

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROJETOS EXPERIMENTAIS

A Banca Examinadora, abaixo-assinada aprova o trabalho

DEMOCRATIZAÇÃO DA PAUTA NO RADIOJORNALISMO

Elaborado por
Paulo Oscar Beheregarai Finger

Prof. Orientador
Paulo Roberto de Oliveira Araújo

*Trabalho apresentado na disciplina de
Projetos Experimentais como requisito
parcial para a obtenção do Título de
Bacharel em Comunicação Social,
Habilitação em Jornalismo.*

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Paulo Roberto de Oliveira Araújo - Presidente

Prof. Eunice Olivedo

Prof. Cláudio R. Palma

Prof. Fernanda M. da Rocha Barichello - Suplente

Avaliação:

Autoria: Paulo Oscar Beheregarai Finger

Santa Maria
Santa Maria
1996



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROJETOS EXPERIMENTAIS

A Banca Examinadora, abaixo- assinada aprova o trabalho

DEMOCRATIZAÇÃO DA PAUTA NO RADIOJORNALISMO

Elaborado por
Paulo Oscar Beheregarai Finger

Prof. Orientador:
Paulo Roberto de Oliveira Araújo

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Paulo Roberto de Oliveira Araújo - Presidente _____

Prof.^a Eunice Olmedo _____

Prof.^a Gláise B. Palma _____

Prof.^a Eugenia M. da Rocha Barichello - Suplente

Avaliação: _____

Santa Maria
1996

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. O RÁDIO NO BRASIL.....	9
3. RÁDIO UNIVERSIDADE.....	15
4. O ESTÚDIO ESTÁ ABERTO.....	18
5. CONCLUSÃO.....	31
BIBLIOGRAFIA.....	33

Agradecimentos:

*Ao "Mestre" Paulo Roberto, pelo apoio durante a jornada;
ao colega Fábio, pela parceria agora e sempre;
à minha família, pela força "doméstica";
aos colegas e amigos, pela amizade durante todos esses anos e
à musa inspiradora, por tudo.*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. O RÁDIO NO BRASIL.....	9
3. RÁDIO UNIVERSIDADE.....	15
4. O ESTÚDIO ESTÁ ABERTO.....	18
5. CONCLUSÃO.....	31
BIBLIOGRAFIA.....	33

A escolha pelo projeto experimental se deve ao fato de ser prático e que possibilita a inovação, explorando algo ainda inédito. Dentro do vasto universo em que se pode trabalhar a partir disso em comunicação, o meio escolhido foi o rádio. Está mais perto das pessoas, que estimula a imaginação do ouvinte por ser apenas som, por não ter o complemento da imagem.

O rádio consegue ter um público altamente fiel, pois consegue uma penetração no cotidiano das pessoas, em todas as idades e todos os níveis sociais. Ainda tem a característica de ser um pouco mais de um meio de comunicação, sendo visto como um companheiro, que está muito perto e que "fala" diretamente com o ouvinte. Outra vantagem, e a fidelidade do público se deve em muito a isto, é a possibilidade de poder desenvolver outras atividades enquanto está se

1. INTRODUÇÃO

Para concluir o curso de Comunicação Social é necessário fazer uma monografia ou um projeto experimental. Enquanto que a monografia é um ensaio teórico sobre um determinado tema, o projeto experimental é algo novo, alguma coisa ainda não feita. O projeto experimental tem que ter esse caráter inovador, de ser um projeto inédito, para que após sua execução se possa fazer uma análise e uma conclusão.

A escolha pelo projeto experimental se deve ao fato de ser prático e que possibilita a inovação, explorando algo ainda inédito. Dentro do vasto universo em que se pode trabalhar a partir disso em comunicação, o meio escolhido foi o rádio. Está mais perto das pessoas, que estimula a imaginação do ouvinte por ser apenas som, por não ter o complemento da imagem.

O rádio consegue ter um público altamente fiel, pois consegue uma penetração no cotidiano das pessoas, em todas as idades e todos os níveis sociais. Ainda tem a característica de ser um pouco mais de um meio de comunicação, sendo visto como um companheiro, que está muito perto e que “fala” diretamente com o ouvinte. Outra vantagem, e a fidelidade do público se deve em muito a isso, é a possibilidade de poder desenvolver outras atividades enquanto está se

ouvindo rádio. Não é necessário se fixar ao canal da mensagem, como na televisão, em que deve existir uma concentração na imagem, ou nas palavras escritas, como acontece com o jornalismo impresso.

Um dos gêneros mais apreciados no rádio é o debate, onde podem ser tratados assuntos polêmicos e que afetem diretamente o público ouvinte no seu dia-a-dia, no seu cotidiano. Este trabalho de conclusão de curso foi realizado com o objetivo de se ir além de uma tendência mundial no AM, que é aumentar cada vez mais a interatividade com o ouvinte, dando a ele cada vez mais espaço dentro da programação e dentro de programas específicos. Assim, tentou-se ir um pouco adiante no que se refere à participação do ouvinte nos debates, trazendo-o para dentro da emissora, para dentro do estúdio, para a mesa debatora. Esta é uma das inovações propostas do **Estúdio Aberto**. Outra inovação é a escolha da pauta, que sempre é feita pelo jornalista ou por sua equipe. Neste projeto ela foi sugerida por ouvintes, por pessoas comuns que podem nos dizer o que está mais perto de suas vidas, que temas podem ser tratados que, de fato, afetem o cotidiano das pessoas mais comuns. Uma terceira inovação é a possibilidade de o ouvinte se inscrever espontaneamente para participar do programa. Em vez de participar pelo telefone, dando alguma opinião ou fazendo alguma pergunta, o ouvinte tinha a possibilidade de ir até a rádio e fazer parte da mesa debatedora, só precisava mostrar interesse e telefonar se inscrevendo.

No primeiro capítulo o leitor vai encontrar um breve histórico do Rádio, como meio de comunicação no Brasil.

No segundo capítulo, um breve histórico da Rádio Universidade, onde o programa do trabalho de conclusão de curso foi veiculado.

No terceiro capítulo, a descrição do gênero debate e também a pauta. Nesse capítulo estará a sistemática adotada para a realização do trabalho de conclusão de curso, em relação à produção dos programas.

O quarto capítulo são as conclusões à que se chegaram.

E finalmente, a bibliografia utilizada.

Este trabalho de conclusão de curso foi desenvolvido em conjunto com o acadêmico Fábio Franco Codevilla, que analisou a participação dos ouvintes como debatedores.

2. O RÁDIO NO BRASIL

O rádio no Brasil apareceu em abril de 1919, em Recife, quando foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto. Mas esta experiência não é considerada como a implantação oficial do rádio no país. Oficialmente, o rádio chega ao Brasil nas comemorações do Centenário da Independência, quando o discurso do presidente Epitácio Pessoa foi transmitido do alto do Corcovado. Para isso, foi instalada uma emissora no local, e 80 receptores foram distribuídos para uma parte da sociedade carioca. Ainda foram transmitidas óperas diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, mas logo depois as transmissões tiveram que ser encerradas por falta de um projeto que desse continuidade aos trabalhos.

Em 20 de abril de 1923 é inaugurada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize, uma rádio com caráter educativo. A radiodifusão estava definitivamente instalada no Brasil. Só que como salienta Gisela Ortriwano, “o rádio nascia como um meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros”.(1985:14). Por causa disso, a

programação era muito elitizada, porque eram transmitidas óperas, recitais de poesia, concertos, palestras culturais e outras programações científicas.

Na segunda metade dos anos 20, o rádio começa a se espalhar pelo país. Surgem muitas emissoras, sempre formadas como clubes ou sociedades, que mantinham a rádio com mensalidades pagas por quem possuía receptores, ou por doações eventuais, já que as inserções de anúncios pagos era proibido pela legislação da época. Isso só vai mudar a partir da década de 30, quando um decreto do governo, de maio de 1932, permitiu a publicidade paga no rádio.

Como relata Ortriwano,

O Governo mostra a partir dos anos 30, preocupar-se seriamente com o novo meio, que definia como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa, regulamentando o seu funcionamento e passando a imaginar maneiras de proporcionar-lhe bases econômicas mais sólidas, concretizadas pelo Decreto n.º 21.111, que autoriza a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado a sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% e, atualmente, fixada em 25%.(1985:15)

A veiculação de publicidade muda imediatamente o sentido que vinha se fazendo rádio no país. O que era erudito e educativo passa a ser popular, e voltado para o lazer e diversão. Começam a ser executadas músicas populares e também surgem horários humorísticos, que começam a dominar a programação das rádios, que deixam de lado o caráter educativo e passa mais a se preocupar com a parte financeira. Como comenta Ortriwano, “a preocupação ‘educativa’ foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses

mercantis".(1985:15). Os empresários começaram a constatar que o rádio como um meio muito mais eficiente para divulgar seus produtos, porque começa a atingir as grandes massas e os seus produtos podem chegar até os analfabetos. Naquela época, os anunciantes eram locais, já que produtos importados não eram comercializados no país. Como relata Sonia Virgínia Moreira:

Durante toda a década de 30, os textos publicitários no rádio brasileiro divulgavam produtos e estabelecimentos exclusivamente nacionais: Sabonete Tabarra, Leite de Colônia, Cigarros Castelões e Produtos Fátima são alguns exemplos de anunciantes que patrocinavam os mais variados tipos de programas de sucesso no rádio da época.(1991:23)

O domínio dos anunciantes nacionais pode, a princípio, não representar um fato relevante, mas é com a introdução da publicidade estrangeira que o rádio no Brasil vai se desenvolver em definitivo.

No início dos anos 30, o rádio já estava fazendo propaganda política. Este tipo de propaganda foi introduzida pela Rádio Record, que levava os políticos para o microfone para fazerem palestras, e que também inovou em outros aspectos, como sendo a primeira a ter uma equipe profissional e exclusiva com remuneração mensal. A partir daí começou a verdadeira concorrência entre as emissoras de rádio, mesmo as pequenas, que procuravam uma equipe fixa e também contratar astros populares e orquestras filarmônicas.

Em 1934 surgem os primeiros programas de auditório, na Rádio Kosmos de São Paulo. No Rio de Janeiro é inaugurada a Rádio Jornal do Brasil, com uma

programação mais voltada para a informação. Em 1936 é criada a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que revolucionaria o rádio no país em termos burocráticos e organizacionais, por causa da grande quantidade de pessoal que trabalhava na rádio e pela maneira que era gerenciada, com equipes de produção e um diretor geral.

A década de 40 é considerada a “época de ouro” do rádio no Brasil. Em 1941 ocorre um dos fatores decisivos para as mudanças no rádio brasileiro, como nos conta Moreira:

(...) a chegada, em 1941, de representantes do *Birô Interamericano*, um organismo criado um ano antes pelo presidente norte-americano Franklin Roosevelt, destinado a coordenar os esforços dos Estados Unidos no plano das relações econômicas e culturais com a América Latina. Chefiado por Nelson Rockefeller, o *Birô* começa a divulgar no Brasil o *american way of life*(...).(1991:24)

É assim que chega ao país a Esso Standard de Petróleo, uma companhia multinacional de combustível, que seria a responsável pelo patrocínio do programa que iria alterar o padrão dos jornais-falados vigentes, o *Repórter Esso*. Naquele período, o radiojornalismo brasileiro se limitava à leitura das notícias que saíam nos jornais pelo locutor que estivessem no horário. Assim, o programa marcou época dentro do rádio brasileiro, como relata Ortriwano:

Com seu slogan “Testemunha Ocular da História”, o Repórter Esso, durante os 27 anos que esteve no ar, deu em primeira mão as principais notícias do Brasil e do mundo. A voz grave e modulada de Heron Domingues, locutor exclusivo do Repórter Esso durante 18 anos,

tornou-se popular em todo o Brasil. Preparado pela UPI - United Press International, seguia as normas rígidas e funcionais dos noticiários radiofônicos norte-americanos. (1985:20-21)

Com o surgimento da televisão no Brasil, o rádio perde muito espaço. A televisão leva do rádio os seus primeiros profissionais e artistas e leva também os anunciantes. O rádio precisa então se reestruturar. Começa com um aumento da programação musical, inicia os serviços de utilidade pública e dá uma grande ênfase ao radiojornalismo, que é facilitado pela chegada do transistor ao Brasil.

Como constata Moreira,

Prestação de serviços, jornalismo e música: este foi o modelo adotado pelos profissionais do rádio AM brasileiro para superar a inédita concorrência com a televisão a partir dos anos 60. A agilidade na transmissão de informações, principal característica do veículo, tornou-se a qualidade mais explorada pelas emissoras. Nesse ponto, o rádio jamais foi superado pela televisão. (1991:39)

Já na década de 80 começam a surgir as primeiras redes de rádios, como o Sistema Globo de Rádio, a Rede Manchete de Rádio, buscando a especialização, que iniciou em meados dos anos 70, quando algumas emissoras passaram a buscar um determinado público, criando programas específicos em diferentes horários.

Hoje o rádio no Brasil, e também no mundo, está na busca pela especialização, como constata Bachman,

Há uma grande variedade de combinações de programas falados no ar: esportivos, de negócios, infantis, etc. (...) Os canais de AM são muito bons para a exploração de nichos de audiência, especialmente se o formato não está sendo usado na praça por uma FM. (1996:8)

E no Brasil, pelo menos, o FM não tem a característica de desenvolver programas falados, o que torna o AM como o grande canal para isso.

No outono de 1968 entrava em definitivo em funcionamento uma emissora de rádio em Santa Maria. No dia 27 de maio de 1968 foi oficialmente inaugurada a Rádio Universidade de Santa Maria, instalada no terraço do prédio da antiga reitoria, no centro da cidade. A Rádio Universidade surgiu em Santa Maria por iniciativa do então reitor e fundador da UFSM, José Mariano de Rocha Filho, que chamou a uma reunião dos profissionais de imprensa da cidade. Para organizar a primeira emissora educativa do interior do Rio Grande do Sul, o reitor encarregou Antônio Abente, que se tornaria o primeiro diretor da Rádio Universidade.

Na ocasião em que foi inaugurada, a Rádio Universidade era a primeira em nível estadual entre as emissoras que existiam na época. É claro que o fator determinante para o sucesso da qualidade do som, que era melhor que a maioria das emissoras, estava nos equipamentos novos que utilizava e da programação variada que incluía músicas de todos os estilos.

O principal objetivo da Rádio Universidade era desenvolver educação e cultura através de uma programação diferenciada. Foram firmados convênios,

como o feito com a Fundação Educacional Padre Laudel de Moura - FEPLAM - que permitem a veiculação de programas educacionais em todos níveis. Como relatou Cláudio Palma.

3. RÁDIO UNIVERSIDADE

No outono de 1968 entrava em definitivo mais uma emissora de Rádio em Santa Maria. No dia 27 de maio de 1968 foi oficialmente inaugurada a Rádio Universidade de Santa Maria, instalada no terraço do prédio da antiga reitoria, no centro da cidade. A Rádio Universidade surgiu em Santa Maria por iniciativa do então reitor e fundador da UFSM, José Mariano da Rocha Filho, que atendeu a uma solicitação dos profissionais de imprensa da cidade. Para organizar a primeira emissora educativa do interior do Rio Grande do Sul, o reitor encarregou Antônio Abelim, que se tornaria o primeiro diretor da Rádio Universidade.

Na época em que foi inaugurada, a Rádio Universidade era a primeira em audiência, entre as cinco emissoras que existiam na época. É claro que o fator novidade influenciou muito, além da qualidade do som, que era melhor que a maioria das outras, por causa dos equipamentos novos que utilizava e da programação variada, que contava com músicas de todos os estilos.

O principal objetivo da Rádio Universidade era desenvolver educação e cultura através de uma programação diferenciada. Foram firmados convênios,

como o feito com a Fundação Educacional Padre Landel de Moura - FEPLAM - que permitiam a veiculação de programas educacionais em todos níveis. Como relatou Glaíse Palma,

Naquela época, segundo Antônio Abelim, “a Rádio serviu, em grande parte, para o desenvolvimento da Universidade Federal de Santa Maria. A sua presença nas programações, nos eventos, foi de extraordinária importância para a divulgação dos trabalhos da Universidade.”(1995:36)

Nos meados da década de 80, Roberto Montagner assume a direção da Rádio e firma mais um convênio com fins educativos, com o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa, o SINRED. Todas as emissoras ligadas neste sistema produziam e apresentavam programas no estilo do já extinto projeto Minerva, e eram veiculados em todo o país. A Rádio Universidade tinha que produzir programas envolvendo música, cultura e história, para mandar para todo o Brasil. Foram produzidos programas sobre as Missões, sobre a região paleontológica da Mata, sobre o Castelo de Pedras Altas da família Assis Brasil, e muitos outros, que foram veiculados em outras emissoras, de caráter semelhante ao Rádio Universidade, em todo o Brasil. Essa produção foi encerrada durante o Governo Fernando Collor.

Programas ecológicos, agropecuários e musicais segmentados fazem parte da programação diária da rádio. Marcou época um programa infantil, apresentado por Maria Helena Mello e João Teixeira Porto, chamado “Era Uma Vez”. Era praticamente um radioteatro, que ia ao ar domingos à tarde e foi um dos

programas de maior audiência. A Faculdade de Comunicação Social também tem seu espaço na Rádio Universidade. Os acadêmicos de jornalismo produzem programas de diversos estilos que são veiculados durante a semana. A produção e veiculação destes programas se dá através do projeto Rádio Escola, que permite aos alunos produzirem e apresentarem programas como o *Repórter do Campus*, um radiojornal sobre a UFSM, com tudo o que acontece em cada Centro; o *Ciência no Ar*, onde o desafio é levar ao ouvinte temas científicos, praticando assim o jornalismo científico. Um dos mais simples e também um dos mais atraentes é o *Diálogos Possíveis*, onde a entrevista é exercitada pelo método da história oral, com as mais diferentes pessoas da comunidade local. E o mais expressivo, que obtém maior repercussão dentre os programas realizados pelos acadêmicos de jornalismo, é o *Rádio Ativo*, um programa semanal de debates, trazendo os temas mais polêmicos da atualidade, muitas vezes antes mesmo da mídia local.

A programação da Rádio Universidade é bem diversificada, mas tem uma certa formatação. A manhã é totalmente informativa. A tarde é dividida entre música e informação, enquanto que a noite é exclusivamente musical. A rádio segue essa linha por saber que ela deu certo, que o público alvo da rádio quer é ouvir exatamente isso, manhãs informativas e noites musicais. E informação de qualidade, produzida pela própria rádio, e voltada para a sua comunidade, seja acadêmica ou não.

4. O ESTÚDIO ESTÁ ABERTO

Dentro do jornalismo existem muito aspectos importantes, como as fontes, a captação, a redação, mas um pode-se considerar como fundamental, pois sem ele não seria possível desenvolver os outros: a pauta. É a partir dela que inicia todo o trabalho de busca de informações, seja para uma reportagem, uma notícia ou uma entrevista. Sem ela, o profissional de comunicação pode ficar desorientado, quando tiver que selecionar o que irá passar para o seu público. Qualquer que for o veículo e o tipo de trabalho desenvolvido, a pauta sempre irá guiar as ações do jornalista.

Mas afinal, o que é uma pauta? Existem alguns conceitos, relacionadas à reportagem e também ao jornalismo impresso, mas que podem ser utilizadas no radiojornalismo em geral. Erbolato nos dá um conceito muito claro:

1. Designação prévia dos principais assuntos que serão cobertos jornalisticamente, dia a dia, ou algum tempo depois. 2. Esquema minucioso de um levantamento pretendido pelo meio de comunicação para fins de elaboração de matéria jornalística. Na pauta são mencionadas as perguntas (ou pesquisas), as pessoas que podem ser entrevistadas(...) (1986:237)

É possível retirar um outro conceito de pauta do *Novo Manual da Redação* da Folha de S. Paulo. Este conceito é relacionado ao jornalismo impresso, mas pode nos dar uma idéia muito clara do que é uma pauta. No *Novo Manual da Redação*, pauta “É o primeiro roteiro para a produção de textos jornalísticos e material iconográfico. Deve conter sempre uma hipótese a ser confirmada ou refutada, uma questão principal a ser respondida.”(1992:39).

Mesmo que esses conceitos sejam bastante completos, ainda podemos acrescentar a definição de pauta encontrada no *Larousse Cultural - Dicionário da Língua Portuguesa*, que nos traz pauta como “Programação dos assuntos e acontecimentos a serem cobertos num edição de um periódico.”(1991:843)

Esses conceitos estão mais relacionados ao jornalismo impresso. Especificamente em radiojornalismo, encontramos a definição de Porchat:

Pauta é o ponto de partida. Nela não existe ponto final. A pauta surge a todo instante, na vida da reportagem - no contato com a população, de um fato banal presenciado na rua, nas entrelinhas de uma notícia; enfim, daquilo que o ouvinte estaria interessado em saber. É só o jornalista se dispor a sentir, refletir e criar. A idéia vira realidade quando fontes de informação são ouvidas. (1989:44)

Neste trabalho de conclusão de curso o conceito adotado é o encontrado no *Novo Manual da Redação* da Folha de S.Paulo, por ser o mais aproximado de definir o que é a pauta em um debate radiofônico e também porque em todos os programas produzidos tinham um ou dois questionamentos, que direcionavam o debate e também sintetizavam qual seria o enfoque principal.

O **Estúdio Aberto** tem como aspecto básico dar oportunidade ao ouvinte pautar um programa de debate. Dar a chance de poder ouvir temas relacionados a sua vida cotidiana em um programa de debates, que é uma das diversas formas de passar informação. E dentro do rádio, uma das formas mais apreciadas é o debate.

Em um debate se reúnem diversas pessoas, que têm um ponto de vista diferente sobre determinado assunto que, de uma maneira ou de outra, esteja ligado à vida cotidiana dos ouvintes. O debate radiofônico pode ter várias formas, que podem se adequar melhor a cada tema e a cada situação.

Uma das formas é a mesa-redonda, que segundo Prado é “A fórmula mais completa, dinâmica, ágil e atraente de polemizar no rádio(...). Nela participam representantes de diversos pontos de vista sobre o tema a ser debatido. Os pontos de vista expostos podem ser contrapostos ou complementares”(1989:91).

Outra forma, e esta é a mais interessante e a que atrai mais o ouvinte, é o debate propriamente dito. Para Prado,

O debate é a forma mais viva da polêmica. Nele se produz um enfrentamento aberto de duas posturas opostas. Do debate devem surgir os dados necessários para justificar cada postura e, em consequência, para esclarecer o tema polêmico. Do resultado do debate surgirá o posicionamento do público ao lado de uma postura ou de outra. Este posicionamento nem sempre é definido ou definitivo. (1989:93)

Estas formas geralmente trazem muita discussão, e o êxito do programa depende então do conhecimento do assunto e da habilidade do jornalista que está conduzindo o debate. Este gênero deve ser apresentado de preferência ao vivo, e

caso precise ser previamente gravado, não deve ser montado, para preservar a coerência nas discussões.

Como escreve Heródoto Barbeiro, no prefácio da obra *“Estrutura da Informação Radiofônica”* de Emílio Prado, “A pauta do radiojornalismo deve ter condições de colocá-lo à frente dos demais meios de comunicação.”(1989:10). Ela, na maioria das vezes, é escolhida pelo jornalista. Dificilmente são atendidas sugestões dos ouvintes, mas isso pode acontecer. Mesmo escolhendo assuntos polêmicos e que afetem o ouvinte de maneira direta no dia-a-dia, muitos temas, que às vezes não são tão polêmicos, ficam de fora de mesas de debate, embora interessem muito aos ouvintes. O jornalista não consegue saber exatamente o que pode ser mais importante para o ouvinte, por isso busca os temas que estão mais em evidência, que também estão sendo discutidos, na maioria das vezes, por outros meios de comunicação. A escolha da pauta pressupõe todo o trabalho; já uma vez escolhida, começará a busca de dados e a escolha dos convidados que farão parte da mesa debatedora. O ouvinte só pode escolher então em ouvir ou não o debate, podendo até dar a sua opinião e fazer perguntas, dependendo do programa. Neste aspecto não há uma democratização, já que o ouvinte, que é para quem se trabalha, tem que ouvir os debates sobre as pautas que o jornalista decidir. Muitas vezes estão de acordo com seus interesses, muitas vezes não. É claro que isso está mudando aos poucos, e este é um dos aspectos em que o Estúdio Aberto tenta ser inovador.

Hoje em dia existe uma grande tendência dentro do Rádio AM: a liberdade de expressão do ouvinte e, principalmente, a sua participação. Segundo Bachman, uma das tendências no rádio AM mundial é a interatividade.

As estações AM atualmente já se distinguem dos outros veículos pela sua capacidade de interagir com suas audiências. (...) O uso das linhas telefônicas para permitir a participação das pessoas em qualquer programa é cada vez mais aceito e um maior atrativo para o ouvinte, que adora ouvir a sua opinião sobre determinado assunto transmitida imediatamente após, ou até no meio, das entrevistas. (1996:8-9)

Está provado que o ouvinte gosta de ouvir a sua opinião no Rádio e isto dá credibilidade e principalmente audiência. E isso já vem se desenvolvendo há alguns anos, porque Moreira já colocava, há cinco anos, que:

Em geral, a participação do ouvinte via telefone, carta ou, até mesmo, pessoalmente é uma constante no rádio AM brasileiro. Esclarecimentos, pedidos, conselhos, queixas, orientações, tudo é material pronto para ser divulgado (pelas emissoras) e consumido (pelos ouvintes fiéis), entre os intervalos comerciais. (1991:42)

Mas ele participa expondo suas opiniões e sugestões apenas por telefone e quando se trata de opinião muitas vezes não vai ao ar. O Estúdio Aberto muda isso e amplia o conceito de interatividade ligado aos meios de comunicação, principalmente o rádio. Trata-se de pedir aos ouvintes em geral, de qualquer tipo de programação, que sugerissem a pauta para os programas que foram

desenvolvidos. Com o ouvinte sugerindo a pauta, há uma democratização dela, já que os programas foram todos produzidos em cima destas sugestões.

É preciso que ela seja atraente para o ouvinte e que possibilite discussões. O jornalista, quando escolhe uma determinada pauta, já tem em mente o material que vai ter que pesquisar e onde fazê-lo. Normalmente ele já tem as fontes ou sabe onde achá-las facilmente. Quando o ouvinte é quem sugere, o jornalista tem que ir atrás do material, atrás das fontes de informação sobre a pauta sugerida. É claro que muitas podem ser fáceis de se trabalhar, porque o ouvinte pode sugerir pautas que estejam em grande evidência. Ao mesmo tempo que algumas, mesmo que sejam do interesse dos ouvintes, não estão em evidência, proporcionando muito mais trabalho para a produção, que tem que realizar uma procura mais laboriosa por informações a respeito daquele assunto. Esta é uma das características inovadoras do Estúdio Aberto, a sugestão das pautas por parte dos ouvintes. Transformá-lo em pauteiro de um programa de debate.

Para podermos considerá-los pauteiros, temos que conceituar a figura do pauteiro. Um conceito bem completo é dado por Mário Erbolato, mas é relacionado ao jornalismo impresso. Contudo é possível associá-lo com o radiojornalismo, uma vez que a diferença entre eles é apenas o meio. Para Erbolato,

Pauteiro é peça importante no complexo jornalístico. Entre as suas funções está a de ler tudo o que lhe cai às mãos, mas sempre na tentativa de encontrar a chave para uma boa matéria.(...) Ele deve fornecer diariamente aos editores pelo menos uma ou duas laudas de sugestões. Como preenchê-las, senão usando da sua imaginação, recorrendo a livros, jornais e revistas e trocando idéias com os colegas e amigos? (1978:155)

da comunicação, em termos práticos. Por meio de um contato inicial, explicando o que seria o trabalho a ser realizado e a sugestão de pautas, através de uma caixa. Escolher pautas, e depois aceitá-las, sempre é um ato difícil, já que é a partir delas que se iniciará o processo de produção. Por que, então, não deixar a sugestão da pauta para o maior interessado em um programa de debate, o ouvinte? Ele deve ter a sua vontade de participar deste processo de comunicação, o debate, levada em consideração e uma vez que está se tentando algo novo e atual, colocar isso em prática. O ouvinte pode ter um conhecimento muito maior de fatos mais cotidianos do que o jornalista. Esses fatos, às vezes por serem mais simples e universais, podem estar relacionados mais diretamente com o dia-a-dia de muitos ouvintes. O radiojornalismo, e o jornalismo em geral, deve ser feito buscando suprir a necessidade de informação do indivíduo, e geralmente ele quer saber mais, quer opinar e fazer perguntas. Essa curiosidade e vontade de participar do processo comunicacional é que deve ser utilizada, fazendo o ouvinte de rádio participar ativamente, sugerindo o que vai ser debatido em um programa.

RP: Como fazer os ouvintes de rádio sugerirem as pautas foi uma das maiores dificuldades. Buscou-se então um público próximo, e que dentro dessa amostra, houvesse a probabilidade máxima de serem ouvintes de rádio e especialmente da Rádio Universidade. Para participar deste trabalho de conclusão de curso foram escolhidos os alunos, professores e funcionários da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria. É uma comunidade bem próxima e que pode ser considerada ouvinte de rádio em geral e da Rádio Universidade, por causa do seu contato com a própria UFSM e também por serem profissionais

da comunicação, ou futuros profissionais. Foi feito um contato inicial, explicando o que seria o Estúdio Aberto e pedindo as sugestões de pautas, através de uma caixa, deixada em um dos corredores da faculdade. Foi entregue uma folha de papel com uma pergunta impressa, e as sugestões podiam ser colocadas ali mesmo.

A pergunta era:

“Qual o tema relacionado com toda a sociedade que você gostaria de ouvir debatido por pessoas comuns em um programa de rádio?”

A partir daí surgiram diversas questões, dentre as quais foram escolhidas quatro, que serviram de pauta para os programas realizados. As sugestões dadas pelos alunos e professores da Faculdade de Comunicação da UFSM foram:

Homossexualismo; Alternativas para o Tratamento do Lixo; A greve: de uns anos para cá as greves num modo geral estão fracassando. Por quê?; A influência (binômio) da dupla Mangá (história em quadrinho japonesa) e Anime (desenho animado japonês) na cultura ocidental moderna; Como RPG's foram ocupar espaço no disco do seu PC? Discussão sobre multiplicidade de eventos; Chicago Hope, Plantão Médico: sangue na TV (o estranho fascínio dos seriados médicos); Desemprego; Reforma agrária; Qualidade do ensino público; O papel da UFSM dentro de Santa Maria e localidades próximas (especialmente o papel da FACOS); Preconceitos: mulher, negro, homossexual, aidético, posição social; Esmola para meninos de rua. Ajuda ou atrapalha?; Sexo na adolescência; Educação; Aborto; Pena de Morte; Política; Eleição; AIDS; Drogas; Cigarro; Álcool; Suicídios; Velhice;

Adolescência; Religião; Vestibular; Privatização; Produção cultural-artística nos últimos anos, porque faz sucesso Mamonas, Tiririca, Falcão; Qual a influência dos meios de comunicação de massa na formação ideológica da população?; Plano Real; A sociedade e a história na virada do século; O Brasil no panorama internacional; Como se vê o futuro da Educação?; Como deveria agir a justiça?; A moral nos anos modernos.

Com base nessas sugestões foram escolhidas quatro para se produzirem os programas. Um dos grandes desafios era tentar não alterar as pautas, deixá-las da maneira que foram sugeridas. E esse desafio foi vencido, porque elas praticamente não sofreram modificações, apenas algumas foram agrupadas por serem semelhantes e tratarem de assuntos parecidos e outra foi contextualizada para a nossa comunidade local.

Foram escolhidas *Educação, Preconceito, Produção cultural-artística dos últimos anos*, foi transformada para *Cultura em Santa Maria* e *Drogas, Cigarro e Álcool* foram agrupadas em *Vícios e Manias*. Para se escolher as pautas, os critérios básicos utilizados foram o interesse que ela traria, já que também deveriam interessar aos ouvintes da Rádio Universidade e a possibilidade de discussão, já que quem iria debater estes assuntos eram pessoas comuns.

Educação: esta foi uma que foi trabalhada da maneira como foi sugerida por ser bem atual e ampla, podendo ter várias abordagens e que certamente poderia ser polêmica. A viabilidade com que os debatedores poderiam tratar esta pauta foi um dos critérios, já que todo mundo está envolvido com *educação* de uma maneira ou de outra. Produzir um programa onde a pauta é educação não é muito

difícil, já que é um assunto que está relacionado com todos. Foi realizada uma visita à Delegacia Regional de Ensino, onde foi possível atualizar o quadro do ensino público estadual na cidade e de certa forma no restante do estado. Para os quatro programas foram elaborados questionamentos que deveriam sintetizar a pauta a ser discutida.

Nesse programa a questão era: *O brasileiro é mal-educado?* A partir daí se procurou elaborar questões relacionadas com a educação escolar, o estado do ensino público no país, tanto de primeiro, segundo e terceiro graus, e também questões relacionadas ao dever do estado em manter o ensino público gratuito.

Preconceito: é um tema muito polêmico e que também pode ser abordado das mais diversas formas, e é outra coisa que está presente no nosso dia-a-dia.

Nesse programa foram elaboradas duas questões: *Você é uma pessoa preconceituosa? Como é viver em um país e em um mundo preconceituoso?*

Para podermos elaborar as perguntas do debate, foi feita uma visita ao Instituto de Sociologia e Política da UFSM, e a partir daí surgiram os tópicos que seriam discutidos no programa. Foram consultadas revistas, para a obtenção de dados estatísticos relacionados a preconceitos contra mulheres e contra negros.

Cultura em Santa Maria: esta pauta surgiu a partir de uma outra, que era *A produção cultural-artística dos últimos anos*. Ela foi transformada para *Cultura em Santa Maria* para deixá-la em pouco mais restrita e também contextualizar a nossa cidade, que tem, por lei, o título de **Cidade Cultura**. Por causa desse título, Santa Maria tem que lutar muito para produzir cultura. E esta questão

acaba interessando a todos os moradores da cidade e divide opiniões a respeito do incentivo à cultura, e isto a tornou pauta do Estúdio Aberto.

Para esse programa elaborou-se uma questão: *Santa Maria pode ser considerada uma Cidade Cultura?*

Um fator muito importante para a produção desse programa foi uma conversa com a secretária de cultura do município, Maristela Moura, que forneceu um quadro bem explicativo sobre alguns aspectos da cultura em Santa Maria e também da própria secretaria.

Vícios e Manias: esta pauta derivou-se de outras três, que eram *Drogas*, *Cigarro e Alcool*. Cada uma destas pautas isoladamente é boa, mas poderiam ser muito específicas. Resolveu-se então juntar essas três com o nome de *Vícios e Manias*, já aumentando o número de abordagens e derivações que poderiam ser feitas. A segunda parte, *Manias*, foi acrescentada para que o ouvinte que fosse até o estúdio debater tivesse alguma coisa mais próxima de si, já que *Vícios* nem sempre são expostos e comentados, enquanto *Manias* já são muito mais normais para as pessoas.

Duas foram as questões chave do programa: *De que maneira eles afetam a sua vida? É possível viver sem eles?*

Um contato com os Alcoólicos Anônimos serviu para se ter um referencial no que diz respeito aos vícios, até em relação à estatísticas de viciados na cidade.

Não se teve uma grande dificuldade em se elaborar as pautas, já que todos são assuntos em grande evidência, mesmo os mais universais e contemporâneos. *Vícios e Manias* e *Preconceito*, foram as mais trabalhosas. A primeira por ser um

tema muito universal se tornou um pouco complicada em função dos debatedores, e teve-se que manter a pauta em um nível mais pessoal, buscando as experiências de cada um dos debatedores e a partir delas tentar uma generalização. A segunda foi um pouco difícil por ser muito ampla, que poderia ser discutida por muito tempo devido ao grande número de enfoques que pode ser dado ao tema.

Procurou-se deixar a pauta o mais acessível possível e também o mais abrangente e simples, já que os debatedores, por serem pessoas comuns podiam não possuir um vasto conhecimento no assunto, o que tornaria questões mais aprofundadas e específicas um tanto complicadas. Mas a escolha das pautas já foi baseada também neste aspecto e por isso que foi dada a preferência por temas mais universais e atuais.

Em todos os programas existiu um depoimento de alguma “autoridade” no assunto, levado ao ar antes do início do debate para dar aos debatedores a visão abalizada sobre o assunto e também para criar alguma polêmica, de acordo com que disse Prado:

(...) a polêmica pode ser veiculada através de diversas fórmulas com entrevista. (...) Outra possibilidade consiste em realizar uma entrevista com o representante qualificado do tema polêmico e, após ela, dar oportunidade aos ouvintes para exporem suas opiniões. Neste caso, o ouvinte e o personagem não dialogam. (1989:95)

Esses depoimentos foram fundamentais para a realização dos programas, porque a partir deles os debatedores conseguiam expor mais suas idéias, e

também foram muito importantes para a produção das pautas, já que continham diversos dados e colocações que permitiram a formulação de muitas perguntas.

5. CONCLUSÃO

Hoje em dia as rádios estão notando que o ouvinte gosta de ouvir a sua opinião, seu comentário ou sua dúvida no ar, e por isso estão criando os programas em que a participação do ouvinte é possível e fundamental. Os programas de rádio estão criando esta tendência, abrindo espaço para que o ouvinte possa participar fazendo perguntas e dando a sua opinião. O **Estúdio Aberto** foi um pouco além disso, ampliou essa interatividade com o ouvinte trazendo ele para a mesa de debate, para que pudesse debater os mais diversos assuntos com outros ouvintes iguais a ele, e ainda mais, debater assuntos sugeridos também pelos ouvintes. Não basta apenas que os ouvintes participem de um debate em que os temas foram escolhidos pelo jornalista. No caso do **Estúdio Aberto**, a interatividade tem que ser quase que total, o jornalista tem que se pautar pelos ouvintes, tem que pegar as sugestões que foram dadas, e trazer essas e outras temas para discussão. Como já foi dito, um dos grandes desafios era fazer de vez as pautas da maneira como foram sugeridas, e não foi diferente. Das quatro pautas utilizadas, duas apenas tiveram que sofrer

adaptações, uma para se apoiar em... transformando-as em uma só, e outra apenas... para o municipal.

É possível realizar um programa de debates... ouvintes? É totalmente possível, porque... uma... não... a ha

5. CONCLUSÃO

Hoje em dia as rádios estão notando que o ouvinte gosta de ouvir a sua opinião, seu comentário ou sua dúvida no ar, e para isso estão aumentando os programas em que a participação do ouvinte é possível e fundamental. Os programas de debate estão seguindo esta tendência, abrindo espaço para que o ouvinte possa participar, fazendo perguntas e dando a sua opinião. O **Estúdio Aberto** foi um pouco além disso, ampliou essa interatividade com o ouvinte trazendo ele para a mesa de debate, para que pudesse debater os mais diversos assuntos com outros ouvintes iguais a ele, e ainda mais, debater assuntos sugeridos também pelos ouvintes. Não basta apenas que os ouvintes participem de um debate em que os temas foram escolhidos pelo jornalista. No caso do **Estúdio Aberto**, a interatividade tem que ser quase que total, o jornalista tem que se pautar pelos ouvintes, tem que pegar as sugestões que foram dadas, e transformá-las em temas para discussão. Como já foi dito, um dos grandes desafios era tentar deixar as pautas da maneira como foram sugeridas, e isto foi alcançado. Das quatro pautas utilizadas, duas apenas tiveram que sofrer

adaptações, uma para se aproveitar algumas sugestões, transformando-as em uma só, e outra apenas foi trazida do contexto mundial e nacional para o municipal.

É possível realizar um programa de debates pautado pelos ouvintes? É totalmente possível, porque os temas sugeridos pelos ouvintes tem uma proximidade real com a suas vidas cotidianas e que eventualmente podem não chamar a atenção do jornalista. Às vezes certos assuntos que o jornalista acha muito importante pode não interessar tanto assim a muitos ouvintes, enquanto que as pautas sugeridas por eles possuem um caráter muito mais simples, mas não menos importante. Mesmo tendo que alterar algumas das sugestões dadas, a maioria já se encontrava praticamente pronta, bastando à produção a busca de dados para o desenvolvimento da pauta.

Assim, espera-se que este trabalho possa inspirar outros, e que esta proposta, de dar mais espaço para o ouvinte, seja cada vez mais ampliada, para que se possa democratizar cada vez mais o rádio, que é o veículo democrático e abrangente de todos.

BIBLIOGRAFIA

BACHMAN, Katy. **Sete Tendências a Observar no Rádio AM**. Revista

ABERT, nº 110, abril de 1996.

BARBEIRO, Heródoto Prefácio In: PRADO, Emilio. **Estrutura da**

informação radiofônica. São Paulo: Summus, 1985.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de Massa sem Massa**. São Paulo: Summus,

1986.

LOVISOLO, Elena. **Dicionário da Língua Portuguesa - Larrouse Cultural**.

São Paulo: Editora Universo, 1992.

FOLHA DE S.PAULO. **Novo Manual da Redação**. São Paulo, 1992.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio: Os Grupos de Poder e a Determinação dos Conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PALMA, Gláise Bohrer. **A História Oral na captação de uma reportagem documental da Rádio Universidade**. Projeto Experimental de Conclusão de Curso. Santa Maria: UFSM, FACOS, 1995.

PRADO, Emílio. **Estrutura da Informação Radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo - Jovem Pan**. São Paulo: Ed. Ática, 2ª edição, 1989.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado. **Caderno Didático**. Santa Maria: UFSM, CCSH, FACOS, 1996.

