



RADIOJORNALISMO: INTERATIVIDADE E DEMOCRATIZAÇÃO

Nadini de Almeida Lopes¹

RESUMO: Este artigo tem como objetivo relacionar o pensamento do profissional do radiojornalismo e dos ouvintes com relação à interatividade. Considerando o estudo articulado por alguns autores e uma breve pesquisa de campo foi possível utilizar o conhecimento adquirido durante a disciplina para contextualizar o leitor quanto ao quadro atual que envolve o ouvinte e a busca pela democratização como fatores primordiais para o direcionamento editorial das rádios. A discussão considerou a importância de se manter o canal livre para o posicionamento do ouvinte e também alguns problemas que podem ser gerados pela falta de instrução que o permita compreender que ele é peça chave na construção da programação.

PALAVRAS-CHAVE: *Radiojornalismo; Interatividade; Ouvinte; Democratização.*

¹ Jornalista e aluna especial no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP.

Introdução

O objetivo deste artigo é situar a relação dessa via de mão dupla chamada interatividade que mostra as dificuldades com relação à participação do ouvinte e, ao mesmo tempo, a sua importância na construção de um radiojornalismo democrático. E essa democratização do rádio considera a influência do ouvinte que contribui no direcionamento do conteúdo da programação, na importância de dar voz e espaço para que todos se expressem, mas também apresenta algumas dificuldades encontradas para que isso aconteça plenamente como, por exemplo, a preocupação com a estética, as barreiras que impedem os profissionais de cederem este espaço, as questões comerciais e mercadológicas envolvidas e também questões políticas.

Para justificar essa análise, foi selecionado o programa Ciranda da Cidade, transmitido pela Rádio Bandeirantes e, com este universo sendo explorado por meio de uma análise qualitativa da programação, foram elaboradas entrevistas com o apresentador e também com alguns ouvintes. Foram selecionados alguns ouvintes de rádio com idade entre 20 e 45 anos que têm o costume de ouvir rádio principalmente para obter informação, mas, não foram descartados os entrevistados que sintonizam as rádios em busca de entretenimento. Em contrapartida a entrevista com um profissional de Rádio, o jornalista e apresentador do programa selecionado Milton Parron, teve como objetivo principal entender o universo da rádio quando questionado sobre a opinião do ouvinte para a escolha dos elementos da programação. A opção foi por não tecer uma análise quantitativa em uma tentativa de não minimizar a interferência dos ouvintes no conteúdo da programação levando em conta somente o número de vezes que entram no ar, mas sim, a qualidade dessa influência analisada pelos olhos do veículo e percepção dos ouvintes.

A falta de exploração do rádio como um veículo fundamental na divulgação das informações jornalísticas traz à tona dificuldades que impossibilitam a interação do ouvinte e da sociedade na construção da programação.

O ritmo frenético de informações transforma o radiojornalismo em um canal que demonstra a competitividade pela publicação da notícia em tempo real e a expansão da internet influencia a prática jornalística das demais plataformas levando o usuário a

sentir a necessidade de obter o maior número de informações, mesmo que sem se aprofundar no conteúdo, para ter a sensação de estar informado.

Para Gisela Ortriwano o rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse capaz, não apenas de emitir, mas também de receber. “A radiodifusão deveria afastar-se das fontes oficiais de abastecimento e transformar ouvintes nos grandes abastecedores”. (Ortriwano, 1998:13).

A possibilidade da construção de uma programação aberta torna-se, deste modo, essencial para a renovação do radiojornalismo e para incentivar a democratização.

Seja através da intervenção telefônica, da abertura das portas da emissora à comunidade, da transmissão direta das ruas ou da veiculação das fitas produzidas pelos próprios ouvintes, as rádios livres restabelecem o circuito do diálogo nas mídias de massa, abrindo a possibilidade de falarem e serem ouvidos, sobretudo àquela camada da população tradicionalmente afastadas das antenas (Machado & Magri & Masagão, 1986:31).

Enquanto as rádios livres buscam a transparência e a inexistência de intermediários na relação entre aquele que reporta a informação e aqueles que a obtém, as rádios tradicionais acabam se afastando dessa realidade no momento em que sua programação passa a alimentar uma “rádio informativa”, como disse Raymond Murray Schafer citando Marshall McLuhan² a decepção é chamada de rádio informativa que possui a desculpa de conectar o ouvinte no mesmo instante aos acontecimentos vitais onde quer que estejam se produzindo neste planeta. (Schafer, 1997: 34). Para os defensores o canal (rádio) é melhor desenvolvido dessa maneira, mas para o autor a forma mais saudável de radiodifusão é a comunitária.

A limitação de quilohertz e megahertz também será abolida e possibilitará o nascimento de milhares de novos canais de rádio, fragmentando a audiência. “Quando este desenvolvimento se der a conhecer, o rádio precisará se tornar um meio de comunicação de respostas rápidas e cibernético, fazendo com que os ouvintes fiquem mais ativamente envolvidos” (Schafer, 1997:35).

² Raymond Murray Schafer é pesquisador, escritor e professor de Música. Marshall McLuhan foi um filósofo e educador canadense.

Desenvolvimento

Schafer cita o início do envolvimento do ouvinte como tendo início com os programas de linha direta, que são um retorno do rádio à telefonia e afirma que se os ouvintes passarem a desempenhar um papel importante na reestruturação do rádio.

A Rádio Bandeirantes (AM 840 / FM 90,9) possui em sua programação alguns programas que permitem a participação do ouvinte com mais ênfase. O clássico “Pulo do Gato” com o apresentador José Paulo de Andrade que atende milhares de reclamações, por exemplo, e o “Linha Direta com a Justiça” coordenado por Milton Parron.

No programa Linha Direta juízes das áreas cível, criminal e trabalhista junto com Magistrados, Procuradores de Justiça e Defensores Públicos se reúnem para tirar, ao vivo, as mais diversas dúvidas dos ouvintes. O programa vai ao ar todas as sextas-feiras às 14h no programa *Ciranda da Cidade*.

O jornalista e apresentador Milton Parron³ afirma que muitos profissionais do rádio estão despreparados para a interatividade com o ouvinte, não sendo sérios no momento de interagir, fazendo acusações sem embasamentos, ofendendo e transmitindo informações falsas.

“Para pleitear a alteração da programação para que se insira o conteúdo que lhe interessa, o ouvinte tem os canais clássicos, hoje acrescidos da Internet, bastando enviar um e-mail para a direção da emissora. Carta, telegrama, telefonema também ajudam. E o mais infalível de todos os métodos, que é a mudança de estação. Perdendo audiência, a rádio perde patrocinadores e acaba sucumbindo aos apelos dos ouvintes”, afirma Parron.

Exagero

Ao citar os “espinhos” no processo de comunicação no rádio, a Professora e Pesquisadora Gisele Swetlana Ortriwano (1998:15), cita o período em que o veículo foi considerado um perigoso agente de padronização, podendo ser utilizado para influenciar a mente humana. Além disso, não se pode deixar para trás a diferença entre informação e notícia. O primeiro se fortalece em detrimento do segundo nesse momento em que o

³ Entrevista exclusiva realizada em 23 de junho de 2010

mundo anseia por interação no ciberespaço, sem se limitarem com as barreiras entre os territórios e sentindo a necessidade de obterem o maior número de informações possíveis, porém, sem se aprofundar em nenhuma delas.

Essa mudança também influencia o radiojornalismo e a forma como é visto atualmente. O modelo atual de rádio seguido por praticamente todas as emissoras transforma o jornalismo em uma corrida por informar e o excesso de informações dificulta o aprofundamento.

Parron afirma que essa mania de noticiar, em ritmo acelerado, transformou-se em uma grande “congestão noticiosa”. Pela necessidade de preencher horas e horas de noticiário repete-se na hora seguinte, quando não nos minutos seguintes, aquilo que foi dito minutos antes. “Emissoras com um maior número de funcionários se dão ao trabalho de, pelo menos, modificar o texto, embora o conteúdo seja o mesmo”.

“O rádio precisa ter horário específico de notícias para que o ouvinte não tenha que adivinhar a que horas ele saberá dos fatos. E precisa também estar com o restante da programação liberado para interrupção quando precisar divulgar algo extraordinário. O rádio precisa diminuir o número de colaboradores falando sobre tudo. Tem emissora que se você ouvir durante um ano, no final receberá diploma de economista de tanto que fala sobre commodities, investimentos em bolsa, quebra de safra e etc. Algumas só falam de cães e gatos, outras mais ensinam em tempo integral como tomar, armazenar e servir os vinhos. É preciso botar mais música na programação do rádio. É preciso diminuir um pouco o falatório. Ou seja, eu não mudaria o formato, eu voltaria ao rádio de antes, mesclado com algumas modernidades que a globalização hoje permite”.

O escritor e consultor corporativo Guillermo Piernes afirma que o poder de síntese noticiosa foi perdendo vigência no continente latino americano no processo histórico de crescimento dos governos autoritários. “É comum os noticiários se prolongarem por mais de uma hora. Dessa forma o homem comum recebe um bombardeio de notícias de tal magnitude que lhe impede um mínimo processo de seleção entre aquilo que não lhe serve e o que realmente fala a seu próprio interesse”, afirma (Piernes, 1990:38).

O Ouvinte

Para entender a análise do ouvinte no que diz respeito à interatividade foram feitas quinze entrevistas com profissionais com nível superior e idade entre 20 e 45 anos e que ouvem rádio com o objetivo de se informarem ou divertirem.

Cerca de 67% dos entrevistados consideram a participação do ouvinte essencial e importante para o direcionamento da rádio em virtude da opinião e colaboração. O questionamento deixou de mencionar a participação desse ouvinte em promoções e demais formas de interação, mas sim a intervenção do ouvinte com dúvidas, dicas de trânsito entre outros itens que comprometem esse contato com a democratização do rádio.

Além disso, 80% consideram que a participação do ouvinte na rádio influencia no editorial e que os produtores e jornalistas consideram essa opinião no momento de se pautarem e manterem determinados programas no ar. De acordo com eles a rádio é direcionada para um determinado público alvo e a programação atende aos gostos do ouvinte.

Por outro lado 80% dos entrevistados afirmam que não ligam nem mandam email ou tentam alguma forma de interação. Já 66% dizem que uma das questões que dificulta o contato é a falta de hábito. Outro questionamento levantado por alguns entrevistados é a dificuldade de entrar em contato com o veículo, muitos reclamaram dos telefones que estão sempre ocupados e até emails que nunca são respondidos.

Ao perguntar ao jornalista Milton Parron sobre os padrões estéticos considerados pelas rádios ele afirma que essas questões são uma barreira entre o ouvinte e a emissora. Além disso, acrescenta um comentário sobre o profissional da área comercial que, como é contratado somente para vender, não percebe que anúncio demais acaba com o padrão estético. “Entendo que os anúncios deveriam custar mais caro de forma que os poucos compensariam o rendimento de muitos. Basta perguntar às pessoas se gostam de ouvir música e informação ou anúncio no rádio”.

87% dos entrevistados afirmam não se importarem com as questões estéticas relacionadas à voz dos ouvintes que participam da programação e entendem que os profissionais da rádio devem corrigir caso alguma informação errada seja transmitida no

ar. Para eles é importante que o ouvinte exponha sua opinião e ela é que deve ser levada em consideração.

Considerações finais

Nessa fase de revolução tecnológica a facilidade do acesso à informação e também o excesso de exposição aos conteúdos noticiosos incentivam as pessoas a buscarem o maior número de informações e fazendo com que tenham a falsa sensação de estarem informadas. E, por outro lado, os veículos demonstram a necessidade de não deixar passar nenhuma informação sem ser noticiada.

Sendo importante ao jornalista estar nas ruas, e não somente recebendo notícias de agências, faz-se essencial a participação do receptor na construção diária da programação da rádio ou televisão e também no momento de pautar os repórteres de veículos impressos.

A discussão também pode ir além da questão da interatividade que é fundamental para a construção da programação. Se o diálogo radiojornalístico abrir espaço para os fenômenos do mundo falarem por si através da captação e exploração dos mais diversos áudios e deixarem os meios abertos para que o ouvinte compreenda e participe ativamente do processo de noticiar torna-se possível desbravar os caminhos pouco explorados do meio radiofônico e transforma a intervenção do ouvinte em essencial para aproximar o emissor próximo das reais necessidades do ouvinte.

Como afirma Schafer: “Por que não gravar a mudança das estações no som das folhas outonais, ou na chegada dos pássaros na primavera? E por que não divulgar esses temas nas vozes de quem melhor os compreende?” (Schafer, 1997: 37).

Sendo uma mídia que integra música, significação verbal e a sonoridade, e estes três aspectos não se dissociam, a forma que se dá o discurso radiofônico tem a capacidade de configurar a interação para o ouvinte mesmo que sem a sua direta participação.

A rádio livre, por exemplo, da voz à comunidade e permite que essa exprima suas opiniões livremente. Milton Parron acredita que não há necessidade da modificação da programação e se vê temeroso também de lançar o rádio às mãos de pessoas que não tenham comedimento, sensatez e que não estejam preparadas para isso.

Essa discussão não limita o incentivo à interatividade, mas sim, pede para que seja feita com cautela e responsabilidade. “Na Rádio Bandeirantes conheço pelo menos uns quinze ouvintes que são profissionais da interatividade. Interação durante as 24 horas do dia e palpitam sobre tudo, desde as pesquisas com célula tronco, até o perfil ideal do técnico do Arapiraca Futebol Clube. Contribui com alguma coisa essa interatividade?

Deste modo é importante analisar a forma de abertura para essa interação que deverá considerar os contratempos e entender o papel do jornalista como o patriota que, por definições históricas, é a voz das nações. “A palavra patriota veio a significar o defensor consciente das transformações burguesas progressistas e revolucionárias, o lutador empenhado em concretizá-las contra a Igreja e a aristocracia desmoralizada”. (Hudeck, 1980: 22).

Convidar o ouvinte a interagir não é retirar os profissionais de suas cadeiras de trabalho e substituí-los por pessoas que podem não estar preparadas para assumir essas responsabilidades, mas sim, é aceitar que o diálogo radiojornalístico não é um monólogo e essa via de mão dupla, que permite o emissor a ser receptor e conhecer os ouvintes, é fundamental para a democratização do rádio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- HUDECK, Vladimir. **O que é jornalismo?** Lisboa: Editorial Caminho, 1980.
- MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio & MASAGÃO, Marcelo. **Canais para a resposta da audiência.** IN Rádios Livres: a reforma agrária no ar. São Paulo: Brasiliense, 1986, pp. 26-57.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Interatividade entre Rosas e Espinhos.** IN Revista Novos Olhares, São Paulo: ECA/USP, Ano 1, nº 2, 2º Semestre de 1998, PP. 13-30
- PIERNES, Guillermo. **Excesso de informação – a censura menos grosseira.** IN **Comunicação e desintegração da América latina.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1990, pp. 37-42.

SCHAFER, Murray R. **Rádio Radical**. IN Bentes, Ivana & Zaremba, Lílian (Orgs). **Rádio Nova: constelações da radiofonia contemporânea**. Rio de Janeiro: UFRJ-ECO-Publice, 1997 pp. 27-39.

Entrevista

Milton Parron - realizada em 23 de junho de 2010.