



*“Qualquer estudante de jornalismo tem que sair da faculdade
dominando todas as linguagens utilizadas (...)
Uma dessas linguagens é a do Rádio
– a do som invisível emitido em tempo real –
e esta tem que ser estudada no que tem de específico
e, diga-se de passagem, tem que ser estudada
melhor do que tem sido na média das nossas faculdades”.*
(EDUARDO MEDITSCH)

O ensino do Radiojornalismo na universidade : o caso RadioFam ¹

João Brito de Almeida ² e Luciano Klöckner ³

Professores da Faculdade de Comunicação (FAMECOS), da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

Resumo: Prestes a completar 10 anos em 2007 como uma das *radiowebs* universitárias pioneiras no País, a *RadioFam*, frequência digital dos alunos da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS do Rio Grande do Sul na Internet, realiza um trabalho, a partir da união das características do Rádio e da Internet, com vistas ao desenvolvimento de uma programação específica para o meio. O presente artigo recorda partes da história do veículo Rádio, busca estabelecer alguns prognósticos na área, considerando a tecnologia, a concorrência e a audiência, os conteúdos e o novo perfil de profissional, e procura contribuir para a reflexão do ensino do Radiojornalismo na universidade.

Palavras-chave: Rádio; Internet; RadioFam; *webradio*; ensino de radiojornalismo

Desde 1950, quando as primeiras imagens começaram a tomar conta dos poucos aparelhos de televisão do Brasil, as previsões em torno do futuro do Rádio apontavam uma era não promissora para o meio. Aliás, logo no início das primeiras emissões por ondas eletromagnéticas, no limiar do século XX, o matemático e físico britânico Lord Kelvin estimava que “o rádio não tinha futuro!”. Oitenta e sete anos após a primeira transmissão oficial no Brasil, os conteúdos do Rádio permearam e permeiam “o fazer” de diversas outras mídias como a televisão, os textos dos jornais, dos sites e portais da rede mundial de computadores; e ainda se impõe como mídia viável, principalmente no Brasil que se apresenta como o segundo país em audiência ao rádio, com 17,2 horas semanais, conforme pesquisa de 2005 realizada em 30 países pela consultoria americana NOP World.

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Rádio e Mídia Sonora.

² Mestre em Comunicação Social, Professor de Radiojornalismo. brito@puers.br

³ Doutor em Comunicação Social. Professor de Radiojornalismo. lucianoklockner@yahoo.com.br



Além da capacidade de mimetizar-se aos diversos ambientes midiáticos, o Rádio demonstra características inovadoras, adaptando-se rápida e facilmente aos avanços tecnológicos. A rapidez nas respostas aos modelos emergentes deve ser absorvida também pelos conteúdos disciplinares de radiojornalismo nas faculdades de comunicação, o que depende de uma série de fatores, destacando-se a tecnologia, a concorrência e a audiência, os conteúdos e o novo perfil de profissional.

1. **A tecnologia:** As experiências com a transmissão digital, em que o som é convertido em bits, chegando perfeitamente e sem distorções ao receptor, estão se desenvolvendo e o lançamento oficial do modelo de rádio digital deveria ocorrer em meados de 2007, caso o governo definisse o padrão a ser adotado no Brasil ainda em dezembro de 2006⁴. São dois os sistemas em teste⁵: o consórcio europeu Digital Radio Mondiale (DRM) -, que exige a troca de receptores para digital; e o HDR (High Definition Radio), da norte-americana iBiquity Digital Corporation, híbrido, capaz de transmitir tanto para aparelhos digitais como analógicos até que todos os aparelhos sejam digitais. Este modelo está baseado no IBOC (In Band On Channel). Além do áudio perfeito, o sistema digital é o futuro do rádio como meio de transmissão, pois agregará outros serviços codificados, permitindo a difusão de outras informações em texto.

Também o rádio por satélite vem despertando interesse de investidores e de ouvintes. Duas empresas dos Estados Unidos, a Sirius Satellite Radio, de Nova Iorque, e a XM Satellite Radio, de Washington DC, oferecem mais de uma centena de canais pagos com melhor qualidade de som (MOREIRA, 2004, p. 328). O ponto de apoio para o desenvolvimento do rádio via satélite é a atual dificuldade de sintonia das emissoras tradicionais em viagens intermunicipais e interestaduais, considerando que, com base em estudos, as pessoas despendem 36 horas por ano em deslocamentos urbanos. O rádio por satélite anularia de forma automática esta dificuldade.

Em se tratando de novas formas de transmissão, a de maior influência tem sido a Internet. No mundo, existem milhares de emissoras de rádio que se utilizam da Rede para transmitir a sua programação habitual, com páginas específicas em que armazenam os programas para que os ouvintes ouçam quando quiserem e puderem. Nenhuma informação se perde. E ainda há vantagens: os ouvintes aumentam seus vínculos com a

⁴ “Rádio digital será lançado até maio de 2007”. Jornal Zero Hora, Porto Alegre/RS, 18 de outubro de 2006, p. 28.

⁵ Extraído do documento Rádio Digital no Brasil – Situação Atual, apresentado no Conselho de Comunicação, em 6 de março de 2006, pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL).



emissora e tornam-se ainda mais fiéis. Igualmente proliferam as “rádios” que elaboram programações exclusivas para a *Web*. Denominadas de *Webradios* ou *Netradios* ou ainda *Radiowebs*, elas não se adaptam às definições tradicionais da radiodifusão, baseadas no uso de ondas eletromagnéticas; mas se utilizam da Rede Mundial de Computadores para transmitir a sua programação. Algumas iniciativas partem de emissoras comerciais ou estatais, enquanto outras se constituem em empreendimentos individuais ou de pequenos grupos, que colocam na *Web* conteúdos exclusivos para os *internautas* e *cyberouvintes*.

A transmissão das emissoras de rádio tradicionais, via Internet, pode substituir, tecnicamente, as emissões em Ondas Curtas (OC) - com melhor qualidade de som -, oferecendo-se em seguida como alternativa para as rádios convencionais de Amplitude Modulada (AM) e Frequência Modulada (FM). A razão é óbvia: enquanto as duas bandas restringem o número de emissoras, na *Web* a distribuição dos canais é praticamente ilimitada. O acesso à Rede é que ainda não ganhou agilidade e nem é barato. A evolução e miniaturização dos componentes e os menores custos da linha telefônica vão permitir que a emissora via Internet seja sintonizada, talvez em breve, não apenas por um computador de mesa, um *notebook*, mas por um *palmtop*, a partir de um telefone celular ou de um sintonizador do tamanho de um pequeno receptor de mesa tradicional que está sendo comercializado na Inglaterra desde o final de 2005 e que consegue captar cerca de 10 mil radiowebs. Para o sucesso desse formato, no entanto, é preciso que a tecnologia consiga superar rapidamente o *delay*, uma variação de atraso na recepção das mensagens.

Mais recentemente a discussão voltou-se para o *Podcasting*, uma forma de produção descentralizada de conteúdo sonoro que disponibiliza os arquivos na Internet para serem baixados quando o usuário bem entender. Esses arquivos, chamados de Podcast, se assemelham a um modelo de programa de rádio, mas seria rádio e estaria superando o modelo de transmissão por ondas hertzianas? Há que considerar que a velocidade de criação de novos modelos comunicativos na Internet vem, isto sim, consumindo e extinguindo muitos dos seus canais. Um dos exemplos é o ICQ, um produto pouco comentado atualmente. De acordo com Medeiros (2006), o *Podcasting*, que rendeu a reportagem principal da revista *Wired*, de março de 2005 ⁶, o rádio estaria com os dias contados após o aparecimento deste fenômeno.

⁶ <http://www.wired.com/wired.com/wired/archive/13.03/> the end of radio

“Mas não passou de uma matéria bombástica, pois as características do Podcasting são diferentes do rádio. A começar pela forma de transmissão que, no rádio é em fluxo, e no podcasting é por demanda [...], o modo de transmissão que no podcasting é descentralizado e, no rádio, é centralizado e institucionalizado. E os modelos de podcast (...) que podem ser no máximo, uma metáfora, uma referência aos programas de rádio. Ao contrário do rádio, o podcasting não é difundido em broadcasting. Portanto, estando em lados conceituais opostos e antípodas, não há como extinguir o modelo de transmissão radiofônico convencional (...) Ou seja, a existência de um, não acarreta no desaparecimento do outro”. (MEDEIROS, 2006, p. 6)

2. A concorrência e a audiência: A concorrência com as outras mídias está motivando os especialistas em Rádio a desenvolverem ações que mantenham o veículo competitivo, tanto no processo de transmissão e, de modo especial, na geração de conteúdos. A característica do Rádio é adaptar-se com rapidez às novas situações e rejuvenescer-se. Com transmissões tecnicamente cada vez mais perfeitas, com som digital, via satélite ou pela Internet, os produtores de conteúdo vêm desenvolvendo a estratégia de aproximar-se cada vez mais do ouvinte. Deixá-lo participar de programas por telefone ou no estúdio não é mais suficiente. É preciso admiti-lo como parceiro, realizando iniciativas conjuntas. Não será mais admissível fazer *para* ou *pelo* ouvinte; será necessário fazer as coisas *com* o ouvinte.

As emissoras tradicionais voltam sua atenção para os Conselhos, Comitês e/ou Clubes de Ouvintes, reunindo-os para analisar e julgar as programações. Os ouvintes recebem uma infinidade de benefícios (cartões de conveniência, descontos, brindes, acesso à Internet etc.), oferecidos a partir de acordos firmados pelas rádios com patrocinadores ou empresas. As conseqüências de manter o ouvinte fiel se fazem presentes na publicidade radiofônica. A sociedade de consumo global está exigindo informações mais detalhadas sobre os produtos, modificando a apresentação da publicidade no rádio, buscando interatividade com outros processos comunicativos, tais como o celular e o iPod. Os *spots* e *jingles* tendem a ser mais criativos e interativos, partindo de uma comunicação mais elaborada.

Os patrocinadores anunciam pela emissora e remetem para uma determinada promoção, que beneficia quem acessar a página da rádio ou da própria empresa na Internet. Com isso, além de receber um desconto, os ouvintes obteriam dados adicionais sobre o produto anunciado. Por sua vez, a rádio e as empresas ficam com o cadastro deste ouvinte, informando-o e comunicando-se com ele para saber se está ou não



satisfeito com o produto adquirido, a opinião dele em relação ao *spot* ou *jingle* que ouviu ou sobre a própria programação da emissora.

Antes do advento da Internet, discutia-se sobre o alcance de transmissão das emissoras de rádio a partir do satélite. Algumas teriam espectro mundial, enquanto outras emitiriam para a recepção nacional, regional, estadual ou municipal, dependendo da potência do transmissor ou das restrições da legislação concernente. A análise permanece atual, mas, neste ínterim, dois fatos ocorreram no Brasil: a regulamentação de funcionamento das rádios comunitárias em 1998 - gerando acúmulo de pedidos de emissoras locais; e a expansão da Internet que se consolidou como novo meio de transmissão - oferecendo uma alternativa para que as emissoras locais transmitam mundialmente. Com isso, há um acirramento da concorrência entre as mídias para capturar essa audiência - agora mais seletiva do que nunca - preocupada em encontrar no Rádio, na TV, no Jornal e mesmo na Internet programações mais específicas e elaboradas.

3. Os conteúdos: O reflexo imediato da disputa de espaço entre as mídias foi a segmentação dos formatos radiofônicos em detrimento do estilo eclético que imperava até a influência direta da Televisão na década de 50. Nos próximos anos, os conteúdos do Rádio vão se especializar ainda mais. Haverá rádios padronizadas, programando-se conforme o perfil da recepção. Os ouvintes serão fidelizados através da interatividade da programação, do pacote de benefícios que a emissora vai lhes oferecer, - que pode partir de um simples acesso à Internet até a distribuição de ingressos de shows, brindes, etc. O mais importante é que as emissoras devem mesmo integrar os seus ouvintes em clubes e comitês. Aliás, é isso que caracteriza o rádio, a possibilidade de reunir pessoas em torno de um tema, de polemizar, de discutir, de agregar opiniões e pontos de vista.⁷

A perspectiva de multiplicação dos canais deverá impor uma tendência à segmentação programática, percebida através de módulos especializados: canais exclusivos de esporte em geral, de futebol, de notícias, de serviços, de debates, de cultura, de música popular brasileira, de música regional, etc. O fundamental é que o

⁷ O rádio chega à intimidade do indivíduo, mas a diferença entre ouvir uma emissora de rádio e fazer uma programação de música personalizada com o MP3 ou MP4, por exemplo, são justamente as amplas possibilidades de não-isolamento oferecidas pelo veículo. O rádio favorece a “reunião” de pessoas, resgata o ser humano solitário e contribui para a sua compreensão de mundo.



conteúdo e a forma andem juntos. Uma programação bem feita e com conteúdo é a tendência, conferindo a agilidade, a velocidade e a apresentação de informações cada vez mais completas. Há que considerar o aspecto econômico. Num país emergente como o Brasil será muito mais lenta a inclusão digital pelos altos valores de comercialização dos produtos midiáticos digitais. O rádio continuará por longo tempo falando diretamente para uma imensa camada de milhões de habitantes. Segundo o IBGE (PNAD, 2002) 87% dos 44,7 milhões de domicílios brasileiros tinham aparelhos de rádio. Percentual semelhante de receptores deve se repetir com 19 milhões de automóveis, caminhões, ônibus (ANFAVEA, 2002) que circulam no país. É necessário ponderar sobre as possibilidades de audiência massiva a que esses números induzem.

O Rádio também recebe influência de um outro fator: a interpenetração dos meios de comunicação de massa. O processo constitui-se numa convergência midiática, em que uma mídia se apropria de algumas características da outra para evoluir. Pode-se citar a Televisão, por exemplo, que se utilizou da imagem do Cinema e do som do Rádio para se transformar em outra mídia, e, só a partir daí, desenvolveu uma linguagem própria. Ou a Internet, que soma texto (Jornal), imagem (Cinema e Televisão) e som (Rádio) e até transmite por ondas eletromagnéticas o que permite a imediata recepção, com rapidez e agilidade na instalação. O Rádio segue este caminho e já se utiliza de outros meios (Internet, Televisão, etc.), para agregar serviços em outros níveis, além de oferecer a sua programação habitual. Algumas emissoras de Rádio, hoje, além de transmitir pela Rede Mundial de Computadores, utilizam canais de satélite para que o áudio chegue a ouvintes distantes. Esta evolução tecnológica permitiu que o veículo rádio fosse o primeiro a conectar instantaneamente todas as aldeias, aproximando-se da idéia desenvolvida por McLuhan a partir da primeira metade do século XX. Cabe destacar que as opções de cruzamentos das mídias são infinitas.

“Quanto à programação em si, o imaginário radiofônico parece não estar suficientemente ativado. Nas FMs musicais, por exemplo, os modelos tradicionais são repetidos à exaustão: é praticamente o mesmo tipo de emissora, trabalhando com o mesmo tipo de perfil de ouvinte - em sua maioria jovem, com falas, propagandas, jingles quase iguais. Se o proprietário das emissoras visa ao lucro - objetivo fundamental para a sobrevivência da empresa -, os pesquisadores do Rádio não podem se contentar e simplesmente aproveitar modelos prontos. Precisam trabalhar em novas propostas, reconhecer que é possível evoluir na programação. Se a tendência é segmentar, especializar ainda mais, isso pode ser feito com criatividade, ao se construir, através do contexto, uma ponte musical entre o moderno e o nostálgico”. (KLÖCKNER e TORINO, 2000, p. 8 e 9)



Neste aspecto, é evidente que não basta o gosto pessoal. As pessoas que dirigem e pesquisam o rádio necessitam de empatia - colocar-se no lugar da sua audiência, pesquisar o universo dos seus ouvintes e atualizar-se permanentemente. O AM também deve se especializar ainda mais, deixando de obedecer aos rígidos formatos atuais. A implantação do rádio digital, por exemplo, pode devolver ao AM a afinação estereofônica que dará passagem a músicas, o que, provavelmente, poderá causar uma revolução no dial.

O Rádio excita o imaginário das pessoas e tem que ser permanentemente criativo e sempre disposto a perscrutar novos formatos e estilos. Não vislumbrar modelos novos é bloquear a capacidade imaginativa, característica própria do veículo. Entre as possibilidades de atualizar a linguagem radiofônica, estão as pesquisas dos modos de produção nos centros tecnológicos específicos localizados nas universidades bem como ações para identificar e diagnosticar os interesses da audiência, componente relevante na definição dos futuros caminhos do rádio.

4. O profissional: As mudanças vão exigir um profissional completo. O novo modelo persegue o mais amplo e profundo conhecimento possível, abrindo o campo de visão dos fatos para selecionar as informações mais convenientes para a audiência. Cursos permanentes de reciclagem e atualização acadêmica tornam-se exigências incontestes. Ao lado disso, às faculdades de jornalismo caberá uma adequação curricular, visando oferecer conteúdos optativos e especializados, além da experiência prática, estimulando a reflexão sobre o Rádio para que os futuros jornalistas tenham condições de estabelecer novos processos de mediação com a audiência e com os novos canais disponibilizados pela tecnologia.

A escolha do profissional está mais criteriosa, levando em conta a disposição - e o pendor - do profissional para trabalhar no veículo e a bagagem que ele traz das universidades, questões que serão avaliadas pela seleção de pessoal das organizações, promotoras de programas especiais para a descoberta de novos talentos. A preparação do novo profissional deverá aliar sólidos conteúdos teóricos, éticos e tecnológicos, intensificando o estímulo para a realização experimental em laboratórios adaptados às novas tecnologias.

Em termos gerais, a informação direta - de consumo imediato - permanece nas rádios AM que trabalham com o segmento jornalístico; mas o ouvinte espera uma explicação sobre aquele fato, quer o contexto. O ouvinte de rádio ficou mais exigente. Atualmente, as emissoras de serviço, aquelas dedicadas a orientar e ajudar o ouvinte na



sua movimentação cotidiana, já incorporam esta tendência, reforçada pela percepção do global, a informação globalizada colada na informação local, a mais próxima ao ouvinte e que diz respeito a rua, ao bairro, a cidade onde mora. Junto à informação está o esclarecimento, e mais: essas radioemissoras têm despertado a cidadania, incitando a comunidade a resolver os problemas, a não esperar passivamente só pelas autoridades. Cidadania é a prática de participação ativa do ser humano nos eventos que envolvem o adequado funcionamento dos aparatos públicos e privados que o cercam. E, para fazer isso, o jornalista de rádio deverá estar habilitado. Capacitado para ouvir, perceber as necessidades do seu público; cabe à universidade alertá-lo e prepará-lo para estas situações. Não adianta só um currículo adequado; serão necessários agentes de educação atualizados e imbuídos da necessidade destas mudanças.

Refletindo sobre o ensino

Uma reflexão sobre o ensino do rádio nos tempos atuais foi realizada por Meditsch (2001, p. 225-231). O autor não só questiona as previsões pessimistas de que o veículo não teria futuro, como apregoa estudos específicos para a área. Aponta três motivos básicos: 1) quem domina a linguagem radiofônica se adapta mais facilmente as demais linguagens; 2) quem quiser saber como vai evoluir a internet precisa antes compreender como evoluíram os outros meios de comunicação, especialmente o rádio; 3) o ponto de partida é saber de qual rádio e de qual internet estamos falando, isto é, se é o meio de transmissão ou o meio de expressão.

Segundo ele, existe uma convergência sim, mas não entre mídias e sim de sistemas de telecomunicação, “que antes operavam isoladamente e agora estão todos combinados” (MEDITSCH, 2001, p. 227). Esta é a internet meio de transmissão. Para ele, a outra internet, ou a internet meio de comunicação vive a pré-história, unindo diversas possibilidades e fundindo linguagens, mas não é Rádio, nem Televisão e nem Jornal.

Meditsch sustenta que a confusão em torno das *webrádios* se dá por uma ausência de clareza conceitual do que seja o Rádio. Baseado na obra de Arnheim (1936), que diferencia o rádio meio de transmissão, de meio de expressão, define a sua especificidade, a partir de três características indissociáveis:

“[...] É um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real. Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não



é rádio. É uma definição radical, mas permite entender que o rádio continua rádio (como meio de comunicação) mesmo quando não é transmitido por onda de radiofrequência. E permite distinguir uma *webradio* (em que ouvir só o som basta) de um site sobre rádio (que pode incluir transmissão de rádio) ou de um site fonográfico.” (MEDITSCH, 2001, p. 229)

O prognóstico do autor é de que o rádio continuará existindo e será tão somente aperfeiçoado pelas novas tecnologias, sem deixar de ser o que é, “pois cada vez mais, as pessoas vão precisar ser informadas em tempo real a respeito do que está acontecendo, sem paralisar as demais atividades ou monopolizar a sua atenção para receber esta informação” (MEDITSCH, 2001, p. 229). Com a internet, ele acredita ser mais fácil ensinar rádio, já que “agora, se pode citar o exemplo de qualquer emissora do mundo e mandar os alunos ouvirem”. Isso vale também para a pesquisa em torno do veículo e mesmo arquivos de áudio, maior deficiência das emissoras de rádio, prestimosas em colocar a informação imediata no ar, sem muitas vezes reconhecer para a posteridade o caráter histórico da notícia veiculada.

O Radiojornalismo na FAMECOS

O curso de Jornalismo começou na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) no ano de 1952, ligado à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, no prédio do Colégio Nossa Senhora do Rosário, com a duração de três anos. A disciplina específica de Rádio, com o nome de “Rádio-jornalismo”, era ministrada no último ano. O primeiro professor de Radiojornalismo foi Nilo Ruschel, diretor da Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e professor da UFRGS. Em 1963, a cadeira teve o nome alterado para “Técnica de Rádio e Tele-jornal” e, um ano depois, com a transformação do curso em Escola de Jornalismo, recebeu a denominação de “Técnica de Rádio e de TV”.

A partir do Parecer emitido em 1º/12/1965, a escola se transformou em Faculdade dos Meios de Comunicação Social – FAMECOS. Em abril de 1966, entrou no ar, a Rádio Setembrina, a Rádio Educacional da Universidade, com sede em Viamão, com programas artísticos e culturais produzidos pelos alunos. O professor Ruschel utilizava-se da emissora para as aulas práticas, mas as dificuldades de transmissão não permitiram que alcançasse o desenvolvimento esperado.

Com a decisão de transferência da FAMECOS para a cidade universitária em 1967, houve a reestruturação do curso e a disciplina assumiu o nome de Técnica de



Rádio, com o professor Nilo Ruschel e a contratação de um novo professor: o radialista Carlos Alberto Carvalho, o que ocorreu em 1968. Após desenvolverem os conteúdos de Radiojornalismo, os professores Ruschel e Carvalho estabeleceram um projeto conjunto entre a PUCRS e a UFRGS. As aulas práticas dos alunos de Radiojornalismo da faculdade eram também ministradas na Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, enquanto os alunos da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS (FABICO) assistiam as aulas práticas de TV na PUCRS, cujos novos equipamentos estavam localizados no mezanino do prédio 9 onde funcionava o curso de Engenharia Mecânica.

A Técnica de Rádio permaneceu com os dois professores até o fim dos anos 60. Em 1970, começou a vigorar o Estágio em Rádio, coordenado pelo professor Carlos Alberto Carvalho, e houve a realização do primeiro curso de extensão: em Jornalismo Esportivo, com a participação do cronista de rádio Cid Pinheiro Cabral. Tratou-se de um ano marcante para a FAMECOS que forma a primeira turma em Jornalismo Polivalente (Impresso, Radiofônico, Televisionado e Cinematográfico).

Em 1972, o prédio 7 da FAMECOS é inaugurado, com setores específicos (laboratórios e estúdios) para o Rádio, a Televisão, o Cinema e para a Fotografia (CLEMENTE, 2002, p. 39). Neste ano, a distribuição das disciplinas correspondia a dois semestres básicos, quatro semestres gerais e dois semestres finais por opção de área (profissionalizantes), ministrados no turno da noite. O Guia do Estudante de 1972 apontou Técnica de Rádio I e Técnica de Rádio II, respectivamente nos níveis 5 e 6. A mesma publicação para os anos de 1973 a 1978 registrou dos níveis 5, 6, 7 e 8, as disciplinas de Técnica de Rádio I, Técnica de Rádio II, Técnica de Rádio III e Técnica de Rádio IV.

Ainda na década de 70, os alunos de Radiojornalismo passaram a produzir o programa Assunto de Reportagem, veiculado na Rádio da Universidade AM (1080 KHz), iniciativa que perdurou até o fim dos anos 80. Posteriormente, foi firmada uma parceria com a Rádio Cultura FM (107.7 MHz), para divulgação de diversos programas realizados pelos alunos, entre os quais, documentários, adaptações, reportagens, entrevistas e radiojornais, no espaço Unirádio, que permanece até hoje.

Um novo currículo vigorou a partir de 1979 e também em 1985 e 2004. Atualmente, as ementas de Radiojornalismo contemplam as disciplinas de Laboratório em Jornalismo (um módulo é destinado ao Radiojornalismo), Radiojornalismo I (concentrado basicamente na história das emissoras e nos modos de transmissão),



Radiojornalismo II (linguagem, texto, reportagem, radiojornal), Radiojornalismo III (reportagem especial e entrevista), Radiojornalismo IV (produção de mesas redondas, documentários e adaptações), Projeto Experimental (Projeto Vozes do Rádio e produções experimentais) e Estágio (realizado no Sistema de Áudio da faculdade e na *radioweb* da Famecos (RadioFam)). Em 2007, a FAMECOS conta com cinco professores de Radiojornalismo⁸.

Desde o ano 2000, todos os laboratórios da FAMECOS foram disponibilizados para alunos voluntários, que já a partir do semestre inicial poderiam exercer as atividades em horários que não coincidisse com o Estágio Curricular ou com as aulas do curso. Além das disciplinas, por convênios celebrados entre emissoras, o Sindicato dos Jornalistas e a faculdade, os alunos realizam atividades por tempo determinado em rádios profissionais, visando aperfeiçoar os conhecimentos e estreitar os contatos com o mercado de trabalho.

A RadioFam, a frequência digital da Famecos na Rede

Prestes a completar 10 anos, a RadioFam é considerada por alunos e professores como um laboratório onde o erro, o acerto e a possibilidade de novos formatos convivem lado a lado. As atividades da rádio começaram em 1997; quando o engenheiro eletrônico do projeto, Luiz Sperotto Teixeira, colocou, em caráter experimental, um servidor de áudio e softwares específicos para músicas. Tudo era novidade na época em que a Internet tinha pouca utilização geral e a qualidade de transmissão de sons e imagens era baixa. Com a evolução de equipamentos e programas, os professores de Radiojornalismo desenvolveram um projeto para o aproveitamento do servidor de áudio, ligado inicialmente à UniTV⁹. Estava na Rede a RadioFam, uma nas *webrádios* universitárias pioneiras no País.

Conforme levantamento realizado pelo Laboratório de Relações Públicas (LARP) em colégios e universidades da região metropolitana da capital gaúcha, o público alvo da RadioFam situa-se entre 15 e 30 anos, faixa onde está maior número de internautas e usuais consumidores de sons. A programação busca considerar o segmento pesquisado e foi dividida em *Tempo Real* e *Arquivo*. Na primeira modalidade, a rádio transmite 24 horas no ar, de segunda a sexta com produção ao vivo dos alunos,

⁸ Em ordem alfabética: Doris Fagundes Haussen, João Brito de Almeida, Mágda Rodrigues da Cunha, Luciano Klöckner e Sérgio Stosch.

⁹ Trata-se do canal 15 no cabo em Porto Alegre, instalado no prédio 7 da PUCRS, onde está a FAMECOS.



das 7h às 22h. Na madrugada, aos sábados, aos domingos e nos feriados, rodam blocos musicais com informações e chamadas dos programas gravados.

Na operação por Arquivo, os programas especiais e projetos desenvolvidos nas disciplinas ficam disponíveis para acessos, com atualizações periódicas, como, por exemplo: 1) Projeto Vozes do Rádio (resgate da história do rádio gaúcho), 2) Radiojornais temáticos (com assuntos atemporais); 3) Entrevistas/Palestras (temas variados, entretenimento, esporte, pesquisa científica, vestibular); 4) Músicas (programas especiais e seleção atualizada por segmentos diversos.); 5) Eventos (transmissão ao vivo ou gravada de eventos na universidade)

A primeira transmissão ao vivo ocorreu em outubro de 2000, durante a realização do 13º SET Universitário – Festival de Laboratórios da FAMECOS, quando os alunos da disciplina de Radiojornalismo III, colocaram ao vivo na Internet uma programação exclusiva. Foram mais de 10 horas de cobertura com informações, músicas e entrevistas, com apoio de patrocinadores na distribuição brindes (revistas, camisetas, ingressos para shows).

Desde então uma equipe, - que começou com 20, mas hoje está com cerca de 80 alunos estagiários (matriculados e voluntários) -, passou a transmitir, em períodos alternados, programas diários, além de divulgar trabalhos práticos das disciplinas de Radiojornalismo e dos demais cursos como Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Turismo e Hotelaria. Muitos grupos musicais têm feito apresentações na RadioFam. Nos meses tradicionais consagrados às férias (julho, janeiro e fevereiro), a emissora vem operando com programação gravada, exceção para transmissões externas especiais como o Vestibular, por exemplo.

Considerada uma das primeiras experiências do gênero no País¹⁰, a *RadioFam* tem moderno estúdio localizado no Centro de Produção Multimídia da faculdade (CPM). É inteiramente operada por alunos, que concebem a programação, atualizam a página – com textos, imagens e sons, atuam como monitores, editores, produtores, repórteres, apresentadores, divulgando música e informação. Entre os programas desenvolvidos na fase experimental da RadioFam foram para a *web*, entre outros, o Café da Manhã, Hora do Recreio, Congestão, o Frequência Voluntária e Frequência Digital.

A grade é composta basicamente pelos seguintes programas: Café da Manhã (7h às 8h), Hora do Recreio (9:30-10h), RadioMania (8h-10h), Ultrassom (11:30-12:15),

¹⁰ “Nas ondas do rádio virtual”. *Jornal do Comércio - Caderno Empresas & Negócios*, 12 de março de 2001, p. 3.



Fato Consumado (12:15-13h), Congestão (13h-14h), Expresso Famecos (17h-18h), Resumo Esportivo (17:30-18h), Frequência Digital (19h-19:30), CultFam (19:30 – 20h), EcoFam e A Vós, do Brasil (20h-21h), Conversas de Jornalismo, Marca da Moda e a Hora do Soul (21-22h), Play the List (22h-7h). Nos demais horários, os alunos desenvolvem quadros e programas especiais como as transmissões (*off tube*) dos principais jogos de futebol do país e do exterior. Uma característica da RadioFam é a interação, via MSN, com os ouvintes. Eles comentam, aprovam e criticam a programação de forma instantânea. Cada horário dispõe de um monitor-editor com uma equipe que se reveza nas funções de apresentação, produção, reportagem, atualização da página na *Web*, etc. A interação com os *webouvintes* ocorre através da homepage da RadioFam, no seguinte endereço: www.pucrs.br/radiofam.

Através da prática em lidar com o veículo transmitido exclusivamente pela Internet, os alunos, com a orientação de professores, têm desenvolvido idéias originais que identificam o rádio na *Web* por características próprias e não por simples reprodução do rádio tradicional. Tornou-se, por esta razão, um dos primeiros laboratórios de pesquisa aplicada em *webradio*. Abordado sob um critério pedagógico específico, poderia ser chamado de “Laboratório do Ero”. Errar, repetir e aprender é o lema dos comunicadores acadêmicos da RadioFam. Ao lado disso, destacam-se as discussões sobre a participação do Rádio nos tempos pós-internet, além do manuseio em tempo real de tecnologias só disponíveis nos laboratórios de pesquisa das universidades.

A utilização da RadioFam, a Rádio da FAMECOS na Internet, e do Sistema de Áudio no saguão da faculdade, por alunos de Estágio Curricular e Estágio Voluntário, conferiu experiências únicas para alunos e professores no sentido da supervisão de uma emissora transmitida pela Rede. Na RadioFam, ao lado da aplicação dos conteúdos como extensão de sala de aula, há o desenvolvimento de novos experimentos e a própria administração da rádio que é realizada pelos estudantes, com acompanhamento dos professores. A experiência vem não só garantindo alunos recém-formados com habilidades para a contratação imediata, mas a criação de novos formatos radiofônicos, a partir da reflexão crítica do veículo, questões que se tornam primordiais para o ensino do Radiojornalismo no período pós-internet.



Referências bibliográficas

CEBRIÁN, Luis. A Rede, São Paulo, Summus, 1999

CLEMENTE, Elvo. O Curso de Jornalismo. In.: DORNELLES, Beatriz (org). PUCRS: 50 anos formando Jornalista. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

DEL BIANCO, Nélia e MOREIRA, Sonia Virgínia. Rádio no Brasil: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro: EdUERJ; Brasília, D.F.: UnB, 1999.

FORTES, Débora. As mais, mais da *Web* – As 100 maiores da Internet. *Info-Exame*, no.168, março 2000.

KLÖCKNER, Luciano e TORINO, Paulo. O rádio não tem futuro. In.: SILVEIRA, Núbia e RECH, Iara. A vida no próximo milênio – a comunicação no mundo globalizado, Suplemento do Jornal NH, fevereiro de 2000, Novo Hamburgo/RS.

MEDEIROS, Macello de. Podcasting: Um antípoda Radiofônico. Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, no GT de Mídia Sonora, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), de 6 a 9 de setembro de 2006, em Brasília/DF.

MEDITSCH, Eduardo. O ensino do radiojornalismo em tempo de internet. In.: MOREIRA, Sonia Virginia Moreira e DEL BIANCO, Nélia (orgs). Desafios do rádio no século XXI. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

MOREIRA, Sonia Virginia. In.: BARBOSA FILHO, André; BENETON, Rosana e PIOVESAN, Ângelo (orgs.) Rádio: Sintonia do Futuro. São Paulo: Paulinas, 2004.

NEGROPONTE, Marcelo. É dois crique – o bom e velho rádio renasce na ótima e novíssima *Web*. Revista da *Web!*, no. 9, junho de 2000.

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Anuários de 1952 a 2003. Porto Alegre: Livraria Continente, Epecê e Edipucrs.