

A formação do ouvinte cidadão no rádio ¹

Jefferson José Ribeiro de MOURA ²
Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, Lorena, SP
Universidade de Taubaté, Taubaté, SP
Débora BURINI ³
Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP

RESUMO

A proposta deste trabalho é refletir sobre o papel do rádio como espaço público para a reflexão do ouvinte. Ao utilizar a força desta comunicação nas relações do ouvinte com o poder público, canalizando reclamações e pedidos, estabelece-se um espaço público onde as vozes da comunidade se encontram. O uso dessas vozes é o ponto de partida deste trabalho. Quando usado como difusor de ideias cria um espaço para o desenvolvimento de uma democracia deliberativa. Já quando individualiza os problemas e cria uma dependência ao comunicador como canal de solução das dificuldades desconstrói a capacidade do indivíduo de participação na sociedade. A metodologia adotada vai da pesquisa bibliográfica a partir de textos de Dominique Wolton, Maria da Glória Gohn e Gil Batista Ferreira, bem como no resultado de observações empíricas.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; rádio; espaço público; democracia deliberativa.

INTRODUÇÃO

A presença do rádio na sociedade brasileira é extremamente forte. Está presente em todos os lugares, em casa, no trabalho, no carro, no lazer. Sua linguagem carregada de emoção e informação atua diretamente na imaginação do ouvinte, realizando um diálogo tecnicamente cego (MCLEISH, 2001), mas carregado de informações sonoras que permitem ao ouvinte compreender o enunciado. Essencialmente regional na relação com o

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

² Formado em Comunicação Social pela USP nas habilitações Rádio e TV e Publicidade e Propaganda. Especialista em Comunicação Social e Mestre em Linguística Aplicada pela Universidade de Taubaté. Professor universitário há 30 anos, atuou na PUC de Campinas, Faculdades Anhembí Morumbi e Universidade Braz Cubas. Atualmente leciona na UNITAU e Faculdades Integradas Teresa D'Ávila onde também é Coordenador dos Cursos de Comunicação Social. Atuou em emissoras de rádio e televisão. Participa como voluntário em Rádio Comunitária de Taubaté, SP. jefformoura@uol.com.br

³ Bacharel em Comunicação Social na habilitação Rádio e Televisão (1989), Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC de São Paulo (1996), e Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Atuou desde 1988 em emissora de televisão, e participou como membro do Conselho Deliberativo da Direção do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (1995). Professora universitária desde 1995, atualmente ministra aulas na Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, email: dburini@ufscar.br, dburini35@terra.com.br

ouvinte, o rádio estabelece um canal de comunicação fortemente ligado ao contexto e referências do bairro e da cidade em que se encontra. Além disso, pela sua característica oral/auditiva apresenta uma comunicação individualizada, como se falasse com cada ouvinte em particular.

O rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um diálogo mental com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um. (ORTRIWANO, 1985, p.80)

A informação transmitida pelo rádio não requer esforço para seu entendimento; basta ligar um receptor em determinada frequência e permanecer próximo para, desta forma, ouvir as informações que são enviadas.

Para a Professora Maria Aparecida Baccega,

As tecnologias servem para ampliar a comunicação primeira, aquela que se dá através do aparelho fonador, utilizando-se fundamentalmente da linguagem: código verbal (língua) e não verbais (os gestos, por exemplo). Podemos ilustrar com uma conversa a dois. Ela ocorrerá sem maiores transtornos. Se, porém, ao invés de atingirmos apenas o nosso interlocutor, quisermos atingir um auditório, provavelmente usaremos microfone. Se, mais que um auditório, quisermos atingir pessoas em lugares mais distantes e em número maior - já na casa dos milhares e até milhões - podemos optar pelo rádio. (BACCEGA, 2003, s/p).

Progressos importantes na produção de componentes eletrônicos que são utilizados na construção física do rádio, com tamanho cada vez mais reduzido, também contribuiram para a portabilidade do rádio, possibilitando que ele se tornasse parte do cotidiano das pessoas e também ajudou na valorização do imediatismo e na rapidez como fonte de informação.

Uma profunda mudança no modo de uso transformou o rádio em um *medium* “secundário”, no sentido de que o radiouvinte adulto pode consumir sua informação ao mesmo tempo em que realiza outras atividades. O rádio acompanha a vida diária e o cotidiano de quem o ouve.

A discussão em torno do discurso do rádio neste trabalho está intimamente ligada ao acesso do veículo à grande parte da população, em uma relação quase diária de interlocução dialógica, e no potencial dos programas informativos como espaço de educação não-formal.

DISCURSO RADIOFÔNICO

Ter talento e criatividade para produzir um enunciado para rádio vai muito além do escrever um texto de maneira clara para ser lido. Para que o discurso seja aceito pelo interlocutor, é preciso que ele o interprete como uma conversa, e, portanto há que se escrever um texto de modo que ele pareça falado. Além disso, não basta escrevê-lo apenas. Ainda é necessário que ele seja lido de modo que o interlocutor o interprete como uma enunciação oral verdadeira e não a leitura de um enunciado escrito. Segundo Gisela Ortriwano (1985), "a mensagem oral se presta muito bem para a comunicação 'intimista'. É como se o rádio estivesse contando para cada um em particular".

Assim, na criação do discurso radiofônico devem ser levados em conta além do universo cognitivo e as competências linguísticas, genéricas e enciclopédicas formais do ouvinte, suas referências sonoras, tanto no sentido de identificar sons como formas coloquiais de diálogo. O tom de voz, a interpretação, o efeito sonoro ou acústico, a música de fundo podem criar uma relação antagônica entre o locutor e o ouvinte se não for levado em conta todo este repertório, e gerar um mal entendido na comunicação. Estes elementos não-verbais que compõem a enunciação no rádio participam de modo determinante na interação entre os interlocutores.

Modulando sua mensagem, utilizando os elementos constitutivos da linguagem radiofônica o locutor estabelece uma comunicação dialógica (MAINGUENEAU, 2001) com o radiouvinte procurando levá-lo a uma ação indireta (a compra de um produto, por exemplo) ou direta através de telefonemas ou cartas. Manter o ouvinte interessado e aceitando o locutor como interlocutor em um diálogo virtual exige um conhecimento mútuo do tipo de discurso radiofônico e do gênero proposto neste tipo, para que o discurso possa fluir como enunciado comum.

[...] o termo comunicação ganha um sentido especial quando o interpretamos como o ato de tornar algo comum, compartilhar, o que pode ser feito através de diferentes canais. É verdade que os meios de comunicação de massa tem sido utilizados muitas vezes como instrumentos de opressão e alienação, mas esta não é uma característica do meio e sim da natureza de várias mensagens por ele transmitidas. (SILVA, 2000, p.170)

Esta relação de intencionalidade do locutor em relação ao ouvinte é muito importante em ações que tem por objetivo um envolvimento comunitário. Thompson (1998)

discute as transformações provocadas pela mídia em novas e modernas formas de interação entre os indivíduos. A quase interação mediada cria certo tipo de situação social através da qual os indivíduos são conectados por meio de um processo de comunicação e de troca simbólica. Nestor García Canclini assim descreve:

Perceber que as transformações culturais geradas pelas últimas tecnologias e por mudanças na produção e circulação simbólica não eram responsabilidade exclusiva dos meios comunicacionais induziu a procurar noções mais abrangentes. (CANCLINI, 2003, p.284)

A FORMAÇÃO DO CIDADÃO

O processo de formação do cidadão é permeado pela educação formal e não formal, pela participação na vida da comunidade, pela influência dos meios de comunicação. Em um país onde as experiências democráticas foram entremeadas por períodos de exceção informar e incentivar o aprendizado do cidadão é indispensável. Uma opinião pública melhor preparada tende a uma participação maior no debate proporcionando uma opção pública mais consciente. Neste cenário, os meios de comunicação de massa têm grande responsabilidade no processo de formação, tanto pela sua força de argumentação quanto pela sua penetração na sociedade.

Os meios de comunicação não só se infiltram em nossas experiências das realidades externas, como também penetram na própria experiência interior. Proporcionaram novas identidades e aspirações do que gostaríamos de ser, e o que gostaríamos de aparentar. Proporcionaram modelos de comportamento que nos oferecem um novo conjunto de valores para nossa própria personalidade. (MILLS in FORACCHI e MARTINS, 1977, p. 318)

Mais uma vez a temática da democratização da comunicação e sua relação com a democratização do país é colocada em pauta, confirmando a posição do sociólogo francês Dominique Wolton (2009) durante conferência de abertura do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, na cidade de Curitiba. Na ocasião ele afirmou: “não há democracia sem comunicação”. Para Wolton comunicação não é simplesmente compartilhar ideias, mas, colaborar para democratizar a informação valorizando e respeitando a inteligência do receptor.

Habermas (2003, p.108) avalia que a esfera pública passou a ter o “status normativo de órgão de auto-mediação da sociedade burguesa com um poder estatal que corresponda às

suas necessidades” e Poulantzas (1978) define o Estado como a “condensação material de uma relação de forças entre classes e frações de classe”.

Surge uma nova morfologia social em nossa sociedade apropriada para a economia capitalista voltada para a inovação, globalização e a concentração descentralizada do trabalho. Uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas. Uma organização social que visa à suplantação do espaço e invalidação do tempo. Nesse sentido:

Antonio Gramsci pode ser creditada a idéia de que a cultura popular, fragmentada e desprovida de prestígio, refletiria uma subalternidade. O pensador italiano observava, porém, que a cultura popular é capaz de opor resistência, aderindo, a seu modo próprio, Às condições materiais impostas pela vida social e às mudanças trazidas pelo tempo, constituindo-se em um vetor de transformação política. (POLISTCHUK e RAMOS TRINTA, 2003, p.130)

Os meios de comunicação passam a apresentar certa homogeneização das estruturas que atendem ao mercado. Seus conteúdos comunicacionais denotam também uma tendência a transformar-se em mercadorias, e terminam muitas vezes substituindo as culturas locais, que viviam ou vivem com suas características particulares. Jesús Martín-Barbero (2005) ajuíza:

Entender essas transformações exige, em primeiro lugar, uma mudança nas categorias com que pensamos o espaço, pois, ao transformar o sentido do lugar no mundo, as tecnologias da informação e da comunicação – satélites, informática, televisão – estão fazendo com que um mundo tão intercomunicado se torne indubitavelmente cada dia mais opaco. (...) Um mundo assim configurado debilita radicalmente as fronteiras do nacional e do local, ao mesmo tempo que converte esses territórios em pontos de acesso e transmissão, de ativação e transformação do sentido do comunicar (MARTÍN- BARBERO, 2005, p.58)

Esse tecido cultural é marcado por características múltiplas, onde se situam, por exemplo, no mesmo patamar o culto e o popular, o tradicional e o contemporâneo. Dominique Wolton (2004) enseja que a referência à noção de cidadão multicultural não significa a instauração de um multiculturalismo, mas de um indivíduo que tem acesso a várias formas de cultura por meio das mídias.

RÁDIO E DEMOCRACIA

O rádio pode focar temáticas de interesse local, interpretando o mundo por perspectivas diferenciadas e/ou com idiomas locais. A penetrabilidade, a natureza local e a

capacidade de envolver comunidades num processo interativo de comunicação, somadas ao baixo custo de produção e distribuição, são qualidades imprescindíveis para justificar o poder do rádio no processo de desenvolvimento de uma comunidade.

Pela sua característica local/regional com sua linguagem que permite uma maior proximidade com o ouvinte pode ser um fórum eficiente para este tipo de relacionamento comunitário, ao utilizá-lo como espaço gerador de discussão e reflexão, dando voz à comunidade, criando-se inicialmente um espaço público não presencial, mas capaz de aglutinar e difundir propostas que poderão ser deliberadas posteriormente em espaços públicos presenciais como a Igreja, Sindicato, Associações de Bairro, entre outros.

A política democrática deliberativa tal como tem vindo a ser pensada por Habermas nas suas formulações mais recentes, tem por principal preocupação estabelecer princípios formais de interação capazes de assegurar a legitimidade das normas e garantir alternativas capazes de articular os conflitos típicos das sociedades complexas pluralistas, marcadas pela presença de numerosas pretensões de validade contraditórias e pela diversificação de necessidades e de identidades (Cfr. Marques, 2009: 12). Para responder a este objectivo, a proposta habermasiana baseia-se num modelo dual, implicando não apenas a vontade institucionalizada na instância parlamentar mas também a vontade formada no interior da esfera pública a qual reenvia, por seu lado, a um conjunto de arenas públicas informais, dialogicamente discursivas e democráticas (CORREIA apud MORGADO e ROSAS, 2010, p. 77)

Desenvolver a cidadania estimulando a reflexão crítica, provocar o debate, democratizar o acesso e o uso dos espaços na grade de programação radiofônica de emissoras comerciais são algumas possibilidades apresentadas.

Mas nem sempre abrir o microfone para a comunidade significa incentivar o jogo democrático. Segundo Gohn (2003) a participação é um processo de vivência que imprime sentido e significado a um movimento social, desenvolvendo uma consciência crítica e gerando uma cultura política nova. A gestão desta participação pode muitas vezes significar um afastamento do público ouvinte de uma atuação enquanto membro da comunidade. E isso ocorre pela desconstrução do ser político, barrando uma participação efetiva e a construção e desenvolvimento da cidadania.

Por mais incrível que possa parecer, este tipo de desconstrução se dá por programas que carregam em sua proposta a ideia de estímulo à cidadania, de fórum onde a comunidade pode se expressar e expor os problemas que a afetam. Oferecer a palavra à população não

necessariamente democratiza a informação. O modo como isso é feito é que pode gerar um acesso ao debate e a reflexão.

A verdade não pertence aos meios de comunicação, mas à sociedade. No campo comunicacional a diversidade de opiniões garante a liberdade de escolha como um princípio inalienável da cidadania. (VIEIRA In PERUZZO e ALMEIDA, 2003, p 21)

O grau de participação em um programa de rádio que se propõe interativo e aberto as intervenções do público pode ser avaliado pela atuação permitida pelo locutor, neste caso mediador da enunciação. Ao procurar o veículo para expressar suas ideias o ouvinte está fazendo uso da *voz-própria* enunciando um discurso individual. O locutor, agindo como mediador pode abrir espaço para outras *vozes-próprias* aglutinando-as no sentido de gerar um debate ou reflexão. Com isso ele permite a evolução da *voz-própria* representada no discurso individual em *voz-social* que abrange ideias de um grupo formado pelo debate. Assim, o jogo democrático se realiza pela discussão e apresentação de ideias. E se realimenta por meio de novas vozes-próprias que naturalmente entram no sistema apresentando novos temas para debate.

Chama-se agora a atenção para o facto de que os media possuem a função de captar, organizar e de tornar públicas e disponíveis ao debate uma vasta gama de perspectivas e de opiniões. Os media são, assim, uma instituição fundamental da esfera pública. Contudo, a dimensão comunicacional não se esgota na perspectiva da necessária presença dos media, antes prolongando-se no facto de a prática interacção exigida pela deliberação implicar um movimento em direcção a outrem. Por isso, o entendimento sobre a deliberação exige uma latitude que implica que a mesma seja considerada como uma actividade discursiva que relaciona esferas comunicativas formais e informais. (CORREIA apud MORGADO e ROSAS, 2010, p. 80)

Porém, o gerenciamento desta participação pode seguir outro rumo. O locutor se apropria da *voz-própria* do ouvinte, se apresentando como representante de possíveis *vozes-próprias* semelhantes, produzindo um esvaziamento de ideias, tornando-a *voz-eco*, caracterizada pela repetição e subordinação de um discurso único criado pelo locutor. Aqui a proposta democrática se transfigura em uma sensação de consenso, excluindo o debate e a reflexão. O público passa de ator social a mero coadjuvante.

Vivemos numa falsa concepção de democracia. Buscamos muito a idéia de consenso, segundo a qual a democracia seria o que há de comum para todo mundo. Eu acredito que a democracia seja um

esforço árduo, para cada um, de trabalhar com as diferenças. E é no conflito que se encontra a democracia, não no consenso. (FOUCAMBERT, 1993, p.25)

Alguns programas de grande apelo popular utilizam este expediente (participação popular) muito mais para ganhar audiência do que para estimular a cidadania. Transformam a participação do ouvinte em um evento, canalizando para ele uma carga emotiva que descaracteriza o desenvolvimento do assunto para o debate ou reflexão. O locutor/apresentador assume de maneira paternalista o problema ou a crítica do ouvinte, tomando para si a responsabilidade em resolvê-lo. Com isso se apropria da ação sequestrando da comunidade a possibilidade reflexão. Capitaliza para si o poder de solucionar as mazelas do ouvinte, omitindo o caminho institucional, esvaziando a capacidade de organização da comunidade como grupo de pressão.

A democracia depende, pois, de uma vida pública activa, fruto de uma colaboração livre e voluntária, animada pelo desejo de compartilhar e melhorar ideias. O processo de criação de uma comunidade regulada pelo interesse mútuo implica uma “arte da comunicação” que seja usada nos mecanismos e tecnologias de transmissão e de difusão. (CORREIA apud MORGADO e ROSAS, 2010, p. 82)

O que se vê é um abafamento da *voz-própria* do ouvinte transfigurada em uma *voz-eco* que apenas replica a postura paternalista de poder do locutor. Ao transformar em coadjuvante o ator social, enfraquece a capacidade de aglutinação do grupo em busca de soluções para problemas comuns limitando o surgimento de uma *voz-social*. Esta troca de papéis aliena o ouvinte. Além da solução dos problemas, o locutor também assume a indignação popular carregando nas tintas emocionais, oferecendo-se como catarse e esvaziando o sendo crítico. Ao sequestrar a *voz-própria*, estimula o aparecimento de seguidores dependentes da força de suas atitudes.

(...) cria a sensação de que os problemas são solucionados com a participação cidadã, quando na verdade, foge de discussões sobre temas relevantes que acabam sendo ofuscados pela oferta de objetos de consumo que atrai para sí toda a atenção. (PATIAS In COELHO e CASTRO, 2006, p 94)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais do que nunca é preciso avançar em direção a uma comunicação dialógica a partir do rádio, estabelecendo um universo comum de competências comunicativas que permitam ao radiouvinte/eleitor sua real interação com o mundo que o cerca. Promover uma ruptura com a tradição paternalista e clientelista de apropriação das reivindicações dos radiouvintes pelas emissoras de rádio, onde os cidadãos passam a ser os próprios agentes da construção democrática.

A democracia funciona, assim, apenas com base na revitalização do espírito comunitário e público, para a qual contribui de modo decisivo a existência da comunicação, a qual se afirma como ideia chave não no sentido unidireccional de transmissão, mas antes no sentido de compartilhar, de tomar parte, de participar num processo de intercâmbio comum mútuo [...] (CORREIA apud MORGADO e ROSAS, 2010, p. 82)

A defesa da democracia deliberativa a partir do rádio é um critério legitimador da própria democracia, e como canal de manifestações das classes oprimidas é uma necessidade do Estado Democrático de Direito.

A utilização plena e eficaz do *mídiu*m rádio antevê uma desmistificação do seu papel como ferramenta de solução dos problemas. Acreditar que o rádio funcione apenas como um mediador para os excluídos do sistema social e político é restringir o potencial de alcance que o *mídiu*m prevê.

Estamos diante de um novo cenário da sociedade civil onde o espaço público passa a ser ocupado por atores sociais, que anteriormente não tinham tal espaço e, sequer, tinham o direito de reivindicar ante o Estado, mas que a partir deste momento serve como canal de expressão e atendimento das demandas sociais populares, numa clara e evidente forma de desenvolvimento. Através da participação política os cidadãos alcançam a sua autonomia, tão importante para a emancipação social.

Por isso, “um projeto político é democrático quando não se reduz a um conjunto de interesses particulares de um grupo, organização ou movimento”. (GOHN, 2005, p. 36-37).

REFERÊNCIAS

BACCEGA, Maria Aparecida. **Tecnologia e construção da cidadania**. São Paulo: Revista do Departamento de Comunicações e Artes da ECA/USP, nº 27, 2003. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37487> Acesso em: 1 abr. 2005.

- CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. Trad. Heloíza Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 4ªed. São Paulo: EDUSP, 2003 e 1ªed.1997.
- CORREIA, João Carlos. **Novos jornalismo e vida cívica: limites e possibilidades do “jornalismo deliberativo”**. In MORGADO, Isabel Salena e ROSAS, António (org.). Cidadania digital. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010. Disponível em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20101103-morgado_rosas_cidadania_2010.pdf
- FOUCAMBERT. Jean. **Mais que alfabetizar, agora é necessário “leiturizar”**. Nova Escola, São Paulo, março 1993.
- GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais no início do século XXI: antigos e novos atores sociais**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2003.
- GOHN, Maria da Glória. **O protagonismo da sociedade civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias**. São Paulo: Cortez, 2005.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Globalização comunicacional e transformação cultural**. In: MORAIS, Denis de (org). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**. São Paulo: Summus, 2001.
- MILLS, C. Wright. **A sociedade de massas**. In FORACCHI, Marialice Mencarini e MARTINS, José de Souza (compilação de textos por). Sociologia e Sociedade. Leituras de introdução à sociologia. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1977.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- PATISI, Jaime Carlos. **O espetáculo no telejornal sensacionalista**. In COELHO, Cláudio Novaes Pinto e CASTRO, Valdir José de (orgs). Comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo: Paulus, 2006.
- POLISTCHUK, Ilana e RAMOS TRINTA, Aluizio. **Teorias da Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- POULANTZAS, Nico. **O Estado, o poder, o socialismo**. Rio de Janeiro: Graal, 1978.
- SILVA, Ynaray Joana da. **Meios de comunicação e educação – o rádio, um poderoso aliado**. In CITELLI, Adilson (coord.). Outras linguagens na escola. São Paulo: Cortez, 2000.
- THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**. Petrópolis:Vozes, 1998.
- VIEIRA, Roberto. **Os meios de comunicação de massa e a cidadania**. In PERUZZO, Cecília Maria Krohling e ALMEIDA, Fernando Ferreira de (orgs). **Comunicação e cidadania**. São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2003.

WOLTON, Dominique. Elogio do grande público. **Uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

_____. **Pensar a Comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004. p.544.
ADGHIRNI, Zélia Leal (trad.)

Sites Consultados

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u576062.shtml>