

O gênero Debate e o mito da superficialidade no rádio – A experiência do programa Além da Notícia

Alda de Almeida¹

RESUMO

As principais características do rádio, instantaneidade, linguagem clara e popularidade, fundamentam as críticas sobre a superficialidade do veículo, mas o aprofundamento é possível através de programas como a grande reportagem, documentário e debate. O desaparecimento dos formatos jornalísticos mais dispendiosos em função da falta de investimentos. A sobrevivência dos debates ao vivo, com as vantagens e os problemas apresentados por este modelo. O exemplo do programa **Além da Notícia**, da Rádio MEC.

Palavras-chave: formatos radiofônicos, programa ao vivo e aprofundamento

¹ Jornalista e professora de Radiojornalismo da Universidade Veiga de Almeida-Rio de Janeiro

Algumas das principais características que fizeram do Rádio o veículo de maior penetração na sociedade são também as responsáveis pelas críticas que lhe atribuem de superficialidade e falta de aprofundamento dos assuntos do cotidiano. Desde que a televisão absorveu as gordas verbas publicitárias no início dos anos 60, e os grandes *casts* de apresentadores, redatores e roteiristas migraram para a telinha, que o Rádio encontrou no trinômio música, informação e utilidade pública sua estratégia de sobrevivência. A exceção ficou com os programas esportivos, que detêm até hoje as maiores verbas de publicidade das principais emissoras de onda média (amplitude modulada) do Rio de Janeiro.

Através do tempo, cristalizou-se a idéia de que rádio é sinônimo de superficialidade. Engano de acadêmicos apressados? Instantaneidade, linguagem clara e direta e popularidade não são necessariamente pré-requisitos de informação superficial, sem conteúdo. Existe toda uma variedade de formatos radiofônicos que permitem aprofundar os vários tipos de assunto que estejam nos noticiários, sem desconsiderar a oralidade e o alcance social do veículo. O documentário, a grande reportagem, os vários tipos de entrevista, o debate, a crônica e o comentário são apenas alguns destes formatos.

Se existem tantas possibilidades, por que o rádio parece cada vez mais indigente em termos de programação jornalística? A resposta pode estar no modelo excessivamente comercial de exploração que tem prevalecido entre nós e que leva em conta apenas outra característica importante do veículo: o baixo custo de produção. Quando os “elevados” investimentos de um programa estão em discussão, é bom lembrarmos que existem outras formas de calcular os custos fora do esquema despesa/anunciantes. Mário Kaplun propõe uma forma de calcular o custo de um programa levando em consideração a audiência:

“... És cierto que los programas dinámicos son mas caros en términos de dinero y de recursos humanos. Requieren más personal y maior dedicación de tiempo. Pero hay que ver la relacion costo-beneficio. En radio, como en todo medio de comunicación de massas, el costo real no está dado por el presupuesto de la emisión em cifras absolutas, sino por el costo relativo, *per cápita*, resultante de dividir el monto de la inversión por el número de oyentes alcanzado (cobertura). Si un programa cuesta el triple de otro, pero atrai e logra nuclear e interesar a una audiencia seis veces más numerosa, su costo real (costo *per cápita*) es, en realidad, dos veces menor”. ²

² KAPLUN, Mario. Produccion de Programas de Radio – el guion, la realizacion, Quito, Ciespal, 1978, pág 150

Traduzindo, a maior tela do mundo vem sendo apagada por falta de investimentos. Sobrevivem apenas os formatos que são “rentáveis”; o noticiário, composto cada vez mais por notas e menos pela reportagem, a entrevista, o debate e o comentário-restrito ao esporte e à economia, dependendo do público alvo da emissora.

A proposta deste trabalho é analisar as vantagens e desvantagens do debate ao vivo, um formato sobrevivente por aliar ao baixo custo de produção o aprofundamento e a interatividade com o ouvinte. Qualquer assunto de interesse público, do **apagão** ao escândalo político, pode ser pauta de um bom debate que privilegie o **como** e o **por quê**, geralmente esquecidos nos noticiários devido ao tempo curto e à linguagem concisa da notícia radiofônica. O debate é um formato geralmente apresentado ao vivo, o que lhe empresta uma credibilidade particular, na medida em que o ouvinte tem acesso ao depoimento integral do entrevistado. Não há edição e os cortes do apresentador são percebidos pelo ouvinte.

Informar para formar

Mais de quatro anos à frente de um programa semanal de debates, o **Além da Notícia** (MEC/AM), deram-me a certeza de que o rádio, por sua oralidade e grande alcance, pode desempenhar um relevante papel educativo. Não se presta à educação formal, pois o processo de aprendizagem é audiovisual, mas é uma importante ferramenta de educação para a cidadania. Essa função “educativa” constitui a matéria-prima dos programas de aprofundamento. Mário Kaplun destaca a importância do rádio nesse processo que podemos chamar de sócio-educativo. **“La radio se ha mostrado eficaz como médio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes. Es posible asimismo através de la radio llevar a uma reflexion sobre valores y actitudes, estimular el raciocínio, favorecer la formación de uma conciencia crítica.”**³

Não basta martelar o ouvinte com notícias o tempo todo, criando inclusive o risco de o “intoxicar”. É necessário estabelecer conexões com o cotidiano, mostrar os fatos dentro do contexto em que aconteceram, numa relação de causa e efeito não somente a curto, mas principalmente a médio e longo prazo. E isso só os programas de aprofundamento conseguem

³ Idem, ibidem, pág 128

fazer. Sem eles, há um real empobrecimento de conteúdo do veículo, que o transforma em uma espécie de “papagaio”, repetindo notícias, sem levar a nenhuma reflexão sobre elas.

Apesar das vantagens já citadas, os programas ao vivo costumam enfrentar problemas práticos, desde a ausência de um convidado confirmado pela produção até uma possível briga entre os convidados com o programa no ar. Nessas horas, o apresentador precisa manter controle absoluto sobre a situação, o que nem sempre é fácil. As dificuldades criaram até um bordão muito conhecido entre os profissionais de mídias eletrônicas: quem sabe faz ao vivo. A frase retrata bem a realidade. Para fazer ao vivo, é preciso conhecer as características do veículo e estar bem informado sobre o assunto em pauta. Portanto é preciso estudar, ler, pesquisar. Este comportamento difere bastante da velha concepção que entende o apresentador de programas jornalísticos apenas como um profissional dotado de boa voz e empatia com o ouvinte.

O bom programa de debates começa exatamente pela escolha de uma boa pauta, aquela que tem grande impacto no cotidiano da população. Depois é preciso exercer a teoria do espelho, colocar-se no lugar do ouvinte e perguntar : o que eu gostaria de saber sobre esse assunto? De que modo tais fatos interferem na minha vida?

A seleção das fontes

A verdadeira atividade jornalística consiste justamente no aprofundamento. Todos conhecemos a metáfora de que a verdade corresponde a um diamante lapidado e a compreensão que cada um tem depende da face do diamante que observa. O trabalho do jornalista, em qualquer veículo, é “abrir” o maior número possível de janelas (ou faces do diamante) para que o público tenha a visão mais próxima possível do que considera verdade. Assim, a pluralidade de fontes é fundamental ao desenvolvimento de um programa de aprofundamento. Cada convidado deve representar um aspecto importante do tema a ser tratado e ter saber reconhecido sobre o assunto. Pesquisadores, estudiosos, autores de alguma teoria nova são sempre bem-vindos. Ao relacionar os possíveis convidados, é necessário fugir de uma armadilha cada vez mais comum no jornalismo brasileiro: o oficialismo. Ministros, secretários, dirigentes de estatais e outros ligados ao poder público são bem-vindos, entretanto é preciso que haja multiplicidade de pontos de vista para não correr o risco de o debate (ou mesa-redonda) descambar para a repetição do discurso oficial. É preciso também variar as fontes, fugir da tentação de transformar determinado

participante em convidado cativo só porque ele fala bem, entende do assunto e é acessível. Novas fontes trazem novas idéias, novos pontos de vista, o que certamente vai enriquecer o programa...e os ouvintes.

Walter Alves, em *La Cocina Electrónica*, nos lembra a importância da escolha dos convidados para o sucesso de uma mesa-redonda ou debate.

“Cuando los participantes son de primera, una mesa redonda puede ter una relevancia extraordinária. Pienso solamente em lo que sucede em las mesas redondas sobre el fútbol. Ocurren escenas casi de pugilato. Al día siguiente, la prensa expande las opiniones emitidas. Cabe que nosotros le demos tanta relevancia al esporte así como a la medicina, la astronomia, la investigación biológica o las matemáticas aplicadas. Duro, pero no imposible”.⁴

A crise energética é um bom exemplo de como a nossa imprensa nem sempre faz as escolhas certas. As mídias eletrônicas em geral – as rádios inclusive – têm tratado o assunto em tom de campanha para economizar energia, fazendo programas de serviço do tipo “desligue o freezer e o microondas, pois do contrário você vai levar o País ao caos”. Seguindo a linha “rádio é serviço”, não esclarecem ao ouvinte por que estamos quase às escuras, nem como chegamos a tal situação. Aparentemente é tudo culpa de São Pedro, que não teria providenciado o volume necessário de chuvas. Esse tipo de orientação editorial pode levar à perda do maior patrimônio do rádio: a credibilidade.

No ar

Quando as luzes vermelhas do estúdio se acendem, acaba a contagem regressiva. Chegou a hora de a equipe saber se as escolhas foram acertadas. Do contrário, o apresentador terá pela frente muitos problemas e... todos ao vivo. É com o programa no ar que se descobre que um convidado é gago, outro tem um forte sotaque estrangeiro e o terceiro não domina muito bem o assunto, mas veio ao programa substituir aquele participante que teve um problema de última hora. Aliás, convidados que não aparecem são muito mais frequentes do que se imagina. Por isso é importante garantir sempre um número maior de participantes. Um debate pode acontecer com apenas dois convidados, mas o manual dos jornalistas escaldados recomenda chamar no mínimo quatro pessoas, já prevendo as eventuais desistências. Elas acontecem até por telefone. Certa vez, o deputado estadual Carlos Minc (PT-RJ) tinha confirmado entrar ao vivo por telefone num **Além da Notícia** (Rádio MEC) sobre reciclagem de lixo. Na hora combinada, a produtora ligou para a

⁴ ALVES, Walter. *La cocina electrónica – Materiales de Trabajo*, Quito, Ciespal, 1994, pag 88

casa do deputado para conectá-lo ao estúdio e nós conversarmos ao vivo. Quando levantei o polegar direito para a produtora que estava ao telefone ela abaixou o dela. “Êpa! Deu galho”. No primeiro intervalo, a produtora entrou no estúdio para se explicar. O deputado alegou que estava assistindo a uma importante partida de futebol e não podia atender ao telefone, pois não queria perder nenhum lance. O que faz o apresentador nessa hora? Esquece que o deputado existe e leva o assunto em frente. Depois manda apagar o número de telefone dele da agenda da produção. Convidado que *deixa furo* não deve ser chamado duas vezes.

Para driblar os possíveis problemas o condutor do programa ao vivo deve estar sempre muito bem informado e levar para o estúdio material sobre o tema focado. Podem ser as últimas informações, um serviço ou ainda destaques da pesquisa feita previamente.

Também é importante acrescentar outros ingredientes ao formato básico. Aquela determinada música pode ajudar a criar um clima em torno do programa. A música tem múltiplas funções, inclusive a didática. No **Além da Notícia** (Mec/Am) dedicado à escassez de água usamos “Terra Planeta Água”, de Guilherme Arantes. A letra reproduz o ciclo das águas na natureza, presente ao longo de todo o programa. Usar a reportagem também contribui para dar ritmo e manter o interesse dos ouvintes. O repórter pode entrevistar uma determinada fonte, conseguindo inclusive informações mais recentes sobre o assunto ou ouvir a opinião de populares, o chamado “povo fala”. Mas e quando você chama o repórter e ele não entra? Isso não seria mais um complicador para programas ao vivo? Certamente. Mas a participação da reportagem é sempre enriquecedora, portanto, é preciso manter a tranquilidade, explicar aos ouvintes que aconteceu um problema com a ligação telefônica e a produção já está tentando novo contato com o repórter. O programa segue em frente.

Existem, no entanto, situações que fogem a qualquer previsão. E podem acontecer até num programa com “pauta de rotina” ou “pauta de agenda”. No caso, foi um **Além da Notícia** em dezembro de 98, sobre movimento de Natal, produtos mais procurados, valor unitário dos presentes, etc. Entre os vários ângulos do tema, enfocamos o comércio popular. Deslocamos o repórter para a SAARA (Sociedade dos Amigos da Rua da Alfândega e Adjacências) no centro do Rio, com duas missões: fazer um povo fala ao vivo e depois entrevistar o presidente da entidade, o lojista Ênio Bittencourt, também ao vivo. O repórter entrou com o “povo fala” conforme o previsto, sem nenhum problema. A entrevista com o empresário estava confirmada e, na passagem para o estúdio, eu e o repórter anunciamos para o bloco seguinte a entrevista ao

vivo. Na hora combinada a produtora ligou para o repórter através do celular e eu anunciei a entrevista. De repente, aquela confusão, vários dedos fazendo sinal negativo. Peço desculpas aos ouvintes, explico que aconteceu um problema de contato com a reportagem e ...prometemos a entrevista para “daqui a pouco”. Esse “daqui a pouco” nunca aconteceu. Ênio Bittencourt esqueceu que tinha marcado com a rádio, saiu da loja para resolver um problema e, quando voltou, o programa já tinha acabado. Em respeito aos ouvintes, passamos recibo, contamos no ar toda a verdade, que o entrevistado esqueceu o acerto com a emissora. Moral da história: nunca se deve chamar o entrevistado sem ter a certeza absoluta que ele está na linha.

E quando a linha telefônica cai em meio a uma entrevista? Pedir desculpas aos ouvintes (eles merecem) e garantir que a produção do programa já está tentando retomar a ligação. Isso é um compromisso! Encerrar o programa sem ter finalizado aquela entrevista interrompida, só em último caso. Mas último mesmo! Se o problema técnico que originou o problema foi responsabilidade da companhia telefônica, você pode dizer isso no ar e pedir providências para o restabelecimento das linhas do estúdio. Se foi da equipe da rádio, o melhor é ser honesto e dizer: falha nossa!

A técnica de perguntar

O apresentador do debate ao vivo desempenha simultaneamente as funções de repórter e editor. É ainda o responsável por manter o ritmo do programa, propor novas linhas de discussão, contemporizar, mediar, acrescentar informações e, principalmente, perguntar. Por isso, deve estar muito bem preparado sobre o tema que está sendo abordado. A técnica de entrevista em rádio é basicamente a mesma aplicada em outras áreas do jornalismo, respeitando as principais características da linguagem do veículo; clareza, concisão e coloquialismo. As perguntas devem ser diretas, sem tom de enciclopédia. Nada de contar histórias de cinco linhas para fazer a pergunta. O entrevistador também não acha, e nem faz perguntas do tipo “o senhor acha”, pois corre o risco de ouvir como resposta apenas um “acho”. É sempre melhor fazer perguntas que obriguem o entrevistado a falar, do tipo por quê, como, quando. Por falar em quando, determinados programas, por exemplo ligados a campanhas de saúde, devem incluir um serviço. Que postos vão funcionar? Quais os horários?

É fundamental para o apresentador ouvir o que o entrevistado está falando. A pauta de qualquer entrevista deve ser básica, conter apenas algumas perguntas-chave. A entrevista vai sendo conduzida à medida que acontece. Uma resposta do convidado deve ser a base de uma

nova pergunta. Isso dá fluidez ao diálogo e ajuda a manter a coloquialidade. Em rádio se conversa e o tom do programa deve ser natural como um papo na sala de estar. As perguntas devem ser feitas uma de cada vez para evitar confusão nas respostas e mais confusão ainda na cabeça do ouvinte. Além disso, quando o apresentador faz duas perguntas seguidas, o convidado sempre tem a chance de escolher a que melhor lhe convém, alongar-se na resposta e simplesmente “esquecer” a outra pergunta.

Quando o assunto é complicado ou muito específico (por exemplo, medicina) é bom pedir ao entrevistado para explicar certos conceitos, traduzir para o popular certas palavras, aproximar o assunto do cotidiano dos ouvintes. Tentar sempre traduzir para o concreto certas grandezas. O ator Ronald Reagan, ex-presidente dos Estados Unidos, certa vez disse aos técnicos do Tesouro norte-americano que não imaginava quanto representava em volume um bilhão de dólares. Os técnicos fizeram alguns cálculos e explicaram-lhe que se fossem colocadas notas de um dólar em pilhas, um bilhão de dólares corresponderiam a 10 prédios de 10 andares (ou algo assim). Grandezas precisam ser “visualizadas” e o melhor caminho é a comparação com coisas concretas. O desperdício de água no Rio de Janeiro dá para encher quantos Maracanãs mesmo? E quantos carros populares posso comprar com dois milhões de reais?

Outras dicas: evitar as perguntas de “levantador de vôlei”, aquelas feitas na medida para o convidado aparecer. É típica de *jabás* (programas pagos) e programas político-partidários. Evitar as perguntas que trazem juízo de valor. Do tipo **“O senhor não acha que a crise energética é gerada, entre outras razões, pela falta de investimentos dos governos nos últimos dez anos e pela expectativa de que estes investimentos viriam dos grupos econômicos estrangeiros que assumiram o controle de várias geradoras e distribuidoras de energia após a privatização?”** A tendência é que a resposta limite-se a um elucidativo “Sim”.

O apresentador também não deve falar mais do que o entrevistado. Mas o que fazer quando o entrevistado é monossilábico? Este realmente é um dos problemas que só se descobre minutos antes de entrar no ar, ou com o programa no ar, se o convidado chegar atrasado. O melhor é concentrar as perguntas nos outros entrevistados, mas por educação é preciso fazer algumas ao convidado que responde “sim”, “não”, “talvez”. O apresentador deve usar seus conhecimentos sobre o assunto para preencher possíveis “silêncios”, mas fatalmente vai aparecer mais do que deveria. Não é preciso desanimar, o importante no programa é o resultado final.

O mais difícil na entrevista ao vivo é cortar a fala do entrevistado, mas necessário. O tempo em rádio não segue o tempo cronológico. Há o aspecto psicológico. Alguns segundos podem parecer para o ouvinte uma eternidade e a tendência é que ele se distraia com outras coisas quando atinge o ponto de saturação. Se a resposta estiver muito longa, repetitiva, é preciso achar rapidamente um “gancho” e passar para outra pergunta. O jornalista/apresentador deve manter sempre o domínio do programa, conduzi-lo. A frase está presente em todos os manuais de radiojornalismo. Mas na prática essa tarefa pode tornar-se das mais ingratas. Nos debates polêmicos os ânimos costumam ficar bastante acirrados e o programa literalmente ferver. Quatro anos atrás, quando as vans ainda não estavam regularizadas no Rio, o **Além da Notícia** promoveu um debate sobre o caos nos transportes urbanos e o tempo esquentou tanto que a produtora teve que convocar os seguranças da Rádio MEC. Primeiro, o vice-presidente do Sindicato dos Taxistas referiu-se várias vezes ao então governador Marcelo Alencar como um “bêbado”. Fui obrigada a adverti-lo no ar e ameaçar cortar o microfone. Depois começou uma discussão deslegante com o representante das cooperativas de vans que chegou à ameaça física. Os seguranças foram chamados e eu avisei ao taxista que se continuasse agindo daquela maneira, pediria sua retirada do estúdio. Quando o programa acabou, todos da equipe estavam estressados.

Existem várias formas de um programa ao vivo “desandar”. Mesmo quando os entrevistados são todos especialistas em suas áreas e têm curso superior. Um debate aparentemente simples, em homenagem ao Dia do Trabalhador, pode virar um tormento? Pode. Mais um **Além da Notícia** de calendário, desta vez em homenagem ao Primeiro de Maio. No estúdio, dois economistas, representando a Fundação Getúlio Vargas e o Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IPEA), uma professora da Universidade Federal Fluminense (UFF) especializada em História do Trabalho e uma médica do Ministério do Trabalho. Estavam em pauta as mudanças no perfil do mercado de trabalho, achatamento salarial e conseqüente empobrecimento das classes trabalhadoras, possível perda de conquistas sociais e a globalização. Desde o início ficaram claras as diferenças ideológicas e de discurso dos convidados que formaram dois grupos definidos e antagônicos. Os dois economistas sentaram juntos e ficaram à minha direita, a professora e a médica à minha esquerda. Iniciado o debate o clima começou a ficar tenso devido ao confronto entre as visões opostas das questões em debate. O representante do IPEA e a historiadora assumiram claramente o papel de defensores de determinadas visões; ele técnicas, ela sociais. Os dois discutiram, brigaram e trocaram farpas. Um insinuava que o

governo é míope e mal intencionado, o outro que as esquerdas são históricas e têm um discurso envelhecido. Quando eu tentava mudar de convidado, centrando as perguntas na economista da FGV ou na médica do Ministério, um dos dois sempre pedia um aparte para acrescentar ou contestar alguma informação e a guerra verbal recomeçava. O programa ficou pesado, tocou em várias das feridas sociais e em algumas das mazelas econômicas brasileiras. Todas as minhas tentativas de interferir acabaram lançando mais lenha na fogueira. À medida que o programa avançava fui percebendo um clima tenso do outro lado do “aquário”. A produtora estava com uma cara preocupada e falava ao telefone (com quem?), o operador estava visivelmente nervoso. Mas logo ele, grande companheiro de programas e além de tudo um fã assumido do nosso trabalho? O que está acontecendo? Terminei o programa convocando os ouvintes para as manifestações de rua e não tive tempo nem de me despedir direito dos convidados. A produtora me avisou que era melhor eu subir logo, tinha gente à minha espera na redação. Subi. O chefe do jornalismo, na época Fernando Antônio Faria e a superintendente da rádio, Liara Avelar, me aguardavam para uma conversa.

O programa tinha desagradado ao presidente da Fundação Roquete Pinto, que administrava a rádio e a TVE. Ele pegou um carro oficial, foi para a rádio e convocou as chefias ao gabinete da direção, onde o aparelho de recepção estava ligado no **Além da Notícia** para desespero de todos os que estavam na sala. O todo-poderoso disse que não era possível permitir que se falasse mal do governo em uma emissora do governo, arrasou com as chefias da rádio e ameaçou tirar o programa do ar naquele instante. E claro, pediu a minha cabeça numa bandeja. Pediu. Mas não levou graças à atitude corajosa do Fernando, da Liara e da diretora da rádio, Regina Salles. O programa foi retirado da grade durante duas semanas, eu fiquei de castigo longe dos microfones e recebi uma advertência por escrito. Em outros tempos teria ido parar na cadeia.

A eficiência dos debates como gênero radiofônico está ligada ao grau de liberdade do País e, em consequência da emissora. Durante o regime militar, os produtores não arriscavam propor debates ao vivo porque significavam risco. Alguma coisa incômoda poderia ser dita e, portanto, gravada pelo “dedo-duro” e depois ir parar nas mãos do Dentel (Departamento Nacional de Telecomunicações), que poderia punir a emissora. Uma alternativa era selecionar cuidadosamente os assuntos e as fontes, deixando de lado os mais polêmicos. Era o discurso do silêncio, em que os debates preenchiam o vazio e davam a impressão de normalidade. A exceção novamente era o futebol, porque proporcionava polêmica e não ameaçava o regime. Os debates

da Rádio Globo, no programa Haroldo de Andrade, representavam um bom exemplo de superficialidade, mas mesmo eles abriram caminho para discussões interessantes, porque é impossível cercear a opinião o tempo todo.

Os debates ao vivo são também programas de grande interatividade. A participação dos ouvintes é sempre bem-vinda. Entretanto, alguns cuidados são necessários para as participações ao vivo. O ideal é que haja uma espécie de triagem feita pela produção para evitar as pessoas que querem brincar e passar trotes ou que vão falar de um assunto sem ligação com o programa. Por exemplo, reclamar de falta de água, ou de rede de esgoto, ou de transportes em um programa sobre o roteiro artístico e cultural do Rio de Janeiro. Particularmente sempre preferi que o ouvinte fosse atendido por um produtor que anotava a pergunta e a repassava a mim. As perguntas sempre foram colocadas no ar e respondidas pelos convidados. A participação do ouvinte, além de “aquecer”, humanizar o programa, permite ainda à produção saber o bairro onde ele mora e mapear a audiência.

E o futuro?

Há alguns anos durante uma entrevista com o professor Antonio Houaiss sobre as mudanças na língua portuguesa, o mestre chamou minha atenção para a importância de uma língua escrita como a nossa, que está viva e se enriquece na medida em que a usamos, criando palavras novas e recriando significados. Disse o filólogo: “ Com a nossa língua escrita produzimos ciência e cultura, produzimos conhecimento”. É uma bela definição. Mas e a palavra falada? Por que tem tanta força? Por que uma palavra pode cortar como faca? Talvez por aliar ao significado a voz humana. Aprender a falar foi um passo gigantesco para nossos ancestrais. Começamos a organizar a nossa sociedade através da fala. Falar é uma conquista para a criança, que costuma repetir à exaustão as palavras que aprende. O processo de comunicação iniciou-se com a fala. Foi também através dela que a humanidade iniciou o processo de acúmulo de experiências a que chamamos conhecimento.

Sempre que penso em um programa de rádio sendo ouvido por 20, 30 mil pessoas ao mesmo tempo me vem à mente uma tribo. Ampliada, é claro. Todos reunidos em torno de um ancião, que conta histórias e vai formando opiniões e consciências. A palavra falada evoca sentimentos, emoções, memórias. Alcança todas as classes sociais, todas as faixas etárias. O

empobrecimento do rádio, através da redução de formatos e da extinção dos programas de aprofundamento, vai certamente reduzir o acesso à informação de uma boa parcela da sociedade – os mais pobres.

Muitos apontam a Internet como um futuro caminho para o rádio. Mas a informática ainda é uma ciência nova e os computadores, uma tecnologia cara, que presume acesso à energia elétrica e à linha telefônica. O que deixa de fora, pelo menos por enquanto, uma fatia considerável da população brasileira. Acredito que o rádio tem ainda muitas frentes de atuação, principalmente numa época em que a informação se torna cada vez mais importante no cotidiano das pessoas. O rádio é um veículo democrático e didático. Tem o dom de despertar corações e mentes. Um veículo a ser considerado em qualquer estratégia de desenvolvimento. Acompanha o ouvinte a todos os lugares, permitindo que ele esteja ligado com o mundo, mesmo no carro, no trabalho, no banho. Em qualquer lugar a palavra o acompanha, falada, cantada, rimada.

O poder de sedução do rádio está ligado justamente ao fato de ele ser um companheiro de todas as horas, amigo íntimo, quase da família. Mantém com o ouvinte um verdadeiro diálogo. Um diálogo cheio de cumplicidade que não é possível em outro veículo.

O que nós vemos ultimamente são algumas tentativas de emissoras de FM de adaptar formatos jornalísticos do AM como forma de recuperar o espaço dedicado à informação na grade de programação. A JB FM, por exemplo, vem tentando remodelar o formato entrevista, usando a possibilidade de parti-la em blocos, intercalados por uma série de músicas. Na prática, o resultado sofre problemas de continuidade. As informações ficam muito fragmentadas e desconexas. A entrevista, da mesma forma que a leitura, é um processo contínuo. Ao ser fragmentado, muitas vezes perde o sentido. Mas de qualquer forma é uma bem-vinda tentativa de mudar. E o rádio necessita mesmo de novas propostas de programas jornalísticos, de novos formatos, de experimentação. Só assim poderá competir com as novas mídias, em condições de igualdade.

Confirmado o apagão (esse dia está mais perto do que se imagina), o rádio vai mostrar por que está presente em mais de 90% dos lares brasileiros. Desconectados, desplugados, desinformados vamos certamente recorrer àquele bom e velho radinho de pilha que nos acompanhou a tantos jogos no Maracanã em busca de informação. Resta saber se as emissoras cariocas vão estar preparadas para informar e orientar uma população de 10 milhões de pessoas, em meio ao caos.

BIBLIOGRAFIA

KAPLUN, Mario- Produccion de programas de radio- El Guion, la realizacion, Quito, Ediciones CIESPAL, 1978

ALVES, Walter- La cocina electrónica, Quito, Ediciones CIESPAL, 1994

LOPEZ VIGIL, José Ignacio- Manual Urgente para Radialistas Apasionados, Quito, AMARC, ALER, 1997

CHANTLER, Paul e Harris, Sim, Radiojornalismo, São Paulo, Summus Editorial, 1998

MEDINA, Cremilda. Entrevista – o diálogo possível, São Paulo, Ática, 1986

MEDITSCH, Eduardo. A especificidade do rádio informativo – um estudo da construção, discurso e objetivação da informação jornalística no rádio. Tese de doutorado defendida na Universidade Nova de Lisboa, 1996