

Seminário sobre Linguagem Radiofônica

Texto de Avaliação

Alda de Almeida

Inicialmente gostaria de dar os parabéns a todos os profissionais envolvidos na produção. Parabéns por estarem fazendo rádio. E rádio com uma proposta socioeducativa, num país que cada vez mais se concentra em projetos comerciais de radiodifusão, que vêem o ouvinte como consumidor e não como cidadão. Minhas congratulações ao SENAC por patrocinar esta iniciativa e abrir espaço para experiências de rádio educação.

1. O programa atende a diversidade cultural do Brasil?

Esta é uma questão extremamente controversa que merece outra pergunta: é possível um programa de rádio atender de forma integral à diversidade cultural de um país como o nosso? Vale lembrar que o Brasil tem oito milhões de quilômetros quadrados, pelo menos três tipos de clima diferentes, uma espantosa biodiversidade, 160 milhões de habitantes e, além de tudo, formado a partir de três culturas diferentes, com credos, culinária e costumes distintos.

Particularmente, creio que não. O programa representa, na realidade, uma tentativa (relativamente bem sucedida) de dar voz a pessoas de várias regiões do Brasil, que dificilmente teriam oportunidade de falar na mídia nacional, mostrando que existem ótimos trabalhos socioeducativos país afora, embora enfrente alguns percalços. Feita a observação, tentarei responder às questões propostas no modelo de análise.

Conteúdo

Já que estamos falando especificamente de cultura, comentarei dois temas do quadro *Sabores do Brasil*: Tabuleiro da Baiana e Culinária da Região Sul. O segundo tema, na realidade, trata apenas e parcialmente da culinária gaúcha. Os outros dois estados da região não são citados. Viajei à Bahia e ao Rio Grande Do Sul, mas não senti o gosto do acarajé, nem o cheiro do churrasco. Falta a rua, o povo, o cotidiano. O churrasco é uma tradição tão importante na vida da população gaúcha que nos modernos prédios de Porto Alegre os apartamentos têm churrasqueira. Isso já está previsto na planta que define a localização das churrasqueiras e o sistema de ventilação para impedir que a fumaça invada os apartamentos. É a cultura influenciando a arquitetura em uma região específica do país. O quadro precisaria de reportagens de rua com depoimentos das pessoas comuns e também daqueles que fazem as iguarias. É claro que isso representa um

aumento significativo dos custos de produção. Uma boa forma de reduzir esses custos é tentar transformar algumas parcerias de passivas, comprometidas apenas com a veiculação, em parcerias ativas, contribuindo também com a qualidade final do programa. Ver quais entre todos os parceiros têm equipes de reportagem e condições técnicas para melhorar o programa, aproximando-o dos ouvintes.

Formato

O formato revista (ou miscelânea) é um dos mais interessantes. Agrega uma grande variedade de outros formatos (ou quadros) tanto do gênero jornalístico, quanto dos gêneros musical, dramático, literário. Através dessa pluralidade de formatos, o programa pode variar os temas, fugindo da monotonia, e ainda variar as fontes, ouvindo pessoas de regiões distintas. Porém, em alguns momentos torna-se repetitivo por abusar da entrevista gravada ao telefone. Fica claro muitas vezes que as perguntas foram gravadas posteriormente. Em muitos momentos soa falso, mostrando que a escolha da resposta foi feita na edição e a pergunta criada para se adequar à resposta, tudo em estúdio. Falta, portanto, o verdadeiro “tom” local, o que poderia ser resolvido com entrevistas e reportagens de “rua”.

Linguagem

A linguagem radiofônica compõe-se de três itens; a palavra falada, a música e os efeitos sonoros. Porém, em um programa jornalístico a palavra tem importância fundamental. E é justamente no texto que o programa precisa ser melhorado. Apesar das tentativas, permanece o modo de ver o mundo a partir do eixo Rio-São Paulo. Um exemplo: o programa sobre drogas não fala do uso de cola de sapateiro e solventes, muito usados entre os jovens marginalizados das populações de rua. O destaque fica sempre com a cocaína, uma droga cara que atende principalmente as camadas médias e altas (um erro comum nas campanhas do próprio Ministério da Saúde).

Já o tema desperdício de água aconselha as pessoas a chamarem um “profissional” para resolver o problema da torneira pingando. Num país em que 40% da população economicamente ativa ganha um salário mínimo (o equivalente hoje a R\$ 240,00) quem dispõe de R\$30 ou R\$ 40 para chamar um bombeiro? Por que não sugerir a ajuda de vizinhos e conhecidos para dar uma solução? Em vários momentos o programa deixa a sensação de que está falando para a classe média, na verbalização e ainda na problematização dos temas.

Lembra os telejornais da TV Globo, que homogenizam a sociedade e omitem o conflito de classe. Esta semana o telejornal *Hoje* apresenta uma séria sobre o “ficar” entre os adolescentes. As três primeiras matérias, apoiadas por um psicólogo claramente de consultório particular, se restringem ao mudo da classe média urbana. Nada de bailes funks, nada de comunidades carentes, nada

sobre as adolescentes das populações de rua. É como se os problemas do “ficar” não existissem entre elas. Estas meninas só aparecem para engrossar as estatísticas oficiais sobre gravidez na adolescência.

Certamente este não é o público alvo do programa. Um bom programa de rádio deve ser coloquial o suficiente para ser compreendido de igual modo pelo empresário que está no banco de trás do carro, mas também pelo motorista que o conduz. Deve atender à patroa e ao mesmo tempo a empregada. É muito importante não cometer um erro freqüente: confundir coloquialidade com pobreza vocabular. Esse erro tem relevado o rádio a um papel secundário entre os veículos de comunicação, quando na realidade é um importante meio de informação em países com grandes fatias da população vivendo na pobreza e no analfabetismo. Se me permitem um aparte, não consigo entender o desenvolvimento de um programa como o “Fome Zero”, voltado justamente para essa faixa da população, sem a participação ativa do rádio.

Os outros dois itens têm bastante qualidade. Tanto a musicalização quanto os efeitos são bastante bons; exibindo fina sensibilidade em alguns momentos. Gostei em particular do *Fique por dentro* sobre os macacos, tendo ao fundo o som da moto-serra e das árvores caindo. Aqui o som da moto-serra entra como elemento de informação sonora, recurso importantíssimo e infelizmente pouco utilizado em rádio atualmente.

Estilo

Os locutores passam alegria e jovialidade, alto astral, o que é adequado a um programa popular, mas em alguns momentos soa forçado, pouco condizente com a forma como o tema é abordado e com o texto, o que pode “desligar” o ouvinte da importância do assunto tratado. É necessário uma adequação entre os três níveis: o texto, a forma de abordar os temas e a locução, sempre buscando a coloquialidade, a naturalidade, o tom de conversa com o ouvinte.

2. Permite que o radialista interfira aproximando os temas da comunidade (identificação local)?

Sim, tanto em termos de conteúdo quanto de formato, já que são trabalhados temas presentes no cotidiano de todos, em um programa flexível. Entretanto, se essa aproximação com a realidade local se concretiza, é outra questão. Essa interligação depende dos meios técnicos e humanos das emissoras que fazem parte da “rede”. Será que os locutores têm informação e interesse para, por exemplo, comentar uma pesquisa feita na região? Há produtores e telefone (com híbrida) à disposição para conversar no ar com uma pessoa da comunidade que tenha algum tipo de informação sobre o assunto? As rádios possuem equipes de reportagem para fazer matérias locais

sobre os temas apresentados no programa? A “regionalização” dos temas depende diretamente dessas condições de produção.

Uma sugestão: mandar com antecedência ao locutor ou apresentador, responsável pelo horário em que o programa é veiculado, a relação dos temas do próximo programa e sugestões de como ele pode explorá-los. Exemplo: digamos que o *Fique por Dentro* do próximo programa trate dos cuidados com animais domésticos, cães, gatos, pássaros. Vamos abordar certamente os cuidados com a saúde do animal, alimentação, visitas regulares ao veterinário, etc. O colega da rádio local pode informar aos ouvintes quais os locais em sua cidade que fazem consulta e vacinação gratuita de animais.

Lembrando que o serviço gratuito é sempre mais importante, pois muita gente tem animais, mas não pode pagar pelo tratamento.

3. Desperta interesse/ motiva a participação do ouvinte?

Aqui temos de novo aquele pequeno problema já mencionado antes: falta o povo. O programa abusa do uso de “especialistas”, pesquisadores, professores, etc e de “autoridades”; coordenador de algum projeto, presidente de alguma instituição, etc. Há um excesso de “educatês”, o que seguramente afasta uma grande fatia da audiência e reforça o excesso de hierarquia que temos na sociedade. Um bom exemplo de como a participação popular é importante nos programas de rádio está registrado nos resultados de uma pesquisa feita com mulheres de bairros populares de Cusco, na década de 80, a respeito da programação das rádios desta cidade andina. O grupo elogiou um determinado programa porque contava com a participação de mulheres das camadas populares mostrando que “ellas también pueden hablar e que así se da a conocer su sentir” (Cuadernos Chasqui 14).

Outro problema é que as propostas de “interatividade” se baseiam em cartas, são do tipo “escreva para nós e receba uma revista”. E quem não sabe ler e escrever, ou não sabe o suficiente para se aventurar a escrever uma carta? Lembram de filme **Central do Brasil** ? Estas pessoas, mais de um terço da população do país concentradas no Norte, Nordeste, e periferia das grandes cidades do sul e Sudeste, ficam automaticamente de fora. Outra questão é o uso excessivo de chamadas para a internet, uma mídia de elite à qual nem 10 por cento da população têm acesso. Sugerir que quem quiser mais informações sobre o assunto pode procurar no *site* tal presume uma complementação das informações à qual a grande maioria não tem acesso. É incoerente uma mídia popular como o rádio remeter o ouvinte a uma mídia de elite como a internet. É mais um daqueles casos em que o programa fica com a cara da classe média.

A principal sugestão é usar uma linha 0800 ligada a uma secretária eletrônica para gravar dúvidas, sugestões e histórias de ouvintes de todo o Brasil que podem depois de selecionadas entrar no ar.

4. O programa explora todo o potencial de linguagem do meio?

Apenas em parte. A base da linguagem jornalística em rádio é a palavra falada. Entretanto, na grande maioria dos programas, especialmente nos gravados, o apresentador “fala” a partir de um texto, como é o caso do Sintonia SESC/SENAC. Conforme já mencionado antes, há uma desigualdade entre o texto e o estilo de locução. O texto precisa ser mais coloquial, não partir do pressuposto de que todos conhecem palavras mais sofisticadas, que até são de uso comum entre as classes com maior acesso à instrução, mas que estão distantes da maioria da população. Exemplo: no quadro sobre a cultura da paz a Dra. Zilda Arns é apresentada como “guardiã”. Será que o público sabe o que é um guardião? Não seria melhor, por exemplo, Anjo da Guarda? Ou por que não usar as duas palavras no mesmo texto? Este é só mais um exemplo do uso de uma linguagem com a cara da classe média.

Outra questão envolve a *Família Ramos*. Os ouvintes não são apresentados a essa família no início dos quadros. O programa parte do princípio de que todos os ouvintes já conhecem a família. Estamos falando da **repetição**, um ingrediente fundamental da linguagem radiofônica, que ajuda o ouvinte a marcar os fatos mais importantes, ou como diz Maria Elisa Porchat em seu “Manual de Radiojornalismo”, a repetição “ajuda aquele que pegou o bonde andando”. Em se tratando de um quadro de radiodrama, como é o caso da *Família Ramos*, essa apresentação dos personagens é fundamental. Ajuda o ouvinte a compreender melhor a mensagem.

Para finalizar, gostaria de destacar um aspecto. Tudo o que foi dito aqui tem o único objetivo de melhorar a produção, aperfeiçoar os programas para que eles se aproximem cada vez mais de sua audiência. Sei que é um olhar de fora, de quem ouviu em três semanas uma série de oito programas. Como produtora radiofônica, conheço as dificuldades de produzir algo de qualidade, muitas vezes com poucos recursos. É como se matássemos um leão por dia. Espero, portanto, que estas minhas observações técnicas não sejam entendidas como críticas que levam ao desânimo dos profissionais envolvidos na produção, e sim como um estímulo para buscar novos caminhos no *dial*.

Bibliografia

Balsebre, Armand- "El Lenguaje Radiofónico", Ediciones Catedra, Madri, 1996.

Castilho, Daniel Prieto- "La Expresion Verbal em Radio", Materiales de Trabajo 5, CIESPAL, Quito, sem ano de publicação.

Equipe do Centro Amauta de Estudios- "Recepcion de Programas Radiales", Cuadernos Chasqui, Editorial Quipus, Quito, 1987.

Porchat, Maria Elisa, "Manual de Radiojornalismo", Editora Brasiliense, São Paulo. 1987.