



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação
XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Novo Hamburgo – RS
17 a 19 de maio de 2010

Ensino de Radiojornalismo e a complexidade da Era Digital: a experiência da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro)¹

Ariane Carla PEREIRA²
Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro)

Marcio Ronaldo Santos-FERNANDES³
Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro)

Resumo

Cristalizada a Era Digital, nota-se que a mídia Rádio enfrenta toda sorte de desafios. O presente artigo se debruça nas reflexões do jornalista e professor Luiz Artur FERRARETTO e seus apontamentos para o ensino de Rádio em uma época de tamanha oferta de conteúdos, sejam eles mais comerciais ou de forte apelo social, em distintos suportes. Em particular, há a análise das práticas pedagógicas em Rádio havidas entre 2008 e 2010 na Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná, estabelecendo-se, sempre que possível, ligações entre as visões de FERRARETTO e a busca do ensino de excelência na Unicentro.

Palavras-chave

Era Digital; Ensino; Radiojornalismo; Diversidade de Conteúdos; Desafios

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Jornalista diplomada, professora efetiva do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Guarapuava (PR), e doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: ariane_carla@uol.com.br

³ Jornalista diplomado, professor efetivo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Guarapuava (PR), e doutorando em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: marciorf@globocom



1. Da Convergência das Mídias e da complexidade da oferta

Quinze anos depois das primeiras manifestações do que hoje se conhece por Era Digital terem atingido os cursos de Jornalismo do Brasil, os desafios que se apresentam no tocante à qualidade do ensino ministrado nesta carreira estão claros, tendo por base exatamente a chamada Convergência das Mídias, conceito que, com variações pontuais, tem sido trabalho nos últimos anos por autores como Nicolas NEGROPONTE (1995), Manuel CASTELS (1999), Wilson DIZARD JR (2002), dentre outros.

O presente artigo se dedica a examinar o cenário em questão a partir de um foco mais direcionado: a disciplina de Radiojornalismo (e suas similares), tendo como marco teórico provocativo um texto do jornalista e professor universitário Luiz Artur FERRARETTO (2009: 129-146), publicado no volume 32, n. 2, 2009, da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom), denominado 'Ensino de Rádio: uma proposta pedagógica no contexto da multiplicidade da oferta'.

Como leituras complementares, há principalmente reflexões de Margarida Krohling KUNSCH (2007: 87-101), com o paper 'Perspectivas e desafios para as profissões de Comunicação no Terceiro Milênio', e de Robert MCLEISH, autor do livro 'Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica', de 2001. Ademais, o presente artigo se centrará nas experiências educacionais havidas no ano de 2008 e 2009 e nos primeiros meses de 2010 na mesma disciplina de Radiojornalismo, além da matéria Redação Radiofônica, da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), no Paraná, experiências essas transcorridas em alguns casos sob os auspícios das reflexões presentes na argumentação de FERRARETTO.

Dentre as várias questões abordadas por FERRARETTO, uma premissa parece fundamental, representando um dilema que persegue a educação comunicacional brasileira desde suas origens e que tem se acentuado por estes tempos ultra-midiáticos: deve o ensino de Rádio refletir o mercado de trabalho ou é mais prudente estimular o experimentalismo técnico, de narrativa ou de abrangência geográfica, primando, por exemplo, pela formação de quadros para as chamadas 'rádios comunitárias'?

Diz FERRARETTO (p. 132):



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação
XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Novo Hamburgo – RS
17 a 19 de maio de 2010

A exemplo do próprio veículo, portanto, o ensino de Rádio deve ser compreendido a partir deste novo patamar, o da fase da multiplicidade da oferta em meio à convergência tecnológica. Talvez, pela complexidade desta realidade, nunca tenha sido tão necessário situar junto aos estudantes o Rádio em relação ao restante do ambiente comunicacional.

Ora, nos últimos 15 anos, a Convergência das Mídias passou a ser sinônimo do agrupamento dos meios de comunicação clássicos (Rádio, TV e Impressos) com outros mais recentes, novos ou variações daqueles, caso da Fotografia Digital, da Internet, da Realidade Aumentada e assim por diante. Com isso, um único conteúdo jornalístico se tornou passível de desdobramentos, podendo ser aproveitado na íntegra ou re-estilizado em um suporte diferente do original, provocando, assim, a chamada multiplicidade da oferta. E é justamente pela formação deste cenário que o questionamento de FERRARETTO ganha dimensão ímpar, embora trate, conforme já dito aqui, de uma questão mais antiga.

Na Unicentro, está-se justamente buscando encontrar o equilíbrio entre o ensino para o mercado e o fomento às experimentações de toda ordem. Em 2009, quando da produção do programa Atlas, não havia o incentivo/a cobrança para o uso de texto final dentro de jargões do Radialismo para os apresentadores quando da gravação de suas falas, senão que o intento de se utilizar o vocabulário e as expressões mais cotidianas possíveis, de modo a estabelecer uma *conversa não artificial* com o ouvinte. Paralelamente, o alunado era estimulado a conhecer detalhes das emissoras de rádio comunitárias espalhadas pelo Estado, além de participar ativamente da associação estadual de tal categoria de emissora.

No que tange ao texto final, dito de outro modo, não havia a defesa do postulado que vigorou e vigora em boa parte do meio Rádio de que o essencial é o domínio da técnica radiofônica, algo que FADUL, em 1979 (p. 52), como bem relembra FERRARETTO (p. 133), denominou 'Ideologia da profissionalização'. Assim, nas 17 edições de 60 minutos cada do Atlas (cujo slogan era 'A revista semanal que corre o mundo', retratando um país por edição), o futuro jornalista era estimulado ao uso de sua espontaneidade, bem como do senso crítico pessoal, contextualizando devidamente as informações que eram levadas ao ar, de modo a cumprir também o papel social positivo que cabe ao profissional da Comunicação, algo que KUNSCH (p. 93) aborda com propriedade:



Se existe um campo do conhecimento e do mercado profissional que pode ser considerado como envolvido e constantemente presente na sociedade contemporânea é exatamente o da Comunicação. Esta deixa de ser considerada simplesmente como uma área de especialidade e passa a permear todo o conjunto social, como processo social básico. Deve, portanto, ser analisada como fenômeno social superimportante no bojo da revolução tecnológica da Informação e da Comunicação Digital e da convergência midiática.

O sucesso da audiência do Atlas, medido principalmente pelo volume de acessos no blog que disponibilizava as versões digitais de cada programa, é visto como excelente indicativo de que um caminho correto foi seguido.

2. Dos conteúdos mínimos

Adiante em sua reflexão, FERRARETTO discorre sobre quais devem ser os conteúdos mínimos presentes nos cursos de Comunicação Social no que diz respeito ao segmento de Rádio. Seis contextualizações são apresentadas ao interlocutor, a saber: histórica, geográfica, social, ético-jurídica, teórica e técnica.

Considerando a validade dessa categorização, o ano de 2009 no ensino de Rádio da Unicentro registrou a *contextualização histórica*, seja sob o enfoque mais clássico (as primeiras transmissões no Brasil, os pioneiros programas de auditório, as figuras de Edgard Roquette Pinto e Ademar Casé, o uso político-propagandístico dessa mídia, as transmissões esportivas inaugurais de turfe, etc) seja sob a ótica mais alternativa, abordando desde a trajetória das emissoras educativas até as emissoras também pioneiras mas nem sempre lembradas nos livros didáticos da Comunicação, como a Rádio Gaúcha de Porto Alegre, fundada em 1927, apenas cinco anos após a primeira transmissão feita em solo verde-amarelo.

O segundo item, *contextualização geográfica*, também se fez contemplar para o alunado da disciplina naquele ano, na medida em que os aspectos de 'realidade local, regional, nacional e internacional', como pontua FERRARETTO, eram trazidos à sala de aula na forma de informações atualizadas e de áudios de emissoras como Rádio Banda B (Curitiba), Rádio Globo (Rio de Janeiro), Swiss Info (noticiário da Rádio



Suíça Internacional, baseada em Zurique) e Voice of America, emissora de Washington, Estados Unidos, dentre outros tantos casos – além de visitas técnicas detalhadas às emissoras da cidade de Guarapuava, algo presente também nos anos de 2008 e 2010.

A seguir, havia o item *contextualização ético-jurídica*, contemplado regularmente na Unicentro nas disciplinas de Rádio e similares entre 2008 e 2010, fosse sob a forma de seminário com um profissional especializado em Direito do Trabalho ou de debates públicos acerca das semelhanças e distinções entre as legislações do Radialismo e do Jornalismo. Ou ainda quanto a aspectos de conduta, contemplados em obras capitais como Manual de Radiojornalismo Jovem Pan, de Maria Elisa PORCHAT (1993), e Manual de Radiojornalismo, de Heródoto BARBEIRO e Paulo Rodolfo LIMA (2001).

O quarto segmento apontado por FERRARETTO mantém vínculo com a chamada *contextualização teórica*, a qual era trabalhada em sala de aula a partir dos ensinamentos do livro de Robert MCLEISH, sendo complementada por debates com profissionais do Radialismo da região de Guarapuava, além das experiências empíricas dos professores do Departamento de Comunicação Social da Unicentro envolvidos nesta área. Vale lembrar que, neste segmento, a linha pedagógica assumida pelos professores da disciplina versava em duas frentes – a primeira discutindo o Rádio e suas implicações antropológicas, psicológicas e sociológicas, como define FERRARETTO (p. 141), e a segunda tratando das ligações entre o meio Rádio e as principais Teorias da Comunicação, fossem elas de cunho sógnico ou mais ligadas aos chamados *cultural studies*.

Por fim, a sexta contextualização é de natureza *técnica*, focando na sonoplastia e nos discursos verbais levados ao ar, seja no já mencionado programa Atlas ou no radiojornal Panorama 277, uma produção diária de 5 minutos que cobria acontecimentos factuais de cidades no entorno de Guarapuava, todas elas cortadas pela BR-277, que liga o Oeste ao Leste paranaense. Neste item, a partir dos ensinamentos de FERRARETTO (com o livro Rádio: o veículo, a história e a técnica, de 2000), Cyro CÉSAR (por meio do livro Como falar no Rádio: prática de locução AM e FM, dicas e toques, de 1990) e do próprio MCLEISH, o alunado levava ao ar suas produções, incluindo documentários (foram produzidos dois, de aproximadamente 30 minutos cada) e entradas ao vivo (cerca de 40 ao longo de 2009, por exemplo) em diversas emissoras do Estado, dentre elas a Rádio Universitária FM 99.7 (Guarapuava), Rádio



Cultura FM (Guarapuava), Rádio Verde-Oliva FM (Brasília) e Rádio Paraná Educativa AM (Curitiba).

Ainda no tocante ao aspecto técnico, o aprendizado era complementado pelas também mencionadas visitas técnicas às redações da cidade-sede da Unicentro, fosse para apurar *in loco* as condições de trabalho e o estilo de programação mais próximo do Jornalismo clássico (caso das rádios Cultura AM e FM) ou atrelado ao estilo radiofônico dito popularesco, onde se enquadram as emissoras Atalaia AM e Difusora AM, ambas igualmente de Guarapuava.

3. Dos desafios restantes

Respeitados os conteúdos mínimos dispostos por FERRARETTO, ainda assim restarão dois desafios de grandes dimensões, quais sejam os de mostrar ao alunado a relevância dos processos alternativos de difusão da produção radiofônica e, em especial, indicar-lhes caminhos novos quando se trata de pensar em inserção no mercado de trabalho.

No que se refere ao primeiro, o programa Atlas, em 2009, almejou se difundir para além das ondas médias da rádio Universitária FM 99.7. O blog do programa registrou cerca de 2 mil downloads ao longo do ano, com acessos de internautas de diversos países, como Estados Unidos e Japão. Tão logo as edições iam ao ar na emissora, os conteúdos eram disponibilizados no link, com cada edição sendo dividida em três blocos, como se fossem podcasts. Informações complementares às edições também eram colocadas na rede, fossem elas mais jornalísticas (atualidades sobre a nação retratada naquela semana) ou de entretenimento, como receitas típicas de cada país. As edições do Atlas (sobre lugares como Itália, China, Peru, Angola, Alemanha, etc) também foram parar em outra crescente fonte de compartilhamento de conteúdo, o Youtube.

Outro item que ocupou bastante a atenção da turma ao longo do desenrolar da disciplina dizia respeito à inserção no mercado de trabalho logo depois da colação de grau. Sabe-se que, em geral, o futuro jornalista entra nos bancos escolares com a meta de se colocar nas grandes emissoras ou redes brasileiras de Rádio, desdenhando, via de regra, das 180 emissoras comunitárias existentes no Paraná, por exemplo (no Brasil, o



volume chega a 3 mil, contando-se apenas as legalizadas). E, mesmo quando se dispõe a experimentar esse segmento, o faz com uma visão eminentemente comercial, provocando um choque de culturas, como aponta PERUZZO (2007: 98) apud FERRARETTO (p. 142):

Quando o aluno ou o recém-formado vai atuar numa rádio comunitária, por exemplo, dificilmente dá certo. Por quê? Porque chega querendo 'colocar ordem na casa', ou seja, vai logo dizendo que o que se faz ali é errado e tenta mostrar 'toda sua sabedoria', corrigindo o que considera incorreto. O problema é que ele se baseia nos parâmetros das rádios comerciais, no jornalismo da grande imprensa, da locução radiofônica tradicional e assim por diante.

De modo a mitigar tal visão impositiva, o alunado foi estimulado a conhecer os meandros do universo das emissoras comunitárias, fossem elas do entorno de Guarapuava ou de outras partes do Brasil, para que se tornassem mais preparados a desenvolver projetos pessoais e/ou profissionais não necessariamente atrelados aos mandamentos do mercado tradicional.

Em última instância, o que se tem intentado nos conteúdos radiofônicos ministrados na Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) entre 2008 e 2010 diz respeito fundamentalmente aos valores capitais da mídia Rádio, delineados por MCLEISH (p. 20), em que este meio comunicacional:

- Fornece informação sobre empregos, produtos e serviços, ajudando assim a criar mercados com o incentivo à renda e ao consumo; - Ajuda a desenvolver objetivos comuns e opções políticas, possibilitando o debate social e político e expondo temas e soluções práticas; - Facilita o diálogo entre indivíduos e grupos, promovendo a noção de comunidade (...)

Sobre 2010, quando estão sendo elaborados programas como Clave do Som (revista semanal sobre gêneros musicais brasileiros) e Entrelinhas (revista jornalística semanal e, eventualmente diária, em que os repórteres comentam suas próprias reportagens), há de ressaltar duas novidades, comparativamente aos dois anos imediatamente anteriores: a produção de edições em tempo real, no caso da Entrelinhas,



iniciando pela reunião de pauta logo pela manhã e finalizando com a veiculação da revista, no final da tarde; e a formação de uma cadeia nacional de rádio universitário, destinada a difundir o Clave do Som, na qual estudantes de Jornalismo de outras instituições irão participar ativamente do programa, com realização de entrevistas e de reportagens especiais, dentre outras possibilidades. Para além, o Clave do Som é veiculado em outras emissoras universitárias ou educativas do território nacional, estejam elas no Paraná ou no Tocantins, só para citar dois casos.

Por fim, ressalta-se que essa noção de rede de difusão vai de encontro às características da Era Digital, um tempo em que as redes sociais virtuais ganham força paulatinamente, seja no âmbito do lazer (como Facebook e similares) como na esfera do trabalho, tendo como eixo a própria Convergência das Mídias. Operar em rede, para o alunado, pode significar uma formação mais ampla e que lhe permita navegar de uma mídia a outra durante a carreira sem que isso seja traumático, como bem arremata FERRARETTO (p. 145), ao sustentar que 'trata-se de formar, no caso do jornalista, por exemplo, um profissional que consiga transitar de uma mídia para outra de forma hábil, sem perder os valores básicos que lhe permitam uma análise crítica da realidade'.

Está-se, então, diante de um cenário multimídia mutante a todo tempo e que, a cada adaptação, por certo se torna mais difícil de entender e administrar. MACHADO (2007, p. 19) proporciona a devida dimensão do que se descortina à nossa frente:

Quanto mais variado o número de plataformas utilizadas e mais complexo o sistema de interação empregado, mais a comunidade de ensino-aprendizado exercita a capacidade de reconstrução do conhecimento e de desenvolvimento de metodologias, tecnologias, técnicas, linguagens e processos de produção de conteúdos.

Em última instância, a Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), dentro de suas possibilidades, busca estar em sintonia com os novos tempos do ensino de Rádio, caracterizado pela multiplicidade de oferta. As boas colocações no mercado de trabalho que vem sendo obtidas por egressos de Jornalismo da instituição, somados aos prêmios obtidos em concursos universitários, são bons indícios que o rumo está correto.



Referências bibliográficas

BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no Rádio**: prática de locução AM e FM, dicas e toques. São Paulo: Ibrasa, 1990.

FERRARETTO, Luiz Artur. Ensino de rádio: uma proposta pedagógica no contexto da multiplicidade da oferta. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo: Intercom, v. 32, n. 2, p. 129-146, jul-dez 2009.

_____. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Perspectivas e desafios para as profissões de Comunicação no Terceiro Milênio. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). **Ensino de Comunicação**: qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA/USP/Intercom, 2007. p. 87-101

MACHADO, Elias. O ensino de Jornalismo em tempos de Ciberespaço. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (orgs). **O ensino de Jornalismo em redes de alta velocidade – metodologias e softwares**. Salvador: Edufba, 2007, p. 11-21.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo** - Jovem Pan. São Paulo: Brasiliense, 1993.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.