o palco da ação tem altos e baixos, mas a reportagem deve manter o mesmo nível emocional. Nos momentos em que se reduz a tensão da ação, o repórter vale-se dos dados complementares – conforme demonstra o gráfico a seguir –, os quais devem, se possível, ser preparados anteriormente.

Gráfico 1– Tensão da reportagem



simultânea

Legenda: r: tensão da reportagem; dc: dados complementares; a: tensão da ação (PRADO, 1989, p. 87).

Nesses períodos, também é aconselhável a realização de entrevistas com pessoas envolvidas com o acontecimento, a fim de explicar as motivações do ato e, assim, legitimar a reportagem. Deve-se, ainda, atentar para o tempo de sua duração, recomendavelmente breve, a fim de não perder a sincronia com a tensão da ação. Em termos de narração, o estilo, destaca Prado, deve ser simples, utilizando ao máximo a linguagem radiofônica.

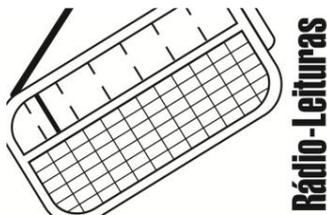
A reportagem diferida, por sua vez, é aquela que permite montagem, evitando a improvisação. De acordo com Prado (1989), “a seleção das representações fragmentadas da realidade se faz após o conhecimento da ação, uma vez que esta tenha sido concluída” (p. 89). Destaca, ainda, que a apresentação das informações não precisa ser cronológica, mas em uma ordem que facilite a compreensão do ouvinte a partir de um relato sintético.

Entre os ganhos desse tipo de reportagem, estão a síntese e uma menor intervenção explícita do jornalista. Segundo Prado, o profissional “selecionará as amostras e as ordenará de forma que transmita ao público, em poucos minutos, a ideia de uma ação desenvolvida em frações de tempo muito superiores, e sem esconder informação” (PRADO, 1989, p. 89). O autor acrescenta que devem ser incluídos no produto sons ambientes (que, se fossem na reportagem simultânea, seriam percebidos como pano de fundo), os quais permitem aguçar a imaginação do ouvinte, dando também credibilidade à informação, na medida em que se infere que os recursos sonoros tenham sido captados no palco dos acontecimentos. Na reportagem diferida, cuja montagem acontece depois do desenrolar dos fatos, o repórter pode incluir intervenções complementares, “buscadas à margem daquelas provocadas pela ação ou fato central” (*op. cit.*, p. 89), visando a aprofundar ainda mais o conteúdo.

A estrutura da reportagem diferida também é flexível, mas geralmente acontece em uma lógica de introdução, desenvolvimento e encerramento. Prado (1989) destaca (sem caracterizar) oito possibilidades de introdução: de sumário, de golpe, de pintura, de contraste ou conflito, de pergunta, de telão de fundo, com a citação e com extravagâncias. Em qualquer caso, sua função é atrair a atenção sobre o tema. Ao desenvolvimento cabe dar a ideia do fato e não a sua ação, como acontece na reportagem simultânea. No encerramento, podem ser retomados os elementos mais significativos para reforçar a ideia do fato.

Antes da internet, o rádio era o único meio de comunicação em que se podia veicular notícias a qualquer momento do dia. Marcelo Parada afirma, no livro *Rádio: 24 horas de jornalismo*:

O rádio não tem limitações industriais de um jornal, como hora de fechamento, nem as de uma emissora de TV, com compromissos dos programas em rede e as dificuldades técnicas que o veículo ainda enfrenta para as intervenções ao vivo. *Embora no rádio os programas tenham hora*



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

certa para começar e terminar, o espaço – ou o tempo – disponível para veicular notícia é de 24 horas. (PARADA, 2000, p. 30, ênfase do autor)

No rádio, a simultaneidade é possível, mas ela não é a preponderância da programação. Besspalhok lembra que “muita coisa é preparada e gravada de antemão, mas, ofuscada pela simultaneidade da transmissão, a condição do diferido passa muitas vezes despercebida pelo ouvinte” (BESPALHOK, 2006, p. 132).

Tem-se, de um lado, o caráter eminentemente vivo do rádio, que está a todo momento enunciando simultaneamente à recepção desse enunciado pelo ouvinte e, do outro lado, o papel do diferido no discurso do rádio informativo, gerando, de certa forma, um paradoxo: “o rádio faz *ao vivo* um discurso predominantemente *diferido*” (MEDITSCH, 2007, p. 209-210). É diante desse paradoxo que surgem os quatro graus de vivo do enunciado radiofônico.

Segundo Meditsch (2007), o vivo em primeiro grau corresponde à simultaneidade entre a enunciação e a recepção, mesmo que a produção do relato a ser enunciado não ocorra no momento da enunciação. É uma relação de paralelismo entre o tempo do enunciado com o tempo da vida real, ou seja, do relógio. É a lógica e essência do veículo. O vivo em segundo grau é o que mais se aproxima do discurso diferido, pois leva em conta as condições de produção da mensagem radiofônica. Nesse grau, “a mensagem transmitida é aquela previamente redigida ou memorizada – ou seja, diferida –, mas que ganha o aspecto do vivo no momento de sua interpretação ao microfone” (BESPALHOK, 2006, p. 133). No vivo em terceiro grau, a produção do relato acontece simultaneamente à enunciação, mas depois do desenrolar dos fatos. Corresponde ao momento em que o enunciador (apresentador, locutor, repórter – falante) relata o acontecimento de um fato sem a elaboração de um texto prévio. Por fim, o vivo em quarto grau é a verdadeira transmissão direta e *ao vivo*, que acontece ao mesmo tempo em que os fatos se desenrolam. É quando há isocronia entre os quatro tempos – “o do acontecimento, o de produção do relato, o da enunciação e o da recepção” (MEDITSCH, 2007, p. 213). Besspalhok complementa:

Em uma programação radiofônica, em especial a jornalística, percebe-se que os diversos graus de *vivo* se entremeiam e se alternam. Pode-se ter uma reportagem diferida (*vivo em segundo grau*) sendo chamada por um locutor de estúdio sem texto previamente escrito (*vivo em terceiro grau*), ou um locutor lendo um texto previamente escrito (*vivo em segundo grau*) chamando uma reportagem simultânea (*vivo em quarto grau*). (BESPALHOK, 2006, p. 134, ênfases da autora)

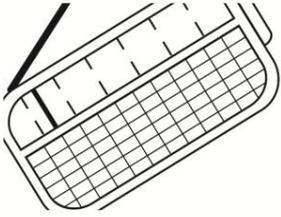
Para finalizar a compreensão que propomos acerca da radioreportagem, trazemos as contribuições de Ferraretto (2014) sobre a estrutura desse formato. O pesquisador reforça a ideia de que o termo “reportagem” pode remeter à atuação do repórter ao apurar as notícias, mas também pode significar a transmissão informativa no local onde acontece o fato a ser narrado. De acordo com o autor, a reportagem radiofônica ultrapassa os limites do gênero informativo, porque,

(...) carregando em si uma grande carga das impressões pessoais de quem as realiza e/ou extrapolando o contexto do fato, a reportagem pode adentrar o terreno do jornalismo interpretativo. Dependendo do assunto ou do enfoque, pende ainda para o utilitário – no serviço à população, por exemplo – ou para o diversional – nas histórias de vida daquela fonte que é nela abordada. (FERRARETTO, 2014, p. 158)

163

A radioreportagem, de acordo com o autor, possui quatro elementos básicos: cabeça, ilustração ou sonora, encerramento e assinatura. Segundo Ferraretto (2014), nos noticiários, esse formato pode ser anunciado no início dos programas através de uma manchete. Já o momento de veiculação da reportagem radiofônica, pode ser antecedido por uma chamada. Esse elemento diferencia-se da manchete por contemplar, além da breve descrição do assunto, o nome do repórter.

- A cabeça é a “introdução que resume o assunto a ser desenvolvido no texto. Corresponde ao lide da imprensa escrita” (FERRARETTO, 2014, p. 164).
- A ilustração ou sonora corresponde ao “trecho editado de uma entrevista realizada pelo repórter com a fonte” (FERRARETTO, 2014, p. 164). De acordo com o autor, a sonora remete especificamente à entrevista em si, enquanto a ilustração traz, além do depoimento da fonte, outros elementos sonoros presentes no palco da ação, como barulhos específicos do local onde a reportagem foi realizada.
- O encerramento se constitui uma informação complementar.



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

- A assinatura é o “local de onde a informação é transmitida e a identificação do repórter. Por vezes, inclui o nome do programa, o de um patrocinador ou um *slogan* da emissora” (FERRARETTO, 2014, p. 164).

A classificação utilizada por Ferraretto (2014) em relação ao tempo de execução de uma radioreportagem é semelhante à de Prado (1989), que separa a reportagem em simultânea ou diferida (gravada), mas acrescenta a possibilidade de uma combinação entre a narração “direto no ar com um trecho de uma entrevista anteriormente realizada ou de um áudio com som ambiente” (FERRARETTO, 2014, p. 163). De acordo com o autor, a opção por utilizar a reportagem em uma dessas formas depende dos recursos técnicos e da situação encontrada pelo profissional no palco da ação do fato, que classificaremos como *mista*.

Face às considerações expostas, buscamos propor uma definição e caracterização do formato reportagem radiofônica ou radioreportagem, visando à utilização na análise de conteúdo que desenvolvemos a seguir:

CONCEITO: **radioreportagem** é o formato radiofônico do gênero jornalístico que se propõe a relatar um fato, suas causas e desdobramentos, englobando o máximo possível de variáveis, a fim de que o ouvinte possa ter uma noção mais aprofundada a respeito do fato narrado.

CARACTERIZAÇÃO: a narrativa pode ser precedida de uma chamada, lida pelo apresentador do programa, e se caracteriza por uma alternância entre a voz do repórter, a expor os fatos; sonoras de envolvidos ou personagens, capazes de ilustrar ou comentar o acontecimento, legitimando as informações; e sons captados no palco da ação. A relação harmônica desses elementos deve propiciar ao ouvinte projetar imagens mentais sobre o fato.

CLASSIFICAÇÃO: pode ser **simultânea** ou **ao vivo**, quando acontece concomitantemente ao desenrolar dos fatos; **gravada**, para edição posterior em estúdio, quando é possível a elaboração de um roteiro de edição, por meio do qual é utilizada uma estratégia narrativa que englobe o máximo de informações imprescindíveis à compreensão do fato, na quantidade de tempo adequada ou disponível para veiculação; ou **mista**, quando combina a fala de um profissional, ao vivo, com trechos de ilustrações ou sonoras, captados no momento da apuração.

Essa proposição não se propõe a ser uma referência absoluta sobre radioreportagem na academia. Trata-se, antes, de uma síntese que emerge das outras concepções e caracterizações de reportagem radiofônica conhecidas e discutidas durante a pesquisa bibliográfica. A finalidade precípua dessa elucidação é guiar a análise sobre os formatos encontrados nos radiojornais de Natal-RN, cujas características se assemelham à radioreportagem. A classificação servirá como guia para entender as abordagens que promovemos sobre as ocorrências percebidas na escuta radiofônica.

A utilização da radorreportagem em Natal-RN

A análise que desenvolvemos acontece a partir da escuta radiofônica e da contabilização dos formatos jornalísticos percebidos ao longo de uma semana em quatro radiojornais veiculados por emissoras comerciais de Natal-RN que operam em FM. Nessa cidade, 14 emissoras operam nesse tipo de frequência. Dessas, apenas seis têm perfil comercial local propriamente dito, enquanto uma, mesmo sendo comercial, não possui programação jornalística local. Três estão vinculadas a órgãos públicos, outras três estão voltadas para a disseminação de conteúdo religioso e uma é comunitária.

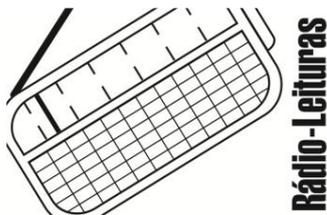
Das seis emissoras comerciais locais, apenas quatro possuem programação jornalística contemplando radiojornais. Segundo Ferraretto (2014), o radiojornal é o programa jornalístico que contempla variadas formas jornalísticas (notas, reportagens, entrevistas, comentários e outras). Ao total, nessas emissoras, seis programas são apresentados como se fossem radiojornais, mas dois desses se assemelham mais a mesas redondas que, propriamente, ao radiojornal.

Sendo assim, a pesquisa foi realizada especificamente com quatro programas jornalísticos desse tipo: o Jornal da Cidade, da Rádio Cidade do Sol, frequência 94,3 MHz; o Jornal 96, da Rádio Reis Magos 96 FM, frequência 96,7MHz; o Jornal da Noite, da Rádio 95 FM, frequência 95,9 MHz; e o Jornal das Seis da Rádio Reis Magos 96 FM, frequência 96,7MHz.

Os quatro programas foram gravados no período de 11 a 15 de maio de 2015, sendo contabilizados os formatos encontrados em cada um deles, como pode ser observado na tabela a seguir:

Tabela 1– Contabilização de formatos nos radiojornais estudados (11 a 15/05/2015)

Formato	Jornal da Cidade	Jornal 96	Jornal da Noite	Jornal das Seis	Total
<i>Coluna</i>	0	3	0	0	3
<i>Comentário</i>	12	8	11	21	52
<i>Entrevista</i>	6	5	9	5	25
<i>Manchete</i>	6	29	0	0	35
<i>Mesa redonda</i>	1	0	0	0	1
<i>Nota</i>	25	43	21	16	105



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

<i>Notícia</i>	49	45	41	32	167
<i>Ouvinte</i>	0	0	10	0	10
<i>Previsão do Tempo</i>	0	5	0	5	10
<i>Reportagem</i>	0	0	0	8	8
<i>Testemunhal</i>	0	30	5	24	59
<i>Trânsito</i>	0	0	5	10	15
Total	99	168	102	121	490

Das oito reportagens observadas, sete são do tipo mista e outra é totalmente simultânea. As ocorrências foram registradas apenas no Jornal das Seis, da Rádio Reis Magos 96 FM. Todas as reportagens foram da área policial. No referido radiojornal, as informações desse tema não são narradas pelos apresentadores do programa. A divulgação é feita por outro jornalista, que trabalha como repórter da emissora e tem atuação em um programa policial televisivo, além de também ser criador e editor de um portal de notícias policiais.

A participação do repórter de polícia no Jornal das Seis é precedida de uma vinheta com trilha sonora característica, o nome do programa, seguido de um som de sirene de viatura policial, sobreposto com o trecho narrado “Polícia, com Sérgio Costa”. Em seguida, o som da sirene é elevado e interrompido. Neste momento, o apresentador do programa faz a chamada de conteúdo informativo, passando a palavra para o repórter. A participação dele, em todas as edições analisadas, sempre foi realizada por telefone. Antes dos programas, o profissional enviava, por e-mail, trechos de sonora para serem utilizados no radiojornal.

Depois de lida a chamada, o repórter complementa a informação com outros dados para, em seguida, cumprimentar o apresentador e o público ouvinte e voltar a narrar o fato. Durante a sua participação, ele descreve os fatos de maneira objetiva, sem emitir muitos comentários, nem julgamentos de valor. Geralmente, ele apresenta a narração de dois acontecimentos, podendo, em alguns casos, conter uma sonora, coletada no palco da ação.

Durante a semana em que ouvimos e elaboramos relatórios dos radiojornais em análise, observamos que o profissional participou do programa com duas informações, nos cinco dias, totalizando dez acontecimentos narrados. Em oito deles, utilizou áudios para ilustrar e complementar as informações. Nas oito ocorrências, o repórter, depois de relatar o fato, sinaliza que será ouvido um trecho da conversa/entrevista que ele teve com um personagem envolvido. Essa sinalização, conhecida como “deixa”³, acontece geralmente

³ “Sinal para começar ação ou fala” (MELLO, 2003, p. 72).

informando que ele, o repórter, conversou com o personagem ou informando que este explicou algum fato.

Em todos os trechos sonoros, é possível, inclusive, perceber sons de fundo, como pessoas conversando, tilintar de chaves e objetos metálicos, fechamento de portas, entre outros. Esses sons indiciam que o repórter coletou a informação, muitas vezes, nas delegacias de polícia onde se encontravam os personagens.

Outra constatação acerca dos áudios veiculados, durante a participação do repórter policial no Jornal das Seis, é que não houve o processo de montagem da radorreportagem diferida completo. Não se percebeu a utilização de mais de um trecho sonoro em nenhuma reportagem. Os formatos também não contemplaram a completude dos cenários e versões, além de ser veiculada apenas a sonora de uma das partes envolvidas.

A prática de coletar a sonora de apenas uma fonte ocorreu em todas as participações do repórter de polícia observadas nesta pesquisa. O fato de não contemplar todas as versões dos fatos é, por si só, motivo para pensar se o enquadramento do formato encontrado no Jornal das Seis como uma radorreportagem pode ser considerado adequado.

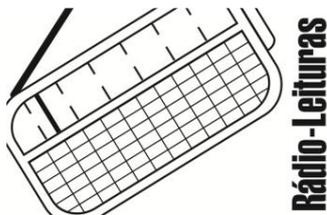
A pesquisa permite-nos entender que o radiojornalismo em Natal-RN passa por uma carência evidente de repórteres, o que resulta em possibilidades mais restritas de recolha de informações diretamente no local em que os fatos noticiosos acontecem. Resvala-se, então, em um radiojornalismo superficial, que não é calcado na apuração, princípio básico do jornalismo, independentemente da forma e suporte em que se veicula.

Outra percepção está nas precárias condições para desenvolvimento de conteúdo e checagem das informações. Não obstante existam poucos profissionais para a produção jornalística nas emissoras, essas pessoas fazem com que os programas sejam veiculados graças à sua experiência em outros meios e veículos de comunicação (jornais impressos, televisão e internet). As equipes reduzidas acabam por promover um conteúdo igualmente menos produzido e mais improvisado.

Considerações finais

De forma geral, esta pesquisa apresentou as características da radorreportagem e como esse formato se apresenta nas rádios comerciais de Natal-RN. Nossa reflexão destacou uma noção chave para entendermos a reportagem radiofônica no contexto em que nos inserimos.

A reportagem simultânea, ao vivo, possibilita ao ouvinte conectar o seu tempo ao tempo da vida real. Isso desperta interesse pela divulgação das informações. A reportagem diferida, por sua vez, permite o aprofundamento de temas, com a exploração máxima dos



Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

recursos sonoros, haja vista o tempo que se leva para a produção da narrativa. A radioreportagem mista se apropria dessas duas vantagens, especialmente quando há dificuldades de montagem da narrativa diferida.

Entretanto, não parece ser interesse dos profissionais que trabalham no rádio em Natal-RN propiciarem aos ouvintes o aprofundamento dessas informações. As razões para isso estão basicamente concentradas nas dificuldades e gastos para realizar radioreportagens. Mas, sabemos, estão disponíveis equipamentos tecnológicos sofisticados, leves e relativamente simples de manusear, os quais podem ser utilizados na captação de sonoras e ilustrações para a produção de reportagens. Sejam com gravadores ou smartphones ou, até mesmo, com os aparelhos telefônicos convencionais presentes nas emissoras, e computadores básicos, torna-se relativamente fácil a elaboração de radioreportagens, aproveitando bem os recursos da linguagem radiofônica. Não é, contudo, o que acontece.

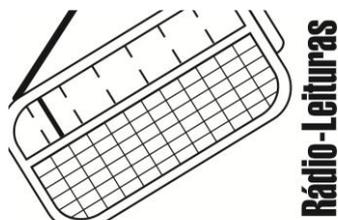
Os próprios smartphones já disponibilizam aplicativos que permitem edição do material sonoro de forma simplificada, agilizando a produção, o que derruba o argumento da quantidade reduzida de pessoal para produção das radioreportagens. O formato que estudamos, se bem elaborado, consegue naturalmente aprofundar os temas do noticiário, além de transportar o ouvinte para o cenário acústico da ação e aproximar as emissoras dos seus ouvintes, sem se tornar enfadonho.

A carência de reportagens radiofônicas nas emissoras comerciais de Natal-RN aponta para um problema maior, que é a produção jornalística em rádio na cidade. Sem dúvida, pelo que identificamos, não há uma cultura de jornalismo radiofônico com a busca precisa pela informação. O que vemos é ainda a reprodução de conteúdo disponibilizado em portais de notícias e jornais impressos, bem como a repercussão de assuntos já debatidos.

A falta de conteúdo que esteja próximo ao ouvinte, dando-lhe uma visão mais aprofundada da realidade, reflete também o papel do jornalista perante a sociedade, especificamente no que diz respeito à construção da cidadania. Ao apurar um fato denunciado por um ouvinte em determinada comunidade, buscando as justificativas das autoridades para aquela situação, o jornalista está cumprindo uma função social própria da profissão.

A iniciativa de trazer conteúdo informativo para as rádios, entretanto, já é um ponto de partida interessante para pensar o fazer radiojornalístico. O rádio é tido como o "primo pobre" dos meios de comunicação. Essa concepção está nos bancos das universidades, que não privilegia as disciplinas associadas à área de rádio e também no mercado de trabalho, que paga baixos salários aos seus profissionais, os quais acabam precisando pleitear outros empregos para complementação de renda.

As ocorrências de radioreportagens verificadas em nossa pesquisa revelaram outros aspectos dessa realidade. As reportagens produzidas para o Jornal das Seis, por exemplo, só são possíveis porque o jornalista responsável pelas informações da área policial



daquele programa também atua em outros veículos de comunicação e produz material para o portal e para o programa televisivo em que atua. Infelizmente, a iniciativa não busca aprofundar os temas da referida área de cobertura, pois o relato é apenas factual, sem descrever o contexto e os desdobramentos que cercam o fato policial.

Devemos reconhecer, entretanto, que a existência dos radiojornais em que há espaço para estabelecimento de debates, com realização de entrevistas com mais de dez minutos de duração, é uma iniciativa interessante, que parte do esforço dos profissionais em levar a informação para os ouvintes de rádio na faixa FM. O que falta é fazer com que eles saiam da acomodação e percebam que o espaço utilizado na programação das emissoras pode ser ampliado, com um noticiário que valorize as discussões e se aproxime dos interesses do ouvinte.

Referências

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e programas em áudio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BESPALHOK, Flávia Lúcia Bazan. **A prática da reportagem radiofônica na emissora continental do Rio de Janeiro**. Bauru-SP: UNESP, 2006 (dissertação de mestrado).

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

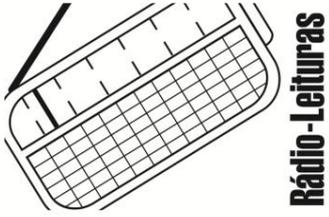
LOPES, Nadini de Almeida. **Radorreportagem**: referências para a prática, o ensino e a pesquisa. São Paulo: ECA-USP, 2013. (Dissertação de mestrado)

LUCHT, Janine Marques. **Gêneros radiojornalísticos**: análise da Rádio Eldorado de São Paulo. São Bernardo do Campo-SP: UNIMESP, 2009. (Tese de Doutorado)

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. 2. ed. Florianópolis: Insular/Ed. da UFSC, 2007.

MELLO, José Guimarães. **Dicionário multimídia**: jornalismo, publicidade e informática. São Paulo: Arte&Ciência, 2003.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação de conteúdo. 4. ed. São Paulo: Summus, 1985.



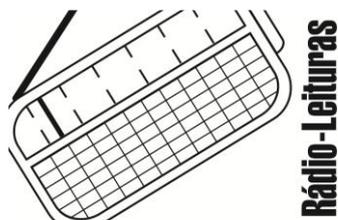
Como a radioreportagem indicia sobre o jornalismo radiofônico em Natal-RN

Cezar Macedo Barros e Maria do Socorro Furtado Veloso

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Panda, 2000.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

REIS, Clóvis. **Na fronteira da persuasão: os gêneros jornalísticos nas emissoras de rádio**. Blumenau-SC: Edifurb, 2010.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: FRAGA, Kátia; SOUZA, Nayara Luiza de; FIÚZA, Ana Louise de Carvalho. O caipira nas ondas de rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 171-188, jan./jun. 2016.

O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga¹

Nayara Luiza de Souza²

Ana Louise de Carvalho Fiúza³

Recebido em: 05 de abril de 2016.
Aprovado em: 07 de junho de 2016.

171

Resumo

“Sertanejo Classe A” é um programa representativo da presença da cultura caipira no cenário radiofônico brasileiro. No ar há mais de quatro décadas na rádio Musirama, tornou seu idealizador e apresentador Jovelino Gomes Faria, o Guará, um personagem reconhecido por sua audiência. Sua morte, ocorrida em setembro de 2015, foi sentida por uma legião de ouvintes. A cidade mineira de Sete Lagoas ficou de luto oficial por três dias. Neste artigo, apresentaremos, por meio da análise da programação, de que forma a cultura caipira foi representada e valorizada no Programa do Guará, como passou a ser popularmente conhecido em função da identificação do público com o radialista.

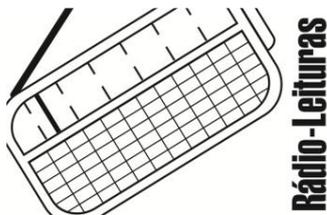
Palavras-chave: Rádio; Caipira; “Sertanejo Classe A”.

Resumen

¹ Kátia Fraga – Professora de Jornalismo e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural na Universidade Federal de Viçosa (UFV/MG). Mestre em Comunicação, Imagem e Informação pela Universidade Federal Fluminense – PPGCOM/UFF. Email: katiafragaufv@gmail.com

² Nayara Luiza de Souza – Jornalista formada pela Universidade Federal de Viçosa. Email: nayaraluizaluz@yahoo.com.br

³ Ana Louise de Carvalho Fiúza – Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Viçosa (UFV/MG). Doutora em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio. Email: louisefiuza@gmail.com



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

“Sertanejo Classe A” es un programa representativo de la presencia de la cultura campesina en el escenario radiofónico brasileiro. Durante más de cuatro décadas al aire en la radio MuSirama, se tornó idealizador y presentador Jovelino Gomes Faria, el Guará, un personaje reconocido por su audiencia. Su muerte ocurrida en septiembre de 2015, fue sentida por una legión de oyentes. La ciudad minera de Sete Lagoas estuvo de luto oficial durante tres días. En este artículo, presentaremos, a través del análisis de la programación, cómo la cultura campesina fue representada y valorizada en el Programa del Guará, cómo paso a ser popularmente conocido en función de la identificación del público con el locutor.

PALABRAS CLAVES: Radio; Campo; “Sertanejo Classe A”.

Abstract

“Sertanejo Classe A” is a representative program on the presence of countryside culture in the Brazilian radio scene. In the air for more than four decades broadcast by Musirama Radio, this program has rendered its creator and presenter, Mr. Jovelino Gomes Faria, the so-called “Guará”, a character celebrated by his audience. In September 2015, his death was hardly felt by a legion of listeners. An official 3-day bereavement period was declared in the town of Sete Lagoas in the State of Minas Gerais. In this article, the analysis of the program schedule is discussed in order to highlight how the countryside culture could be represented and valued in the “Guará Program”, which is the terminology that the local population started to use to identify the program, thereby justifying the affinity between them and the radio presenter.

Keywords: Radio, countryside culture, “Sertanejo Classe A”

1- O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Durante 45 anos, a voz do apresentador Jovelino Gomes Faria, conhecido como Guará, ecoou traços de ruralidade nas irradiações da rádio Musirama, na cidade mineira de Sete Lagoas. O “Sertanejo Classe A”⁴, nome oficial, era popularmente identificado como “Programa do Guará”, codinome do locutor. Entrou no ar em 19 de maio de 1970 e perdeu a voz marcante e carismática em 19 de setembro de 2015, com a morte do radialista, vítima de um infarto fulminante. A marca da programação, como ele mesmo dizia, era ser essencialmente “caipira”.

⁴ Depois da morte de do radialista Guará, o programa passou a ser apresentado por outro comunicador. Todavia, a análise da programação feita aqui refere-se ao formato apresentado pelo idealizador da irradiação.

Nascido em 6 de Abril de 1949 em Santana de Pirapama, ele se considerava um sete-lagoano pelos vínculos criados com o local onde cresceu e trabalhava. A comoção pela morte do radialista foi tão grande que o prefeito Marcio Reinaldo decretou luto de três dias na cidade. Milhares de pessoas foram dar adeus ao comunicador, cujo corpo foi levado em cortejo em cima de um carro de Corpo de Bombeiros.

Conforme Cristiane Cândido (2015), Guará disse em uma entrevista que o rádio era a vida dele, algo com que sonhou e conquistou. Tinha gratidão pelos ouvintes em função da audiência, apoio e confiança. Várias manifestações foram registradas nas redes sociais em homenagem ao locutor:

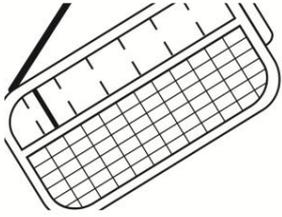
“Morre a tradição de todas as manhãs. Alguém que com simplicidade e humildade conseguiu ao longo de décadas, alegrar, confortar, levar esperança e amor a muitos lares, cidades, corações e rincões. Marcou minha infância, minha adolescência, um tempo onde o luxo que tínhamos era o rádio e aquela voz que nos fazia viajar sertão a fora (sic). Sempre permanecerá vivo em nossas lembranças. Mas nossa manhã jamais será a mesma sem ele. Descanse em paz Guará!”, via WhatsApp.

“Guará foi o primeiro parceiro de dupla sertaneja do meu pai, era amigo dele há 60 anos. Fico muito triste com este falecimento”, Wartey Maciel.

“Estamos de luto, um grande amigo e um dos ícones da comunicação nos deixou”, Nesio. (CANDIDO, 2015)

Diante das manifestações de carinho em torno desse comunicador, deve-se perguntar quais seriam as motivações para a instituição de vínculos criados a partir das irradiações radiofônicas? É o que se abordará nesta pesquisa, que foi apresentada no DT 1 – Jornalismo do XVII, do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado em junho de 2012, cuja discussão foi atualizada neste artigo.

Os traços de ruralidade no programa Sertanejo Classe A criam laços de identificação entre a produção, marcada principalmente na figura do locutor, e a



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

audiência. Segundo Guará⁵, o diferencial do programa sempre foi levar ao ar traços de ruralidade, mantendo a essência do “caipira”.

Para iniciar essa discussão, recorre-se a Antônio Cândido (1964), o qual desenvolveu uma pesquisa referencial sobre os modos de vida rural em sua tese de doutorado ao analisar os caipiras paulistas no município de Bofete nos anos de 1948 a 1954.

O termo caipira, para Cândido (1964), expressa um “modo-de-ser”, um estilo de vida e não um tipo racial. A tese tinha como objetivo conhecer os meios de vida entre caipiras paulistas para entender a vida social dos mesmos e quais seriam suas formas de organização, dentre outros aspectos. Os modos de vida dessa população, segundo o autor, têm na sua base a marca da sociabilidade, já que os grupos sociais se organizam e se ajudam mutuamente para atender as suas necessidades.

Os “caipiras” constituiriam uma espécie de família, por meio da qual as pessoas se ajudam, se divertem, compartilham suas vidas. Remetendo-se ao cenário radiofônico, entende-se que laços de sociabilidade se fundem por meio do programa em análise, sobretudo graças a mediação do apresentador. Ao longo das mais de quatro décadas no comando do programa, Guará sempre fez questão de manter um estilo “caipira”, desde a forma de se comunicar com seu público até a seleção musical.

Isso era observado na forma como se dirigia aos ouvintes, desde o início do programa: “ô gente, são quatro horas, dez minutos e meio e nós tamo aí. Vamo começá a semana com o pé direito e adionte...”. Com essa fala pitoresca e ao som da música caipira de raiz, o trabalhador, a dona de casa e o produtor rural são convidados a começar o dia na companhia do “Programa do Guará”. Há mais de 40 anos acordar ouvindo esse programa é a rotina de muitas famílias na cidade mineira de Sete Lagoas e região.

O local originário do “caipira” é a zona rural, mas o lugar do homem do campo se modificou no Brasil após o movimento de migração para as cidades. A partir do final do século XIX, com a crise do café, o “caipira” já não conseguia sobreviver como

⁵ Entrevista concedida para esta pesquisa em 18 de julho de 2011.

trabalhador rural e foi forçado a mudar-se para a cidade em busca de emprego. O processo de industrialização que eclodia então nos centros urbanos brasileiros oferecia trabalho, sem a exigência, naquele primeiro momento, de especialização.

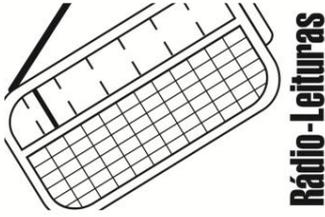
Apesar das dificuldades encontradas para continuar a viver na zona rural, o homem do campo nunca deixou de considerar a roça como seu verdadeiro lar. A saudade que o caipira migrante sentia da sua terra pode ser notada em músicas veiculadas em seu programa:

Que saudade da palhoça eu sonho com a minha roça no triângulo mineiro. / Nem sei como se deu isso quando eu vendi o sítio para vir morar na cidade. / Seu moço naquele dia eu vendi minha família e a minha felicidade. (trecho da música Caboclo na Cidade, de Dino Franco).

Com as canções caipiras/sertanejas aos poucos também surgiram programas de rádio dedicados aos ouvintes fãs desse gênero. Elas expressam um fragmento da cultura rural de origem. Não há uma definição única para o termo caipira. Mesmo a origem etimológica gera discussões, pois ainda não foi possível definir a raiz exata da palavra.

As definições se diferenciam geralmente entre a origem ou rotina ligada ao campo. Muitas são depreciativas, associando o termo caipira com analfabeto, malvestido e sem cultura. O Dicionário do Folclore Brasileiro, de Luiz Câmara Cascudo, relaciona a origem rural às características de personalidade. O caipira, então, seria “homem ou mulher que não mora em povoação, que não tem instrução ou trato social, que não sabe vestir-se ou apresentar-se em público. Habitante do interior, tímido e desajeitado...” (CASCUDO, 1998).

O jornalista Cornélio Pires (2001) é considerado o maior responsável pela divulgação da cultura “caipira” e a divulgar a música deste gênero. No livro “Conversas ao pé do fogo”. Para ele, o conceito “de roceiro e lavrador” é o mais aceitável por dizer respeito à origem do caipira nascido na zona rural. Roceiro não se apresentaria como estereótipo que evoca um sentido negativo, mas sim como homem que trabalha no roçado da terra.



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

Destaca-se, contudo, que, ao contrário do que sugere Pires, nem sempre o “caipira” é lavrador. Sua origem e profissão se modificam a partir do momento em que o “caipira” deixa a roça e parte para a cidade. Para a artista e pesquisadora Inezita Barroso, “caipira é aquele que se conserva ligado a terra, à cultura original” (NEPOMUCENO, 2001).

1.1- Música caipira: da roça às rádios

A música foi um dos elementos da cultura caipira que se manteve viva após o movimento migratório para as cidades, como já explicitado. Em suas origens, a música caipira estava ligada às práticas do trabalho e da religião. VILELLA (2004) conta que no século XVI, como parte do plano de colonização da coroa portuguesa a música foi utilizada como uma das estratégias de catequização. Durante esse processo, os colonizadores notaram que a principal via de comunicação com o sagrado para os nativos era a música. Então passaram a inserir cantos litúrgicos católicos às melodias e danças indígenas.

Ao longo do processo de colonização essas canções receberam também influências musicais negras e européias como o uso da viola, que é um instrumento originalmente português, se aproximando ao estilo musical caipira que conhecemos hoje (VILELLA, 2004). A relação do sagrado mediada pela música ainda hoje está presente em festas sincréticas brasileiras como a Folia de Reis e Folia do Divino, e em danças como o Cateretê e a Catira, notadamente de origem indígena.

A música caipira passa a ser denominada como sertaneja a partir do momento em que começa a ser tocada nas rádios e consumida como produto cultural (NEPOMUCENO, 2001). Em 1929, Cornélio Pires colocou duplas caipiras para tocar no rádio. O temor existente era que, ao identificar as duplas como caipiras, os ouvintes se desinteressassem pelas músicas antes mesmo de ouvi-las, por preconceito pela figura campestre.

Nesse momento, a música caipira inseriu-se na indústria cultural. “A música deixava de ser simplesmente arte de expressão da alma do povo, para se transformar

numa indústria gigante, sustentada por vendagens astronômicas.” (NEPOMUCENO, 2001).

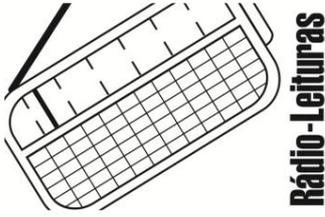
Até a veiculação das canções caipiras nas rádios com a denominação de sertaneja, as composições sofreram transformações para se adequar ao padrão comercial. A dupla Tônico e Tinoco contou, em entrevista ao programa Ensaio da TV Cultura, em 1991, que na fazenda tocavam “romances”, com “estórias tão longas que se fazia pausa para o povo tomar café.” E, depois, como cantores nas cidades, essas mesmas músicas já não poderiam ser cantadas nem gravadas. (ZAN, 2011).

Dessa forma, a passagem da música caipira de prática ritualista para mercadoria teve como principal mediador o rádio. Mas embora essa passagem ocasionasse perdas na música caipira, em sua temática e prática coletiva, a veiculação da mesma nas rádios possibilitou aos moradores das cidades terem contato com esse estilo musical, que até então só era ouvido nas práticas comunitárias no campo. E, assim, conservar na memória dessa audiência traços da cultura rural.

1.2- Do folclore ao popular

O processo de aculturação não foi em nenhum momento um processo de pura repressão (MARTÍN-BARBERO, 2009). Com essa ressalva, Martín-Barbero detalha de que modo um objeto cultural que é originalmente visto como folclore pode se tornar popular, ou seja, transforma-se em mercadoria destinada a massa. Vale aqui ressaltar considerações sobre os conceitos folclore e popular. Para Cascudo os dois consistem em uma mesma coisa, definindo folclore como “a cultura do popular tornada normativa pela tradição” (CASCUDO, 2002).

Contudo, assim como Martín-Barbero, há estudiosos que diferenciam folclore de cultura popular. Brandão (2007) destaca que são muitas as definições para folclore, inclusive a mais tradicional atribuída ao inglês William John Thoms. Segundo ele, Folk-Lore é o “saber tradicional do povo”. São consideradas manifestações folclóricas “as narrativas tradicionais, os costumes tradicionais, os sistemas populares de crenças e superstições e os sistemas e formas populares de linguagem”.



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

Na perspectiva de Martín-Barbero (2009), o folclore é a cultura do povo, praticada como tradição ou prática ritualística de uma comunidade. E popular, a produção cultural destinada ao povo, mas que já passou por algum tipo de mediação. Nessa perspectiva, podemos inserir a música caipira ritualística, que é aquela ligada às práticas religiosas e ao trabalho na roça, no viés do folclore. A música caipira tocada nas rádios se insere na classificação de popular.

Para o autor, não há hegemonia nem contra hegemonia sem o envolvimento do povo. Assim, era indispensável que o povo tivesse acesso as linguagens nas quais a produção cultural popular se articulava. A fim de demonstrar como se faz essa passagem do folclórico para o popular Martín-Barbero (2009) utiliza como exemplo duas manifestações do povo que se converteram em literatura popular: o cordel espanhol e o colportage francês.

Na Espanha, o cordel foi um tipo de literatura responsável pela transição das classes populares do oral para o escrito. As histórias de cordel eram contadas coletivamente e depois passaram a ser escritas em papéis dobrados em livretos chamados Pliego. Esses livretos eram vendidos pendurados em cordões na rua, atribuindo-se a essa prática o nome de cordel.

Na França, essa literatura é chamada de colportage. A estrutura dos textos escritos se aproxima da estrutura oral. Eles eram escritos em verso por se tratarem da transcrição de romances, canções, coplas e refrãos. Os textos mantinham a estrutura oral por serem destinadas para leitura em voz alta coletivamente.

Ambos os exemplos quando escritos passaram por processos de “normalização e formalização, meio e tecnologia, racionalidade produtiva e técnica de fabricação” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 149). Na passagem por esses processos as histórias foram editadas e perderam as características de ritual da prática folclórica. O acesso a essas literaturas tornou-se independentes do momento próprio de produção dessas e podiam ser lidas ou consumidas a qualquer momento.

O mesmo processo de “normalização e formalização” pode ser observado com a música caipira durante o processo de adequação pelo qual passou para ser veiculada

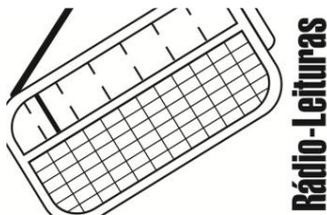
nas rádios. A passagem para o popular também apresenta outras características como o surgimento da autoria ou a perda do nome do autor oral. No folclore, as composições costumam ser coletivas por se tratarem de ritos. Assim, são criadas por uma comunidade para um determinado ritual e não por uma pessoa. Isso também ocorre com a música caipira de raiz que, como o cordel espanhol, surgiu oral. Muitas dessas composições não têm um autor definido por se tratar de criações coletivas, compostas comunitariamente (VILELLA, 2004), em festas como a Folia de Reis, a Folia do Divino e demais festas de padroeiros.

Uma característica específica da colportage era a leitura coletiva de seus textos para a comunidade camponesa analfabeta, que, no momento da leitura, interagiu com os conteúdos expressando emoções de tristeza, alegria e ansiedade. “Ler para os habitantes da cultura oral é escutar” (MARTÍN-BARBERO, 2009). O que é lido é ponto de partida para que os ouvintes se reconheçam nas histórias formando memórias coletivas.

Walter Ong destaca que as comunidades orais primárias, aquelas que nem sequer imaginavam que um dia existiria a cultura escrita, tinham uma relação especial com a palavra oral. Para o autor, “a verbalização da experiência pode efetivar sua recordação”. (ONG, 1998, p.47). Isso ocorre porque o pensamento é formular, ou seja, é composto por fórmulas. Cada palavra e cada conceito é uma fórmula e assim um modo de dado fixo para processar determinada experiência. Sua verbalização determina como essas experiências vão ser organizadas intelectualmente.

Sugere-se neste trabalho que a formação dessas memórias coletivas, baseadas na percepção de traços comuns entre os ouvintes e os personagens das histórias, também é possível a partir do momento em que o ouvinte da música caipira se reconhece nas letras. Também é possível notar características do caipira nas músicas tocadas nas rádios, após a passagem delas por processos de mediação.

A fim de identificar a presença de traços da cultura caipira no objeto de estudo deste artigo faz-se necessário conhecer as características deste. Para isso, destacam-se



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

quatro quadros do programa no qual as referências à figura do caipira são mais constantes.

2- Programa do Guará: o “Sertanejo Classe A”

Diariamente, de quatro às oito da manhã, o programa “Sertanejo Classe A” toca modas de viola e músicas sertanejas, e retrata algumas práticas ritualísticas dos homens do campo. Durante 45 anos, o programa transmitido pela Rádio Musirama FM, de Sete Lagoas, foi liderado por Jovelino Gomes Faria, o Guará. No município e regiões adjacentes, os ouvintes sempre se referiram ao programa como “Programa do Guará”, o que revela uma identificação forte entre apresentador e a audiência dele.

O programa idealizado por Guará foi composto por quadros como “Consagração a Nossa Senhora de Aparecida” às seis da manhã, seguido pelos quadros: a “Hora do Caminhoneiro”; a “Hora da Sopa”; a “Catira”. Em seguida, “Hora do Recado” e o momento de dar “o beijinho das crianças” quando o apresentador lembra de seus fãs mirins. Neste trabalho, o enfoque se dará especificamente nos quadros onde a referência ao “caipira” ou a rotina deste se faz mais presente. São eles: “Catira”; “Hora da Sopa”; “Hora dos Recados”, e “Carro de Boi”, no encerramento.

Para isso, foram analisados cinco programas transmitidos entre os dias 18 a 22 de julho de 2011. As cópias estudadas foram cedidas pela Rádio Musirama FM, de Sete Lagoas-MG. Depois disso, procedeu-se a realização da transcrição dos programas e análise dos dados.

2.1- Hora da Sopa

A forma jocosa de comunicação com o ouvinte, é uma das marcas do apresentador, como no início do quadro no programa do dia 18 de julho de 2011: “Êta sopinha gostosa essa viu. Ê cheirinho bão, essa sopa hoje tem o que hein cumadre? Deixa eu toma uma branquinha antes só pra eu forra o estambo, né.” A interpretação é seguida de efeitos sonoros que simulam barulho de panelas e de colheres.

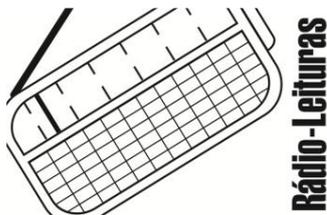
A cada programa, o quadro tinha início marcado por uma frase ficcional relativa a sopa, interpretada por um personagem com voz e expressões típicas do estereótipo conhecido do caipira. A sopa sempre foi um momento de honra do programa, no qual apenas são convidados os ouvintes fiéis e os aniversariantes do dia. Era grande a expectativa para ter o nome incluído na lista, o que pôde ser evidenciado pelas várias ligações que o programa recebia com esse pedido. Alguns ouvintes chegaram a ir a rádio para “tomar a sopa”, como contou Guará.

O momento da sopa é um ritual fictício com a intenção de levar os ouvintes para o lugar de honra na casa: a cozinha. Efeitos sonoros de panelas, talheres e outros utensílios domésticos e as esquetes de ficção, que falam do cheiro bom durante o preparo da comida e do sabor especial da sopa, são recursos utilizados para a construção de imagens.

As ficções também marcavam o encerramento do quadro, como no programa veiculado no dia 18 de junho de 2011: “ê sopinha gostosa essa. Meu fio, pega a enxada e vamo pegar no taião”. As frases ficcionais que iniciam e encerram os quadros não são sempre as mesmas. Nos cinco dias que compõem nossa amostra, notamos diferentes construções de cenário: “êta sopinha boa”; “eu gosto dela é de manhã”; “Maria vem cá”. O locutor interage com a ficção ao responder ao personagem: “é, vem pra cá ajudá nós”. E, dessa forma, convoca seus convidados para o momento da sopa daquela manhã: “vão chegando pra cá a turma aqui do armazém né, Chico Esquina, Rogerão, Tuto Macuco caminhoneiro, vem pra cá todo mundo aí”.

Em uma das transmissões, observamos uma espécie de quadro da sopa especial de aniversário para um ouvinte identificado pelo apresentador como “Prego”. Como é aniversário do ouvinte, Guará sugere que vai ter festa e por isso o aniversariante vai oferecer uma sopa especial. Durante o quadro, o apresentador explica como seria essa sopa:

“E hoje tem uma variedade de sopa aqui, não sei se vocês vão querer né. O prego tá fazendo aniversário hoje e ele trouxe uma panelada para a turma aí pode experimentar lá, né (...)o prego arrumou uma panelada aí de prego, cozido, tem prego tem tachinha, parafuso. Vixi Maria, tem de tudo (ficção do quadro da sopa).



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

Depois da hora da sopa, vem o quadro a “Hora da Catira”. Depois de comer, a festa continua com essa dança típica onde as modas de violas são acompanhadas por bater de mão e de pés.

2.2- Catira

A catira, também conhecida como cateretê, é uma dança marcada por palmas e batidas do pé. A coreografia é composta por duas filas de dançarinos que se posicionam um a frente do outro e dois violeiros que cantam as modas de viola.

Uma descrição resumida da dança é dada por Cascudo (2002): os violeiros cantam a primeira parte da moda, que pode ser satírica ou de amor. Em seguida, os dançadores postos frente a frente “sapateiam e palmeiam ao ritmo das violas”. Os cantadores vão, então, cantar a segunda parte da moda até o final do tema e a dança acaba por um “recortado”, parte da coreografia em que os dançadores sapateiam e trocam de lugar uns com os outros.

No cenário rural, a Catira está ligada também a prática de festas. Após as refeições as pessoas seguem para o terreiro para dançar o Cateretê. O programa recria esse cenário e estimula o ouvinte, mesmo em casa, a dançar ou se envolver com o clima da Catira.

O violeiro da catira que faz a primeira voz é chamado de “mestre” e o segundo violeiro é o “contramestre”. O “mestre” geralmente também é o autor da moda (CASCUDO, 2000, p.135). “Mestre” e “Contramestre” ficam em filas opostas, na coluna em que está o “mestre” fica o “palmeiro” ou “tirador de palmas”, que é o primeiro dos dançantes dessa fila. No lado oposto, ao lado do “contramestre”, fica o “tirador de sapateado” que coordena a batida dos pés.

No quadro da “Catira” os ouvintes eram convidados a participar da dança e, assim como no quadro da sopa, é criado um cenário sonoro que reproduz o rito original. Depois do convite, a rádio toca uma moda de catira que se inicia pela letra da música acompanhada do dedilhar de violas e termina com as batidas de palmas e pés.

Um exemplo de catira tocada no programa é a moda com letra de sátira “Tiro a Queima Bucha”, gravado pela dupla Vieira e Vieirinha:

Eu tratei meu casamento à contra gosto dos meus pais / Com uma
“véia” de cem anos que nem dente não tem mais / Levei ela no ferreiro
pra ver o que o ferreiro faz / Pôs a velha na tenda, ferreiro bateu de
mais / O nariz ficou de um lado a boca ficou pra traz / O diabo dessa
velha já não tem concerto mais.

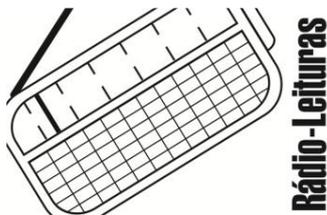
Essa primeira parte da moda tem como intervalo o palmeado e o sapateado bem marcado. Então começa a segunda parte, que também vai ser finalizada com mais batidas de mãos e de pés: “a lá vem a velha batendo o queixo / Pra me beijar mas eu não deixo / A moça me pega, a velha me puxa / Ô velha da boca murcha te dou um tiro de garrucha a queima bucha “.

Dessa forma, nota-se no programa a divulgação de um rito cultural como se todos os dias naquele horário fosse um dia de festa e de dança. A reunião coletiva dos grupos de catira poderia ser acompanhada pelos ouvintes, que, em suas casas, acompanhavam a moda cantando, palmeando, batendo os pés, ou simplesmente escutando a irradiação.

2.3- Hora do recado

“Ô cumpadi, vamo mais perto do rádio, que tá na hora dos recado sô.” O quadro mais aguardado do “Sertanejo Classe A” é a “Hora do Recado”. Nesse momento em que os ouvintes seguem o conselho da frase ficcional e pegam caneta e papel para ouvir as informações veiculadas. São recados dos mais variados marcando e desmarcando compromissos, consultas médicas, avisos de festas, casamentos, batizados, avisos de visitas e até informação de quem chegou bem ao destino para o qual havia partido.

A “Hora do Recado” evidencia uma característica histórica do rádio. Muitas vezes esse veículo é a única fonte de informação para pessoas que não têm acesso a



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

outros meios seja por questões “geográficas, econômicas ou culturais” (ORTRIWANO, 1985, p.78).

O quadro é formado por cinco tipos de “recados”: festas religiosas e folclóricas, notas de falecimento, anúncios de emprego, achados e perdidos e recados direcionados a outros ouvintes. Esse último confirma a característica do veículo de servir como fonte de informação para aqueles que não têm acesso a outros recursos.

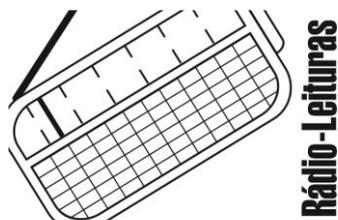
As festas religiosas e folclóricas são os anúncios de festas que mais aparecem durante o programa, e o convite é reafirmado com destaque durante o quadro dos recados. Em julho, mês de amostragem do programa observado, ocorreram referências à festa de Nossa Senhora do Rosário, Festa de Santana e São Cristóvão. Todas essas festas tradicionais da cidade de Sete Lagoas.

Outra informação comum, e que desperta a atenção dos ouvintes, é a nota de falecimento, sempre veiculada no programa. Nesse momento, o apresentador assume um tom mais sério respeitando o conteúdo. Notas de Falecimento podem ser enquadradas na classificação de FILHO (2003) dentro do gênero de serviço, mais especificamente notas de utilidade pública. Tem como objetivo específico auxiliar e alertar o ouvinte (FILHO, 2003, p. 136).

Nas notas de prestação de serviço também surgem ofertas de emprego e avisos de “achados e perdidos”:

Está desaparecido aí um potro castanho com uma estrela na testa, tem cerca de um ano e nove mês. É tamanho grande desapareceu desde ontem, pela manhã. Bairro JK, quem souber do paradeiro ligar 3773 0655, falar com Gilmar. 37730655. É um potro tamanho castanho, tem uma estrela na testa, tá com um ano e nove mês, do tamanho grande, viu?! Se você souber do paradeiro, é só ligar no 3773 0655.

O momento dos recados também inclui informações do comércio local sobre compra e venda, de uma forma bem descontraída: “O Nelson Fonseca tá avisando os fornecedor de frango que o galinheiro tá vazio. Pode trazer. Ele tá pagando 120 reais na arroba do frango caipira. Se você tem frango caipira bõo aí pode trazer para o Nelson Fonseca”.



Os recados de maior destaque no quadro, contudo, são aqueles que simulam diálogos entre os ouvintes. O apresentador do programa destacou que são recados de todos os tipos como convites para festas, avisos de visitas, consultas marcadas, dentre outros:

Helena de Cordisburgo pergunta a irmã se a coceira no seu corpo melhorou. Quer saber se tá melhor e continua com o tratamento, né.

Cláudia, de Sete Lagoas, avisa o Joãozinho lá no Cipó que pode ficar tranquilo porque não está tendo aula. E está mandando abraço para você, o João, Dona Nenê, José.

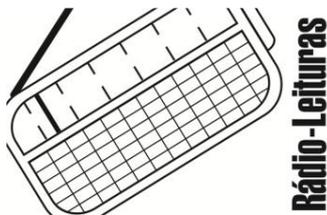
Os recados têm perfil de aviso, alguns deles com caráter de urgência, baseado na confiança dos ouvintes de que o conteúdo das mensagens vai chegar a tempo ao destinatário que também acompanha o “Sertanejo Classe A”. Escutar a “Hora do Recado” tornou-se um costume para os ouvintes que se organizam a partir das informações para saber quem chega e quem vai, se é para cozinhar o feijão ou qual medicamento foi receitado pelo doutor.

185

2.4- Chamada do boi

O carro de boi foi por muito tempo meio de transporte e utensílio de trabalho na roça. Em época de festas, ele era enfeitado com flores e conduzia os donos das terras para a cidade. Para aqueles que conhecem o carro de boi, logo vêm à lembrança a imagem de duas grandes rodas de madeira que carregam uma carroça puxada por bois. No rodar pelas estradas empoeiradas é comum quem guia o carro ser embalado pelo som do ranger das rodas.

No programa “Sertanejo Classe A” o carro de boi também é lembrado. E, assim como esse veículo serviu como meio de transporte por mais de quatrocentos anos, é por meio deste que o programa se despede. Ao final de cada manhã o apresentador chama o carro de boi para levar o que ele chama de “comitiva” embora.



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

Compõem essa comitiva os aniversariantes do dia, a produção do programa, os funcionários da rádio e todos os ouvintes como é possível notar na despedida do dia 19 de junho de 2011:

Olha vamo levando aqui no carro de boi, o José Américo, Maria do Rancho Tia Sinhá, vamo levando também a Mariana sobrinha da doutora Elaine, aniversariando hoje. Vamos agradecendo aos patrocinadores, e as visita, o Maisena que trabalhou na técnica, Ana Cláudia na recepção, um abraço a todos e até logo mais querendo Deus, pois graças a Ele a vida continua. Seu Abrão chamando o boi, cascoreto, Zezin, Adilson, todo mundo aí, vão bora (mensagem de Guará no encerramento do programa).

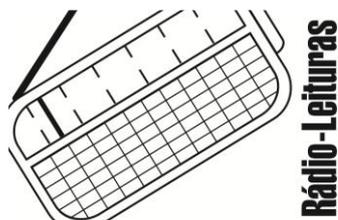
Cascoreto é o nome de um dos bois que compõem o carro fictício guiado pelo “Seu Abrão”. Esse boi também é citado em outro encerramento: “subindo todo mundo aí no carro de boi, o Maisena na técnica, a Jéssica na recepção, a Aline vai entrar aí, o Prego, é Prego, hoje vai ter sopa lá, obrigado a todo mundo aí, abraço. Já tá lá, Cascoreto”.

A comitiva, então parte. Festa e trabalho se confundem com o destino. O som dos bois e do boiadeiro guia são reproduzidos no programa e vai diminuindo o volume simulando o afastamento do carro de boi que parte. Ao final de cada manhã só é possível ouvir o ranger das rodas.

3- Considerações finais

A cidade não é o lugar original do caipira e há aqueles que defendem que o homem do campo é incapaz de se adaptar ao ambiente urbano. De um lado, por acreditarem que a cidade não recebe bem o caboclo e de outro, por que ele não conseguiria se habituar a cultura citadina. Essas percepções dicotômicas marcaram por anos a relação do caipira com o mundo urbano e contribuíram para reforçar o preconceito criado em torno da figura do caipira.

Mas o caipira de que falamos aqui não é o mesmo que inspirou o personagem Jeca Tatu, a representação mais célebre de nosso homem do campo. O caipira hoje conquistou o ambiente urbano, enquanto o campo se transformou e se industrializou.



A cultura caipira conquistou a cidade. Essa transformação do homem do campo é vista por alguns, contudo, como uma perda irrecuperável da cultura original do caipira.

Cornélio Pires afirmou, em 1942, que naquela época já não reconhecia o caipira de que falava em 1910. NEPOMUCENO (1999) descreve a tristeza de Pires ao constatar que já não havia nem no interior fluminense, nem no mineiro ou no paulista vestígios daquela figura mítica em que o caipira havia se transformado. Cornélio Pires atribuiu isso ao processo de transformação do campo, e ao fato de aos meios de comunicação levarem para o cenário rural a velocidade dos acontecimentos.

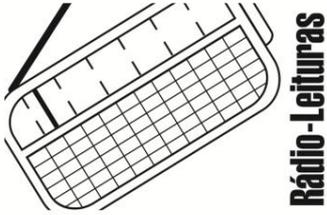
Mas, como destaca Nepomuceno (1999), o caipira não se perdeu, nem no campo nem na cidade. Mesmo com o movimento de êxodo provocado pelas transformações no campo, o caipira não abandonou sua viola “esculpida em boa madeira, com seus cinco pares de cordas duplas, de arame, som meio frouxo - não podiam ser muito esticadas, por que arrebentavam, era seu luxo, sua riqueza” (NEPOMUCENO, 1999, p.27). E, se para Cornélio Pires os meios de comunicação eram vistos como responsáveis pelo fim da genuína cultura caipira em seu ambiente original, ressaltamos diante da análise dos programas, o movimento contrário.

O programa “Sertanejo Classe A” recria o ambiente rural, seus sons, seus costumes, suas músicas, suas danças, seu modo de falar, de receber os amigos e até mesmo de cozinhar, retornando `a rotina dos ouvintes, uma realidade que agora se encontra distante. Dessa forma, é uma irradiação que visa a manutenção da cultura caipira.

O lugar perdido do ambiente rural, eterna saudade do caipira contemporâneo, seja ele nascido ou não no campo, tornou-se acessível pelas ondas do rádio. Com leveza, humor, carinho e dedicação ao longo de mais de quatro décadas, Guará deixou seu legado levando ao ar música, cantoria e os costumes da cultura caipira.

Referências

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. Coleção Primeiros Passos. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2007.



O caipira nas ondas do rádio: estudo de caso do programa sertanejo Classe A

Kátia Fraga, Nayara Luiza de Souza e Ana Louise de Carvalho Fiúza

CANDIDO, A. **Os parceiros do Rio Bonito**. Estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1964.

CÂNDIDO, Cristiane. **Morre o apresentador e locutor Guará da rádio Musirama FM**, 19 de setembro de 2015. Disponível em:

<<http://setelagoas.com.br/noticias/cidade/31099-morre-o-apresentador-e-locutor-guara-da-radio-musirama-fm>>. Acesso em 2 de março de 2016.

CASCUDO, Luís da Câmara, **Dicionário do Folclore Brasileiro**, São Paulo: Editora Melhoramentos, 2002.

FRAGA, Kátia; SOUZA, Nayara. **Sertanejo Classe A: o caipira nas ondas do rádio**. Artigo apresentado no XXVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto – MG.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. POLITO, Ronald; ALCIDES, Sérgio (trad.). 6ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio**. São Paulo: Summus, 2001.

NEPOMUCENO, Rosa. **Música caipira: da roça ao rodeio**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

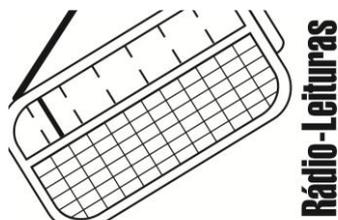
ONG, Walter. **Oralidade e cultura escrita**. Dobránszky, Enid Abreu (trad.) Campinas, SP: Papirus, 1998.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PIRES. Cornélio. **Conversas ao pé-do-fogo**. Itu: Ottoni, 2002.

VILELLA, IVAN. **O Caipira e a Viola Brasileira**. Sonoridades Luso-Afro-Brasileiras. Lisboa: Ed. Universidade de Lisboa, 2004.

ZAN, José Roberto. **(Des)territorialização e novos hibridismos na música sertaneja**. Disponível em: <<http://www.sertanejo.com/hradio.html>>. Acesso em 04 de novembro de 2011.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: SILVA, Karoline Maria Fernandes da Costa; ROCHA, Heitor da Costa Lima. Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 189-206, jan./jun. 2016.

Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva¹

Heitor da Costa Lima Rocha²

189

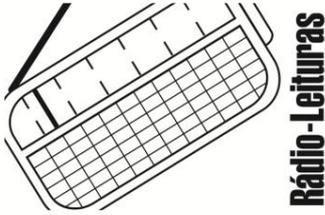
Recebido em: 04 de abril de 2016.
Aprovado em: 11 de junho de 2016.

Resumo

O presente trabalho discute o gênero “mesa-redonda” no radiojornalismo, tomando como *corpus* o quadro *Passando a Limpo*, veiculado de segunda a sexta-feira no programa Super Manhã, da Rádio Jornal AM/FM do Recife. Investiga os critérios de notícia no produto em questão e seu distanciamento das boas práticas do jornalismo. Lança mão, na base teórica, de produções dos /as pesquisadores/as de Rádio e Mídia

¹ Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Especialista em Ciência Política pela Universidade Católica de Pernambuco. Graduada em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco. Repórter da *Rede TV!*. Apresentadora do programa *O Grito FM*. E-mail: karoline.fernandes@gmail.com.

² Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social, Coordenador do curso de Jornalismo e membro do grupo de pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: hclrocha@gmail.com



Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa *Passando a Limpo* da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha

Sonora, revisitando ainda as teorias do jornalismo e o papel do radiojornalismo na construção social da realidade. Recorre a uma combinação de métodos: estudo de caso, observação participante e revisão bibliográfica. Suas principais conclusões são: distanciamento do rigor jornalístico e doutrina da objetividade, evidenciando sério comprometimento da notícia radiofônica.

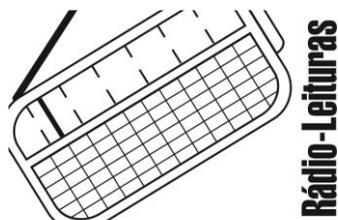
PALAVRAS-CHAVE: radiojornalismo; gêneros radiofônicos; Teoria do jornalismo.

KEY WORDS: radiojournalism; genres in radiojournalism; Journalism Theory.

PALAVRAS CLAVE: periodismo radiofônico; gêneros radiofônicos; Teoría del Periodismo.

Introdução

Este artigo tem como um dos objetivos refletir sobre os gêneros radiofônicos praticados no radiojornalismo pernambucano, em especial, o formato “*mesa-redonda*”. Para tanto, revisita as teorias do jornalismo e do construtivismo social, bem como, as teorias do rádio. Toma como estudo de caso o quadro *Passando a Limpo*, veiculado dentro do programa *Supermanhã*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 9h às 10h, na Rádio Jornal de Recife AM/FM. A pesquisa foi realizada no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). O veículo em questão é o de maior audiência em Pernambuco entre as emissoras de formato AM - tradicionalmente compostas pela seguinte estrutura: esporte: 9,3%, jornalismo: 17,5%, música estrangeira: 3,3%, música nacional: 21,1%, religioso: 14,4% utilidade pública: 4,8% e variedades: 24,3%. (PRATA, 2012,p.22). Emissora integrante do grupo JCPM, a Rádio Jornal passou a ser transmitida, há pouco mais de um ano, também na frequência FM, como parte do processo de migração pelo qual muitos veículos radiofônicos no país vem passando. Segundo dados do Ibope fornecidos pela emissora, a Rádio Jornal obtém 43% da audiência na Região Metropolitana do Recife, com média de 69 mil ouvintes por minuto e cerca de 150 mil no horário de maior audiência, entre as 7h e 8h.

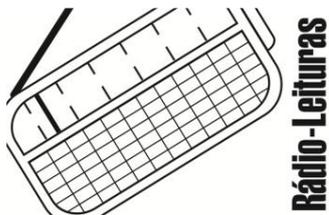


O presente estudo identifica os impactos deste “fazer jornalístico” a partir dos gêneros radiofônicos utilizados na programação e como esta dinâmica influencia nas práticas do radiojornalismo atual.

A análise em torno dos gêneros tem se tornado cada vez mais popular, segundo assinala Bhatia (1997) *apud* Prata (2009). Seu debate com relação à prática jornalística não é novo entre estudiosos brasileiros. Luiz Beltrão lançou olhares nos gêneros jornalísticos, que foram posteriormente aprofundados por Marques de Melo, em *Para uma Leitura Crítica da Comunicação*. Publicada em 1985, a obra analisa a questão do gênero nas origens do jornalismo brasileiro. Para o autor, o paradigma no país nutre-se de um “modelo (português) determinado por influências francesas e britânicas”. Ele chama a atenção que o maior impacto que o jornalismo brasileiro recebeu foi do padrão americano. E como seria este padrão? O pesquisador observa aspectos peculiares no veículo impresso, com relação aos gêneros opinativos, crônica, resenha, editorial, caricatura e carta:

No que se refere particularmente aos gêneros opinativos, detectamos algumas especificidades. Distanciando-se do jornalismo norte-americano, e em certo sentido também do jornalismo italiano, alemão e espanhol, o comentário, a coluna e a crônica são gêneros que assumem feição eminentemente opinativa, explicitando juízos de valor, buscando influenciar o público a que se dirigem. (...) É provável que muitas características não correspondam à riqueza dos traços que delineiam a prática cotidiana do jornalismo regional ou local. É factível que inúmeras particularidades reflitam a natureza do jornalismo impresso e não encontrem equivalências no jornalismo eletrônico. Tudo isso pode ocorrer. Trata-se de uma contingência inevitável no trabalho científico. (MELO, 2006, p.70:71).

Este trabalho pretende contribuir para uma maior ênfase, no âmbito acadêmico, nos estudos dos gêneros radiofônicos e como estes são percebidos pelo público em geral, levando-se em conta o poderoso alcance do veículo no Brasil, seja pelo baixo custo ou pela identificação cultural do país com a oralidade. Conforme indica estudo divulgado em 2015 pela consultoria Pricewaterhouse Coopers (PwC). O material analisa gastos do consumidor e do anunciante em 13 segmentos de Entretenimento e Mídia e abrange 54 países e cerca de 80% da população mundial. O investimento em rádio no Brasil vai superar a média do que é empregado nos demais países pesquisados. De acordo com a referida pesquisa divulgada pela



Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha PwC, no Brasil, existem 4.500 emissoras de rádio AM e FM. O levantamento mostrou que 60% dos pesquisados ouvem rádio semanalmente e é o segundo veículo na confiança do consumidor para publicidade. Além disso, o Brasil é o maior mercado de rádio na América Latina em gastos do anunciante com publicidade. O estudo da PwC ainda apontou que o rádio no Brasil tem previsão de crescimento médio em torno de 3,7% ao ano. Enquanto isso, no resto do mundo, a média gira em torno de 2,5% ao ano. A tendência de gastos do anunciante e do consumidor registrou US\$ 13,3 milhões de dólares. O rádio ficou com 4% dessa receita. Para 2019, a expectativa é que sejam gastos US\$ 19,3 bilhões de dólares, sendo que 3% deverá ser injetado no rádio³.

Apontamentos como estes, sobre a realidade do rádio, exigem do mundo acadêmico, em particular, dos pesquisadores, um olhar mais sensível e atento, e maiores investigações sobre o radiojornalismo, noticiário e gêneros radiofônicos, haja vista contribuírem para a construção da realidade social brasileira. (BERGER; LUCKMANN, 1995). O rádio espreita pesquisadores e estudiosos a repensá-los. A trilha deste trabalho tenta traçar as características da linguagem radiojornalística e suas classificações de formatos, por meio da identificação de gêneros, inseridos nas tipologias do rádio brasileiro, com recorte no rádio pernambucano.

Gêneros radiofônicos: algumas classificações

Basta ouvir a programação das rádios para tentar compreender o quanto a perspectiva dos gêneros é importante no estudo dessa mídia. Uma abordagem mais empírica dos gêneros tende a tratá-los como “categorias” que norteiam a própria relação do veículo com a audiência; como “categorias” a partir das quais se decide o que se quer consumir no rádio e até o controle institucional da programação. Tratar de gêneros radiofônicos, nesse tipo de abordagem, limita-se a tratar de classificações orientadas geralmente pelo conteúdo, que nos permitam identificar certos tipos de programas antes ou enquanto entramos em contato com eles.

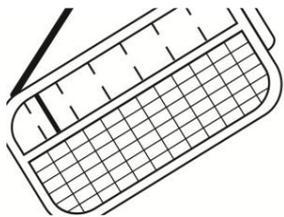
³Previsão de investimentos em rádio no Brasil é maior que a média mundial. Fonte: Associação de Empresas de Rádio e Televisão de Pernambuco (ASSERPE). Disponível em: <http://www.asserpe.org.br/noticias.php?cod=1410>. Acesso em 17/03/2016.

Na produção teórica acerca do rádio, autores de maior destaque dão ênfase a manuais voltados para consulta de estudantes (BARBEIRO & LIMA:2003; PARADA:2000; CÉSAR: 2009); os manuais da própria emissora, elaborados pelos próprios profissionais (TAVARES: 2011); ou obras teóricas que, em geral, se propõem a buscar um resgate histórico e comparativo do veículo rádio (PRATA: 2011; MEDITSCH; ZUCULOTO: 2008) apenas para citar os trabalhos de maior destaque. Especificamente sobre gêneros radiofônicos, André Barbosa Filho desenvolveu amplo estudo. Para ele, falar em gêneros implica, invariavelmente, incursões nos debates que o tema suscitou ao longo da história. A literatura, a comunicação social (principalmente o jornalismo e o rádio), a arquitetura utilizam o termo gênero para definir tipologias específicas. Sua discussão na literatura é extensa e se presta às mais variadas interpretações. Entre as conceituações as quais Barbosa Filho se debruça, a de Mauro Wolf tende a se adequar ao objetivo deste artigo:

Pode-se dizer que o gênero produz um sentido que interfere diretamente no conteúdo da matéria jornalística por meio de sua forma genérica de narrar o texto, é ele que possibilita ao “redator, ao repórter e ao editor uma linguagem comum, uma forma expressiva, linguística e não-linguística, de se comunicar”. Funciona como instrumento de criação na produção profissional e industrializada da informação ao fornecer pautas precisas, que possibilitam a decodificação da informação pelo leitor. Enfim, os gêneros “[...] se entendem como sistemas de regras aos quais se faz referências (implícita ou explícita) para realizar processos comunicativos, seja do ponto de vista da produção ou da recepção”. (BARBOSA FILHO *apud* WOLF, 2003, p. 58 -59).

Nesta obra, Barbosa Filho admite no rádio sete gêneros: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e, por fim, gênero especial. Apesar da contribuição científica para a área, o autor não faz uma aproximação empírica, no sentido de encontrar e sistematizar a ocorrência dos gêneros e formatos no rádio brasileiro. Considerando apenas o gênero jornalístico, Barbosa Filho classifica as seguintes modalidades, conforme resume a pesquisadora Janine Marques⁴:

⁴ LUCHT P. J. Marques. Gêneros jornalísticos no Rádio. Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em:



Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha

1) nota (informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso); 2) notícia (modulo básico da informação); 3) boletim (pequeno programa informativo, com, no máximo, cinco minutos de duração, distribuído ao longo da programação e constituído por notas e notícias e, às vezes, por pequenas entrevistas e reportagens); 4) reportagem (amplia o caráter minimalista do jornalismo narrado); 5) entrevista (uma das principais fontes de coleta de informação, está presente direta ou indiretamente, na maioria das matérias jornalísticas), 6) comentário (cria ritmo e amplia o cenário sonoro do receptor, visto que propicia a presença de diferentes vozes na programação), 7) editorial (é o anúncio de opinião não-personalizada e retrata o ponto de vista da instituição radiofônica), 8) crônica (tem relação direta com a atualidade e ligação com uma circunstância favorável. Transita entre a fronteira entre jornalismo e literatura), 9) radiojornal (congrega e produz outros formatos jornalísticos, como as notas, notícias, reportagens, comentários e crônicas) 10) documentário jornalístico, 11) mesas-redondas ou debates (são espaços de discussão coletiva em que os participantes apresentam ideias diferenciadas entre si), 12) programa policial (tem como objetivo cobrir os acontecimentos e fatos policiais, por meio de reportagens, entrevistas, comentários e notícias), 13) programa esportivo (é a divulgação, cobertura e análise dos eventos esportivos. Veiculado no formato de notícias, comentários, reportagens, entrevistas, mesas-redondas), e 14) divulgação técnico-científica (tem a função de divulgar e, conseqüentemente, informar a sociedade sobre o mundo da ciência, com roteiros apropriados e linguagem que seja acessível à maioria da população).

Tomando como parâmetros estas poucas definições em torno do gênero no contexto dos veículos de comunicação, pode-se concluir que eles cumprem pelo menos três funções básicas, entre as quais, o fato de serem formas de representação da realidade, e de servirem como sistemas de referências, que mudam e evoluem constantemente. Os gêneros também seriam ferramentas para o trabalho dos jornalistas e instrumentos úteis da pedagogia do exercício profissional. Por último, os gêneros também cumprem a função de atuarem como modelos de enunciação, ou seja, fornecem um conhecimento que permite superar ou modificar os esquemas tradicionais.

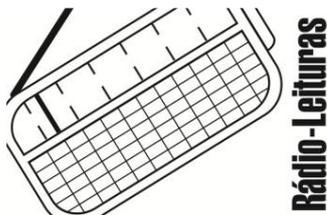
O jornalismo e a representação da realidade

Os próprios meios de comunicação se apresentam como os transmissores da realidade social. A atualidade, o acontecer social cotidiano é transmitido através de notícias – estas, esquematizadas a partir de critérios de noticiabilidade - isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham, conforme sublinha Traquina:

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia, que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável, por isso, possuindo “valor-notícia”. (TRAQUINA, 2004, p.96).

Alsina anota que a construção da notícia é um processo de três fases: produção, circulação e consumo. Dentro da perspectiva da construção social da realidade, o autor concebe a construção da notícia como algo “especial pertencente à realidade: é a realidade simbólica, pública e cotidiana”. Desse ponto de vista, Rodrigo Alsina reconhece que os jornalistas são, como todo mundo, construtores da realidade social. No entanto, conferem estilo narrativo a essa realidade, e, divulgando-a, as tornam uma realidade pública sobre o dia-a-dia. Com relação à produção da notícia, o autor elenca os elementos que parecem fundamentais, entre eles, as fontes de informação, que desempenham um papel principal à geração da notícia.

[...] Por isso, precisamos deixar bem claro que a construção social da realidade por parte da mídia é um processo de produção, circulação e conhecimento. Vejamos a atividade jornalística como ela é, uma manifestação socialmente reconhecida e partilhada. Inclusive durante a história já se produziram variações na produção jornalística que o consumidor vai conhecendo. [...] Portanto, essa relação entre o jornalista e seus destinatários estabelece-se por um contrato pragmático fiduciário social e historicamente definido. Os jornalistas tem a incumbência de recopilar os acontecimentos e os temas importantes e dar-lhes sentido. Esse contrato baseia-se em atitudes epistêmicas coletivas, que foram se compondo através da implantação do uso social da mídia como transmissores da realidade social de importância pública. A própria mídia é a primeira que realiza uma prática contínua de autolegitimação para reforçar esse papel social. (ALSINA, 2009, p. 47).



Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

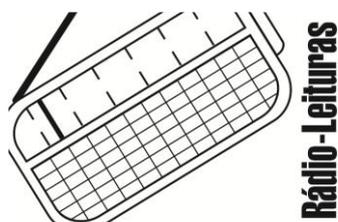
Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha

O gênero jornalístico no rádio

Para Zuculoto (2012), pode-se dizer que notícia no rádio é aquela estrutura que veicula a informação de maneira breve, sucinta, objetiva, com simplicidade na elaboração do texto. A pesquisadora observa que, “quando se fala em notícia radiofônica, se faz referência à informação jornalística que é veiculada pelo meio de comunicação rádio, em forma de texto jornalístico, contendo notícia primária”.

[...] A informação que é transmitida nos programas noticiosos nos seus mais diversos formatos, na voz de apresentadores, locutores e repórteres, por meio da leitura de textos pré-elaborados ou de divulgação de improviso, contendo ou não sonoras dos entrevistados e fontes ou entrevistas. Fala-se da notícia que embora possa ser, em termos de conteúdo, a mesma divulgada em outros meios de comunicação de massa, no rádio, como também em cada um dos demais, adquire – ou parece adquirir – uma diferenciação pela especificidade do veículo. (ZUCULOTO, 2012, p.21).

Em um breve histórico, pode-se averiguar que, nos anos de 1940, as emissoras de rádio conectadas com os grandes jornais começam a despontar. Os veículos impressos não chegam a sofrer grandes impactos porque a receptividade à prática da publicidade através dos meios periódicos ainda era insipiente e pouco aceita até a década anterior. Quando o rádio se constituiu em competidor nas inserções publicitárias, as empresas jornalísticas passaram a encarar a possibilidade da integração e diversificação, adquirindo emissoras. “Deve-se talvez a essa nova camada, incorporada ao contexto empresarial, investida profissionalizante o rádio-jornalismo” (FEDERICO, 1982). O sistema de propriedade vigente da fase anterior, ou seja, associações e agremiações em rádio-sociedades e rádio-lubes, passa, por força dos condicionantes econômicos e políticos, a ter uma feição empresarial, çevada a efeito por empresários e políticos, mormente ligados ao jornalismo. Apesar de o jornalismo de rádio ter sido construído entre os anos de 1930 e 1940, autor do livro *Jornalismo de Rádio*, Milton Jung, chama a atenção para a sua origem no chamado “método Roquette-Pinto”:



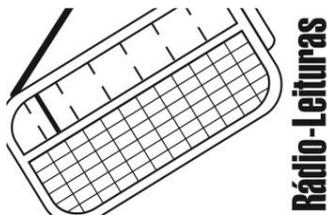
Em 1923, quando Roquette-Pinto selecionava as notícias com lápis vermelho, o rádio não tinha programação estabelecida, era feito de forma amadora. Apesar das transmissões esporádicas, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi a primeira a atuar com regularidade, graças ao Governo Federal, que emprestou os transmissores da Praia Vermelha, no Rio de Janeiro. O pioneirismo justificava o “método Roquette-Pinto”. (JUNG, 2005, p.20).

Na década de 1950, o rádio sofre impacto importante, com o surgimento da televisão. Na obra “No Ar: a história da notícia de rádio no Brasil”, Valci Zuculoto (2012) caracteriza o período do rádio pós-televisão como “3ª e 4ª fase da história da notícia no rádio”, sendo esta, marcada pela sobrevivência do rádio AM, desenvolvimento do formato FM e o novo impulso do radiojornalismo. É importante ressaltar que, embora esteja em curso o gradativo fim do formato AM, com o processo de migração para a frequência FM, determinado através de decreto presidencial em 2013⁵, observa-se que a linguagem que sempre marcou as emissoras de formato AM, que, nos anos 1970 e 1980, fez clara opção pelo gênero jornalístico, como forma de sobrevivência, continua bastante forte nos tempos atuais. Nesta “6ª fase” da notícia no rádio, conforme categoriza Zuculoto, observa-se uma maior abrangência do jornalismo, em suas várias linguagens, possibilitadas pela expansão das novas tecnologias.

O gênero mesa-redonda e o quadro *Passando a Limpo*

Conforme citado anteriormente, a “mesa-redonda” tem por característica principal a apresentação de ideias antagônicas por parte dos participantes deste gênero, com o objetivo principal de contribuir para uma melhor formação de consciência crítica do expectador, a partir do acesso à pluralidade de versões. A avaliação empírica do quadro *Passando a Limpo*, veiculado no programa Supermanhã, da Rádio Jornal do Recife tem como base teórica o rigor técnico da prática jornalística, entendendo o veículo como uma poderosa ferramenta de construção da realidade e o papel social da informação em uma democracia. Para tanto, toma-se como pilar, a conceituação de Traquina sobre uma visão mais global do jornalismo na democracia, que aponta para três vertentes fundamentais do seu desenvolvimento: 1. Sua

⁵ Rádios AM devem migrar para faixa FM. Fonte: Estado de S. Paulo. Acesso em: 17/03/2016. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,radios-am-devem-migrar-para-faixa-fm,169185e>



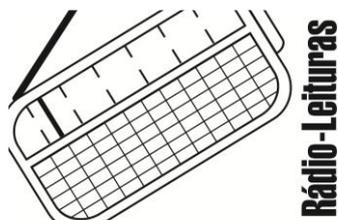
Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa *Passando a Limpo* da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha expansão, que começou no século XIX com o desenvolvimento da imprensa, e explodiu no século XX com a difusão dos novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão, e abre novas fronteiras com o jornalismo *on-line*, 2. Sua comercialização, que teve verdadeiramente início no século XIX com a emergência de uma nova mercadoria, a informação, ou melhor dito, a notícia. 3. Concomitantemente, o polo econômico do campo jornalístico está em fase da emergência do polo intelectual com a profissionalização dos jornalistas e uma definição das notícias e função de valores e normas que apontam para o papel social da informação numa democracia. (TRAQUINA, 2005 p.33). Em *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Habermas (1984) aponta que o jornalismo é reconhecido como a instituição, por excelência, da opinião pública. Tomando como base os conceitos acima destacados, é pertinente enunciar, neste trabalho, a definição básica do radiojornalismo: informar para formar. “Em termos de Brasil, é inestimável o papel que o radiojornalismo vem desempenhando ao logo dos seus quase quarenta anos de existência”⁶. Neste mesmo artigo, extraído da coletânea de publicações *Teorias do Rádio*, organizada por Medistich e Zuculoto (2008), Walter Sampaio conclui que:

O Rádio e a Televisão, dirigindo-se ao grande público, embora informando para formar, em relação ao jornal impresso, satisfazem às necessidades mínimas de um público receptor heterogêneo, que só pode receber uma mensagem tipo denominador comum. Isso implica, entretanto, eliminar jornalismo interpretativo. (SAMPAIO *apud* MEDISTCH; ZUCULOTO, 2008, p. 38).

Para chegar a uma visão esquemática primária do quadro *Passando a Limpo*, foram analisadas duas edições do mês de março de 2016, mais precisamente, nos dias 16/03 e 17/03. A opção por essas datas foi estratégica: foi subsequente à divulgação dos grampos, autorizados pelo Juiz Sérgio Moro, à frente de uma das maiores investigações judiciais do país: a chamada Operação Lava Jato. O estudo entende a relevância deste fato e o impacto da mídia na mudança de curso da política brasileira atual, que culminou com o afastamento da presidenta da República, Dilma Rousseff.

⁶ Texto editado por Luciene do Valle a partir dos capítulos escritos sobre radiojornalismo no livro *Jornalismo Audiovisual – Teoria e Prática do Jornalismo no Rádio, TV e Cinema* de autoria do jornalista Walter Sampaio (João Walter Sampaio Smolka) em 1971.



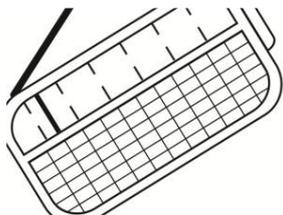
O quadro apresenta a seguinte formatação: em uma hora, incluindo os intervalos comerciais, temas polêmicos que estão na agenda pública dos veículos de comunicação podem servir como pauta para um debate (ou mesa-redonda, nos termos de Barbosa Filho), cujos integrantes são os jornalistas que estão na própria redação da Rádio Jornal ou convidados do Jornal do Commercio (empresa integrante do grupo JCPM). Após a escolha do assunto, cada participante expõe suas opiniões pessoais acerca do tema. O debate não é aberto para que os ouvintes opinem e interajam na programação. Durante a coleta de dados, a equipe estava assim constituída: Laurindo Ferreira (diretor do Jornal do Commercio), Jamildo (editor do Blog do Jamildo), Wagner Gomes (radialista da Rádio Jornal) e Geraldo Freire (locutor e apresentador do Super Manhã).

Na edição 16.03, o comunicador Geraldo Freire chama a atenção para um tema que envolve a política pernambucana, em torno da costura de alianças para a candidatura à prefeitura de Caruaru, cidade situada no Agreste de Pernambuco). A bancada inicia um bate-papo sem antes situar o ouvinte sobre o panorama político em questão. Entende-se, no entanto, que estão abordando entre si sobre os bastidores da política a partir de uma estrutura de linguagem distanciada da práxis jornalística. Reproduzimos abaixo o diálogo transcrito do bloco dois, o qual os jornalistas em questão levantam a pauta “política nacional”. O trecho abaixo revela o completo distanciamento da contextualização, elemento constituinte de qualquer narrativa jornalística.

Geraldo – O presidente do Senado disse que foram 400 páginas de “delírio” de Delcídio (...) No meu caso o que mais chamou a atenção e parece que foi muito mais a mim do que a maioria, que foi quando ele se remeteu a situação de Marcos Valério, de 200 milhões...é uma quantia que se diz aí...Para calar Marcos Valério teriam sido esse valor.

Laurindo - O que mais me chamou a atenção de tudo isso foi a comovente entrevista que o ministro deu dizendo que foi conversar com o assessor de Delcídio por solidariedade.

Wagner - Ele tá sendo chamado agora de Mercadante, o “sensível”.



Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha Geraldo - o que me chamou a atenção na semana passada...A presidente Dilma estava dando uma coletiva e de repente apareceu Mercadante e ficou junto dela. Eu até queria olhar pra Dilma, mas aquele bigode...

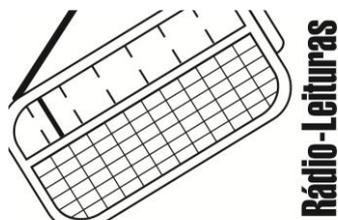
Wagner - Tem dias coisas que a gente precisa analisar. Mercadante é o braço direito de Dilma. Ele era ministro da Casa Civil. Ela só tirou Mercadante de lá por pressão de Lula e PT. E Delcídio era *carne e unha* com Dilma. E também próximo de Lula. Há uma relação muito próxima.

Laurindo - Tem que ver como é que o PT vai administrar isso, porque a inabilidade de lidar com Delcídio, tá se vendo aí. Tem um desafio grande aí. O que a gente viu ontem da delação de Delcídio....O modelo que a gente tá vendo aí, de “ganguê” tá descontrolado!

O tratamento do PT e de Lula naquela prisão de Delcídio, que não foi o mesmo tratamento de Dilma, eu disse bom: ou Delcídio não está sabendo de nada ou esses caras enlouqueceram de vez! Porque tratar o líder do PT como eles trataram...Mercadante inclusive disse isso, Foi injusto⁷.

Já o quadro da edição do dia (17/03) foi baseado em dois fatos que sacudiram o cenário político nacional e internacional. A nomeação do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) como Ministro da Casa Civil do governo Dilma Rousseff (PT) e o vazamento na imprensa (autorizada pela Justiça a partir do magistrado Sérgio Moro) de ligações telefônicas mantidas entre os dois correligionários. Após conversarem entre si sobre o fato, o comunicador Geraldo Freire interrompe o diálogo na bancada e inicia entrevista por telefone com o deputado federal Mendonça Filho (DEM-PE), então integrante da oposição ao Governo na Câmara dos Deputados. E o questiona sobre se foi correta a atitude do juiz Sérgio Moro em divulgar os grampos. Reproduzimos um trecho em que o jornalista Jamildo questiona se a partir de agora o “impeachment será mais célere”.

⁷ Programa Passando a Limpo. Edição do dia 16/03/16. Disponível em: <http://radiojornal.ne10.uol.com.br/audioteca/2016/03/16/ouca-o-passando-a-limpo-desta-quarta-feira-45462>. Acesso em: 21/03/2016.



Jamildo – Mendonça o que é que vai acontecer hoje no Congresso. Esse *impeachment* anda mais célere ou não?

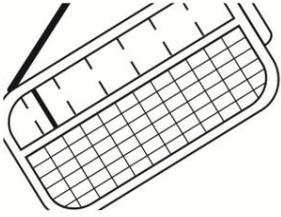
Mendonça Filho – Olha Jamildo eu participei já de um primeiro café da manhã na casa de um deputado amigo meu da Bahia, Elmar Nascimento, da Bahia, junto com outros parlamentares da oposição e nós vamos participar hoje à tarde justamente de uma reunião para definir como vai ficar esses procedimentos, a definição dos nomes que comporão a comissão especial do impeachment, que deve ocorrer à indicação que deve ocorrer até meio-dia, depois a instalação que deve ocorrer no final da tarde. Daí ela começa a funcionar a partir da primeira medida, com a eleição do presidente e do delator. A gente está costurando um consenso de maioria pra que a gente possa eleger o presidente e o relator dentro de uma maior expressão de independência da comissão pra que o processo de *impeachment* corra num prazo mais rápido. Acredito que num prazo de 30 dias esse processo vá estar no plenário para que cada brasileiro possa acompanhar o voto de cada parlamentar.⁸

201

Na supracitada edição, não foram consultados para o debate, líderes que representem o Governo ou que sejam contrários ao processo de impeachment. Neste ponto, o presente trabalho questiona os *valores-notícia* utilizados no formato do quadro Passando a Limpo. Pela própria ideologia do jornalismo, entre as exigências profissionais mais importantes estão: a preservação da objetividade e da imparcialidade. As notícias dos *media* estão, no jornalismo moderno, orientadas a partir destes binômios, com afirmações “objetivas” e “autorizadas” de fontes “dignas de crédito”.

(...) Isto significa o recurso constante a representantes dignos de crédito de instituições sociais importantes – membros de parlamento para assuntos políticos, patrões e dirigentes sindicais para questões industriais, etc. Tais representantes industriais são “dignos de crédito” devido ao seu poder e posição institucionais, mas também ao seu estatuto de “representante”: ou representam “as pessoas” (membros do parlamento, ministros, etc). ou grupos

⁸ Programa Passando a Limpo. Edição 17/03. Disponível em: <http://radiojornal.ne10.uol.com.br/audioteca/2016/03/18/ouca-o-passando-a-limpo-desta-sexta-feira-45499>. Acesso em: 23/03/2016.



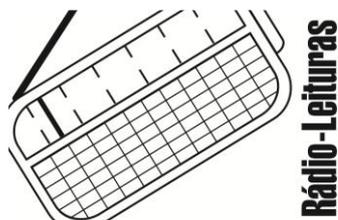
Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha de interesses organizados (...). Uma última “fonte acreditada” é o perito: a sua atividade – a busca desinteressada do conhecimento - não a sua posição de representação, abona em favor da “objetividade” e “autoridade”. Ironicamente, as próprias regras destinadas a preservar a imparcialidade dos *media* e que se desenvolvem a partir do anseio de maior neutralidade profissional servem também para orientar poderosamente os *media* nas “definições da realidade social” que as suas “fontes acreditadas” – ou “porta-vozes” institucionais – fornecem. (HALL; CHRITCHER. JEFFERSON. CLARKE, ROBERTS, *in* TRAQUINA, 1999, p. 229).

Considerações Finais

Nota-se que o formato do debate proposto em *Passando a Limpo* furta-se das regras ideológicas profissionais jornalísticas supracitadas, e, portanto, não orientam poderosamente o rádio nas “definições de realidade social” que as fontes creditadas (no caso, os jornalistas da redação) deveriam oferecer. A noção de credibilidade, que norteia um dos princípios jornalísticos nas democracias, perde espaço para opiniões genéricas. As definições dos argumentos veiculados nas edições não acontecem com “porta-vozes” especializados nos assuntos sugeridos no programa. A formação da opinião pública, neste quadro, se apresenta seriamente ameaçada por argumentos nem sempre embasados e de visões plurais, politizadas, na medida em que os jornalistas participantes nem sempre são especializados nos assuntos. Os principais atores que participam do debate acabam por fragmentar a construção social da realidade, principalmente pela falta de normativa, de método e rigor jornalístico. Um debate promovido sem o mínimo de critérios profissionais atinge os princípios do jornalismo moderno no rádio, dentro da democracia brasileira.

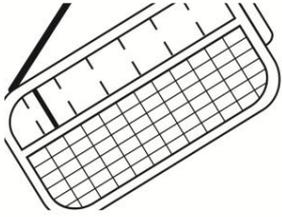
A carência de fontes fidedignas pode indicar que a emissora em questão proporciona à audiência um baixo nível cultural ou de comprometimento social. A identidade do radiojornalismo local na atualidade assume, pouco a pouco, feições monopolísticas, em detrimento da informação politizada, que forme uma consciência crítica ao cidadão. As próprias técnicas profissionais na elaboração do texto de rádio potencializam a redução da informação a um único viés ou ponto de vista. Autor do livro *Rádio: 24 horas de Jornalismo*, Marcelo Parada, orienta que o profissional de rádio precisa ter objetividade: “o rádio exige de



quem escreve a objetividade, a economia de palavras e o encadeamento claro e simples das ideias”. (PARADA, 2000, p.49).

A “doutrina” da objetividade, conceito que, originalmente criado pelo jornalismo inglês, correspondia à verdade absoluta, adquire, no jornalismo brasileiro (por influência do jornalismo norte-americano), conotação de um mecanismo próprio para economizar tempo e espaço, significando síntese. No entanto, José Marques de Melo sublinha que a objetividade no jornalismo contemporâneo implica em pluralidade de observação e de relato. “Em síntese: corresponde a assegurar que os acontecimentos sejam captados e reproduzidos sob diferentes ângulos, gerando distintas versões, honestamente registradas pelos seus protagonistas, privilegiando os jornalistas profissionais”. (MELO, 2006, p. 49).

Barros Filho *apud* Rocha salienta que o surgimento do conceito de objetividade deu-se no bojo da supremacia do pensamento positivista, no último quarto do século XIX, nos Estados Unidos, herguindo-se de ter por objeto o que realmente é “enquanto cientificamente válido”, ou seja, reduzindo a ciência ao empiricamente verificável. Desta maneira, as ciências sociais poderiam “resolver a crise do mundo moderno”, oferecendo explicações baseadas em resultados “tão incontestáveis quanto os das ciências modernas”, construindo assim a ideia de que a subjetividade humana seria considerada negativa. Concomitantemente, surge a distinção entre fato e juízo de valor, entre o acontecimento a ser estudado e a opinião. Deste conceito, foram desenvolvidas, também no jornalismo, técnicas de redação no estilo impessoal, através da atribuição da informação às fontes e da crença de que a apresentação de depoimentos que configurem posicionamentos distintos e plurais sobre um único tema asseguraria a imparcialidade jornalística. Ainda que a informação captada nos veículos de comunicação não sejam “puras”, como propõe a Teoria do Espelho, é pertinente salientar, em sintonia com a proposta deste trabalho, o rigor técnico o qual isto é feito dentro do programa analisado, com relação ao jornalismo contemporâneo. O que se questiona é o modo o qual este sentido é construído. As mesas-redondas promovidas dentro de *Passando a Limpo* deveriam estar baseadas na lógica do melhor argumento, o que ocorreria se, efetivamente, os jornalistas estivessem recorrendo a uma das práticas mais representativas da ideologia da profissão: a intermediação entre o mundo e as representações sociais que os indivíduos tem dele.



Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha

Referências

BARBEIRO, Heródoto & LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo. Produção, ética e Internet**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos. Os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BERGER, P. T., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12. Ed. Petrópolis: Vozes, 1995).

BHATIA, Vijay K. **Genre analysis today**. In: *Revue Belge de Phgilologie etc d"Historie*, Bruxelles, 1997. In: PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2012.

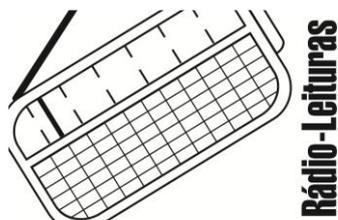
CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM**. São Paulo: Paulus, 2009.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da Comunicação, Rádio e TV no Brasil**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1982.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS. Brian. **A produção social da notícia: o mugging dos media**. In TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, 1999.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Ed.Contexto, 2005.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

LUCHT P. J. Marques. **Gêneros jornalísticos no Rádio**. Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3205-1.pdf>. Acesso em : 23 de dez de 2012.

MEDITISCH, Eduardo. **Teorias do Rádio - textos e contextos**. Florianópolis: Ed. Da UFSC/Ed. Insular, 2005.

MELO, José Marques de. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Editora Panda, 2000.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2012.

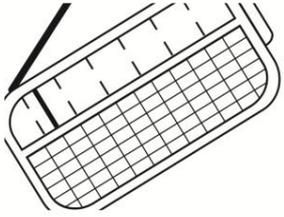
PRATA, Nair (Org). **Panorama do Rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2011.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ROCHA, Heitor Costa Lima da. **Verdade e rigor no Jornalismo: A intersubjetividade como referência na construção da notícia**. Estudos em Comunicação no2, 171-183 Dezembro de 2007.

TAVARES, Mariza (Org). **Manual de redação CBN**. São Paulo: Globo, 2011.

THOMPSON, John, B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 15 ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2014.



Rádio-Leituras

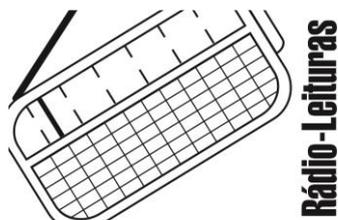
Uma análise crítica do gênero mesa-redonda no radiojornalismo: o exemplo do programa Passando a Limpo da Rádio Jornal AM/FM Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: uma comunidade transnacional**. Lisboa: Editorial Notícias, 2004.

TUCHMAN, G. **A objetividade como ritual estratégico**: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, Teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No Ar: a História da Notícia de Rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: LIMA, Maria Érica de Oliveira; LOPES, John William. Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015). **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 207-225, jan./jun. 2016.

Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)¹

Maria Érica de Oliveira Lima²

John William Lopes³

Recebido em: 02 de fevereiro de 2016.

Aprovado em: 11 de junho de 2016.

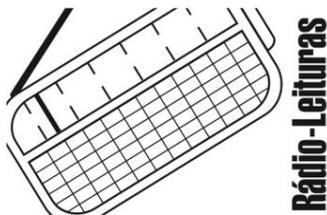
Resumo

Há dez anos estudamos como objeto empírico da tese de doutorado (LIMA, 2005) o grupo regional de mídia Rede Somzoom Sat, do Ceará, que congregava na época cabeça de rede e afiliadas, bandas de forró eletrônico (Mastruz com Leite e outras), gráfica, selo fonográfico, casa de show e parques de vaquejada. Como se encontra, dez anos depois, o mesmo grupo regional? Com essa pergunta, metodologia de pesquisa qualitativa com técnicas de pesquisa bibliográfica, exploratória e entrevistas, fomos a campo rever o objeto empírico, objetivando confrontar os conceitos de mídia regional e também as atualizações no cenário das novas tecnologias. O Grupo Somzoom Sat se

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora Associada do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC) e do Programa de Pós-Graduação Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Presidente da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (2013-2015). E-mail: merical@uol.com.br

³ Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Membro dos Grupos de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia (Pragma/UFRN) e Comunicação, Cultura e Mídia (Comídia/UFRN). E-mail: johnwillianlopes@gmail.com



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

encontra com os mesmos ramos empresariais e de mídia, investindo agora nas mídias digitais e televisão.

Palavras-chave: Mídia Regional; Rede Somzoom Sat; Rádio

Resumen

Hace diez años que estudiamos como objeto empírico de la tesis doctoral (LIMA, 2005) el grupo regional de medios Red Somzoom Sat, de Ceará, que congregó en la época cabecera de red y afiliados, bandas de forró electrónico (Mastruz com Leite y otras), gráfica, sello discográfico, sala de conciertos, parques de vaquejada. Hoy en día, como es, diez años más tarde, el mismo grupo regional? Con esta pregunta, metodología de investigación cualitativa con las técnicas de investigación bibliográfica, exploratoria y entrevistas, fuimos al campo de revisar el objeto empírico, para hacer frente a los conceptos de medios regionales y también los cambios el la escenario de las nuevas tecnologías. El Grupo Somzoom Sat cumple con las mismas ramas empresariales y medios de comunicación, ahora inversión en medios digitales y televisión.

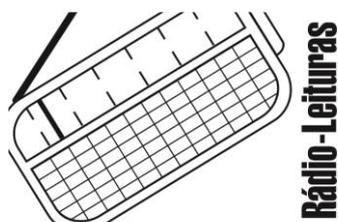
Palabras clave: Medios Regionales; Red Somzoom Sat; Radio.

Abstract

Ten years ago studied as empirical object of the doctoral thesis (LIMA, 2005) the regional group Somzoom Sat Network media, from Ceará, who congregated at the time head of network and affiliates, electronic forró bands (Mastruz com Leite and other), graphic, record label, concert venue and vaquejada parks. As it is, ten years later, the same regional group? With this question, qualitative research methodology literature search techniques, exploratory and interviews, we went to field review the empirical object, in order to deal with regional media concepts and also updates the setting of new technologies. The Somzoom Sat Group meets the same business and media branches, now investing in digital media and television.

Keywords: Regional Media; Somzoom Sat Network; Radio

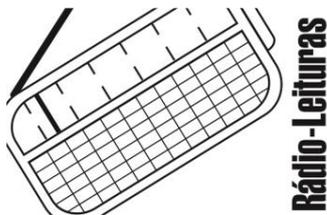
Introdução



Dez anos depois da tese de doutorado, “Rede Somzoom Sat: do local ao global”, defendida na Universidade Metodista de São Paulo, no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, como estaria nosso objeto empírico: o grupo cearense, a questão do regional, a Somzoom Sat e as transmissões de rádio, o forró eletrônico das bandas, as casas de shows, enfim, quais avanços, mudanças, perspectivas se apresentam no cenário hoje?

Com o surgimento dos novos meios de comunicação, principalmente no campo da internet e os novos aplicativos e ferramentas, como a Rede Somzoom Sat se atualizou e investiu nesses últimos anos? Sabemos que os novos meios possibilitaram a intermissão das fronteiras, assim como o avanço das culturas díspares. Segundo o pesquisador Néstor García Canclini, o cinema e o rádio foram os primeiros canais que permitiram o acesso às civilizações variadas localizadas em regiões distantes, possibilitando o reconhecimento entre os grupos (CANCLINI, 1995). Outros dados que merecem ser tangenciados são as ideias de representação e de convergência. Para Albano da Costa (2010), por exemplo, “os meios de comunicação desenvolveram modos de representação e mimese que se tornaram parâmetros para a vida social”. E uma das explicações para a proliferação de uma razão midiática corresponde a um dos aspectos do que ele chama de convergência (COSTA, 2010, p. 36).

Pensando nesse aspecto de convergência, a Rede Somzoom Sat busca, nos dias de hoje, a confluência entre os meios, Rádio, Internet, e o entretenimento no campo da música, bandas, shows, valorizando assim o movimento business local, como bem determinou o teórico J. B. Thompson (1995), que as práticas mediadas pelos meios de comunicação de massa se tornam uma “produção institucionalizada” com “difusão generalizada de bens simbólicos através da transmissão e do armazenamento da informação/comunicação” (THOMPSON, 1995, p. 288). O autor explica que a comunicação se caracteriza por trocas simbólicas que podem ser designadas de “transmissão cultural”. Essa difusão ocorre por meio de elementos técnicos específicos, desde as condições interpessoais aos sistemas eletrônicos e digitais que,



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

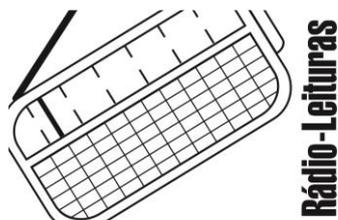
Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

segundo Martín-Barbero (2003), transforma profundamente as circunstâncias como as formas simbólicas circulavam e circulam nas sociedades modernas e contemporâneas, envolvendo expressões que antes eram tidas como de cunho folclórico e erudito e transformando-as em algo popular, acessível a letrados e analfabetos. O filósofo Edgar Morin remata ao dizer que “a partir de década de 30, primeiramente nos EUA e depois nos países ocidentais, emerge um novo tipo de imprensa, de rádio, de cinema, cujo caráter próprio é o de dirigir a todos” (MORIN, 1986, p. 37).

Com essas fundamentações buscamos atualizar nosso objeto empírico de dez anos atrás mediante pesquisa exploratória, bibliográfica, com técnicas de entrevista e pesquisa de campo. Revisitar nosso objeto, confrontar conceitos e práticas também nos dimensiona para uma nova atualização.

Somzoom Sat: aporte histórico

A empresa *Somzoom Sat*, criada pelo empresário Emanuel Gurgel, está registrada na Junta Comercial do Estado do Ceará como *Somzoom Gravações e Edições Musicais Ltda.*, tendo como data de início das atividades 01 de dezembro de 1991, localizada em Fortaleza-CE (Brasil). As atividades econômicas da sociedade limitada estão na edição de periódicos; execução de serviços gráficos não especificados; comércio varejista de material elétrico e eletrônico; comércio varejista de aparelhos e equipamentos para comunicação, peças e acessórios; comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios discos e fitas magnéticas e gravados; comércio varejista de artigos importados; reparação, manutenção e instalação de máquinas e de aparelhos; promoção e/ou produção de espetáculos artísticos, culturais e esportivos; explorações de locais e instalações para diversão, recreação e prática de esportes; serviço de publicidade e propaganda; serviços auxiliares a produção de película cinematográfica e fitas para vídeo; serviços auxiliares prestados a empresas, a entidades e a pessoas não especificados ou não classificados; serviços de locação e arrendamento de máquinas, equipamentos e instalações e serviços administrativos, locação e arrendamento de outros bens móveis e serviços não específicos ou não classificados.

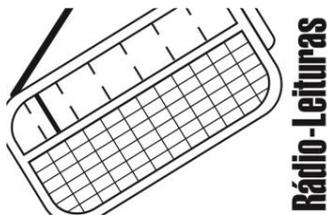


A ideia, na época, foi juntar no mesmo segmento rádio e transmissão via satélite, música – no caso o forró eletrônico – produção de CDs, shows e vaquejada. Diante desse projeto comercial, o formato de filiação à rede, com conteúdo de forró, foi original no país.

Dez anos depois, revisitamos a empresa *Somzoom Sat*. Ela continua sediada no bairro Passaré, zona Sul da capital cearense, mas o local não é o mesmo. A sede da *Somzoom* está num espaço muito maior que compreende o escritório da empresa com mais de oito salas, com estúdio de gravação das bandas de forró, estúdio em que se produz a programação de rádio, uma garagem onde se guarda caminhões e ônibus das bandas de forró e em construção uma sala para abrigar um estúdio de televisão. A empresa muito bem instalada e decorada de maneira rústica nos remete à uma fazenda. Sentimos, da melhor maneira, como se estivéssemos na zona rural, pelos espaços, pelo silêncio.

Mastruz com Leite, a principal banda de forró do grupo, continua em atividade como uma banda clássica e portadora das melhores músicas dos tempos de ouro do forró eletrônico, que se denomina “forró das antigas”. Nesta altura, com vinte e cinco anos de estrada e mais de quarenta e cinco CDs e dois DVDs, ela já não faz parte do estilo mais arrojado e descartável das músicas e bandas de forró eletrônico. *Mastruz* atingiu seu momento de consolidação, maturidade e se tornou tradicional diante daquilo que foi inovação e diferente décadas antes. A banda não tem apelo midiático nacional, ou seja, não aparece mais nas TVs do Sudeste em programas populares. Não está em trilha sonora de telenovelas. Também não faz tanto sucesso nas emissoras de rádio da cidade de Fortaleza, e nem tão pouco vive de shows pela capital cearense.

Contudo, *Mastruz* pertence, simbolicamente, a uma geração de “forrozeiros” espalhados por todo país, principalmente no Nordeste e cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, onde se concentra boa parte dos migrantes nordestinos, que traz em seus momentos e repertório as lembranças do forró dos anos noventa, como mesmo se intitula, das “antigas”. Os fãs acompanham a banda nas centenas de shows que



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

acontecem país afora, e nas novas músicas sem perder o estilo de um tradicional que já foi inovador, de um “pé de serra”⁴ sem a exclusividade instrumental. A banda, até hoje, procura valorizar as letras remetendo um Nordeste de misturas, porém, nos trazendo conteúdo e elementos da cultura popular ou sertaneja. Presente na internet, seja em vídeos, ou em forma de entrevistas, shows pelo *YouTube*, seja nas páginas do *Facebook*, a banda *Mastruz com Leite* consagrou-se em seus trabalhos próprios e também regravações.

Mídia regional: confrontando conceitos

Mario Gutiérrez Olórtegui (1996) afirma que a busca do local é uma necessidade criada pelo global, resultando do mesmo processo, pois um não se realiza sem o outro:

Creemos finalmente que estas irrelaciones entre lo local-regional-global permiten entender las formas de un mercado informativo que, fabricando un imaginário desterritorializado de la realidad global, hace evidente su necesidad de exportar al mismo tiempo imágenes territorializadas y reivindicadoras de la realidad local, aunque ambas as presentan descontextualizadas, desencajadas y estandarizadas para facilitar su integración com otras imágenes del mundo. (GUTIÉRREZ OLÓRTEGUI, 1996, p. 36)

De acordo com Santoro (1999, p. 29), “uma emissora local possibilita ao grupo e região em que atua que se intercomunique e se auto-identifique. Fornece informações coerentes e adequadas às suas necessidades e interesses da comunidade. Estimula a formação de consciências críticas e revaloriza a cultural local”. Ao mesmo tempo, “há uma tendência também à criação de redes regionais, vinculadas a poderes políticos locais, que retransmitem as grandes redes nacionais

⁴ Entende-se “Pé de serra” como a forma mais tradicional do gênero do forró, classificando-se como uma espécie de subgênero. É a expressão que engloba os estilos mais tradicionais como o baião, xote, xaxado e o coco, por exemplo. Ao contrário do forró eletrônico, este subgênero diferencia-se pelo uso de basicamente três instrumentos musicais: triângulo, acordeão e zabumba.

e valorizam o jornalismo local como uma forma de fortalecimento dos pólos de poder” (FESTA; SANTORO, 1991, p. 186).

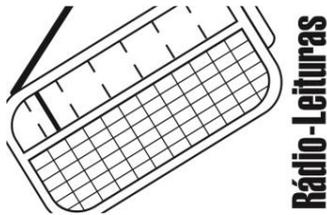
Portanto, a regionalização ocupa um lugar de destaque na mídia globalizada. Constatamos que as regiões brasileiras estão se desenvolvendo economicamente, evoluindo o perfil de consumidores, investindo em grupos de mídia, atraindo diversos setores da produção com oportunidade de negócios, empregos, etc. Neste sentido, há um despertar para o consumo regional.

O processo de regionalização, de acordo com Regina Festa e Luiz Fernando Santoro (1991), foi percebido ainda no início dos anos 80 com as transformações ocorridas nos meios de comunicação:

No campo das comunicações, os anos 80 foram marcados pelo maior avanço da história latino-americana. Assistimos a um aumento singular do número de emissoras de televisão, **o lançamento de satélites domésticos, o enlace mundial de satélite**, a implantação e inserção na rede mundial de transmissão de dados, a introdução de TV a cabo, da TV por assinatura, a abertura de emissoras em UHF, a formação de redes regionais de televisão, a introdução de parabólicas em todos os países, e a entrada indiscriminada de equipamentos de telecomunicações e de radiodifusão por intermédio das corporações internacionais, com beneplácito da maioria dos governos e apesar das leis e protecionismos. (FESTA; SANTORO, 1991, p. 180, grifo nosso)

Para Gisela Ortrivano (1985, p. 28) que na mesma década já analisava o rádio sob o ângulo regional, a programação nacional de uma emissora “deixou de ter razão de existir, voltando-se mais para os aspectos regionais, ligado à comunidade em que atua”. Pois, de acordo com Ortrivano, “o rádio brasileiro chegou a ter características realmente nacionais, com exceção de umas poucas emissoras, como a Rádio Nacional do Rio de Janeiro”, mas “hoje em dia, a interligação se faz através de emissoras regionais” (idem).

Neste sentido, percebemos que o processo de regionalização não é algo novo. De acordo com Paulo Scarduelli (1996, p. 19), “a regionalização da TV não é um tema de interesse apenas verde-amarelo. A partir da década de 70, o assunto passou a



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

atrair a atenção de pesquisadores, empresários e políticos de países da América Latina e Europa. Mas foi nos anos 80 que os projetos se realizaram”.

Aníbal Orué Pozzo (1998) constatou que a estrutura dos meios de comunicação possibilita que as informações sejam tratadas regionalmente, pois as empresas de televisão voltam-se para esta realidade. Ele afirma que no Paraguai, por exemplo:

Esta regionalización – en tiempos de globalización – asume características propias del medio paraguayo. Algunos modelos son impuestos a las diferentes prácticas locales. Periodistas son entrenados en las empresas de la capital, Asunción, quienes por su vez, son entrenados en grandes centros de producción de la información. (ORUÉ POZZO, 1998, p. 91)

Partindo dos empregos e significados para o termo região, torna-se necessário conhecer também a utilização da palavra *regionalização*. Ianni (1997, p. 115) vê o conceito como a união de países em busca de um mesmo objetivo como o do Mercado Comum do Cone Sul (Mercosul), que reúne alguns países da América Latina que abrem suas fronteiras ao comércio latino-americano para aqueles que assinaram ao acordo. “A regionalização pode ser vista como um processo por meio do qual a globalização recria a nação, de modo a conforma-la à dinâmica da economia transnacional” (idem). Para o pesquisador, o regionalismo envolve “a formação de sistemas econômicos que redesenham e integram economias nacionais, preparando-as para os impactos e as exigências ou as mudanças e os dinamismos do globalismo”.

Joseph Straubhaar, Consuelo Campbell e Kristina Cahoon analisam o termo a partir da união de países, cujos interesses são econômicos. Para os pesquisadores, os mercados deviam ser chamados de culturais-linguísticos no lugar de regionais:

We propose that a more significant phenomenon than this Idea of globalization, per se, may be “regionalization” of television into multi-country markets linked by geography, language and culture. These might more accurately be called cultural-linguistic markets, rather than regional markets, since not all these linked populations, markets and cultures are geographically contiguous. (STRAUBHAAR; CAMPBELL; CAHOON, 1998, p. 112)

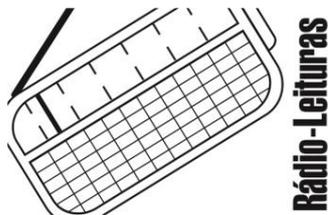
Em estudos da Comunicação no Brasil, Cicilia Peruzzo (2002) que trabalha com comunicação comunitária, enfatiza que o crescimento dos meios comunitários foi possível graças à importância dada à regionalização:

[...] a tendência à regionalização das comunicações, principalmente da televisão, aumenta o potencial do desenvolvimento da comunicação comunitária. Dois anos mais tarde, o canal comunitário, na TV a cabo, já é realidade em muitas cidades brasileiras. E, as rádios comunitárias estão fazendo a outrora sonhada “reforma agrária no ar”, com aproximadamente dez mil emissoras irradiando suas mensagens de norte a sul do país. (PERUZZO, 2002, p. 148)

Assim, todas as mudanças ocorridas com a comunicação nos últimos anos, de acordo com Dênis de Moraes (1997), foram possíveis graças à tecnologia que ultrapassou fronteiras locais, regionais, nacionais e continentais, classes e grupos sociais, raças e religiões convertendo a comunicação tecnológica em agente privilegiado de fixação de identidades culturais que subvertem os horizontes conhecidos. “As mídias fabricam e lustram informações de abrangência ilimitada; tornam próximos e presentes acontecimentos de todas as partes do globo e de um país-continente como o Brasil” (MORAES, 1997, p. 22-23).

Apesar dos custos, o desafio é oferecer uma programação com qualidade, voltada à comunidade, identificando os telespectadores com sua cultura e comportamento. No campo da publicidade, a regionalização está tendo resultados positivos, porém é preciso investir no conteúdo das informações locais e regionais:

En la práctica la tarea consiste en conducir unos medios que se parezcan a nuestra gente. Esto es, que se manejan muy cerca de sus inquietudes, anhelos, sufrimientos y alegrías. Esta exigencia implica abandonar los patrones programáticos de los grandes circuitos y programadoras, los cuales reproducen en lo nacional las intenciones homogeneizantes de los grandes trust comunicacionales. En otras palabras, la programación de nuestras estaciones de radio y televisión debe asentarse sobre las producciones propias y utilizar los enlaces o los llamados “enlatados” para lograr la necesaria conexión con lo global, con la dinámica universal. (VILLAMIZAR, 1996, p. 29).



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

E agora, o que temos de mídia regional (2005-2015)?

A visita à sede⁵ do Grupo *Somzoom* ocorreu nos dias 11 e 12 de março de 2015, sendo que no primeiro dia foi pela manhã e no segundo a tarde. Os agendamentos dos dias e horários aconteceram através da assessoria de imprensa do grupo, por telefone e *email*, cuja responsável é a jornalista Greyce Vieira. Além desta, foram ouvidos outros informantes, como Roger Martins (locutor e programador), Carlos Nassa (locutor), Karine Mitre (locutora), Lívia Gurgel (diretora da rádio *Expresso Somzoom Sat*), Evelyny Linhares (setor de comunicação, redes sociais, especificamente), além do próprio Emanuel Gurgel, fundador e dono do Grupo *Somzoom*.

No ano de 2005, conforme descreve LIMA (2010), no tocante à mídia sonora, o Grupo *Somzoom* não possuía concessão de emissora, configurando-se tão somente como uma cabeça de rede, “produtora de conteúdos que transmite sua programação feita em estúdio na própria sede” (LIMA, 2010, p. 112). Tal configuração deveu-se às tentativas sem sucesso de conseguir através de concorrências públicas concessão para rádio, isso devido a “questões políticas”. Em contrapartida, esse processo resultou em certo pioneirismo da *Rede Somzoom* que “foi a primeira produtora de conteúdos segmentados através do rádio com programação via satélite a partir do Nordeste” (idem). Dez anos depois nota-se mudanças significativas, sendo o ganho de concessão a proeminente.

A *Rede Somzoom Sat* iniciou sua divulgação a nível local, no primeiro momento, com o arrendamento da concessão da *Rádio Capital FM*, para divulgação da sua programação, das bandas de forró e casas de shows (LIMA, 2010). Depois, em 2005, a *Somzoom* passa a ser retransmitida pela *Rádio Tropical FM* (92,9 FM). Desde 2013 era transmitida pela *Rádio Expresso FM* (104,3 FM), ocorrendo no ano seguinte a fusão entre essa rádio e a *Somzoom*, mantendo-se a mesma frequência, mas passando a chamar-se *Expresso Somzoom Sat*. Uma fusão que aparentemente rendeu bons frutos para a agora emissora do grupo liderado por Emanuel Gurgel. Segundo informação do site do grupo, publicada em 2014:

⁵ Atualmente a empresa conta com sede diferente daquela encontrada no estudo anterior. Passou do endereço Av. Heróis do Acre, 500, para a Rua das Oiticicas, 300, mantendo-se situada no mesmo bairro, Passaré, na cidade de Fortaleza-CE.

Em números, consideramos a nossa audiência somente dentro dos transportes coletivos da Grande Fortaleza uma média de 270.000 ouvintes/minuto. A rede completa da rádio apresenta uma audiência de quase 6 (seis) milhões de ouvintes no Estado do Ceará. (GRUPO SOMZOOM, 2014)

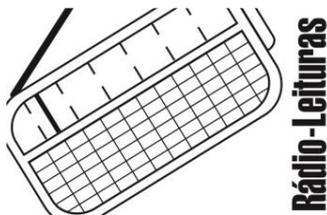
Outra mudança foi nos arrendamentos. Segundo a Diretora da *Rádio Expresso Somzoom Sat*, atualmente o contrato é com duas emissoras, a *93,3 FM* (Baturité) e *91,9 FM* (Pentecoste) – ela não soube informar as datas dos arrendamentos.

No tocante às afiliadas à rede, não houve no período de 10 anos grandes modificações, uma vez que manteve-se o número de afiliadas. No seu surgimento, nos anos 90, o Grupo *Somzoom* contava com 96 emissoras afiliadas, distribuídas em 14 estados da federação. Passando para 12 no ano de 2008. Essa quantia não mudou, permanecendo com o mesmo número de afiliadas. A modificação ocorreu apenas no tocante à afiliação, ou seja, substituiu-se uma emissora por outra.

Com as 12 emissoras de rádio, todas no Ceará, alcança-se quase 80% da população do estado, com penetração em mais de 130 municípios, algo em torno de 6 milhões de ouvintes. Não obstante, há ainda outro aspecto interessante que envolve a *Rede Somzoom Sat*, as rádios comunitárias. Estas conseguem captar, com a ajuda de computador, o sinal da rede, fazendo o uso dele e alternando com a programação local. Desta maneira, abre-se um precedente que permite um alcance muito além daquele estipulado pelo Grupo *Somzoom*. Quando questionada sobre esta situação a direção do grupo acredita não haver problemas, mas sim possibilidades positivas. Quanto à programação da rede, o grupo informou que 60% do conteúdo é produzido pela *Somzoom*, cujo único horário não ocupado é o matutino, destinado à programação das rádios locais. Desta forma, todas as tardes e noites de segunda a sexta-feira, feriados e domingos e 1/3 dos sábados são reservados à *Rede Somzoom Sat*.

Com base na pesquisa exploratória “A presença na web: o Grupo *Somzoom*”⁶ e nas informações fornecidas pela própria assessoria de imprensa, é possível elaborar um

⁶ Trata-se de um relatório desenvolvido para fins desta pesquisa cuja abordagem foi verificar a presença do Grupo *Somzoom* na internet, englobando os sites da empresa, redes sociais e de compartilhamento de conteúdo.



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

diagnóstico básico do atual setor do grupo responsável pela comunicação dele com o público, ouvintes e espectadores das bandas.

O Grupo *Somzoom*, conhecido grupo de mídia oriundo do estado do Ceará, compreendendo e enxergando as transformações tecnológicas e midiáticas, lançou mão das possibilidades oferecidas pela *web* e inseriu-se no ambiente virtual através da sua página institucional, do seu *site* (www.somzoom.com.br).

Sem dúvidas é notável a constante crescente no número de pessoas com acesso à internet, tanto a nível nacional quanto regional. Internet esta que constitui cada vez mais os processos de comunicação, negociações e comercializações por todo o globo. Nesse espaço virtual percebe-se a presença de várias pessoas, instituições públicas e privadas, de grandes corporações e pequenas companhias.

Se a presença de pessoas se dá majoritariamente pelas redes sociais virtuais, a das empresas se dá mormente pelas suas páginas institucionais, ou *websites*. Há o consenso de que os *sites* se tornaram o principal cartão de visitas da maioria dos negócios, em todos os setores da economia. A principal vantagem disso é que as páginas virtuais não se limitam às demarcações locais, regionais, nacionais de uma empresa, pelo contrário, podem ser vistas e acessadas de quaisquer partes do planeta com acesso à rede mundial de computadores. Ou seja, é fundamental, pois é um dos primeiros locais nos quais os clientes irão consultar as informações, ainda mais aqueles que estão relativamente longe da sede da empresa ou impedidos de deslocamento por algum motivo ou simplesmente por considerarem mais cômodo.

A investigação, mencionada no início deste tópico, aponta, em linhas gerais, que tal inserção do grupo no espaço virtual pode ser considerada vilmente, haja vista as vastas possibilidades acessíveis (e dispensadas) e os melhores usos feitos por outros grupos de mídia com portes semelhantes ao cearense. O setor de comunicação da *Somzoom* parece ser regido por certo “amadorismo intuitivo”, uma vez que não há uma estruturação adequada desse setor: há apenas duas pessoas que cuidam das redes sociais, sites e contato com veículos e fornecedores (a jornalista e assessora Greyce Vieira e Evelyne Linhares, *social media*); as páginas, predominantemente, são despadronizadas, em conteúdo e frequência de atualização;

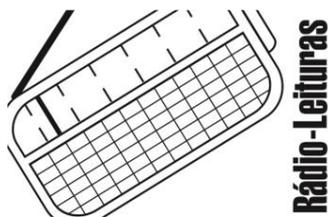
também não há uma política de estágios no grupo, principalmente para estudantes de Comunicação social, o que vai de encontro à realidade de outros grupos de relevância similar. Uma situação que revela o pouco investimento de recursos, para além do rádio, no setor de comunicação – não há uma “setorização” –, e certa despreocupação com a possibilidade de expansão na *web*.

Segundo o setor de Recursos Humanos (RH) do grupo, há em média 102 funcionários, lotados tanto na sede da empresa quanto nas bandas de forró. Não nos foi precisado a quantidade, todavia especula-se que há cerca de 40 na sede, entre rádio, oficina mecânica, escritórios e serviços gerais. E cerca de 62 nas bandas, sendo que a *Mastruz com Leite* depende um terço dessa quantia, os restantes compõem os outros grupos de forró (*Cavalo de Pau*, *Catuaba com Amendoim* e *Mel com Terra*) – todos os funcionários, quando contratados, têm as carteiras de trabalho assinadas. No início dos anos 2000 o número de funcionários já foi quase 3 vezes maior do que o de hoje, chegando a 272, no auge do Grupo *Somzoom* e de suas bandas.

Uma característica do Grupo *Somzoom*, apontada por quase todos os informantes, é que grande parte dos seus funcionários (os lotados na sede) estão há bastante tempo na empresa. Outro ponto a se observar é a empregabilidade no grupo de 6 dos 7 filhos do empresário Emanuel Gurgel – exceção do menor de idade.

Entre os negócios do grupo atualmente, estão:

- 4 bandas de forró - *Mastruz com Leite*, *Cavalo de Pau*, *Catuaba com Amendoim* e *Mel com Terra*: na época do primeiro estudo havia ainda *Caça Kabaçu* e *Banda Aquarius*;
- 2 casas de shows - a *Casa de Forró* e a *Casa de Reboco*;
- 1 marca de bebidas - *Água de Coco Poço Doce*;
- 1 fábrica de briquetes - *Briquetes Mastruz com Leite*
- 1 título de Capitalização - *Mastruz da Sorte*: assim como a fábrica de briquetes, e a água de coco, este é um negócio recente;
- 1 fábrica têxtil - *Gurgel Malhas*;



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

- 1 empresa de produção e organização de eventos - Somzoom Eventos;
- 3 emissoras de rádio - sendo 1 concessão e 2 arrendamentos;
- 1 WebTV - A TV Somzoom trata-se de uma WebTV criada através do *YouTube* com programação definida e diversa;
- 1 editora - A Editora Passaré, que continua fazendo as edições das músicas das bandas do grupo e de outros artistas.

Além desses negócios, na própria sede do grupo⁷ funcionam estúdio de gravação, de locução e rádio, garagem e oficina mecânica (dos automóveis do grupo e de parceiros), toda a parte administrativa (escritórios e salas de reuniões). Há, ainda, em construção as futuras instalações do estúdio de televisão. O quadro abaixo sintetiza uma comparação entre os negócios do grupo na época do primeiro estudo (2005) e este outro, de 2015.

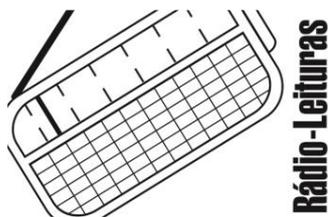
Quadro 1 - negócios do Grupo Somzoom: comparação	
2005	2015
Rede Somzoom Sat (cabeça de rede); Somzoom (selo fonográfico); Somzoom Stúdio (estúdio de gravação); 6 bandas de forró (Mastruz com Leite, Cavalo de Pau, Catuaba com Amendoim, mel com Terra, Caça Kabaçu e Banda Aquarius); 2 casas de shows (Parque do Vaqueiro e	Expresso Somzoom Sat (104,3 FM), concessão; 93,3 FM (Baturité) e 91,9 FM (Pentecoste), arrendamentos; Somzoom Stúdio (estúdio de gravação); 4 bandas de forró (Mastruz com Leite, Cavalo de Pau, Catuaba com Amendoim e Mel com Terra);

⁷ Apesar de não apontado o tamanho da área onde fica a sede da empresa, é possível dizer que sua instalação é surpreendente, tanto que nela funciona o armazém da fábrica de briquetes produzidos nas fazendas.

<p>Mansão do Forró);</p> <p>Editora Passaré (editora das músicas);</p> <p>Fábrica de amplificadores Mastruz com Leite;</p> <p>Zoom Promoções (eventos, shows, etc.);</p> <p>Lojas de CDs Aguanambi;</p> <p>Confecção e Malharia Gurgel.</p>	<p>2 casas de shows (Casa de Forró e a Casa de Reboco);</p> <p>Editora Passaré (editora das músicas);</p> <p>Somzoom Eventos;</p> <p>Gurgel Malhas;</p> <p>Água de coco Poço Doce;</p> <p>Briquetes Mastruz com Leite (fábrica de briquetes)</p> <p>Mastruz da Sorte (título de capitalização);</p> <p>TV Somzoom (WebTV).</p>
---	--

Verifica-se, portanto, com o quadro 1, uma significativa variação nos negócios do Grupo *Somzoom*, principalmente quanto aos aspectos ligados à concessão de radiodifusão e à diversificação dos produtos. Houve, em 2014, a fusão entre a cabeça de rede e a *Rádio Expresso FM* e o arrendamento de duas outras rádios (Baturité e Pentecoste⁸). Nota-se, também, uma redução no número de bandas ligadas ao grupo, mantendo-se as 4 cuja consolidação já havia ocorrido muito antes, uma vez que foram as primeiras no gênero. Essa redução também surge de uma necessidade de reinvenção, reestruturação e solidificação das marcas mais conhecidas, implicando na vontade de um negócio mais estável, conhecido e permanente – não é à toa que essas bandas remanescentes são reconhecidas, dentro do segmento, como símbolos e pioneiras do forró eletrônico.

⁸ A diretora da rádio *Expresso Somzoom Sat*, Livia Gurgel, não soube nos precisar o ano do arrendamento.



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

Senso de improvisação e percepção do óbvio sob uma ótica diferente, é assim que Emanuel Gurgel, dono do Grupo *Somzoom*, interpreta sua capacidade de explorar as possibilidades. Sob esta perspectiva, como ele mesmo informou, enxergou a viabilidade para diversificar sua atuação no mundo dos negócios, empreendendo, desta forma, em três ramos diferentes durante o mesmo período: alimentício, com a *Água de Coco Poço Doce*; combustível renovável, com a *Briquetes Mastruz com Leite*; e título de capitalização, com o *Mastruz da Sorte*. Outro empreendimento do grupo foi a WebTV⁹ *TV Somzoom*, um espaço na internet no qual publica-se vídeos da empresa e dos seus produtos, além de contar com toda uma programação, com programas de diversos gêneros, tal qual no espaço na televisão que o grupo ocupa.

Além do quadro, registra-se 32 fazendas pertencentes ao patriarca Emanuel Gurgel, sendo a mais famosa aquela que deu origem ao nome da banda, *Mastruz com Leite*. Outro produto do Grupo *Somzoom* foi lançado no ano de 2013, trata-se de um livro de cifras. Pela *Editora Assaré*, o grupo editou e cifrou 100 músicas da banda de maior prestígio da empresa, reunindo os maiores sucessos – acompanha o livro um CD com as canções originais remasterizadas. O produto é uma estratégia de promoção, segundo Greyce Vieira, cujo intuito é ensinar as pessoas a tocarem violão a partir das músicas da banda *Mastruz com Leite*, principalmente aqueles seguidores mais “autênticos”.

Considerações finais

Como verificamos há dez anos que os grupos regionais teriam importante contribuição e avanço no tocante ao processo de globalização, esse mesmo fenômeno perdura, porém com as variações da economia nacional o que determina o grau de investimento e as atualizações no campo das mídias digitais. A *Rede Somzoom Sat* teve certo crescimento, no tocante aos

⁹ Uma WebTV é basicamente a transmissão de sinais televisivos pela internet. Nos últimos anos esse tipo de canal vem se popularizando devido, principalmente, à convergência dos meios e a ampliação do acesso dos cidadãos à internet.

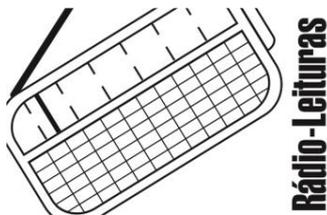
segmentos e o seu público consumidor permanece cativo e fiel, mesmo não tendo uma renovação de geração, é um público que se atualiza e busca participação nas redes sociais, por exemplo, e nas transmissões de rádio.

A possibilidade de divulgação da *Rede Somzoom Sat* via *Facebook*, vídeos de bandas e entrevistas no *YouTube*, além da página oficial do grupo, rendeu mais fôlego e produção para a empresa. As mídias digitais permitem constante visibilidade, afinal, a mídia eletrônica permitiu que a informação, conteúdo simbólico, imagens, representações fossem transmitidos por amplas distâncias. Assim, a mídia eletrônica gerou um tipo de visibilidade que se caracterizava, por princípio, pelo que Thompson (2008, p. 23) chama de “simultaneidade desespacializada”, ou seja, “pessoas distantes poderiam fazer-se visíveis praticamente no mesmo instante; poderiam ser ouvidas no exato momento em que falavam; vistas no mesmo momento em que agiam”, muito embora essas pessoas não compartilhassem a mesma esfera espacial com outros indivíduos para quem se faziam visíveis. Além disso, a mídia eletrônica caracterizou-se por uma riqueza de “referências simbólicas que fez com que algumas das características da interação face-a-face fossem reproduzidas nesse novo meio, embora as características da interação face-a-face e da quase-interação mediada fossem radicalmente diferentes” (THOMPSON, 2008, p. 23). Condições, portanto, para uma “sociedade da auto-promoção: uma sociedade em que se tornou possível, e até cada vez mais comum, que líderes políticos e outros indivíduos aparecessem diante de públicos distantes e desnudassem algum aspecto de si mesmos ou de sua vida pessoal” (THOMPSON, 2008, p. 23).

Referências

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

COSTA, Sebastião Guilherme Albano da. **A modernidade representada na América Latina: os romances e os filmes** S. Bernardo e Pedro Páramo. Natal: EDUFRN, 2010.



Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015)

Maria Érica de Oliveira Lima e John Willian Lopes

FESTA, Regina, SANTORO, Luiz Fernando. A terceira idade da TV: o local e o internacional. In: NOVAES, Adauto. (Org.). **Rede imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

GUTIÉRREZ OLÓRTEGUI, Mario. Imagenes e imaginarios de la televisión global. In: **Dialogos de la comunicación**. Lima. n.º45, jun. 1996. p. 30-38.

IANNI, Octávio. **Sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Mídia regional: indústria, mercado e cultura**. Natal: EdUFRN, 2010.

_____. **Somzoom Sat: do local ao global**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

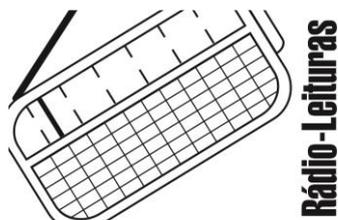
MORAES, Dênis de. (Org.). **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – II. Necrose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

ORUÉ POZZO, Aníbal. Globalización, regionalización y medios masivos en tiempos de democracia. In: MARQUES DE MELO, José; NAVA, Rosa Maria (Orgs.). **Comunicação nas Américas: o diálogo Sul - Norte**. Edição especial de Leopoldianum – Revista de Estudos e Comunicações da Universidade Católica de Santos. Santos: Unisantos, a.1, n.1, set. 1998.

PERUZZO, Cicilia M. K. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: **6º Anuário Unesco/Umesp**. São Bernardo do Campo: Ed. Umesp, 2002.



Vol 7, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

SANTORO, Teresa Patrícia de Sá Teixeira. **Todas as vozes**: diferentes abordagens para um conceito de rádio local. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, 1999.

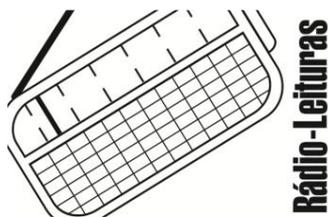
SCARDUELLI, Paulo. **Network de bombacha**: os segredos da TV regional da RBS. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 1996.

STRAUBHAAR, Joseph, CAMPBELL, Consuelo, CAHOON, Kristina. From national to regional cultures: the five cultures and television markets of NAFTA. In: MARQUES DE MELO, José; NAVA, Rosa Maria. (Orgs.). **Comunicação nas Américas**: o diálogo Sul – Norte. Leopoldianum: Revista de Estudos e Comunicações da Universidade Católica de Santos. Santos, Ano 1, nº1, set. 1998. p. 111-133.

THOMPSON, John. B. A nova visibilidade. **Revista Matrizes**. São Paulo. nº 2, abr. 2008.

_____. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.

VILLAMIZAR D., Gustavo. Comunicación y región. **Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación**. Centro Gumilla. Caracas. nº 95, 1996. p. 25-29.



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

Como citar este artigo: QUIROGA, Sergio Ricardo. Radio, Dictatorship and rock. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 226-241, jan./jun. 2016.

Radio, Dictatorship and rock

Sergio Ricardo Quiroga¹

Recebido em: 02 de fevereiro de 2016.

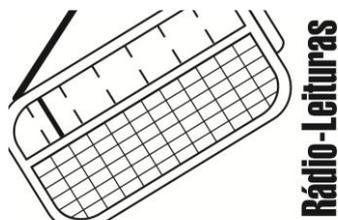
Aprovado em: 11 de junho de 2016.

Resumo

Este artigo descreve o desempenho de dois programas de rádio na Rádio LV 15 Rádio Villa Mercedes, San Luís, Argentina, em 1982-1983, os dois últimos anos de um período triste da história da Argentina chamado "*Processo de Reorganização Nacional*" entre 1976 e 1983. Os programas "*Pessoas jovens*" e "*LV Amizade*", emitidos pela LV 15 Rádio Villa Mercedes (S.L.), aos sábados, durante 1982 e 1983 e foram dedicados à juventude. Após a Guerra das Malvinas e a proibição de radiodifusão argentina na música estrangeira, os clássicos esquecidos do rock argentino começaram a formar o ingrediente principal do programa. Anteriormente, a ditadura militar reprimiu toda a atividade política, instalando as "*listas de artistas proibidos*" que não podiam ser divulgados através da mídia.

Palavras-chave: rádio; rock; ditadura

¹ Cátedra Libre Pensamiento Comunicacional Latinoamericano - ICAES. Integrante colaborador Proyecto Cambios y Tensiones en la Universidad Argentina en el marco del centenario de la Reforma de 1918.



Abstract

This paper describes the performance of two radio programs on Radio LV 15 Radio Villa Mercedes, San Luis, Argentina, in 1982-1983, the last two years of a sad period in Argentina's history called "*National Reorganization Process*" between 1976 and 1983. The radio programs under study are "Young People" and "LV Friendship", which were issued by LV 15 Radio Villa Mercedes (S.L.), on Saturdays during 1982 and 1983 and were dedicated to youth. After the Falklands War and the ban on Argentine radio broadcasting in foreign music, almost forgotten classics of Argentine rock began to form the main ingredient of the program. Previously, the military dictatorship had repressed all political activity by installing the "*black lists*" where it is established that artist was forbidden in the media.

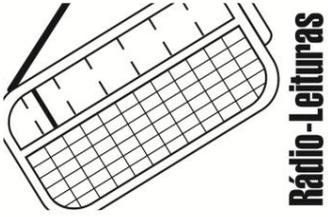
Keywords: radio; rock; dictatorship

227

Resumen

Este trabajo describe la realización de dos programas radiales en la radio *LV 15 Radio Villa Mercedes*, San Luis, Argentina, en el período 1982-1983, los dos últimos años de un período triste de la historia argentina denominado "Proceso de Reorganización Nacional" entre 1976 y 1983. Los programas de estudio son "*Gente Joven*" y *LV Amistad*, que se emitían por LV 15 Radio Villa Mercedes (S.L), los días sábados durante los años 1982 y 1983 y estaban dedicados a la juventud. Tras la guerra de Malvinas y la prohibición de difundir en las radios argentinas música extranjera, los casi olvidados temas clásicos del rock argentino empezaron a conformar el ingrediente principal del programa. Previamente, la Dictadura Militar había reprimido toda actividad política instalando las "*listas negras*" en donde se establecía que artista estaba prohibido en los medios.

Palabras claves. Radio; rock; dictadura



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

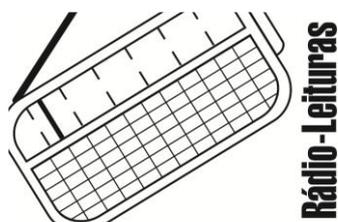
Introduction

Radio studies that examine a particular historical period show us how were these means, its main actors, audiences and other technologies use also expose the characteristics of that society. The radio always had a great fascination by the audience, narrated society. Since its inception, the radio was the scene of concerts, radio dramas, live broadcasts and advertising creative short. The study of radio, their programs and their audiences also shows the social dynamics of particular historical period and the ways in which the radio programs were conceived, advertising, news, etc.

This paper can enrol in a broad sense with anthropology of the media, which seeks to study the culture that the media imparts. Culture can be understood as a field of conflict transformation, with past not always made visible. It has chosen two programs to broadcast radio in LV 15 Radio Villa Mercedes between 1982 and 1983 called "*Young People*" and "*LV Friendship*". Two radio proposals that in the framework of the political determinations and cultural and officials proposals of the dictatorship sought to enforce, offered an alternative vision, often overlapping of reality.

The alternative

Says Rodolfo Gómez (2013) towards the end of the seventies "the alternative" meant the passage of the criticism of the established configuration and concretization of new ways of communication in the field of mass culture. The notion of "alternative media" is linked with the concept of autonomy of individuals who star in the process of alternative communication (GÓMEZ, 2013). The alternative may involve the passage of the criticism of the established configuration and concretization of new ways of communication (GÓMEZ, 2013).



As part of the thematic and radio practices, alternative is usually captured by the forms and practices and often become traditional. The alternative constitutes the opposite of the forms that already exist.

A radio program can be different or alternative to traditional radio station, if breaks the certain structure of traditions and cultures of organization and content. A radio program can be "traditional" if it is made according to the culture and the rules of radial task of the moment. The famous broadcaster of Villa Mercedes Ernesto Oscar Fanin used to tell everyone that "*in the radio all is invented*".

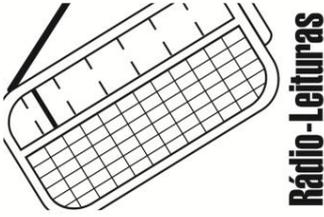
Programs

This paper studies the dynamics of construction of two radio programs dedicated to youth in the LV state radio 15 Radio Villa Mercedes, San Luis, Argentina, in 1982-1983, the last two years of a black period in Argentina's history called "*National Reorganization Process*". This mass media in late December 1983 would be privatized with the regulations of the dictatorship.

We are interested in this research as a youth program produced in the last years of the military dictatorship in Villa Mercedes (San Luis) city, in a context of limited means, facing the military, usually heavy pressure but sometimes subtle and which were intended to describe the fields of culture and development of these proposals.

During the sad call of "*National Reorganization Process*" (1976-1983) in Argentina, the media and journalists suffered the ban, censorship, persecution in their media, the disappearance and death. It was one of the darkest periods in the history of Argentina where they were murdered and disappeared about thirty thousand people. National, provincial and municipal administrations were taken over by officials of the dictatorship. Process suffered the same media that were held by the state.

LV 15 Radio Villa Mercedes as state radio was the only AM station in the city of Villa Mercedes (San Luis), then with more than 60,000 inhabitants. The mass media



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

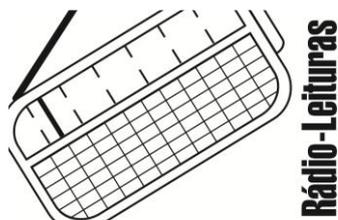
was born on April 25, 1948, as a subsidiary media of Radio Belgrano of Buenos Aires, under the initiative of Jaime Yankelevich, when Villa Mercedes (SL) had barely 50,000 inhabitants. Until 1983, the radio medium as a means marked paths and temporarily lived with the daily *La Voz del Sud* and *Impulso* in different periods and with other publications as the magazine *Sintesis*. In 1976 and as a result of the "*National Reorganization Process*" that devastated Argentina, the radio was seized for military and officials who followed their policies.

During the years 1982-1983 the state broadcaster LV 15 Radio Villa Mercedes issued two programs dedicated to youth. They were "Young People" and LV Friendship, which were broadcast on Saturday, the first was emitted 22.00 to 24.00 pm and the second from 14.00 to 15.30 pm. In May 1982 was born "*Young People*".

The media map slowly transformed in the early years of democracy in Argentina. Already in 1982 and 1983, they began to emerge in Argentina, FM radios, small media, craft managed by a few people who wanted to exercise their right to expression without legal permission.

At first, that set of radios did not pursue benefits and those who were there were managing their action outside the framework of the law prevailing in the country broadcasting. These alternative mass media were "free and citizens" media in the sense that they had an alternative programming consisting of non-traditional music groups and various authors and in some cases attending public and citizens' demands. Despite the restrictions imposed by current legislation, new social actors concurred to the airwaves to take the word (GÓMEZ, 2013).

The new radios called "*clandestine and illegal*" by official radio began to flood the dial and offered a more informal and fresh programming. Alternative communication spaces, change themes, music and features of the advertising broadcast on radio. Alternative communication spaces, change themes, music and advertising distribution characteristics of the San Luis began to live radio.



The new radial actors did not conform to what has been called "community radio", because in the context of the city of Villa Mercedes, the proponents of these initiatives were professionals from various disciplines, broadcasters or journalists. At that time, the radios "underground" were not the result of the action of social organizations.

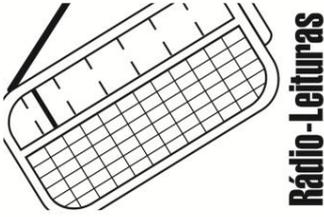
In these years new radio stations offering programs with different thematic and music in a context of alternative way. The first were FM Acuarela, FM Mediterranean, FM Sonix, etc. The Federal Police operatives in clandestine radio were very common, to allegations of LV Radio Villa Mercedes. The police tilled a report at the headquarters of the station and performed the kidnapping of broadcasting equipment from those called "illegal" radio stations.

Regulatory Context of Argentine Radio

231

However, in many years of the restoration of democratic rule in Argentina, she continued to force the legal framework for broadcasting created by the military dictatorship, and Argentine legislators had a debt to society on this issue. The situation was serious as Loretta warned when consciousness took some of the latest applicable laws on broadcasting came from governments de facto as sanctioned in 1957 (Decree Law 15.460 / 57, ratified by Law 14.467), in 1972 (19.798 telecommunications call, whose title V understood the rules on broadcasting) and in 1980, with the Decree Law 22.285, which was in force long (LORETTI, 1995).

Law 22.285 was almost a rule prohibiting new voices, the other alternative mass media and the property in various hands of the media. Loretta said that it was centralist because all your application was centred in the executive branch aside provinces, was authoritarian in their articulated limiting the operation of the media and the information transmitted to the needs of national security, and it was discriminatory to the extent that the power to be excluded permit holder to any legal



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

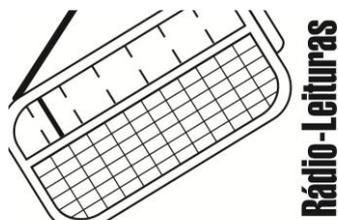
entity other than a regularly constituted, excluding commercial society cooperatives, foundations and civil associations

With the advent of democracy and the inauguration of President Raul Alfonsín, in the first months of 1984 the decree was issued from 1151 to 1184 postponing the Implementation of the National Plan for Radio and public tenders were suspended until there is a new regulatory framework for Argentina's broadcasting. Loretti (1995) indicated that the decree interruption before the need was justified by a new adequate technical plan to the needs of the country.

However, alternative radio or "clandestine" (as the legal radio were called) frequency modulated came to flood the Argentine airwaves causing the presence of a plurality of voices, different and alternative views, some democratization in communication and new radio styles. It was the birth of the "other broadcasters" with a homemade and most current manufacture of more direct, without broadcasters established, with new voices, with different music and it "sounded better", gradually attracted to radio audiences especially younger ones, dams until recently the exclusive programming of LV 15 Radio Villa Mercedes (SL).

Loretti (1995) clearly explains that with the arrival of Menem (1987-2000) to the presidency of the country and the sanction of the State Reform Law attempted to sort the situation that in 1989 nearly two thousand five hundred radio stations faced that operating without authorization as Loretti says. By enacting Law 23.696 (article.65) the Executive (PEN) sought a solution to the problem of clandestine radios and thought to open the doors to a new broadcasting law. Later arrived the sanction of art. 65 of Law 23.696 and the Decree 1357 initiating a media record frequency modulated as highlighted by the argentine researcher.

In 2002 was continued deepening a process of frequency allocation of FM radios, despite the existence of multiple projects on state regulation of radio services existing on going for many years as a legacy of the military dictatorship Law 26,522 of Audio-visual Service of Communication, popularly known as media law, is a law that



established the rules governing the operation and the distribution of licenses of radio and television media. After approval by Congress of the Nation, this rule was promulgated on 10th October 2009 by President Cristina Fernandez de Kirchner, was established in replacement of the Broadcasting Law 22.285, and instituted in 1980 by the military dictatorship called *National Process of National Reorganization* that governed so far. The rule of democracy was amended in December 2015 by President Macri also remove the AFSCA (Federal Authority of Audio-visual Media Services) with an urgent decree called DNU.

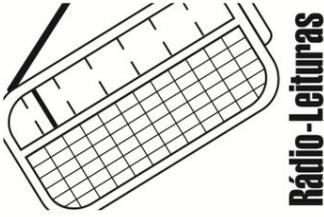
Young people and LV Friendship

The *Young People* and *LV Friendship* were programs resulted space for a transgressed music emerged in the context of the emerging musical movement called "*Argentine rock*" in the withdrawal of the Argentina dictatorship, after the defeat of the Falklands War and the economic and political failure . Other paradigmatic musical compositions had come years earlier, were the first works of what would later be considered national rock.

The military regime marked fire in the Argentine people. Military Dictatorship cancelled and suppressed all political activity by installing the "*black lists*" where it is established that artist was forbidden to spread.

A speaker accompanied the driver program with commercials linked to dance and youth apparel, short confectioneries which were held live two voices. Advertisements of the announcers Susana Crino and Silvia Flores and sounded different in the "*LV Friendship*" and "*Young People*". They were fresh, imaginative radio spots and had special effects in some cases.

The programs had a script prepared in advance and described the current state of national music. At that time, the many forgotten songs and timeless classics of Argentine rock formed the main ingredient of the program, against a media landscape that offered proposals that only matched the tastes and provisions of the scheme.



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

These compositions began to spread in the throes of Argentina dictatorship (1976-1983), but especially after the *Falklands War* (Malvinas War) which was a real military and political defeat for the ruling regime in Argentina. And men of the military regime during the short war prevented the media from broadcasting foreign music in English.

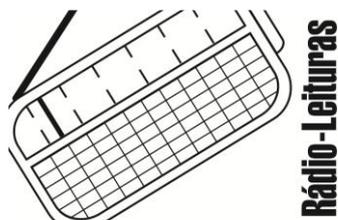
LV 15 had a stable of journalists and broadcasters, state workers plant, but also the means offered to local speaker's radio programs in exchange for bring advertisements in the middle and gave them a percentage of the integrated by an advertising part advertising and part called "*artistic*" by driving the program. LV 15 was the only city radio and music program on Saturdays and had great audience for the freshness of their music and the theme of the program.

Many young people in Villa Mercedes city on Saturdays listening to the program while washing their cars. Not only they listened to music but what at the time were the creative ads that broadcast the current fashion. Zacarias, Anacleto, Centro Sport, Shoes Geysi, *Que Pilcha*, were advertisements for clothing, but also was "*Confiteria Alemana*" with the german "panettone", Match Point, the nightclub of the moment, which competes with L'Escargot, places where young people were dance.

Those were times of emerging rock festival as La Falda (Córdoba) and BA in Buenos Aires, these were rock festivals that combined a lot of young and rock transformed into rock and protest. At that time, the songs of more topical and timeless classics of Argentine rock formed the main ingredient of the program.

Military pressure

In some situations the informality, brash and the rawness of the words and the meaning of music, motivated in some programs, the fury of the men of the military dictatorship in Villa Mercedes who controlled everything that was broadcast in the media.



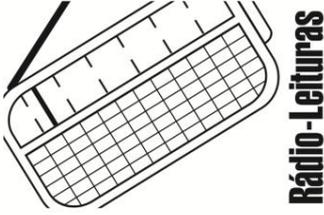
Before anything suspicious or unclear, immediately, intelligence agents were directed to the Director of the station and this drivers program, and with the style of report-memorandum requesting information or the full letter of a topic musical widespread in the program.

The broadcaster of *Young People* and *LV Friendship* during the week selected the music gradually chose songs with strong lyrics with great fear, but several times not on the so-called "black list" (organized by artists and musical compositions prohibited registration by the dictatorship). If sometimes a song did not like, men of the intelligence service of state (SIDE) sent an indictment to the radio. Drivers received a memorandum which should answer wondered what in general transcribing the lyrics of the songs.

The broadcaster received a memorandum which should answer wondered what in general transcribing the lyrics of the songs, the subject of controversy and anger military. The driver of *Young People* and *LV Friendship* was questioned by the composition "*In the kitchen (eggs)*" of Zas-Miguel Mateos group by the Director-Auditor LV 15 Radio Villa Mercedes, at the request of the men from the local intelligence services . An official surnamed "Taboada" formulated those "research" requesting the Director-Auditor a written report. Also the broadcaster of radial space suffered threatening phone calls from unidentified peoples at home.

This situation occurred at least twice during the years 1982-1983 in the last months of the military dictatorship in these programs that sought to get away from traditional recipes, placing different views and visions to the military dictatorship imposed.

Gradually the media pressured by the ruling regime, began to break loose and to issue strong criticism, especially after the military defeat of the Falklands (Malvinas) in which many young Argentines were killed. The letter of "*In the kitchen (eggs)*" Zas-Miguel Mateos is quite descriptive. In singing the word for kitchen Argentina was replaced.



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

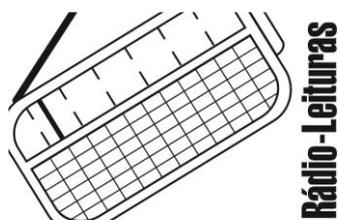
*Pedagogical high school
and photo of a neighboring club
a holy card in case
the groom live pass
The image of mother and father in bed
A poster of Jagger
A portrayed Christ
sick of being hanged
The eternal dream of a faithful husband
or at least you do good conversation
Misfortune Aunt Agnes
at sixteen
She went to a Greek sailor
The eternal game: no longer touch me
and inside you're dying
The game: no longer touches me
Nena will see when tonight
Dad comes home*

Eggs in Argentina [kitchen] needed eggs
Eggs, the world is so atrocious

Eggs in Argentina [kitchen] needed eggs
*I know that despite all
the fight is uneven
Today we summon the square
and tomorrow I will give it ...
If they pass national music
They not have been realized
that the culture of a country
It is in its people
And I know that there's polenta here
Girl you thought that with the B.C.G.
the drama of your days would end
life is something more, life is more*

Eggs in Argentina [kitchen] needed eggs
Eggs in Argentina [kitchen] needed eggs
eggs, eggs, eggs.

Men Services State Intelligence (SIDE) often read the press, listen the journalists and radio-television programs and was aware of the critical voices, even in recent months the called "*National Reorganization Process*" (1976-1983). The Argentina of the military dictatorship had closed all political activity in all sectors of social life. The argentine university had substantially suffered the regime where hundreds of teachers were persecuted or lost their chairs and thousands of books



captioned as subversive texts were burned. It was kill ideas, destroying books, burn suspicion, instill fear, torturing and murdering people.

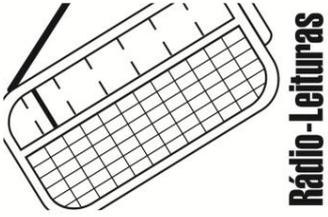
It was suspected that members of the intelligence services had infiltrated various social sectors and youth sectors with no exception. It was said then that they were the "*dateros*" and "*collaborators*", the first provided data of "suspicious" people, especially on young people, spy who provides data, and the second agents undercover they charged for their services, but they were not possibly registered as workers the state.

In local bars and cafes, dance places where young concurred, had always suspected that men and women of the "*services*" present. This fact could not be verified and tragic connotation that might fall on innocent people outside the spy activity.

After the Falklands War (Malvinas) with the consequent military defeat Argentina and the increasingly evident failure of the military dictatorship Argentina, the Argentine media turned to political criticism, the action of political parties, social protest and the dissemination of the national music containing a strong imprint of dissatisfaction and protest to the formal and towards the military regime that ruled the country.

Rock festivals as *La Falda* (Córdoba) and *B.A. Rock* (Buenos Aires), and constant travel to Buenos Aires to interview the glittering figures were a significant event. Miguel Abuelo interviews, leader training of "*Los abuelos de la Nada*" Pipo Cipollati of *The Twist* "Federico Mouras with *Virus*, etc., and other groups are constantly formulated.

Many musical compositions with an air of rebellion and protest that were not registered in the called blacklisting the regime, were widespread in some media, using the hinge or legal vacuum. On the one hand there was that freedom, but by other means should match that musical style. In the city of Villa Mercedes, coverage in 1982 the recital of Nito Mestre, former member of the famous Sui-Generis group visited the city of Villa Mercedes (San Luis), conducting regional concerts and the great activity of



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

the trio UFA by the leader Charly Guzman to report to neighboring cities of Villa Mercedes and the arrival of Fernando Gall were events that youth-oriented programs (*Young People* and *LV Friendship*) covered.

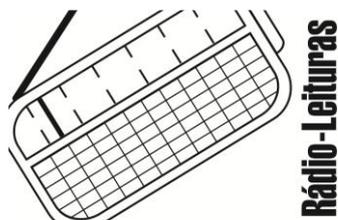
The traditional AM radio in general proposed a then traditional menu for Argentina radio then composed agricultural bulletins, radio magazines in the morning, news services every hour, unloading the main thing emitted through the teleprompter of news agencies, programs of general interest, folk regional court, tango and melodic music during the day.

Conclusions

The two radio proposals, *Young People* and *LV Friendship* were fresh start programs that led to the radio. The lyrics and the music were selected mirrors of the emerging culture and rebellion Argentina that increasingly more openly faced with the Argentine dictatorship. The music spoke for itself. Charly Garcia showed us how to get from the bed to living, Piero told us that something was "*for the people what is the people,*" "*The Abuelos de la Nada*" marked us happened in "*A Thousand hours*" and "*Sin gamulán*", Pablo Cantilo reminded us "*the March of Quarrel*" and Miguel Mateos encouraged Argentines to have more decision and initiative with the phrase "*in Argentina needed eggs*".

Argentine youths were fascinated by the old and new issues of resurgent Argentine rock and bowed down to political participation in all political parties especially in the *Peronist Justicialista-Party* and the *Radical Civic Union* and other new political expressions Movement. The Argentina revived democracy after the decline of the dictatorship still present. In the Argentine society freedom gradually began to return in society.

Public dancing places passed all the music labeled as "*national rock*". New groups, new issues coexisted with the classics of past decades. It was perhaps the last



years of the LV 15 station as a traditional radio. Gone were the years of splendor, fascinating times of Argentina radio. They were the throes of agony of a way of doing radio, although few realized.

Argentina's music was heard in the city on Saturday afternoon and evening with a new radial recipe. The broadcaster noted that "*what could not be said in radio, the letter of music said*". Calls illegal radios promote different programs to progressively incorporate traditional radio and through agreements, the radio signal of Buenos Aires, which so far could not be heard in Villa Mercedes. This was all an important change in provincial media spectrum.

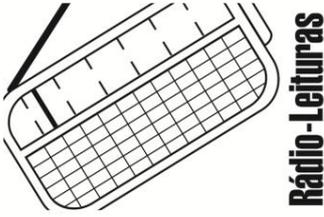
LV Friendship young people were two paradigmatic programs, which marked the youth of the city for its subject, its freshness, its aesthetics and music. The complaint and protest sometimes were not evident but it was in the programs, not only in the text sometimes poetic but in the lyrics of a song. Music discourses were most powerful.

Some lyrics were devastating for the regime, if they listened well. The rock and rebellious character flooded young receivers on Saturday. Radial proposals would no longer be issued from December 31, 1983, date on which new licensees taking advantage of offerings the military regime that would, in charge of the station were made.

The military dictatorship had launched contests and LV15 frequencies above stopped being operated and the only radio city, appeared other actors, other aesthetics, other voices, externalized by new *clandestine* radios. This was the beginning to end the dark night of the Military Dictatorship and the demand for freedom became more urgent for democracy in argentine society, especially in the hands of young people.

References

BARROS Antonio., DUARTE, Jorge. **Luiz Beltrao: perfil intelectual**. Hohlfeldt A. e Gobbi,



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

M.C. (Orgs.), en Teoria da Comunicao. Antologia de Pesquisadores Brasileiros. Editora Meriodinal Ltda. Porto Alegre. Pags. 56-70. 2004.

BELTRAO, Luiz. **Nuevas fronteras del Periodismo**. En *Periodistas Católicos*. Year 2, n° 7. Montevideo: Culap. Janeiro. 1969.

LORETI, Damián. **El derecho a la información**. Buenos Aires. Paidós, 1995.

Gómez, R Reflexiones sobre “lo alternativo” y la alternatividad” en el campo de la comunicación y la cultura en Argentina y América Latina. *El Equilibrista*, Year 1 N°1. 2013.

QUIROGA, Sergio. **Emisor, investigación cualitativa y producción de noticias**. Cultura media y fuentes. Alemania. Editorial EAE. 2012.

QUIROGA, Sergio. La agenda radial y el efecto rebote (The Radio Agenda and the news rebound). *Revista Comunicare*. Vol. 2- Nº 2 - 2do. Semester 2002. Faculdade Cásper Líbero e Paulus Editora de Brasil. Pages 103-115. 2002.

Notes

Spanish versión of *En La Cocina (Huevos) of Miguel Mateos Zas*

Bachillerato pedagógico

y el carnet de un club vecino

una estampita por las dudas

que el novio se pase de vivo

La imagen de mamá y papá en cama

Un poster de Jagger

Un Cristo retratado

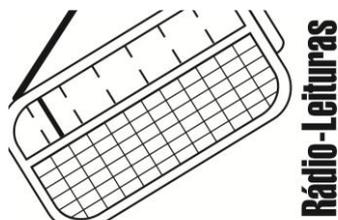
harto de estar colgado

El sueño eterno de un marido fiel

o que al menos le haga bien el verso

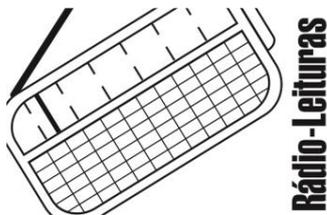
La desgracia de la tía Inés

que a los dieciséis



se fue con un marinero griego
El juego eterno de: Ya no me toques
y por dentro te estas muriendo
El juego de: Ya no me toques
Nena vas a ver cuando esta noche
llegue a casa papá
Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos

Huevos, el mundo es tan atroz
Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos
Yo sé que a pesar de todo
la lucha es desigual
Hoy te convocan a la plaza
y mañana te la dan...
Si pasan música nacional
no es que se hayan dado cuenta
que la cultura de un país
está en su gente
y yo se que aquí hay polenta
Nena vos creías que con la B.C.G.
se acabaría el drama de tus días
la vida es algo más, la vida es algo más
Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos
Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos
Huevos, huevos, huevos



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

Como citar este artigo: QUIROGA, Sergio Ricardo. Rádio, Ditadura e Rock. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 01, pp. 242-256, jan./jun. 2016.

Rádio, Ditadura e Rock¹

Sergio Ricardo Quiroga²

Recebido em: 02 de fevereiro de 2016.
Aprovado em: 11 de junho de 2016.

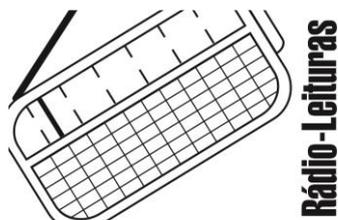
Introdução

Pesquisas de rádio que observam um período histórico específico revelam o que eles significam, seus principais atores, audiências e o uso de outras tecnologias expõe as características daquela sociedade. O rádio sempre teve um grande fascínio pela audiência, narrando a sociedade. Desde o seu início, o rádio esteve no palco de concertos, radio novelas, transmissões ao vivo e spots publicitários. O estudo do Rádio, seus programas e sua audiência também revela as dinâmicas sociais de um de um determinado período histórico e as formas como esses programas foram criados, publicidade, jornalismo etc.

Esse artigo se insere em uma perspectiva mais ampla da antropologia da mídia, que procura estudar a cultura em que os meios se inserem. Cultura pode ser entendida como um campo de transformação por meio de conflitos, cujo passado nem sempre é visível. Foram escolhidos dois programas de rádios hertziana na LV 15 Rádio Villa Mercedes entre 1982 e 1983 chamado “Gente Jovem” e “LV Amizade”. Os

¹ Tradução: Marcelo Freire

² Cátedra Libre Pensamiento Comunicacional Latinoamericano - ICAES. Integrante colaborador Proyecto Cambios y Tensiones en la Universidad Argentina en el marco del centenario de la Reforma de 1918.



enquadramentos políticos e culturais destes dois programas de rádio e as determinações oficiais que a ditadura buscava implementar criavam visões alternativas muitas vezes sobrepostas de realidade.

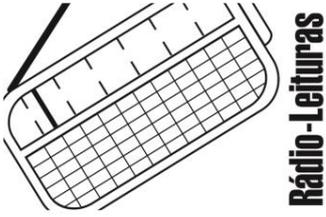
O alternativo

Rodolfo Gómez (2013) afirma que, no final do anos de 1970, alternativo significava suplantar a crítica a uma configuração estabelecida e a consolidação de novas formas de comunicação no campo dos meios de comunicação de massa. A noção de “mídia alternativa” está vinculada ao conceito de autonomia dos indivíduos que protagonizavam o processo da comunicação alternativa (GÓMEZ, 2013). Como parte da temática e das rotinas do rádio, o alternativo é normalmente é cooptado pelos formatos e prática consolidado e se torna o tradicional. O alternativo constitui o oposto daquilo que já existe.

Um programa de rádio pode ser diferente ou alternativo em uma estação de rádio tradicional, se ela quebra certas estruturas da cultura e da organização do conteúdo. Um programa de rádio pode ser “tradicional” se é feito de acordo com a cultura e as regras do período. O famoso apresentador da Villa Mercedes, Ernesto Oscar Fanin costumava dizer a todos que “no rádio tudo é inventado”.

Programas

Esse artigo estuda a dinâmica de construção de dois programas ao público jovem na emissora estadual LV 15 Rádio Villa Mercedes, San Luis, Argentina, de 1982-



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

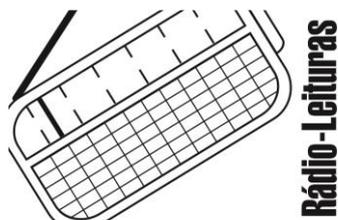
1983, dois últimos anos de um período obscuro na história argentina chamado “Processo de Reorganização Nacional”. Esse meio de comunicação no final de dezembro de 1983 seria privatizada de acordo com documentos da ditadura.

Estamos interessados em observar como um programa jovem produzido no último ano da ditadura militar em Villa Mercedes (San Luis) com recursos limitados, encarando a pressão dos militares muitas vezes pesada por outras sutil e que buscava descrever os campos da cultura e desenvolver essas propostas.

Durante o triste chamado do “Processo de Reorganização Nacional” (1976-1983) na Argentina, a mídia e os jornalistas sofreram com a extradição, censura, perseguição dos meios de comunicação, desaparecimento e morte. Esse foi um dos períodos mais sombrios da história da Argentina em que foram assassinados ou desapareceram cerca de trinta mil pessoas. A administração de estados e municípios foram tomadas por oficiais da ditadura. Os meios de comunicação passaram pelo mesmo processo de tomada pelo estado.

A LV15 Rádio Villa Mercedes como rádio pública era a única emissora AM da cidade de Villa Mercedes (San Luis), com mais de 60 mil habitantes na época. Ela foi criada em 25 de abril de 1948 como uma subsidiária da Rádio Belgrano de Buenos Aires, graças a iniciativa de Jaime Yankelevich, quando Villa Mercedes tinha quase 50 mil habitantes. Até 1983, o meio rádio era marcado pelo tempo presente e com os diários “La voz del Sud” e “Impluso” em diferentes períodos e pela relação com outros meios como a revista Síntesis. Em 1976 e como resultado do “Processo de Reorganização Nacional” que devastou a Argentina, o rádio foi apropriado por militares e que seguiam as suas normas.

Durante os anos de 1982-1983 a emissora pública LV15 Rádio Villa Mercedes direcionou dois programas ao público jovem. Eles eram “Gente Joven” e “LV Amistad” que eram transmitidos no sábado, o primeiro de 22h às 0h e o segundo de 14h às



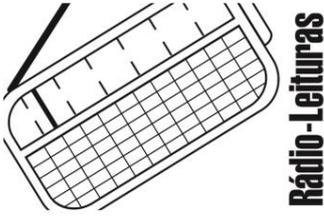
15h30. Em maio de 1982 nascia o “Gente Joven”. O quadro midiático lentamente se transformava nos primeiros anos da democracia na Argentina. Já em 1982 e 1983, começou a aparecer no país, rádios FM, pequenos meios de comunicação, gerenciados com esmero por um pequeno grupo de pessoas que queria exercer o seu direito expressão sem permissão legal.

A princípio, esse grupo de rádios não buscava o benefícios as emissoras tradicionais e estavam gerenciando as suas ações fora da legalidade no que diz respeito a legislação nacional de radiodifusão. Esses meios de comunicação eram “livres e cidadãos” no sentido em que eles apresentavam uma programação alternativa de autores e grupos de música não tradicional e em vários casos atendiam a pedidos do público e a questões comunitárias. Apesar das restrições impostas pela legislação vigente, novos atores sociais concorreram pelas ondas sonoras pelas tomar a palavra (GÓMEZ, 2013).

Essas novas rádios chamadas de “clandestinas e ilegais” pelas rádios oficiais invadiram o dial e ofereceram uma programação nova e mais informal. Espaços alternativos de comunicação, uma temática diferenciada, música e publicidade começaram a reforçar as características de San Luiz no rádio ao vivo.

Os novos atores radiofônicos não se conformavam com o que era denominado como “rádio comunitária”, porque no contexto da cidade de Villa Mercedes que propusera essa iniciativa eram profissionais de diversas disciplinas, comunicadores ou jornalistas. Naquele tempo as rádios “underground” não eram resultado de uma ação social organizada.

Neste período as novas emissoras de rádio ofereciam programas com uma temática diferenciada e música no contexto alternativo. As primeiras foram a FM Acuarela, FM Mediterranean, FM Sonix etc. Acusações de policiais federais à rádios clandestinas eram muito comuns como aconteceu com a LV15 Rádio Villa Mercedes. A



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

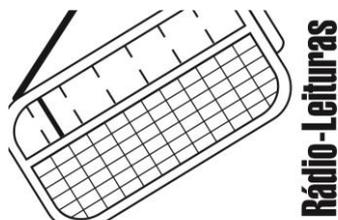
polícia oficializou o caso contra a emissoras e sequestrou os equipamentos de transmissão das chamadas emissoras de rádio ilegais.

O contexto regulatório da Rádio Argentina

No entanto, em muitos anos da restauração do regime democrático na Argentina, ela continuou a mantendo a legislação para a radiodifusão criado pela ditadura militar, e os legisladores argentinos tinham uma dívida com a sociedade sobre esta questão. A situação era grave quanto Loretta. Algumas das mais recentes leis sobre a radiodifusão vieram de governos de facto como a sancionada em 1957 (Decreto-Lei 15.460 / 57, ratificada pela Lei 14.467), em 1972 (lei 19.798 telecomunicações, cujo título V incluía as regras sobre a radiodifusão) e em 1980, com o Decreto-Lei 22.285, tinha força de lei (Loretta, 1995).

Lei 22.285 foi quase uma norma que proibia novas vozes, os outros meios de comunicação alternativos e a propriedade de mídia por várias mãos. Loretta disse que era centralista, porque toda a sua gestão era pedido foi centrado no Poder Executivo excluindo as províncias, era autoritário no sua articulação para limitar o funcionamento dos meios de comunicação e as informações transmitidas de acordo com às necessidades de segurança nacional. Foi discriminatória na medida excluía o poder de outorga da licença de transmissão de qualquer outra entidade, excluindo assim associações da sociedade civil e cooperativas comerciais.

Com o advento da democracia o com a ascensão ao poder do presidente Raul Alfonsín, nos primeiros meses de 1984 os decretos de número 1151 e 1184 adiaram a implementação do Plano Nacional para o Rádio e concessões públicas foram suspensas até um novo quadro legal para a radiodifusão argentina. Loretta (1995) indica que a

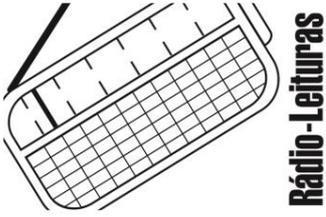


interrupção gerada pelo decreto foi justificada pela necessidade de um novo plano de adequação técnica para o país.

Entretanto, rádios alternativas ou “clandestinas” (como as rádios legais eram chamadas) em frequência modulada causaram um enxurrada nas ondas sonoras argentinas propiciando uma pluralidade de vozes, diferentes pontos de vista, alguma democratização na comunicação e no estilo das rádios. Era o nascimento de um “outro comunicador” com uma abordagem mais atual, direta e caseira. Sua nova voz era diferente dos modelos estabelecidos e soava melhor junto com as novas músicas. Gradativamente atraía a audiência especialmente do público jovem como aconteceu com a programação exclusiva da LV15 Radio Villa Mercedes (SL).

Loretti explica com clareza que com a chegada de Menem (1987-2000) a presidência da república e a sanção da Lei de Reforma do Estado tentaram organizar a situação que, em 1989, era de quase 250 emissoras de rádio operando sem autorização. Através da aprovação da Lei 23.696 (artigo 65) o Executivo viu uma solução para o problema das rádios clandestinas com a abertura criada pela nova legislação de radiodifusão. Depois da sanção do artigo 65 da Lei 23.696 e do Decreto 1357 iniciou-se uma ocupação da frequência modulada como destaca o pesquisador argentino.

Em 2002 o processo de alocação de rádios para o FM continuou se aprofundando mesmo com a existência de múltiplos projetos de regulação estatal dos serviços de rádio que resistiram por muitos anos por influência do governo militar, como a Lei 26.522 de Serviço Audiovisual de Comunicação, popularmente conhecida como lei da mídia. Essa lei estabelece as regras para concessão e operação de licenças de meios de comunicação de rádio e televisão. Após a aprovação no Congresso Nacional em 10 de outubro de 2009 pela presidenta Cristina Fernandez Kirchner, foi sancionada a substituta da Lei 22.285 – instituída em 1980 pela ditadura militar e chamada Processo de Organização Nacional que vigorava desde então. A Lei de democratização dos meios foi emendada em dezembro de 2015 pelo presidente Macri



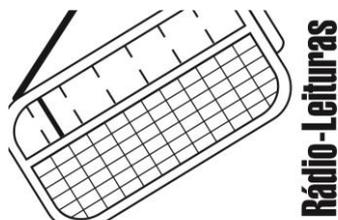
que também a AFSCA (Federal Authority of Audio-visual Media Services) com um decreto chamado DNU.

“Gente Joven” e a “LV Amistad”

“O Gente Joven” e o “LV Amistad” eram programas que criaram um espaço para uma música transgressora que surgiu no contexto da ascensão de um movimento musical chamado de rock argentino influenciado pelo fim da ditadura, posterior a derrota argentina na Guerra das Malvinas e do fracasso político e econômico do país. Era um outro paradigma na composição das musicais. Mesmo aquelas que tinham sido feitas nos primeiros anos do movimento foram reconhecidas anos de como rock nacional.

O regime militar marcou o povo argentino. A ditadura cancelou e reprimiu toda a atividade política com a criação das listas negras que estabeleciam quais artistas eram proibidos de ser tocados. O locutor acompanhava a direção do programa com comerciais ligados a festas e produtos para jovens eram produzidos com a utilização de duas vozes. Publicidade era feita por Susana Crino e Silvia Flores a soavam diferentes em LV Amistad e Gente Joven. Eram inovadores e imaginativos spots radiofônicos que em alguns casos utilizavam efeitos especiais.

O programa era escrito previamente e descrevia o estado atual da música nacional. No período, muitas canções esquecidas e clássicos atemporais do rock argentino eram o principal ingrediente do programa. Ele ia contra o panorama midiático que oferecia apenas o que se adequava aos gosto e alinhamento com o regime.



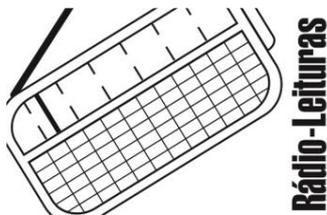
Essas composições começaram a se espalhar na última fase da ditadura militar (1976-1983) mas especialmente depois da Guerra das Malvinas que uma real derrota militar e política para o regime dominante na Argentina. Os homens do regime militar durante o curto período de guerra proibiram a mídia de transmitir música estrangeira em inglês.

LV 15 era um celeiro de jornalistas e comunicadores, uma usina de funcionários do estado. Também oferecia meios para locutores locais em troca da prospecção de publicidade um parte da receita dos anúncios chamada de “artístico” pela direção do programa. A LV15 era a única rádio na cidade e o programa musical aos sábados tinha uma grande audiência pela frescor das suas músicas e da sua temática.

Muitos jovens em Villa Mercedes nos sábados ouviam os programas enquanto lavavam os carros. Eles não ouviam apenas as músicas mas também a anúncios criativos que representavam a última moda. Zacharias, Anacleto, Centro Sport, Que Pilcha eram anunciantes de roupas. Além destes, Confeitaria Alemana com seu panettone alemão e as boates Match Point e L’Escargot que competiam para ser o local onde os jovens iam dançar.

Esse era o época do festival emergente de rock La Falda (Córdoba) e BA em Buenos Aires, esses festivais de rock eram um combinado de rock e juventude que foi se transformando em rock e protesto. Ao mesmo tempo, as músicas mais atuais e os clássicos atemporais do rock argentino se transformavam no principal ingrediente deste programa.

Pressão Militar



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

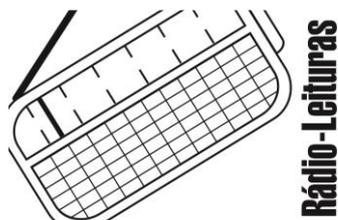
Em muitas situações a informalidade, impertinência e cruza das letras e dos sentidos das músicas, veiculadas em alguns programas, motivaram a fúria dos militares da ditadura em Villa Mercedes. Aqueles que controlavam tudo que era ligados aos meios de comunicação.

Antes de qualquer coisa suspeita ou duvidosa, imediatamente, agentes da inteligência eram direcionados ao diretor da emissora e os condutores do programa, e com um estilo de memorando ou relatório solicitavam informações ou a letra completa de um tópico musical transmitido no programa.

O comunicador de Gente Joven e LV Amistad, durante a semana selecionada, escolheu músicas com letras intensas, com grande receio, mas muitas vezes não inseridas na chamada “lista negra” (organizada por artistas e composições musicais proibidas pela ditadura). Se músicas não aprovadas era reproduzidas, homens do Serviço de Inteligência do Estado (SIDE) notificavam a emissora. Os diretores recebiam um memorando que deveriam responder, que em geral solicitava a transcrição das músicas. O diretor de Gente Joven e LV Amistad foi questionado sobre a composição “*En La Cocina (Huevos)*” da banda de Miguel Mateos Zas pelo diretor-auditor da LV Radio Villa Mercedes. Um oficial de sobrenome Taboada formulou um questionário requisitando um relatório por escrito. O locutor também sofreu ameaças anônimas por telefone em sua casa.

Este tipo de situação aconteceu pelo menos mais duas vezes durante os anos de 1982 e 1983 nos últimos meses da ditadura militar. Isso porque estes programas buscavam escapar das fórmulas tradicionais, apresentando diferentes pontos de vistas diferentes daqueles impostos pelo regime militar.

Paulatinamente a pressão sofrida na mídia pelo regime foi enfraquecendo e a temática da desaprovação se fortaleceu, principalmente depois da derrota nas Malvinas em que muitos jovens argentinos foram mortos. A letra de “En la Cocina

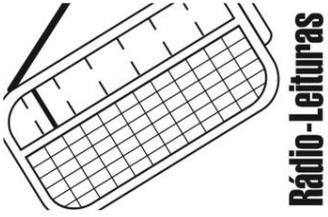


(Huevos)” de Miguel Mateos Zas eram um tanto descritiva e quando cantavam a música trocavam “la cocina” por Argentina.

*Letra de **En La Cocina (Huevos)** of Miguel Mateos Zas*

*Bachillerato pedagógico
y el carnet de un club vecino
una estampita por las dudas
que el novio se pase de vivo
La imagen de mamá y papá en cama
Un poster de Jagger
Un Cristo retratado
harto de estar colgado
El sueño eterno de un marido fiel
o que al menos le haga bien el verso
La desgracia de la tía Inés
que a los dieciséis
se fue con un marinero griego
El juego eterno de: Ya no me toques
y por dentro te estas muriendo
El juego de: Ya no me toques
Nena vas a ver cuando esta noche
llegue a casa papá
Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos

Huevos, el mundo es tan atroz
Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos
Yo sé que a pesar de todo
la lucha es desigual
Hoy te convocan a la plaza
y mañana te la dan...*



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

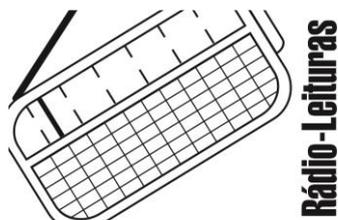
*Si pasan música nacional
no es que se hayan dado cuenta
que la cultura de un país
está en su gente
y yo se que aquí hay polenta
Nena vos creías que con la B.C.G.
se acabaría el drama de tus días
la vida es algo más, la vida es algo más*

Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos
Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos
Huevos, huevos, huevos

Homens do serviço de inteligência do estado (SIDE) regularmente liam os jornais, ouviam jornalistas nos programas de rádio e TV e estavam a par das críticas, mesmo nos primeiros meses do chamado “Processo de Reorganização Nacional” (1976-1983). A ditadura militar argentina proibiu toda a atividade política em vários setores da vida social. O universo argentino sofreu substancialmente durante o regime em que centenas de perseguidos e perderam seus trabalhos e milhares de livros foram catalogados como textos subversivos e foram queimados. Eram ideias de morte, destruição de livros, incêndios suspeitos, instituição do medo e assassinatos.

Suspeita-se que membros dos serviços de inteligência se infiltraram em diversos setores da sociedade e da juventude sem exceção. Dizia-se que eram “dateros” e “colaboradores”, os primeiros proviam dados sobre pessoas “suspeitas”, especialmente jovens, espões que ofereciam informações, e os segundos eram agentes infiltrados que cobravam por seus serviços, mas possivelmente não eram registrados como trabalhadores do estado.

Em bares e cafés locais, espaços de dança disputados pelos jovens, havia sempre a suspeita da presença de homens e mulheres dos “serviços”. Este fato não



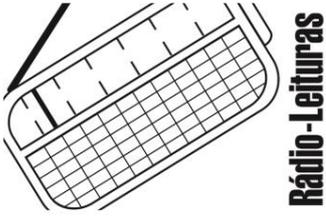
pode ser verificado e há uma trágica conotação que pode recair sobre pessoas inocentes externas às atividades de espionagem.

Após a Guerra das Malvinas, com a conseqüente derrota militar argentina e o crescimento da evidência de fracasso da ditadura militar no país, os meios de comunicação argentinos voltaram-se para a crítica política, a ação dos partidos políticos, os protestos sociais e a disseminação da música nacional contendo uma forte marca de insatisfação e protesto contra o regime militar que comandava o país.

Festivais de rock como o *La Falda* (Córdoba) e *B.A. Rock* (Buenos Aires), e as viagens constantes a Buenos Aires para entrevistar figuras do mundo pop constituíam eventos significativos. As entrevistas de Miguel Abuelo, líder de “*Los abuelos de da Nada*”, Pipo Cipollati, de *The Twist*, Federico Mouras, de *Virus*, etc., e outros grupos são constantemente realizadas.

Muitas composições musicais com ar de rebeldia e protesto que não foram registradas na chamada lista negra do regime foram amplamente divulgadas em alguns meios de comunicação usando articulações e lacunas legais. Por um lado havia liberdade, mas por outro o significado deveria corresponder a um determinado estilo musical. Na cidade de Villa Mercedes, a cobertura em 1982 do recital de Nito Mestre, antigo membro do famoso grupo *Sui-Generis*, quando visitou a cidade de Villa Mercedes (San Luis), apresentando concertos regionais e a grande atividade do trio *UFA* pelo líder Charly Guzman na vizinhança de Villa Mercedes e a chegada de Fernando Gall foram eventos cobertos por programas voltados para a juventude (*Gente Joven* e *LV Amistad*).

O rádio AM tradicional em geral propôs um menu tradicional para o rádio argentino então composto por boletins agrícolas, revistas radiofônicas matutinas, serviços noticiosos horários, suavizando o principal elemento emitido pelo teleprompter de agências informativas, programas de interesse geral, cortes folk regionais, tango e música melódica durante o dia.



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

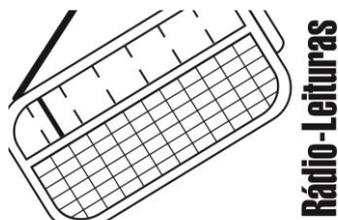
Conclusões

As duas propostas de rádio, *Gente Joven* e *LV Amistad* foram programas inovadores levados ao rádio. A letra e a música foram espelhos da cultura e da rebeldia emergentes na Argentina que mais intensiva e abertamente enfrentava a ditadura no país. A música falou por si. Charly García mostrou como levantar da cama para viver, Piero nos disse que alguma coisa era “para o povo o que era do povo”, *Los abuelos de la Nada* nos marcaram em “A Thousand hours” e “Sin gamulán”, Pablo Cantilo nos lembrou “the Marcho f Quarrel” e Miguel Mateos encorajou argentinos a tomar mais decisões e iniciativa com a frase “Huevos, en la Argentina [cocina] hacen falta huevos”.

A juventude argentina ficou fascinada pelos temas velhos e novos do ressurgente rock argentino e curvou-se à participação política em todos os partidos políticos, especialmente no Partido Peronista-Justicialista e na União Civil Radical e outros novos movimentos de expressão política. A revista democracia argentina posterior ao declínio da ditadura ainda está presente. Na sociedade argentina a liberdade gradualmente começou a retornar.

Espaços públicos de dança transformaram toda a música no rótulo de rock nacional. Novos grupos, novas questões coexistem com os clássicos das décadas passadas. Talvez tenham sido os últimos anos de LV 15 como rádio tradicional. Passaram-se os anos de esplendor, tempos fascinantes do rádio da Argentina. Foram espasmos de agonia de um fazer radiofônico, embora poucos realizados.

A música argentina foi escutada na cidade nas tardes e noites de sábado com uma nova receita radiofônica. O comunicador marca que “o que não pode ser dito no rádio, a música diz”. As chamadas rádios ilegais promovem programas distintos que progressivamente incorporam o rádio tradicional e através de acordos, o sinal



radiofônicos de Buenos Aires, que não podia ser escutado em Villa Mercedes. Essa foi uma mudança importante no espectro midiático da região.

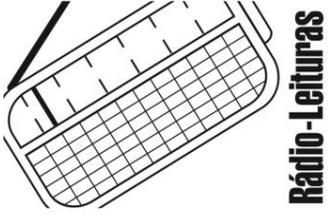
LV Amistad e Gente Joven foram dois programas paradigmáticos, que marcaram a juventude da cidade por seu conteúdo, seu frescor, sua estética e sua música. As reclamações e protestos algumas vezes não estavam evidentes, mas existiam através dos programas, não somente do texto muitas vezes poético, mas das letras das músicas. O discurso das músicas eram muito poderoso.

Algumas letras eram devastadoras para o regime, se as escutassem bem. O rock e o caráter rebelde inundavam a audiência jovem aos sábados. Os programas de rádio não foram mais transmitidos a partir de 31 de dezembro de 1983, data em que novas licenças aproveitaram vantagens oferecidas pelo regime militar, no comando das emissoras.

A ditadura militar lançou disputas e as frequências LV15 pararam de operar e o único rádio da cidade apareceu com outros atores, outra estética, outras vozes, externalizada por novos rádios clandestinas. Este foi o início do fim do período sombrio da Ditadura Militar e começou uma demanda mais urgente por liberdade na sociedade argentina, especialmente nas mãos dos jovens.

Referências Bibliográficas

- BARROS Antonio., DUARTE, Jorge. **Luiz Beltrao: perfil intelectual**. Hohlfeldt A. e Gobbi, M.C. (Orgs.), em Teoria da Comunicação. Antologia de Pesquisadores Brasileiros. Editora Meriodinal Ltda. Porto Alegre. Pags. 56-70. 2004.
- BELTRAO, Luiz. **Nuevas fronteras del Periodismo**. En *Periodistas Católicos*. Year 2, nº 7. Montevideo: Culap. Janeiro. 1969.



Rádio, ditadura e rock

Sergio Ricardo Quiroga

LORETI, Damián. **El derecho a la información**. Buenos Aires. Paidós, 1995.

Gómez, R Reflexiones sobre “lo alternativo” y la alternatividad” en el campo de la comunicación y la cultura en Argentina y América Latina. *El Equilibrista*, Year 1 N°1. 2013.

QUIROGA, Sergio. **Emisor, investigación cualitativa y producción de noticias**. Cultura media y fuentes. Alemania. Editorial EAE. 2012.

QUIROGA, Sergio. La agenda radial y el efecto rebote (The Radio Agenda and the news rebound). *Revista Comunicare*. Vol. 2- N° 2 - 2do. Semester 2002. Faculdade Cásper Líbero e Paulus Editora de Brasil. Pages 103-115. 2002.