



ENTRE UNIVERSALIDADE E REGIONALIZAÇÃO: A INTERATIVIDADE ENTRE EMISSORA E OUVINTE NO PROGRAMA “RÁDIO EM DEBATE”

Leonardo Barreiros Rocha¹

RESUMO: Características como o uso da linguagem oral, o imediatismo e sua grande capacidade de penetração fazem do rádio um dos meios de comunicação de maior alcance junto ao público. A tais especificidades, soma-se o potencial de regionalização da mensagem radiofônica, configurando-se possibilidades diversas de interação com os ouvintes. Com isso em vista, este artigo enfoca o programa "Rádio em Debate", da Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação, analisando as estratégias pelas quais seus produtores buscam abordar temáticas universais para interagir com os ouvintes, regional e nacionalmente.

PALAVRAS-CHAVE: *EBC; interatividade; rádio; regionalização; universalidade.*

¹ Jornalista formado pela Universidade de São Paulo. E-mail: leonardo.barreiros.rocha@gmail.com

Introdução

Desde sua criação, o potencial do rádio como meio que poderia permitir a participação dos ouvintes na produção de conteúdo foi evidenciada por intelectuais e acadêmicos. Bertolt Brecht, no começo do século XX, já apontava nessa direção, indicando que o rádio, “antes de ser um meio de comunicação de massa, era um meio interativo de comunicação, que se viu limitado em sua capacidade bidirecional à medida em que se constituía o sistema econômico de sua exploração” (BRECHT, 1927-1932, p.56-57 *apud* ORTRIWANO, 1998).

Assim, a participação dos ouvintes ficou, com raras exceções, limitada a pequenas intervenções, exploradas e controladas segundo os interesses dos produtores envolvidos nos programas radiofônicos. No entanto, ainda há tentativas de aproximar o público das emissoras e envolvê-lo na produção de conteúdo para as emissoras e na discussão das práticas do rádio como um todo. Exemplo disso é o programa da Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), o “Rádio em Debate”, transmitido semanalmente nas emissoras da empresa.

Para melhor compreendermos as especificidades do programa que motiva este trabalho, faz-se necessário um breve detalhamento a respeito das características e potencialidades do veículo no qual está inserido, o rádio.

2

Características dos veículos radiofônicos

Segundo Gisela Ortriwano (1985, p.78), o rádio é o meio de comunicação de massa mais popular e de maior alcance público, tanto no Brasil quanto no resto do mundo, sendo muitas vezes o único a atingir até mesmo populações de vastas regiões que não tem acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais. De acordo com Luiz Beltrão, esse *status* foi alcançado devido a dois fatores conjuntos: a capacidade humana de captar e reter a mensagem falada mesmo enquanto executa outras tarefas e a invenção do transistor (BELTRÃO, 1968, p.112-113 *apud* ORTRIWANO, 1985, p.78).

De acordo com a pesquisadora, o rádio possui algumas características intrínsecas que o tornam o meio de comunicação de massa mais privilegiado²: a linguagem oral, a penetração (aliada à “regionalização”), a mobilidade, a autonomia, o imediatismo, a instantaneidade, o baixo custo em relação aos demais veículos e a “sensorialidade” (ORTRIWANO,1985, p.78).

A tecnologia utilizada faz com que a mensagem radiofônica, quando considerado apenas o rádio tradicional (ignorando-se, portanto, as rádios digitais e as *webrádios*), prescindir de qualquer informação visual e se construa apenas a partir de manifestações sonoras. Por esse motivo, a mensagem radiofônica faz uso predominante do texto vocalizado, a “linguagem oral”. Segundo Ortriwano, isso contribui para que o rádio seja o veículo de maior alcance público, pois atinge até mesmo a população não alfabetizada. Dessa forma, o veículo tem uma vantagem sobre os impressos, que excluem os iletrados *a priori*, e até mesmo sobre a televisão, que ainda que possa ser entendida sem a leitura, faz uso constante de caracteres para prestar informações importantes, que escaparão àqueles que não sabem ler.

Além disso, a longa penetração das ondas permite que o veículo chegue a diversos e distantes lugares, onde outros veículos têm acesso restrito ou até mesmo nulo. Isso não impede, no entanto, que o rádio tenha a capacidade de falar a uma comunidade específica, que tenha uma programação “regionalizada”, já que, por sua menor complexidade tecnológica, possibilita a existência de emissoras locais, que podem emitir mensagens mais próximas à experiência de vida dos ouvintes. De acordo com a pesquisadora Suely Maciel (2009, p.71), essa “regionalização” tem sido uma tendência da programação nas últimas décadas, evidenciada também pelo crescimento das rádios comunitárias, voltadas a públicos bastante específicos.

De acordo com Ortriwano (1985), a mobilidade do rádio pode ser vista sob dois olhares distintos: o dos produtores e o dos receptores. Do ponto de vista dos produtores, o rádio é vantajoso pela facilidade da transmissão móvel e a possibilidade do uso da improvisação, que permitem que se “fale” de qualquer lugar e a qualquer momento, bastando para isso a utilização de recursos tecnológicos relativamente simples e baratos.

² Cabe ressaltar, aqui, que na época em que o livro da pesquisadora foi escrito ainda não havia ocorrido o advento da internet. Ainda assim, as características do rádio citadas pela autora continuam em voga

Já para os receptores, desde a invenção do transistor (e, posteriormente, da tecnologia digital), o rádio se tornou vantajoso por ter aparelhos portáteis, que permitem que o ouvinte possa levá-lo a qualquer lugar e facilitam a recepção.

Também é decorrente da mobilidade dos aparelhos sonoros o fim da necessidade de que grupos de pessoas se reúnam em um único lugar para ouvir as transmissões radiofônicas. Como o ouvinte pode levar consigo o rádio, fica favorecida a construção de uma audiência “individualizada”, pois se passa a impressão de se falar a cada um em particular, embora milhares de pessoas possam estar ouvindo. E, com a mobilidade, torna-se viável, também, a autonomia na audição, isto é, é possível ao ouvinte escutar o rádio enquanto realiza outras tarefas (como limpar a casa, trabalhar, dirigir ou conversar, por exemplo), o que seria muito mais difícil com relação a outros veículos (como jornais, revistas, sites e televisão).

Ainda segundo Ortriwano (1985, p.80), uma das principais vantagens do meio em relação ao demais é o seu imediatismo, isto é, a facilidade com que permite o relato e a transmissão de acontecimentos no instante em que ocorrem. O aparato técnico para a transmissão mais simples que o da televisão, ao mesmo tempo que não exige a elaboração necessária aos impressos e à Internet para que possa ser divulgada. Dessa forma, o rádio permite com facilidade que os ouvintes recebam as informações enquanto os acontecimentos ainda estão se desenrolando.

Liga-se a isso, também, a necessidade de recepção da mensagem pelo ouvinte no momento de sua emissão, a instantaneidade, outra das características do rádio destacadas pela pesquisadora. Em uma situação normal de transmissão radiofônica, torna-se impossível ao ouvinte “deixar para ouvir” em condições mais adequadas. Nesse sentido, os veículos impressos estariam em vantagem, já que permitem ao leitor reler seus textos para entender melhor, ou ainda guardá-los para ler em um momento mais apropriado. Embora exista a possibilidade do armazenamento das mensagens em arquivos, permitindo sua retransmissão em outros horários e ocasiões (e, com a internet, até mesmo disponibilizar o acesso do público às gravações em tempo integral), Ortriwano ressalta que essa prática “já foge às características dos meios em si” (1985, p.80).

Somando-se a esses fatores está também o baixo custo para a produção de mensagens radiofônicas e também para a aquisição do equipamento receptor. Quando comparado à televisão, aos veículos impressos, o aparelho receptor do rádio é o mais barato (ORTRIWANO, 1985, p.79). O mesmo vale para a internet, que além de requerer um computador para que se possa conectar ainda traz uma série de custos de acesso ao usuário. Enquanto isso, as novas tecnologias ampliam ainda mais o acesso ao rádio, uma vez que incluem a aparelhagem necessária à sua recepção ainda que, originalmente, não fosse essa sua função (como celulares e computadores).

No entanto, um aspecto do qual os ouvintes, assim como os telespectadores e os leitores, geralmente não se dão conta é que o aproveitamento das mensagens dos meios de comunicação de massa exige um pagamento permanente para sua manutenção. Esse pagamento está embutido no preço que o consumidor paga pelos produtos, já que é a publicidade por meio da qual eles são divulgados que financia o funcionamento das empresas de comunicação. Ainda assim, a menor complexidade do rádio faz com que sua produção seja mais barata do que a televisiva, o que, quando levado em consideração o grande número de pessoas que recebe a mensagem radiofônica, faz com que o rádio se torne “o meio de mais baixo custo de produção em relação ao público atingido” (ORTRIWANO, 1985, p.80).

5

Por fim, o rádio ainda possui a “sensorialidade”, isto é, a capacidade de envolver o ouvinte por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor. A presença da voz cria um envolvimento emocional do receptor com o rádio, o que se soma ao uso das palavras e dos recursos de sonoplastia e estimula a imaginação do ouvinte. Um forte exemplo foi a transmissão, em 1983, d’A *Guerra dos Mundos*, adaptação de Orson Welles ao livro de Herbert George Wells, que conta a história da invasão da terra por alienígenas marcianos. O relato ficcional da invasão transmitido pelo rádio causou pânico em grande parte da população dos Estados Unidos.

Observa-se, como destaca Maciel (2009, p.76), que a palavra sempre possuiu um papel de destaque nas produções radiofônicas. No princípio, predominava a modalidade escrita da linguagem verbal, já que grande parte das mensagens transmitidas nada mais eram que leituras vocalizadas de textos escritos, fossem eles jornais, documentos, textos literários ou quaisquer outros.

Com o passar do tempo, no entanto, os programas de rádio passaram a incorporar cada vez mais os textos puramente falados, aproximando-se da fala cotidiana, ao mesmo tempo em que se intensificou a exploração de recursos sonoros e musicais. As mensagens radiofônicas se tornaram, então, resultado de uma combinação complexa, na qual têm destaque tanto os signos verbais quanto a música e os efeitos acústicos. Em muitos programas radiofônicos a palavra passou a ser apenas coadjuvante de uma produção baseada nos recursos sonoros e musicais (MACIEL, 2009, p.77).

Ainda assim, a linguagem verbal, seja em sua modalidade falada ou na escrita, continua a funcionar como o eixo central de outros tipos de programas. Atrações como os *talk rádios*, nas quais os apresentadores possuem mais liberdade de improvisação e seguem roteiros mais flexíveis, apresentam predomínio da palavra falada. Já as produções que uma estrutura mais engessada a ser seguida, dos quais são exemplos algumas formas de noticiários e radiodocumentários, entre outros, possuem predomínio da palavra escrita (MACIEL, 2009, p.77).

Decorrente de tais características, a simplicidade do fazer e do falar no rádio pode ser vista como um elemento facilitador e até mesmo instigador à participação do ouvinte. Já em seu conjunto de textos agrupado sob o título “Teoria do Rádio”, escrito entre 1927 e 1932, Bertolt Brecht aponta para a possibilidade de tornar um rádio um veículo com “dupla mão-de-direção”, alertando que já é um anseio antigo dos ouvintes aquilo que hoje chamamos de “interatividade”:

“O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse capaz, não apenas de emitir, mas também de receber. O ouvinte não deveria apenas ouvir, mas também falar. Não isolar-se, mas ficar em comunicação com o rádio. A radiodifusão deveria afastar-sedas fontes oficiais de abastecimento e transformar os ouvintes nos grandes abastecedores” (BRECHT, 1927-1932, p.56-57 *apud* ORTRIWANO, 1998).

No entanto, a via de mão-dupla vislumbrada por Brecht não chegou a ser implantada. Hoje, a interatividade continua a ser controlada, ficando a participação do ouvinte limitada a pequenas intervenções, seja por telefone, gravação ou ao vivo. Nos programas jornalísticos, os ouvintes fazem breves reclamações sobre serviços em geral, dão seu testemunho sobre algum acontecimento, ou emitem suas opiniões em resposta a perguntas específicas com respostas curtas e, ao menos pretensamente, objetivas nas enquetes e nos chamados “povo-fala”. E quando nos programas mais “livres”, como os

talk radios, a participação do público inclui respostas a perguntas (geralmente envolvendo prêmios), pedidos e oferecimentos e músicas, depoimentos sobre as mazelas do dia-a-dia, entre outros, sempre explorando ao máximo a emocionalidade de cada situação. Assim, o controle é sempre do emissor, nunca do receptor.

Dessa forma, programas de rádio que buscam maior participação dos ouvintes configuram iniciativas peculiares e incomuns, dignas de estudos mais aprofundados. Exemplo dessa categoria, o programa da Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação é o alvo deste estudo. A seguir, observaremos detalhes sobre a história do programa e da Ouvidoria e da EBC como um todo antes de prosseguiremos com a análise das principais características do “Rádio em Debate” e de sua relação com os ouvintes.

A Empresa Brasil de Comunicação

A história da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) tem início no mês de maio de 2007, entre os dias 8 e 11, data em que o Ministério da Cultura do governo de Luis Inácio Lula da Silva promoveu o I Fórum Nacional de TVs Públicas. Participaram também da organização do evento a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), a Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) e a Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL). Estiveram presentes, ainda, representantes da hoje extinta Radiobrás e da Associação de Comunicação Educativa Roquete Pinto (ACERP).

O fórum foi um espaço de discussões entre acadêmicos, cineastas, jornalistas, comunicadores, dirigentes de emissoras não-comerciais de rádio e de televisão, entre outros. Após amplas discussões, uma das conclusões do evento estava uma manifestação favorável à criação de um sistema de televisão pública, que a Presidência da República se comprometeu a implantar. O compromisso foi cumprido cinco meses depois, em 11 de Outubro de 2007, quando foi editada a Medida Provisória 398, posteriormente convertida pelo Congresso na lei 11.652/2008. A lei criava a EBC, que

ficava encarregada de unificar e administrar as emissoras públicas de rádio e televisão que, até então, eram controladas pela Radiobrás³ e pela ACERP⁴.

Em seu Artigo 3º, a lei regulamentou parte do artigo 223 da Constituição Federal, que determina que os sistemas estatal, privado e público de comunicação devem ser complementares. De acordo o artigo número três da lei que criou a EBC, os objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta são: oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional; desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia, e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação; cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão; apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes; buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formativos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos; direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores; promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão; e estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na internet, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos, ficando vedada qualquer forma de proselitismo na programação.

Já em seu Artigo 8º, a lei 11.652/2008 trata das obrigações da recém-criada Empresa Brasil de Comunicação, a que compete: implantar e operar as emissoras e explorar os serviços de radiodifusão pública sonora e de sons e imagens do Governo

³ As emissoras que estavam sob controle da Radiobrás eram a TV Nacional, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, a Rádio Nacional de Brasília AM e FM, a Rádio Nacional da Amazônia e a Rádio Nacional do Alto do Solimões.

⁴ As emissoras que estavam sob controle da ACERP eram a TVE Rio, a TVE Maranhão, a Rádio MEC AM, a MEC FM e a MEC Brasília.

Federal; implantar e operar as suas próprias redes de Repetição e Retransmissão de Radiodifusão, explorando os respectivos serviços; estabelecer cooperação e colaboração com entidades públicas ou privadas que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão pública, mediante convênios ou outros ajustes, com vistas na formação da Rede Nacional de Comunicação Pública; produzir e difundir programação informativa, educativa, artística, cultural, científica, de cidadania e de recreação; promover e estimular a formação e o treinamento de pessoal especializado, necessário às atividades de radiodifusão, comunicação e serviços conexos; prestar serviços no campo de radiodifusão, comunicação e serviços conexos, inclusive para transmissão de atos e matérias do Governo Federal; distribuir a publicidade legal dos órgãos e entidades da administração federal, à exceção daquela veiculada pelos órgãos oficiais da União; exercer outras atividades afins que lhe forem atribuídas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República ou pelo Conselho Curador da EBC; e, por fim, garantir os mínimos de 10% de conteúdo regional e de 5% de conteúdo independente em sua programação semanal, em programas a serem veiculados no horário compreendido entre seis da manhã e meia-noite.

A Ouvidoria

Em seu Artigo 20º, a lei 11.652/2008 estabelece a Ouvidoria como um mecanismo de atenção ao público. A prática já era utilizada na Radiobrás, extinta pela mesma lei que cria a Empresa Brasil de Comunicação. Na antiga instituição, o Ouvidor era responsável pela intermediação de manifestações relacionadas à TV Nacional, às várias Rádios Nacional e à Agência Brasil.

A lei determina que o Ouvidor da EBC seria nomeado pelo Diretor-Presidente da Empresa para mandato de dois anos, admitida uma recondução. Uma norma interna da EBC, referendada pelos Conselhos de Administração e Curador, determinou que o Ouvidor-Geral contasse com o auxílio de três Ouvidores-Adjuntos, sendo um para a TV Brasil (criada pela fusão entre as antigas TVE e TV Nacional), um para as rádios e um para a Agência Brasil. Como primeiro Ouvidor-Geral da Empresa Brasil de Comunicação, foi nomeado o renomado professor da Universidade de São Paulo

Laurindo Leal Filho, ficando as rádios ao encargo de Fernando Oliveira Paulino, a TV com Maria Luzia Franco Busse e a agência com Paulo Sérgio Machado.

Segundo Paulino (2010, p.103), a principal função do Ouvidor é complementar à atividade do Conselho Curador da Empresa no seu controle social, intermediando e buscando respostas dos gestores das emissoras às críticas, reclamações e sugestões dos telespectadores, ouvintes e usuários. De acordo com Laurindo Leal Filho, em sua Carta do Ouvidor publicada no site da EBC, a Ouvidoria buscar ser:

“... uma das portas principais a serem abertas pela EBC para a sociedade. Por ela circularão as demandas, as expectativas, as sugestões, os elogios, e as críticas do público ao seu veículo de comunicação. E, de volta, num processo de mão dupla, as respostas quando se fizerem necessárias. Mas não só elas. Indagações também, na medida que cabe a Ouvidoria instigar o público a participar desse debate” (*Apud* PAULINO, 2010: p. 104).

Uma reportagem do *Observatório da Imprensa* sobre o ato de pose de Laurindo Leal Filho na sede da Empresa Brasil de Comunicação relata que o Ouvidor-Geral afirmou que o maior desafio seria construir um canal que aproximasse de fato os telespectadores, radio-ouvintes e leitores da agência da EBC. Ele ainda afirmou que a Ouvidoria “tem de aproximar a sociedade da empresa, pois a mídia pública só se realiza quando a sociedade esse considera dona dela” (LEAL FILHO, *apud*, VALENTE, 2008).

10

Leal Filho declarou que o interesse público é o principal orientador das opções da empresa e seria melhor identificado se o conjunto do público puder expressar sua opinião e indicar com frequência os caminhos que o órgão deveria trilhar. Para isso, afirmou ser importante a direção e os profissionais dos veículos “aprenderem” com a população, recebendo com atenção as contribuições feitas por ela. Segundo o professor, é importante que a ouvidoria vá além do recebimento de reclamações, sugestões e críticas, “dando respostas eficazes para tornar o público cúmplice das emissoras”. Como exemplo, o Ouvidor-Geral citou o caso da *British Broadcasting Company* (BBC), que resistiu a trinta anos de duras críticas por conta da aceitação que possuía junto à população, adquirida em períodos como a Segunda Guerra Mundial, quando a corporação cumpriu um papel de unificação nacional sem deixar de ter uma cobertura jornalística equilibrada (LEAL FILHO, *apud*, VALENTE, 2008).

Rádio em Debate

Cumprindo a norma estabelecida na criação da Empresa Brasil de Comunicação, a Ouvidoria estreou seu programa semanal em fevereiro de 2009. Após reuniões entre Laurindo Leal Filho, Fernando Oliveira Paulino, e os gestores das estações da EBC, decidiu-se que o *Rádio em Debate* iria ao ar às sextas-feiras, com reprise aos sábados e duração de quinze minutos (PAULINO, 2010: p.104).

O programa apresentaria a cada semana um tema que fosse de interesse geral às emissoras da empresa, que seria discutido por radialistas, especialistas, gestores e jornalistas da EBC durante os dois primeiros blocos. Antecedido por um intervalo musical, o terceiro bloco ficaria reservado para o atendimento e resposta pela Ouvidoria de críticas, sugestões e eventuais elogios dos ouvintes. O formato foi inspirado em práticas nacionais e internacionais, levando em conta principalmente a experiência do provedor ouvinte da Radiotelevisão Portuguesa, a RTP, que realiza o programa semanal *Em nome do ouvinte*. Assim, a Ouvidoria analisa a coerência da programação das emissoras em relação aos princípios e objetivos da comunicação pública.

É interessante notar, no entanto, o perfil abrangente das emissoras de rádio da Empresa Brasil de comunicação, que transmitem conteúdos voltados desde, por exemplo, as necessidades da população ribeirinha e das comunidades indígenas da região Norte do País (alcançada pela Rádio Nacional da Amazônia), até o público apreciador de música de concerto (reproduzida pela MEC FM do Rio de Janeiro). Durante os primeiros quinze meses de transmissão do *Rádio em Debate* (entre fevereiro de 2009 e maio de 2010), foram atendidas e respondidas 208 manifestações do público em relação às emissoras de rádio, sendo 40 da Rádio Nacional Brasília, 81 da Nacional do Rio, 34 da Nacional FM, 31 da Nacional da Amazônia e 12 da Rádio MEC, AM-FM e Brasília (PAULINO, 2010: p.105).

Na abordagem de assuntos relacionados à prática jornalística, a Ouvidoria da EBC toma como referência o Manual de Jornalismo da Radiobrás⁵, publicação de 2006 que não foi substituída formalmente após a criação da Empresa Brasil de Comunicação,

⁵ Disponível em: <http://www.jornalismodigital.org/wp-content/uploads/2010/05/Manual-de-Jornalismo-Radiobras.pdf>. Último acesso em 07 de abril de 2012.

e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros⁶, revisado em 2007. Ambos os documentos contemplam princípios éticos estudados por Hugo Aznar (1999, *apud* PAULINO, 2010: p. 106), buscando a prática da veracidade, honestidade e exatidão da informação, a não discriminação por quaisquer preconceitos, a transparência, a independência jornalística, a liberdade de expressão, de comentário e de crítica, o sigilo da fonte, a presunção da inocência e a responsabilidade sobre o que for divulgado, entre outras coisas.

Ao longo do ano de 2010, a Ouvidoria da EBC recebeu críticas de ouvintes com relação à cobertura jornalística de assuntos relacionados a eventos internacionais, à dança, ao turismo e à divulgação científica, entre outros. O *Rádio em Debate* tratou esses assuntos com programas especiais, trazendo a opinião de ouvintes, especialistas e gestores das emissoras à discussão e fazendo sugestões finais com relação a esses temas. No caso específico dos eventos internacionais, por exemplo, Laurindo Leal Filho, na edição especial de dois anos do programa (transmitida no dia 4 de fevereiro de 2011), relata que alguns ouvintes haviam se manifestado afirmando que as emissoras de rádio da Empresa Brasil de Comunicação apresentavam uma visão de determinados assuntos muito semelhante à de outras emissoras, que por sua vez era oriunda das agências internacionais. A questão foi levada, então, para o Conselho Curador da EBC, que a discutiu e emitiu a ordem para que a visão das emissoras da empresa fosse ampliada no que diz respeito especificamente à cobertura jornalística de questões internacionais.

12

No entanto, a Ouvidoria não recebe apenas questionamentos dos ouvintes sobre o conteúdo informativo publicado, mas também a respeito de sua programação musical, de questões técnicas (como força de sinal e alcance de transmissão, por exemplo) e outros assuntos diversificados. Exemplo disso é a sugestão de que o conteúdo transmitido pelas rádios seja oferecido nos sites das emissoras, pedido que foi parcialmente atendido no site da Radioagência Nacional⁷ (o próprio *Rádio em Debate* pode ser ouvido e baixado no site, que contém todas as edições do programa desde a do dia 10 de setembro de 2010 até a mais recente).

⁶ Disponível em:

http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Último acesso em 07 de abril de 2012.

⁷ <http://radioagencianacional.ebc.com.br/assunto/radio-em-debate>

Além de críticas, os ouvintes também se manifestam para elogiar e parabenizar iniciativas das rádios, como foi o caso quando se deu o retorno das transmissões esportivas pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro em 2010, com o restabelecimento do Núcleo de Esportes da EBC. Os gestores anteriores, da Radiobrás, haviam suspenso a transmissão de eventos esportivos e jogos sob o argumento de que entretenimento não deveria ser pauta prioritária da radiodifusão pública. A retomada dos esportes foi elogiada pelo público, que vinham reivindicando tal retorno desde a saída da programação. Ainda assim, a Empresa Brasil de Comunicações também recebeu indicações da necessidade de ampliar sua equipe esportiva, o que, de acordo com a Superintendência de Rádio, dependeria do posicionamento da Diretoria-Geral para a contratação de novos profissionais (PAULINO, 2010: p. 106).

Desde o início das atividades da Ouvidoria, os ouvintes também manifestaram o desejo de que houvesse o retorno da teledramaturgia na programação das emissoras, sobretudo na Nacional do Rio de Janeiro, estação que possui um amplo material de arquivo, com grande demanda (PAULINO, 2010: p. 106). A resposta final a essa demanda do público foi dada na edição de 29 de abril de 2011 do *Rádio em Debate*, em que foi anunciada a criação do Núcleo de Radiodramaturgia da Empresa Brasil de Comunicações, responsável pela retomada do Radioteatro na Rádio nacional do Rio de Janeiro e na Rádio MEC.

13

No âmbito local, principalmente no que se refere às rádios Nacional AM, FM de Brasília, Nacional da Amazônia e Nacional do Alto do Solimões, também há manifestações que tratam da possibilidade da realização de parcerias entre a EBC e organizações interessadas em produzir programas ou eventos conjuntamente. Exemplos disso são o contato realizado pela Escola de Música de Brasília com a Nacional FM e viabilização, com o apoio da Empresa Brasil de Comunicação em parceria com o Ministério do Meio Ambiente e a Universidade de Brasília, do Festival Parque Sucupira de Música, organizado pela Rádio Comunitária Utopia FM (PAULINO, 2010: p. 107).

Questões relacionadas a confrontos entre a programação em rede nacional e os interesses locais também são tratadas pela Ouvidoria. Um exemplo foi quando ouvintes da Nacional Brasília FM questionaram a formação da rede do *Nacional Informa*. Nas horas cheias, o informativo interrompia a programação musical com a transmissão de

notícias. A demanda do público foi levada em conta pela Diretoria de Jornalismo e pela Coordenação da Nacional FM, que realizaram um ajuste que suspendia a rede obrigatória e permitiu que a rádio veiculasse notícias depois de transmitir músicas na íntegra (PAULINO, 2010: p. 106).

Mesmo com o fim de seu mandato como Ouvidor-Adjunto⁸, a produção e apresentação do programa continuam sob responsabilidade de Fernando Oliveira Paulino, que também é professor doutor da Universidade de Brasília (UnB), e de um grupo de bolsistas-estudantes a UNB. As bolsas dos estudantes foram concedidas por meio de um Termo de Cooperação entre a EBC e a UnB, também gerido por Paulino.

Considerações Finais

Com base no que foi discutido neste trabalho, observamos que, a despeito de o rádio possuir características que o aproximam de seu público, o controle das vozes que vão ao ar permanece nas mãos dos emissores, ficando os receptores, na maioria dos casos, relegados a participações insignificantes na programação radiofônica.

14

O “Rádio em Debate”, com sua discussão dos temas trazidos pelos ouvintes e pelos gestores das emissoras da EBC, funciona como um espaço de discussão das práticas do radialismo brasileiro. Abrindo as portas para a participação dos ouvintes e permitindo que as opiniões emitidas sejam seriamente consideradas, o programa busca se diferenciar das práticas já consolidadas no meio, ao mesmo tempo que, como parte de uma empresa pública com capital estatal, serve também como prestação de contas e janela para o melhor entendimento do público a respeito do que se passa nas emissoras.

Além disso, o programa estimula ainda mais o interesse do público e o seu envolvimento nas pautas tratadas ao trazer questões originalmente locais para uma perspectiva mais ampla, de interesse local. Como exemplo, a discussão a respeito da radiodramaturgia na Rádio Nacional do Rio de Janeiro é trazida pelo programa de forma que leva e consideração a importância histórica das radionovelas na emissora, que já foi uma das mais importantes do Brasil.

⁸ Atualmente, ocupa o cargo de Ouvidor-Geral a jornalista e professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará, Regina Lúcia Alves de Lima. Os Ouvidores-Adjuntos são Ruth Helena Guimarães Vieira (Agência Brasil), Joseti Marques (TV Brasil) e Lúcia Pinheiro (Rádios da EBC).

Deve-se ressaltar, no entanto, que mesmo no “Rádio em Debate” o controle da voz dos ouvintes ainda está nas mãos da emissora. Por mais que as sugestões e críticas do público sejam discutidas pelos gestores da empresa, a definição de quais serão os especialistas convidados para tratar cada assunto, de quais ouvintes serão convidados a falar e da ocasião em que cada tema será tratado ainda é decidida inteiramente pelos membros da Ouvidoria. A interação continua a ser, de fato, controlada pelos emissores, ficando posta a necessidade de busca por novos caminhos de interação, aproximando ainda mais os ouvintes.

REFERÊNCIAS

Livros, Periódicos, Documentos e Sites

BRASIL, Leis e decretos. *Decreto-lei nº 11.652. Diário Oficial*, 7 abr 2008.

MACIEL, Suely. *A interatividade no diálogo de viva-voz na comunicação radiofônica*. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: ECA/USP, 2009.

ORTRIWANO, Gisela S. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

_____. “Rádio: interatividade entre rosas e espinhos”. In: *Novos Olhares*, São Paulo, ano 1, número 2, p. 13-30, 2º semestre de 1998.

PAULINO, Fernando Oliveira. “De ‘Ouvinte’ a ‘Ouvidor’: Responsabilidade Social da Mídia e parâmetros para atuação da Ouvidoria das Rádios da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)”. In: *Vitrine e Vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo*. Covilhã: LabCom Books, 2010.

VALENTE, Jonas. “EBC agora tem ouvidor-geral”. *Observatório da Imprensa*, 30 ago 2008. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ebc_agora_tem_ouvidorgeral. Último acesso em 16/04/2012.

Registros em áudio

LEAL FILHO, Laurindo. *Rádio em Debate*. Empresa Brasil de Comunicação, 4 fev 2011.

_____. *Rádio em Debate*. Empresa Brasil de Comunicação, 29 abr 2011.

