



NA HORA DAS ESTRELAS

As ondas do rádio invadem a solidão dos ouvintes

Nair Prata

Uni-BH

INTRODUÇÃO

Era a rádio perfeita pois também entre os pingos do tempo dava curtos ensinamentos dos quais talvez algum dia viesse precisar saber. Foi assim que aprendeu que o Imperador Carlos Magno era na terra dele chamado Carolus. Verdade que nunca achara modo de aplicar essa informação. Mas nunca se sabe, quem espera sempre alcança. Ouvira também a informação de que o único animal que não cruza com o filho era o cavalo. _ Isso, moço, é indecência, disse ela para o rádio. (LISPECTOR, 1978:46)

No milênio passado, um ditado dizia: “*a solidão é o mal deste século*”. Mesmo agora, no século XXI, podemos afirmar que a solidão continua atormentando grande número de pessoas, que não encontram saída para este mal. Para Dolto (1998:468), sofrer de solidão faz parte da existência humana. Mas as transformações da sociedade nos permitem enxergar focos onde é cada vez maior o número de pessoas que vivem isoladas. A internet é um exemplo. Uma das primeiras pesquisas¹ em larga escala a respeito do impacto da rede mundial na sociedade, realizada em 2000 pela Universidade de Stanford, EUA, concluiu que a obsessão pela internet no país está fazendo com que muitos norte-americanos passem menos tempo com os amigos e a família, menos tempo fazendo compras em lojas e mais tempo trabalhando em casa depois das horas normais de trabalho. Em 1998, pesquisadores da *Carnegie Mellon University* informaram que as pessoas que passaram mesmo apenas algumas horas por semana conectadas à internet experimentaram níveis maiores de depressão e solidão.

Entre os veículos de comunicação, pode-se observar no rádio características que fazem deste veículo uma companhia certa para as pessoas solitárias. O rádio não pressupõe

¹ Conf. Jornal Estado de S. Paulo, de 17 de fevereiro de 2000.



dedicação exclusiva, isto é, qualquer transmissão pode ser ouvida durante a realização de atividades mais diversas como trabalhar, caminhar, dirigir, cozinhar, escrever. Há ainda o aspecto da emoção. McLuhan (1971:335) relata que, certa vez, uma pessoa foi consultada, por ocasião de uma pesquisa de opinião sobre o rádio, e disse: *“Quando ouço rádio, parece que vivo dentro dele. Eu me abandono mais facilmente ao ouvir rádio do que ao ler um livro.”* Para Nunes (1993:40), o rádio trabalha no sentido da superação das perdas: *“O rádio, como ser da cultura, reproduz em suas pautas mecanismos simbólicos cuja intenção é superar as perdas que desestabilizam o homem. Cruzamento entre os processos da natureza e os da segunda realidade.”*

Um programa de rádio em Belo Horizonte, veiculado diariamente pela madrugada, propõe-se a trabalhar nesta tarefa de superação da solidão dos ouvintes. É o *Itatiaia é a Dona da Noite*, transmitido há 27 anos, que busca ajudar as pessoas solitárias a vencer as dificuldades do dia-a-dia.

O objetivo deste artigo é sistematizar argumentos teóricos sobre a solidão e o rádio e, a partir disto, analisar o *Itatiaia é a Dona da Noite* e a recepção do programa junto aos ouvintes.

O QUE É A SOLIDÃO?

Sim, minha força está na solidão. Não tenho medo nem de chuvas tempestivas nem das grandes ventanias soltas, pois eu também sou o escuro da noite. Embora não agüente bem ouvir um assovio no escuro, e passos. Escuridão? (LISPECTOR, 1978:23)

Muitos autores têm-se dedicado à definição da solidão. Katz (1996:26) afirma que a solidão não é uma doença; já Dolto (1998:451) explica: *“somos feitos para nos comunicarmos uns com os outros. Há solidão quando não há contato com alguém com quem estabelecer trocas, por estar longe demais no tempo ou no espaço”*. Klein (1975:133) diz que o estado de solidão interna resulta do anseio onipresente de um estado interno perfeito inatingível. Até a Bíblia diz, no livro do Gênesis (cap.2, 18): *“não é bom que o homem esteja só.”* Na Psicologia, a solidão pode ser definida como um sentimento de vazio ou como algo que ficou perdido no passado, segundo explica o psicoterapeuta Eduardo Ferreira Santos:

Nos primeiros sete anos de vida, a criança não tem o que Sigmund Freud definia como o “eu formado” e depende da mãe para ensinar comportamentos e suprir suas necessidades. Mas, se em um dado momento da vida familiar, há pouca identificação da mãe para o filho, esse “eu” fica incompleto e não se define. Na vida adulta, o problema aparecerá com sintomas de tristeza e solidão. Como não houve uma conclusão daquele processo infantil, a pessoa vai precisar de um complemento numa fase posterior da vida. Falta algo, um sentimento que ficou aberto e que precisa de complemento. É normal que a pessoa não consiga identificar o que está faltando e a tendência é driblar esse sentimento. Eles se dedicam ao trabalho, chegam até a pagar para ter companhia, procuram outra pessoa fora do casamento como forma de completude. (MARTINS, 2000)

Para Katz (1996:42-50) existem três modalidades de solidão: os solitários naturais; os solitários sociais e os solitários pós-modernos. Como exemplos de solitários naturais, o autor cita os loucos, os deficientes, os retardados e os grupos marginalizados permanentemente. Neste grupo de excluídos, a solidão é um dado natural que aparece como ameaça de dissolução grupal. Para este conjunto de pessoas, a solidão tem um estatuto negativo, marcado pela impossibilidade de compartilhar algum projeto grupal ou social.

No segundo grupo definido pelo autor estão os solitários sociais, que podem apresentar-se de duas maneiras mais importantes: isolados étnicos e solitários isolados. Os isolados étnicos são aqueles extensos grupos que vivem de forma separada por causa da sua origem. Trata-se do que o autor denomina de *dialética da solidão*, um jogo que se produz na interface de várias relações culturais e sociais. Já os solitários isolados podem ser assim definidos:

Constituem-se agrupamentos de indivíduos votados ao isolamento social, são os que não conseguem entrar no mercado de trabalho, como por exemplo os deficientes físicos e mentais, os pobres e hipermarginalizados. São categorias que incluem indivíduos distintos, os que nascem com certas características deficitárias ou que possuem tais características por referência às exigências sociais ou grupais. A solidão desses grupos é da ordem geográfica ou física e corresponde mais estritamente a um isolamento. (KATZ, 1996: 46)

O terceiro e último grupo é formado pelos solitários pós-modernos. Segundo Katz, não se trata de um grupo que pudesse ser caracterizado homogeneamente, mas que se marca exatamente pelos tempos não-homogêneos. De acordo com o autor, quem se deixa levar pelos padrões impostos pelos meios de comunicação de massa tem uma experiência negativa da solidão:



O centro determinador da vida social isola certos indivíduos e grupos a partir de suas necessidades produtivas. Os que pertencem aos grupos que constroem seus “estares” de convivência e beleza de acordo com os padrões impostos pelos meios de comunicação de massa, que são o novo e enorme espaço público, são levados a fazer uma experiência negativa de solidão. É muito difícil escapar dos padrões, mesmo quando permitem combinações diferenciadas que os recuperem e possibilitam uma inscrição compatível. (KATZ, 1996:50)

1. O RÁDIO COMO COMPANHEIRO PARA OS SOLITÁRIOS

Então (...) ela teve pela primeira vez na vida uma coisa a mais preciosa: a solidão. Tinha um quarto só para ela. Mal acreditava que usufruía o espaço. E nem uma palavra era ouvida. Então dançou num ato de absoluta coragem, pois a tia não a entenderia. Dançava e rodopiava porque ao estar sozinha se tornava: l-i-v-r-e! Usufruía de tudo, da arduamente conseguida solidão, do rádio de pilha tocando o mais alto possível, da vastidão do quarto sem as Marias. (LISPECTOR, 1978:51)

Desde os grandes aparelhos no centro da sala com a família em redor, até os pequenos radinhos presos ao ouvido, a figura do rádio sempre foi associada ao companheirismo.

Os veículos de comunicação de massa trabalham sempre com a imagem: o jornal impresso com a imagem parada; a TV, com a imagem em movimento e o rádio com a imagem sugerida ou idealizada. Assim, uma das características básicas do rádio é a sensorialidade, definida de maneira clássica por Ortriwano (1985:80):

O rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um.

Este diálogo mental entre emissor e receptor se dá pela voz. É pela voz de quem fala no rádio que o ouvinte imagina, idealiza, cria imagens, fabrica diálogos mentais. A voz é o suporte da sensorialidade. Barthes (1982:226) afirma:



A voz humana é, com efeito, o lugar privilegiado (eidético) da diferença: um lugar que escapa de toda a ciência, pois não há nenhuma ciência que esgote a voz: classifiquem, comentem historicamente, sociologicamente, esteticamente, tecnicamente a música, haverá sempre um resto, um suplemento, um lapsus, um não dito que se designa ele próprio: a voz. Este objeto sempre “diferente” é colocado pela psicanálise na prateleira dos objetos do desejo enquanto falam, a saber, objetos (a): não há nenhuma voz humana no mundo que não seja objeto de desejo – ou de repulsa: não há voz neutra – e se por vezes esse neutro, esse branco da voz acontece, é para nisso um grande terror, como se descobrissemos com horror um mundo petrificado, onde o desejo estaria morto. Toda a relação com uma voz é forçosamente amorosa.

Paiva (1997:553) lembra que existe um sentimento de identificação entre o ouvinte e a voz da pessoa do rádio, com a fala substituindo os olhos daquele que o escuta. Com esta comunhão de identificações, a autora diz que “*a relação rádio-ouvinte constrói no emocional um compartilhamento, um espaço singular de relações*”. Assim, o rádio atinge os ouvintes em sua intimidade e “*permite falar de um ato comunicativo de natureza relacional no qual o radialista e o ouvinte compartilham um mesmo universo de sentido*”. É o que a autora chama de um sentir comum, “*por uma proximidade que designa uma forma de intimidade*”.

Nunes (1993:25) fala da existência de um universo significante moldado a partir da voz:

Diagnosticamos a existência de outro universo significante, moldado a partir da voz, suporte qualitativo da palavra vocalizada no rádio. A voz e a palavra constroem textos escritos/oralizados que veiculam signos míticos aptos a ritualizar a escuta radiofônica. Por meio desses elementos, o rádio representa o papel de atenuar a inexorabilidade das perdas trazidas pelo tempo e assegurar ao homem moderno e retorno ao presente absoluto, tão caro ao homem das sociedades arcaicas.

Dentro do universo do “sentir comum” criado pela voz, Paiva (1997) destaca que, ao levar o mundo exterior para o ouvinte, o rádio provoca uma identificação de pertencimento a este mesmo mundo. Evocando os pensamentos da vida cotidiana, “*o rádio permite ao ouvinte o reconhecimento da ligação homem-mundo que dá ao sujeito a dimensão da sua existência.*” (PAIVA, 1997:553)

Um outro espaço constituído pelo universo comunicativo e que é destacado por Paiva (1997:554) é a criação de um sujeito instituído pela intenção subjacente ao discurso do emissor. Desta forma, “*a um ouvinte real se superpõe a imagem de um ouvinte ideal para*



quem a relação se orienta e, a um emissor real se cola a imagem de um emissor ideal, igualmente sujeito da relação.”

A voz de quem fala no rádio é uma referência para os ouvintes por ser o suporte que leva as mensagens. Na TV, por exemplo, o público não precisa usar a imaginação, pois tudo está ali, claro, ou, como lembra Tournier (1978:23), o profissional de televisão tem apenas o rosto que é o seu, “*já o homem de rádio tem os diferentes rostos que lhe atribuem seus ouvintes a partir das entonações que ele é capaz de dar à sua voz*”.

Pela sensorialidade, o ouvinte cria as imagens mentais a partir da voz que ouve no rádio. Paiva (1997: 571) diz que esta “*imagem imaginada*” que o ouvinte constrói, escutando a emissão, provém de simbolizações e não de raciocínios lógicos.

A materialidade do discurso a partir de uma voz sem rosto atua de maneira singular sobre a conotação da mensagem. Tanto para o emissor quanto para o receptor, a voz abre outras possibilidades de sentido, de significações suplementares que guardam um forte valor emocional. (PAIVA, 1997:571)

Paiva explica que estas mensagens mentais se estruturam como um jogo, onde as articulações possíveis na esfera da racionalidade lógica não se restringem pela existência de regras. Mas, *ao contrário, o jogo abre, sempre, novas significações pois ele é, ao mesmo tempo, uma representação e uma maneira de se lançar em um mundo provisório que obedece a regras próprias*” (Paiva, 1995:23). É importante destacar que esta concepção de imaginário, segundo a autora, se enraiza no real e encontra sua força no cotidiano, não sendo recoberto pela fantasia, pelo sonho ou pela ficção.

Esta relação entre o ouvinte e o comunicador, mediado pela voz, tem o sentido da audição como veículo de transmissão. Meditsch (1999:250) explica:

A atividade cognitiva do receptor em relação à informação radiofônica começa na percepção, e o discurso da rádio é percebido pela audição. Toda a maquinaria eletrônica e a mediação humana envolvidas na sua produção e expressas na sua forma chega ao ouvinte como um produto estritamente sonoro. É com este conteúdo sonoro que o sujeito da recepção se relaciona para extrair-lhe um significado, atribuindo-lhe um sentido.

Schafer (1991:67) observa uma particularidade na audição. Segundo ele, os ouvidos são expostos e vulneráveis, pois estão sempre abertos. Ao contrário dos olhos, por exemplo, que podem ser fechados a qualquer momento e são capazes de apontar a vontade, os ouvidos têm a capacidade de captar todos os sons do horizonte acústico, em todas as direções.



McLuhan (1971) explica que o rádio afeta as pessoas pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte.

Mas, para o ouvinte, qual o sentido do rádio? Grisa (1999) traça os possíveis sentidos culturais da escuta da rádio de audiência popular. A partir de entrevistas com ouvintes da Rádio Farroupilha, em Porto Alegre, o autor determina dez sentidos da escuta do rádio. Dois deles podem ser destacados aqui: os sentidos afetivos e da parceria.

Para Grisa (1999), o sentido afetivo significa promoção da intimidade; estímulo às relações de proximidade com o comunicador e/ou emissora baseadas em compromissos pessoais, sentimentos, emoção. O autor explica que, pelo sentido afetivo dado à escuta, o rádio vai se configurar como promotor da intimidade, permitindo às ouvintes² o estabelecimento de uma relação com o meio através de laços predominantemente emocionais. O rádio não vai negar o sentimento da ouvinte. Pelo contrário, vai valer-se dele para obter audiência. O rádio trabalharia dentro da fronteira que justamente busca incluir a intimidade, sustentando-se pela aproximação entre produção e recepção.

Já o sentido da parceria significa alento, conforto a situações adversas; companhia - amenizando a solidão, o desamparo - acompanhamento à ação laboral, ao movimento, e, em menor grau, preenchimento do tempo ocioso. Grisa (1999) explica que o sentido de parceria estrutura-se a partir de duas configurações que se interpenetram. A primeira delas faz referência ao meio rádio como alento, conforto a situações adversas de vida, pois, funcionando como uma companhia, é possível que o rádio afaste a solidão ou mesmo cumpra o papel de substituto de uma presença humana. Há aí uma ligação com os sentidos lúdico e afetivo. Na pesquisa de Grisa (1999), o rádio é sempre lembrado, em tempos passados, como um instrumento que ajudou a suportar problemas concretos, psicológicos, emocionais. Mas, mesmo na ausência da dificuldade, o rádio parece não abandonar sua função de companhia.

O autor lembra também que, assim, uma segunda nuance de parceria surge do rádio como companhia à ação doméstica, profundamente ligado ao presente. É o momento supremo de sua realização sincrônica: enquanto as mulheres trabalham, escutam rádio. Durante os momentos de ócio das ouvintes, é a televisão que ocupa este papel. Grisa (1999) destaca que, se antes requeria uma atenção exclusiva - não era móvel – hoje o rádio introduz-se no movimento: é o meio como um estruturador do ritmo diário.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Mídia Sonora**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Canclini (1996:26) destaca um outro sentido do rádio, a solidariedade:

Desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre à rádio e à televisão para conseguir o que as instituições cidadãs não proporcionam: serviços, justiça, reparações, ou simples atenção. Não é possível afirmar que os meios de comunicação de massa com ligação direta via telefone, ou que recebem os espectadores em seus estúdios, sejam mais eficazes que os órgãos públicos, mas fascinam porque escutam e as pessoas sentem que não é preciso se ater a adiamentos, prazos, procedimentos formais que adiam ou transferem as necessidades.

Ou, como escreveu Carlos Lemos na revista *Imprensa* (1996:63), num texto que resume bem o papel do rádio na sociedade:

Sem dúvida o rádio é o principal veículo de comunicação do Brasil. A televisão é poderosa, bota na sua casa som e imagem, tem um grande poder de influência. (...) Além disso, o rádio é o companheiro permanente das donas-de-casa, dos operários, dos motoristas, das domésticas, dos executivos engarrafados no trânsito, de toda população enfim. Sem contar que a segurança de prédios, edifícios de apartamentos, fábricas, lojas, obras, etc. estaria seriamente comprometida, pois é o rádio que mantém acordados todos os vigias, porteiros e seguranças do Brasil. Informativos, debates, reportagens, entrevistas, telefonemas de ouvintes, opiniões de artistas e atletas, tudo entra nesse imenso caldeirão onde o povo vai fazer sua cabeça, tomar partido, encontrar argumentos para suas conversas, escolher seu candidato e votar.

2. NA HORA DAS ESTRELAS, O PROGRAMA DO COMPANHEIRO DA MADRUGADA

Todas as madrugadas ligava o rádio emprestado por uma colega de moradia, Maria da Penha, ligava bem baixinho para não acordar as outras, ligava invariavelmente para a Rádio Relógio, que dava “hora certa e cultura”, e nenhuma música, só pingava em som de gotas que caem – cada gota de minuto que passava. (LISPECTOR, 1978:46)

Hamilton de Castro é chamado de “*o companheiro da madrugada*”. Em Belo Horizonte, apresenta diariamente pela Rádio Itatiaia AM/FM – sem folga nos finais de semana - o programa *Itatiaia é a Dona da Noite*, de meia-noite às quatro horas da manhã. Natural de

² Público feminino, na pesquisa de Grisa (1999).



Petrópolis, Rio de Janeiro, Hamilton de Castro trabalha em rádio desde os 14 anos. Em emissoras do eixo Rio-São Paulo, foi noticiarista, repórter, radioator e apresentador.

Na Rádio Itatiaia desde 1976, Hamilton diz³ “Há 27 anos, todos os dias começo meu programa como se fosse minha estréia”. Em entrevista à revista eletrônica Veredas (Aragão, 2003), Hamilton de Castro explica que o ouvinte dessa faixa de horário é mais atento: “Durante o dia, as pessoas deixam o rádio ligado mas não prestam atenção. Na madrugada, a TV oferece opções ruins e muita gente que sofre de insônia está atenta.”

Hamilton de Castro conta que, durante muito tempo, acalentou o desejo de ter um programa de madrugada. Segundo ele, o ouvinte deste horário é mais aberto às mensagens veiculadas. Castro explica como nasceu a idéia do programa⁴:

Eu sempre vivi naquele eixo Petrópolis-Rio-São Paulo. No início da década de 70 eu trabalhava no Rio, tinha um programa às 5 horas da manhã na Rádio Nacional. Para quem morava em Petrópolis e tinha um programa às 5 horas da manhã, eu era obrigado a acordar às duas horas e pegar uma hora e meia de estrada debaixo de um nevoeiro daqueles. Eu ia de carro ouvindo rádio. As emissoras que viravam a noite emendavam quatro músicas, depois entrava um locutor e dizia assim “música pra você dormir e sonhar”. Você já com sono e o cara do rádio dizendo “dorme, dorme, dorme”. Isto aconteceu muito tempo. Tinha uma outra época que eu saía do Rio à uma hora da manhã e ia pra Petrópolis, também a mesma coisa. As rádios tinham o slogan “música para o seu deleite” .

Hamilton de Castro revela que os empresários do rádio mineiro ficavam receosos quando ele falava que queria a madrugada para se comunicar com os ouvintes:

Eles não deixavam porque ninguém acreditava num programa de madrugada. Toda vez que eu falava isso, o empresário falava: “Não, eu não vou te queimar de madrugada, a esta hora tá todo mundo dormindo”. As pessoas não imaginam que existe um universo de pessoas acordadas. Eu sempre fui notívago. Quando fui fazer a madrugada, queria um programa sem música. Eu descobri que a música aumenta a solidão e faz com que a pessoa se sinta sozinha. A música é muito boa, mas de madrugada não, ela não pode ser tocada. Raramente toco uma música no programa.

³ Fonte: <<<http://www.itatiaia.com.br>>> Acesso em 15/04/2003.

⁴ Depoimento à autora, em abril de 2003, especialmente para este trabalho.



Hamilton de Castro fala também sobre o perfil do seu ouvinte:

Quando eu comecei a fazer a madrugada, imaginava que o nosso ouvinte seria o vigilante, o porteiro, o motorista de táxi, enfim, mas isto é fichinha diante do público acordado em casa, o notívago. Esse público você não vai descobrir nunca. Ele não aparece. Ele não aparece nem em pesquisas. Porque é o maior abandonado. Ele tem vergonha de contar. Raríssimas pessoas contam que estão acordadas em casa por solidão, por depressão, que não dormem por uma série de problemas. Em 27 anos de conversa a gente sabe exatamente o que a pessoa sente. A gente faz bailes, excursões, piqueniques, eu tenho um convívio corpo-a-corpo com eles. Neste convívio eu percebo.

O programa tem quatro horas de duração e, durante este período, Hamilton de Castro vai colocando os ouvintes no ar (a mesa de telefonia do estúdio tem cinco linhas). As pessoas falam sobre suas vidas, opinam sobre a vida dos outros, pedem conselhos sobre o que devem ou não fazer diante das situações mais diversas. O programa não toca música, não tem participação de repórteres, não tem noticiários e não veicula comerciais gravados. Hamilton faz apenas alguns testemunhais, que são textos publicitários lidos pelos apresentadores de programas. Assim, o *Itatiaia é a Dona da Noite* tem apenas um intervalo, às duas horas da madrugada, para que Hamilton de Castro possa ir ao banheiro. O programa não tem equipe de produção (único caso na Rádio Itatiaia) e o apresentador não leva qualquer texto previamente preparado para se orientar. Segundo ele, as coisas vão acontecendo naturalmente, já que é o próprio ouvinte quem determina o que vai ocorrer. Há um momento importante do programa: a carta. Um ouvinte escreve relatando um problema que está vivendo e o apresentador lê esta carta no ar. Então, cada pessoa vai ligando e dando sua opinião sobre o assunto proposto pelo ouvinte, em temas que falam de casamento, traição, filhos, sexo, procura de um parceiro e solidão. Este tipo de participação pode ser avaliada como benéfica para o ouvinte, segundo Storr (1996:179): “*O ato em si de expressar as emoções confere à pessoa que está sofrendo certo senso de domínio.*” Também Dolto (1998:459) fala sobre a importância desta busca da palavra diante do sentimento da solidão:

A solidão só pode ser curada quando expressa criativamente e pela ação de ajudar alguma outra pessoa, para criar uma situação triangular. Somos dois, conversamos; o terceiro é a palavra. A palavra que vem sempre de outro prova que somos três. Nunca é sozinho quem fala com alguém, mesmo que seja com seu cachorro.



Nunes (1993:87-88) chama estas conversas no rádio de “*ritual para expulsar demônios*”:

Confessar pecados, expulsar demônios são atos purificadores: dilatam o rol dos ritos de renovação periódica que abolem a história, abolindo a irreversibilidade dos fatos e a duração temporal. Permitem ao homem arcaico viver no paraíso dos arquétipos: reservatório de modelos a serem seguidos (...) Rituais de regeneração tornam o rádio palco de vozes vivas que, pelo viés narrativo, confessam pecados e expulsam espíritos maléficos.

Hamilton de Castro se relaciona com seus ouvintes fora do circuito estúdio-microfone-rádio. Organiza bailes para que as pessoas possam se conhecer e, quem sabe até, namorar. Os bailes são realizados quatro vezes por semana (segundas, quintas, sextas e domingos), a partir das 17h, num salão na avenida Olegário Maciel, 579, centro de Belo Horizonte. Nos finais de semana ou durante suas férias realiza excursões por cidades mineiras e por todo o país, quando os ouvintes do programa se divertem em grupo. A última viagem foi para Porto Seguro (em janeiro/2003), quando Hamilton levou 250 ouvintes para o litoral baiano. Um dos resultados deste relacionamento com os ouvintes é que Hamilton de Castro já foi padrinho, em cerimônias oficiais, de mais de 800 casais. Vale a pena destacar um caso interessante vivido por Castro. Em 1980, uma ouvinte falou no ar que lhe daria de presente um carro zero quilômetro, pois ele a ajudava a vencer a solidão diariamente. Hamilton não acreditou na história, mas no dia seguinte lá estava na portaria da Rádio Itatiaia uma caixa de bombons em seu nome. Lá dentro, o dinheiro correspondente a um carro zero. Detalhe importante deste caso: a ouvinte nunca se identificou.

3.1 O PROGRAMA NO IBOPE

O último boletim do Ibope⁵ mostra números interessantes a respeito do programa Itatiaia é a Dona da Noite. Do total de aparelhos de rádio ligados durante a madrugada na Região Metropolitana de Belo Horizonte, 78,73% estão no FM e 21,26% no AM. Hamilton de Castro tem 17,8% do total dos rádios ligados, sendo que o restante da audiência é pulverizado

⁵ Referente ao período nov-2002/jan-2003.



por pelo menos outras 25 emissoras. As tabelas a seguir mostram a composição do público do programa⁶:

CLASSE SOCIAL		
SE AB	CLAS	CLAS
	29,6%	42,2%
		23%

TAB. 1: Perfil do ouvinte do programa Itatiaia é a Dona da Noite: classe social

FAIXA ETÁRIA	
IDADE	
10/14 ANOS	,34%
15/19 ANOS	,34%
20/24 ANOS	,3%
25/29 ANOS	,67%
30/34 ANOS	,04%
35/39 ANOS	6,44%
40/49 ANOS	7,7%
50/59 ANOS	8,52%
+60 ANOS	1,47%

TAB. 2: Perfil do ouvinte do programa Itatiaia é a Dona da Noite: faixa etária

⁶ Fonte: Ibope: relatório nov-2002/jan-2003.

SEXO	
MASCULINO	FEMININO
40,62	59,37
%	%

TAB. 3: Perfil do ouvinte do programa Itatiaia é a Dona da Noite: sexo

ATIVIDADE	
ATIV	INATIV
57,37	42,62
%	%

TAB. 4: Perfil do ouvinte do programa Itatiaia é a Dona da Noite: atividade

GRAU DE INSTRUÇÃO		
ANALFABET O/ GINASIO INCOMPLETO	GINÁSIO COMPLETO/SUPERIOR INCOMPLETO	SUPERIOR COMPLETO
54,41%	45,58%	0

TAB. 5: Perfil do ouvinte do programa Itatiaia é a Dona da Noite: grau de instrução

A análise do mapa do Ibope referente ao período novembro 2002/ fevereiro 2003 mostra que o público do programa *Itatiaia é Dona da Noite* é constituído, em sua maior parte, pela classe C, com 42,2% dos ouvintes. A menor classe representada é a DE. Os ouvintes têm, no geral, mais de 40 anos de idade: 67,69% estão nesta faixa etária. Trata-se, portanto, de um público adulto. É interessante lembrar que 30,1% da população de Belo Horizonte têm mais de 40 anos. Uma pesquisa feita nos Estados Unidos mostra que a solidão atinge 33% das idosas e apenas 13% dos idosos: as mulheres que ficam viúvas raramente recasam, já com os



homens se dá o contrário. O mapa do Ibope mostra que 21,47% dos ouvintes do Hamilton de Castro têm 60 anos ou mais, uma faixa etária que pode levar à solidão, segundo Katz (1996:53):

No contexto familiar, temos um outro exemplo de produção de solidão negativa: os velhos, que não são mais suportados pelas famílias, e que tendem a ser delas isolados. Enquanto uma experiência ocidental antiga dava aos velhos um lugar de sabedoria e solidez, a nossa ensina que a velhice é um estorvo. Assim, a não ser que haja um desejo e um esforço de permanência familiar comum, a solidão do velho se faz de um modo bem difícil, pois ele é isolado da vida familiar normativa.

Há uma predominância feminina entre o público – quase 60% de mulheres. Os números se aproximam muito da divisão que existe na população de Belo Horizonte: 52,4% da população é do sexo feminino e 47,6% pertence ao sexo masculino.

Pouco menos da metade do público do programa é constituído de pessoas que não trabalham ou estão aposentadas. A maioria é economicamente ativa. Numa análise global, considerando-se a faixa etária, pode ser considerado como dado relevante mais da metade do público do Itatiaia é Dona da Noite estar inserido no mercado de trabalho, lembrando que o programa é veiculado de madrugada.

Pode ser considerado baixo o grau de instrução do público do programa. A maioria tem formação escolar que vai somente até o ginásio incompleto e, no mapa do Ibope analisado, não apareceu qualquer ouvinte com curso superior. Em Belo Horizonte, 7,2% da população têm o curso superior completo.

3.2 OS OUVINTES SÃO CONVIDADOS A FALAR DA SOLIDÃO

Para uma avaliação empírica sobre o programa Itatiaia é a Dona da Noite e a solidão, a metodologia traçada para este trabalho era buscar, junto aos ouvintes, os depoimentos necessários para fundamentar este texto.

No dia 05 de abril de 2003, a autora foi ao programa, explicou aos ouvintes o trabalho que estava sendo preparado e convidou-os a participar dando seus depoimentos, explicando como o Itatiaia é a Dona da Noite ajuda-os na superação da solidão. Muitos ligaram na hora e, falando no ar com Hamilton de Castro e a autora deste trabalho, queriam explicar de uma vez



como o programa preenche a vida deles. Uma ouvinte, que se identificou como Luciana, disse no ar: “Você não imagina o turbilhão de emoções que vai receber nestes depoimentos.”

Neste dia 05 de abril, Hamilton de Castro abriu assim o programa:

Bom dia, minha gente! Gente amiga de todo o Brasil, bom dia! Um upa bem apertado pra você que está me emprestando a orelhinha aí pela madrugada. Vamos até às quatro fazendo um programa do jeito que você gosta. Então venha de lá um upa bem apertado. E aí, deixa eu entrar, primeiro pelo coração, depois ... pela boca eu não vou conseguir entrar nunca que é a única coisa que eu sei fazer na cozinha é ... aliás sei fazer um ovo cozido que é uma delícia. Sei fazer miojo também. Mas pelo coração eu acho que a gente consegue. Fazemos parte da nossa grande família da madrugada. A você que tá sozinho, sozinha, a você que tá em casa vendo aquela mosquinha passear pelo teto; a você que tá aí e foi abandonado pelo namorado, brigou com o marido, brigou com a esposa. Aí quando vivemos neste nosso mundinho de violência onde filhos matam pais e pais matam os filhos. E aliás, quando dizemos que o pai foi no enterro do filho, tem alguma coisa errada. Pela ordem cronológica isto seria exatamente o contrário. Já que estamos começando este sábado, aumenta o volume do rádio e vamos até às quatro, daqui eu garanto, porque afinal de contas estamos vivos. Bom dia.

O operador de som roda a vinheta de abertura do programa, dando bom dia aos ouvintes. Hamilton continua:

Neste instante estamos reunindo 33 emissoras, entre AM e FM, que passam a fazer parte da nossa turma da madrugada. Aqui é o único programa de rádio que não fala nem de política, nem de religião, nem de futebol. Não falamos de nada. Também não falamos de crime. Aqui também não dá prêmio. Mas que raio de programa é esse? É diferente, a gente só fala sobre o relacionamento humano, esta difícil queda de braço que vivemos tentando fazer com que as outras pessoas pelo menos passem a pensar com a nossa cabeça, o que é difícil e quase impossível. Então vamos juntos até às quatro. Daqui eu garanto o melhor som da madrugada.

O programa do Hamilton de Castro remete à fala de Bachelard (1986:180):

Não se trata de escutar este tipo de transmissão numa sala de baile, num salão. É preciso escutá-la, não digamos numa cabana, isso seria belo demais, mas num quarto, à noite, quando se tem o direito e o dever de colocar em si mesmo a calma, o repouso. O rádio possui tudo o que é preciso para falar na solidão. Não necessita de rosto.



3. PELA VOZ DOS OUVINTES, A SOLIDÃO E O RÁDIO

(_ Eu sou sozinha no mundo e não acredito em ninguém, todos mentem, às vezes até na hora do amor, eu não acho que um ser fale com o outro, a verdade só me vem quando estou sozinha. (...) Eu preciso de algumas horas de solidão por dia senão “me muelo”). Quanto a mim, só sou verdadeiro quando estou sozinho. (LISPECTOR, 1978:83)

As entrevistas da autora deste trabalho com os ouvintes deu-se por telefone. Os números foram fornecidos por Hamilton de Castro e a seleção destes ouvintes ficou a critério do apresentador. Das conversas, foram selecionadas três consideradas representativas para este artigo. Todos os ouvintes entrevistados haviam ouvido o convite da autora, feito no programa, para participação no trabalho. Nos depoimentos, foi preservado o pseudônimo usado por alguns ouvintes.

a) VÊNUS: A ouvinte começou a conversa dizendo que aquele dia (28/04/2003) era especialmente triste para ela: estaria fazendo Bodas de Prata se ainda estivesse casada. Há mais de 20 anos ela ouve o *Itatiaia é a Dona da Noite* e diz que, se não fosse o programa, não teria sobrevivido a um drama pessoal. Somente há nove meses Vênus participa ativamente; antes ela apenas ouvia, mas não participava. Ela conta o que aconteceu:

Eu era casada e tenho três filhas. À noite meu marido demorava muito para chegar em casa e então o Hamilton de Castro era a minha companhia. Meu marido não me deixava trabalhar, eu sempre fui muito sozinha, dependia financeiramente, mentalmente e psicologicamente dele. Eu confiava plenamente no meu marido, mas um dia descobri que ele tinha uma amante. Isto foi há nove meses. O meu mundo só não acabou porque a rede de amigos do programa do Hamilton de Castro me ajudou a levantar a cabeça. Moro agora apenas com minha filha caçula, as outras já não estão em casa. Então, as 10 e meia da noite, já começo a me preparar para ouvir o programa. Participo de tudo, vou ao baile todos os domingos, gosto de ser abraçada pelas pessoas e pelos amigos.

Vênus diz que toda noite prepara e arruma no quarto o que ela chama de “*Kit Hamilton*”, formado por: telefone fixo (para participar do programa); telefone celular (para atender as pessoas que querem falar com ela, mas o telefone fixo está ligado ao programa); caderno com caneta e óculos (para anotar nomes de pessoas, frases interessantes ditas pelo Hamilton e



resolver as charadas propostas pelo programa); uma garrafa de café; um copo duplo de leite; cigarros, cinzeiro e isqueiro. Quando faltam 15 minutos para a meia-noite ela liga o rádio e só desliga quando termina o programa. Esta rotina diária só é interrompida aos domingos, quando Vênus vai ao baile e às vezes se atrasa para o início do *Itatiaia é a Dona da Noite*. Durante o dia acontece o que ela chama de “*telefonemas da rede de amigos*”, isto é, os ouvintes ligam uns para os outros e conversam sobre a vida, as alegrias e os problemas diários. Vênus não costuma ouvir outros programas da emissora.

b) BETH: Ouve o programa há 15 anos ininterruptamente. Logo que começou a ouvir, participou logo de uma excursão. O passeio foi para a Gruta de Maquiné, perto de Belo Horizonte, e o grupo que encheu dois ônibus passou o dia todo lá. Beth conta que não conhecia ninguém, mas logo neste primeiro encontro já se enturmou e fez amigos que mantém até hoje. Ela diz que é comunicativa, gosta de sair e tinha muita vontade de ter contatos assim, como os do grupo de ouvintes do programa. Beth já perdeu a conta de quantas viagens já fez com Hamilton de Castro. Já foi, entre outros lugares, para Aparecida do Norte (SP), São João Del Rei (MG), Tiradentes (MG), Ouro Preto (MG) e Porto Seguro (BA). Ela revela como é sua participação no programa:

Tenho uma filha de 11 anos, não trabalho fora e ouço o programa todos os dias. Gosto de participar apenas dando opiniões e respondendo às charadas, mas não gosto de falar da minha vida no ar. Quem participa dos bailes e das viagens sabe tudo da minha vida, só não falo no programa. Procuro sempre novas amizades no programa.

c) ALEX: Ouve o programa há cerca de 12 anos. Ele conta que, aos 20 anos, saiu de casa para morar sozinho. Nesta época, era gerente de uma pizzaria e quando o movimento era pequeno, chegava em casa mais cedo e ligava o rádio. Girando o dial, descobriu o *Itatiaia é a Dona da Noite*. Durante muito tempo ficou apenas ouvindo o programa, sem coragem de participar. Aí, um dia, resolveu criar um personagem para esconder a própria identidade. Nasceu então a Luíza, uma mulher temperamental, que briga com os ouvintes pelo telefone. Depois da Luíza, Alex criou mais três personagens para participar do programa: Pedro, André e Paulo. Hoje, seis anos depois da primeira participação, Alex ouve o programa todos os dias e vai aos bailes da turma, quase sempre aos domingos. Também viaja de vez em quando com o grupo,



principalmente nas excursões próximas a Belo Horizonte. Alex conta como é o público do programa:

Noventa e nove por cento das pessoas que ouvem o Hamilton são sozinhas. São pessoas depressivas em busca de companhia e diversão. A todo momento a gente ouve elas falando: “Eu era sozinho, tinha vontade de morrer, e o programa me ajudou a encontrar amigos”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

_ Você sabia que na rádio relógio disseram que um homem escreveu um livro chamado “Alice no País das Maravilhas” e que era também matemático? Falaram também em “álgebra”. O que é que quer dizer “álgebra”? (...) _ Nessa rádio eles dizem essa coisa de “cultura” e palavras difíceis, por exemplo: o que quer dizer “electrônico”? (...) _ Eu gosto tanto de ouvir os pingos de minutos do tempo assim: tic-tac-tic-tac-tic-tac. A Rádio Relógio diz que dá a hora certa, cultura e anúncios. Que quer dizer cultura? (LISPECTOR, 1978:61)

A função do rádio como companheiro é plenamente resgatada pelo programa *A Itatiaia é a Dona da Noite*, mantendo um grupo de ouvintes fiéis que buscam na madrugada um alívio para a solidão em que vivem. No programa do Hamilton de Castro as relações entre o comunicador e os ouvintes extrapolam a Rádio Itatiaia e ganham força e vida nos bailes, nas viagens e nos grupos de amigos que mantêm um círculo de convivência fora da madrugada. A busca do grupo é importante para vencer a solidão:

Isso, entretanto, não significa que o indivíduo está condenado a enfrentar o mundo sozinho. Realizando sua individualidade, uma pessoa pode construir comunidades, que são livres associações de indivíduos. Nas comunidades também não há como se esconder. (...) Os indivíduos buscam a comunidade; aqueles que evitam a responsabilidade freqüentemente se escondem no coletivo.(NAISBITT e ABURDENE, 1990:351)

É interessante observar como a figura do Hamilton de Castro é importante para os ouvintes. É ele o centro de referência, é a ele que as pessoas se reportam, é a voz dele que traz consolo e segurança para a solidão de quem liga o rádio nas madrugadas. O comunicador mantém com os ouvintes uma relação que poderíamos qualificar de amorosa, como lembra Barthes (1982:226).



O programa trabalha o tempo todo no sentido da superação das perdas dos ouvintes, fazendo com que eles encontrem amigos e vençam a solidão e os problemas do dia-a-dia. Pode-se notar que o apresentador não busca a fantasia ou a ficção no *Itatiaia é a Dona da Noite*, mas enraíza suas transmissões no real e no cotidiano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACHELARD, Gaston. *O Direito de Sonhar*. São Paulo: Difel, 1986.
- BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. Lisboa: Edições 70, 1982.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos – Conflitos Multiculturais da Globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.
- DOLTO, Françoise. *Solidão*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- GRISA, Jairo Ângelo. *Os Sentidos Culturais da Escuta: Rádio e Audiência Popular*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1999.
- KATZ, Chaim Samuel. *O Coração Distante – ensaio sobre a solidão positiva*. Rio de Janeiro: Revan, 1996.
- KLEIN, Melanie. *O sentimento da solidão. Nosso mundo adulto e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Imago Editora Ltda, 2ª ed., 1975.
- LEMOS, Carlos. *É preciso subir o nível do rádio brasileiro*. Revista Imprensa, ano IX, fevereiro/1996.
- LISPECTOR, Clarice. *A Hora da Estrela*. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1978, 3ª edição.
- MARSHALL, McLuhan. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1971.
- MARTINS, Maria Helena. *Solidão – o silencioso mal da cidade grande*. Jornal da Tarde, 09/03/2000.
- MEDITSCH, Eduardo. *A rádio na era da informação*. Coimbra: Minerva, 1999.
- NAISBITT, John e ABURDENE, Patricia. *Megatrends 2000*. São Paulo: Amana-Key, 1990.
- NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. *O mito no rádio – a voz e os signos de renovação periódica*. São Paulo: Annablume, 1993.



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

PAIVA, Vanessa. *A mensagem radiofônica: o acontecimento (re)significado*. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O Jornal*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

_____. *Uma comunidade de ouvintes: a sociabilidade proporcionada pelo rádio*. Revista Geraes, Departamento de Comunicação Social FAFICH/UFMG, nº 47, 1º semestre/1995.

SCHAFFER, Murray. *O Ouvido Pensante*. São Paulo: Unesp, 1991.

TOURNIER, Michel. *Le coq de bruyère*. Paris: Gallimard, 1978. Citado em: PAIVA, Vanessa. *Uma comunidade de ouvintes: a sociabilidade proporcionada pelo rádio*. Revista Geraes, Departamento de Comunicação Social FAFICH/UFMG, nº 47, 1º semestre/1995.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

ARAGÃO, Helena. *Rádio Companheiro*. Revista eletrônica Veredas. Banco do Brasil: abril/2003. <<<http://www.cultura-e.com.br>>> Data de acesso: 04/04/2003.

<<<http://www.itatiaia.com.br>>> Data de acesso: 15/04/2003.