

A interativa teoria do rádio

Gisela Swetlana Ortriwano*

“Um homem que tenha algo a dizer e não encontre ouvintes, está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontrem quem tenha algo a dizer-lhes.”

Bertolt Brecht

A INTERATIVIDADE RADIOFÔNICA REINTERPRETADA foi um projeto desenvolvido, no período de 1996-98, com o objetivo de estudar de que maneira o receptor poderia interferir no resultado da produção jornalística em rádio. Além disso, procurou-se avaliar se as maiores possibilidades tecnológicas disponíveis resultariam em informação de melhor qualidade e interesse para o ouvinte e como a moderna tecnologia permitiria realizar um rádio com duas mãos-de-direção, com o receptor realimentando o sistema de produção de forma direta. É especificamente sobre um aspecto deste último item que versa o texto que apresentamos a seguir. A pesquisa fez parte do Projeto Integrado NOVOS OLHARES SOBRE OS PROCESSOS DE MEDIAÇÃO E PRÁTICAS DE RECEPÇÃO, coordenado pelo PROF. Dr. Mauro Wilton de Sousa, da ECA/USP.

1. *Em busca de um destino para o rádio*

Bertolt Brecht (1898-1956), poeta e ensaísta alemão, não pode deixar de ser citado quando se pretende discutir rádio. Sob o título **Teoria do Rádio**¹ estão reunidos cinco textos dispersos, três dos quais divulgados na época em que foram escritos (entre 1927 e 1932), em publicações de pequena circulação. Os outros dois permaneceram inéditos, tendo sido os originais encontrados em cadernos manuscritos após a morte do autor.²

Impossível pretender discutir a *interatividade* no rádio sem considerar suas reflexões sobre o primeiro meio de comunicação eletrônico da história que, com o passar do tempo, tornam-se cada vez mais atuais. Para Lluís Bassets, “nestes escritos [Brecht] mostra-se como

* Gisela Swetlana Ortriwano é jornalista, doutora em Ciências da Comunicação e professora de radiojornalismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: <gsortriw@usp.br>

¹ BRECHT, Bertolt. “Teoria de la radio (1927-1932)”. In: BASSETS, Lluís (ed.). **De las ondas rojas a las radios libres**. Barcelona, Gustavo Gili, 1981, pp. 48-61.

uma das mentes de maior clarividência de nosso século no terreno dos meios de comunicação”.³ Brecht imagina o rádio com *dupla mão-de-direção*, alertando que a hoje denominada *interatividade* é um anseio antigo do ouvinte. A questão é tratada muito mais sob a ótica da política, da organização democrática da sociedade e do relacionamento entre cidadãos, do que sobre a exclusividade de uma ou outra tecnologia de informação. Os textos contrariam uma visão desenvolvimentista e lembram 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. E poderia ser um excelente meio de entretenimento, dando suporte a diferentes manifestações culturais.

Muitas das potencialidades antevistas - ou sonhadas - por Brecht só agora, incorporando os novos recursos tecnológicos, começam a ser exploradas. “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-se das fontes oficiais de abastecimento e transformar os ouvintes nos grandes abastecedores.”⁴

A preocupação de Brecht com as *duas mãos-de-direção* possíveis ao rádio é explícita em seus escritos. Mas até hoje, a *interatividade* continua controlada: a participação do ouvinte é limitada a pequenas intervenções, seja por telefone, seja ao vivo. Se o gênero é o jornalismo, predominam as reclamações quanto aos serviços em geral, o testemunho sobre algum acontecimento, via telefone, fax, cartas, ou enquête/povo-fala conduzido por um repórter; emitir opiniões, a partir de somente respondendo a perguntas específicas, com respostas curtas e, pretensamente, objetivas. Se nos programas dos chamados *comunicadores*, a participação inclui responder a perguntas, geralmente envolvendo prêmios, pedidos e oferecimentos de músicas - os célebres *a pedidos* -, depoimentos sobre as mazelas do dia-a-dia, explorando ao máximo a emocionalidade de cada situação como as dramatizações de cartas, de casos programas policiais etc. Com a introdução das tecnologias baseadas na informática, novas possibilidades de interação surgiram, como o correio eletrônico, o *e-mail*. Da mesma forma, o controle é sempre do *emissor*, nunca do *receptor*.

² Em “O Jornalismo na Teoria do Rádio” fizemos uma primeira abordagem sobre o assunto. In: ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Os (des)caminhos do radiojornalismo**. São Paulo, ECA/USP, 1990, tese (doutorado), pp. 08-33.

³ BASSETS, Lluís. Op. cit., pp. 48-49 (nota de rodapé).

⁴ BRECHT, Bertolt. “Teoría de la Radio (1927-1932)”. Op. cit., pp. 56-57 (grifos nossos).

“Quando formulou sua teoria, Bertolt Brecht identificava um rádio que, a par das naturais deficiências técnicas, só não se completava artística, social e politicamente devido à limitação do elemento humano envolvido no processo. Se vivesse na atualidade, além de ver confirmados muitos de seus prognósticos e atendidas muitas de suas recomendações, ele iria constatar que acertara, também, ao condicionar o uso eficiente do rádio à visão de seus dirigentes. Diante da atual parafernália técnica, a cada dia enriquecida com novos e mais eficientes recursos, ele certamente iria sentenciar que tudo isso é inútil se não existir uma conexão *ouvinte/rádio* tão efetiva quanto a já existente *rádio/ouvinte*.”⁵ Mario Fanucchi completa seu pensamento afirmando que para Brecht, o papel do rádio é o de estar em perfeita sintonia com as aspirações da sociedade, *transmitindo/recebendo* informações de todos os tipos.

Na prática, o ouvinte, como *fonte direta de (re)alimentação* do sistema só participa na medida em que atende aos interesses do próprio sistema, nunca para questioná-lo. Por outro lado, como *fonte indireta*, as expectativas do público-alvo são levadas em consideração não apenas com o objetivo de manter a fidelidade da audiência já conquistada, mas também com o intuito de ampliá-la.

No sistema de exploração comercial da radiodifusão soa ingênua e até utópica a proposta de que toda e qualquer pessoa possa vir a produzir os programas que venha a ouvir. Esta é uma questão que continua extremamente atual e, em diferentes momentos da história, o assunto tem voltado à tona. No início, pelas emissoras operárias, como veremos a seguir. Em outros momentos, através das experiências de emissoras *piratas* que reivindicam seu direito ao mercado radiofônico; ou então, são as *rádios livres*, sob diferentes bandeiras, buscando espaços para as chamadas *minorias*. Ou as rádios populares, as rádios cornetas. E, atualmente, a questão é discutida sob a ótica da *democratização dos meios de comunicação* e dos chamados *movimentos populares*, engajados na luta pela plena utilização das *rádios comunitárias*. Não podemos esquecer outra faceta: as *emissoras virtuais* que conquistam seu espaço na Internet.

Em todo o mundo, não apenas a proliferação de emissoras de rádio tradicionais de pequeno alcance e objetivos específicos, como também as virtuais, soam como promessas do amplo e irrestrito acesso à informação nesta virada de milênio. Se, por um lado, muitas comunidades já têm sua própria comunicação radiofônica estabelecida, de fato, há anos, com a regulamentação das rádios comunitárias inicia-se uma nova fase que exige uma redefinição

⁵ FANUCCHI, Mario. “O rádio de Brecht setenta anos depois”. In: **Revista USP**, São Paulo, nº 34,

para todo o meio radiofônico uma vez que características que pareciam intrínsecas à exploração da radiodifusão estão mudando. Para citar apenas um dos muitos exemplos, a Rádio Favela FM de Belo Horizonte opera, sem concessão, desde 1981, tendo sido fechada pela polícia cinco vezes. Dedicando-se a prestar serviços para a comunidade, já recebeu vários prêmios internacionais.⁶

Mas nem tudo são flores. Desde suas primeiras experiências de transmissão pública, a utilização do rádio como meio de comunicação suscitou divergências. Sem o domínio pleno das potencialidades do novo meio, várias correntes de pensamento buscavam espaço para implantar suas idéias. O rádio foi, inclusive, considerado por alguns como um perigoso agente de padronização, “o mais poderoso que o mundo já conheceu”. “Nas décadas de 1920 e 1930, quando o rádio era ainda uma novidade, foram alegadas pretensões exageradas - especialmente na Alemanha, América do Norte e Inglaterra - no que diz respeito a seu poder para influenciar a mente humana.”⁷ As divergências - como os espinhos - continuam a existir: o rádio consegue cumprir as duas mãos-de-direção de sua potencialidade interativa?

2. Crise conjuntural: as rádios operárias

Para poder avaliar as idéias pregadas por Brecht sobre o rádio, é preciso conhecer alguns fatos que formavam o quadro alemão da época em que a radiodifusão engatinhava, em uma Europa politicamente conturbada. “A história do rádio alemão começa com a revolução de 1918-1919. Ainda que fossem necessários mais cinco anos até o estabelecimento de uma ‘radiodifusão pública de entretenimento’ na Alemanha, a história do rádio teve seu momento culminante em 1918-1919 se considerarmos sua função social e tudo aquilo que os envolvidos queriam e podiam fazer com ele.”⁸

A República de Weimar instalou-se após a queda do Império, a 9 de novembro de 1919. Formada por uma coalizão social-centro-democrata, estava apoiada por uma constituição progressista que estabelecia o sufrágio universal, representação proporcional, sistema parlamentar, defesa das liberdades básicas e direito a trabalho, educação e assistência social. Mas esse governo, num país sem tradições democráticas, era ameaçado pelo caos deixado pela I Guerra e pelas pressões do extremismo reacionário. A crise sócio-econômica fazia parte desse quadro (hiperinflação, desemprego etc.). A 30 de janeiro de 1933, Adolf

junho/agosto 1997, p. 131 (grifos do autor).

⁶ WAINER, João. “Rádio Favela FM sai dos barracos para o mundo”. In: **Folha de São Paulo/Ilustrada**, 23.07.1998, p. 1.

⁷ HALE, Julian. **La radio como arma política**. Barcelona, Gustavo Gili, 1979, p. 11.

⁸ DAHL, Peter. “Detrás de tu aparato de radio está el enemigo de clase”. In: BASSETS, Lluís. Op. cit., p. 19.

Hitler foi nomeado chanceler da Alemanha. Imediatamente dissolveu o parlamento, convocou novas eleições e criou o III Reich, abolindo o Estado federativo. Em agosto de 1934 Hitler suprimiu o cargo de presidente e deu a si mesmo o título *Führer und Reichskanzler* (líder e chanceler do Reich).

Segundo Marcondes Filho, “a miséria da República de Weimar não era somente de caráter conjuntural, com desemprego, inflação, destruição, guerra, mas também e com grande importância de caráter estrutural, com a grande massa de desapossados se amargurando pela perda da segurança econômica e social do passado”.⁹ Ele considera que “o desenvolvimento do rádio, ligado às lutas sociais, já se havia iniciado, entretanto, junto com o próprio surgir da República. Na Revolta dos Marinheiros em Kiel (1918), estes usaram o rádio em sua luta, fato que pode ser considerado como o marco do início do ‘Movimento do Rádio Operário’ na Alemanha”.¹⁰

Nos anos 20 e 30 o rádio era ainda uma novidade fascinante para muitos e a possibilidade dos aparelhos receptores - e até transmissores - poderem ser montados pelos próprios ouvintes em muito contribuiu para que o novo meio ganhasse impulso em seu desenvolvimento. “Esse tipo de entretenimento não somente permitia ao trabalhador exercer uma atividade criativa e compensadora para as horas de lazer, ou seja, que lhe proporcionava prazer e possibilidade de desenvolver-se pessoalmente, bem como lhe possibilitava, pelo simples fato de construir um aparelho de comunicação, ampliar consideravelmente seu interesse pelos assuntos da vida coletiva. A construção de um aparelho de rádio e o prazer de vê-lo em funcionamento, de receber mensagens, produzia nos construtores amadores um sentido de integração na vida coletiva, possibilidade de interferir nela e, em última instância, de atuar politicamente.”¹¹

Hale considera que “no movimento de rádios operárias da época de Weimar, o rádio não organizou seus ouvintes: estes organizaram a si próprios”. E completa dizendo que “no início, para os membros dos radioclubes operários tratava-se, antes de mais nada, de poder ouvir os novos sons”.¹² Os trabalhadores trocavam entre si esquemas técnicos de montagem (publicados em revistas especializadas que começaram a circular já no início dos anos 20), peças de reposição e desfrutavam em grupo os aparelhos que construíam. A preocupação básica era poder ouvir o novo meio uma vez que o preço do receptor era elevado: construí-lo era uma forma de satisfazer a esta aspiração. A partir deste envolvimento inicial, foram sendo

⁹ MARCONDES FILHO, Ciro. **O discurso sufocado**. São Paulo, Loyola, 1982, p. 26.

¹⁰ Ibid., p. 29.

¹¹ Ibid., p. 29.

criadas condições para uma participação explicitamente política. Com os aparelhos que montavam, era possível ouvir inclusive programas do exterior, principalmente as emissões operárias da União Soviética.

A expansão desse *aparelho de aproximação das massas* não foi livre nem fácil. Para barrar seu avanço, foram criados instrumentos legais que reduzissem o efeito multiplicador - em termos políticos - dessas experiências de comunicação. Em 1924 é baixado um decreto-lei contra os ouvintes clandestinos. Os aparelhos de uso domiciliar foram obrigados a ter licença e o governo passou a usar os chamados *interceptores de onda* para interferir e prejudicar a recepção das emissões não-oficiais. Essas medidas, ainda de acordo com Marcondes Filho “não acabaram com o espírito de participação no processo comunicativo, ainda que reduzissem bastante o desenvolvimento da construção amadora de rádios. Em 1926, o ARK (‘Clube do Rádio Operário’), fundado em 1924 para o desenvolvimento da radiodifusão proletária, criou em toda a República comunidades de ouvintes; através delas ouviam-se e discutiam-se em conjunto as emissões de rádio - p. ex., nas ‘Noites Populares’ trabalhava-se principalmente com textos de escritores políticos engajados e na ‘Hora do Rádio Operário’ com emissões de direita da rádio Deutsche Welle - e remetiam-se as críticas às emissoras”.¹³

As rádios oficiais apresentavam programas considerados reacionários, distanciados das discussões políticas e sociais da época. O controle político das emissoras era geralmente exercido diretamente. Houve épocas em que as estações eram obrigadas a ter a presença de censores para controlar o conteúdo dos programas que seriam apresentados. Mas até 1928, a radiodifusão alemã declarava-se *neutra*. Após esta data surgem as investidas ostensivas para a politização do rádio ao mesmo tempo em que a organização dos ouvintes era cada vez mais intensificada.

“O programa de trabalho de agitação da ‘Associação Livre de Rádio Alemão’, juntamente com o acirramento das tensões sociais do período, com mobilizações políticas em torno de todos os principais partidos, por exemplo, lutava por isso procurando organizar os radiouvintes e desencadear ações de massa contra o programa de rádio dominante. Ele organizava as ‘Noites de Audiência’, instalando alto-falantes e aparelhos de rádio em locais públicos, para que a massa pudesse ouvir e discutir (nas ‘comunidades de audiência’) os noticiosos das rádios oficiais. Nesses grupos havia setores específicos para mulheres, crianças e escolares.”¹⁴ A partir de 1930, “lentamente o rádio oficial ia-se tornando porta-voz do governo

¹² HALE, Julian. Op. cit., pp. 28-29.

¹³ MARCONDES FILHO, Ciro. Op. cit., p. 30.

¹⁴ Ibid., p. 39.

e perdia toda a aparência de imparcialidade que o caracterizava nos anos anteriores. Os nazistas produziam cada vez mais programas...”.¹⁵ Nos últimos anos da República de Weimar houve um crescente combate à politização da cultura operária: a propaganda nazista passa a ganhar volume e terreno.

“Em 1932, a organização nazista do rádio foi subordinada a Goebbels. Este fato é significativo se considerarmos que um censo da época mostrava um dado de suma importância para os interesses do Reich. O número de receptores de rádio chegava a 5 milhões, o que pressupunha uma audiência potencial de 15 milhões de pessoas. A elas chegavam as mensagens que o governo difundia, com seu próprio estilo e estratégia.”¹⁶ Hitler já havia escrito sobre o rádio, nos anos 20, em seu livro *Minha Luta*: “É uma arma terrível em mãos que saibam usá-la.”¹⁷ Hale considera que os nazistas foram os primeiros que perceberam e desenvolveram o uso do rádio como meio de propaganda ideológica.

Mas o rádio, apesar de seus poderes peculiares, foi apenas um dos instrumentos no arsenal da propaganda nazista. “Foi parte de uma rede firmemente interligada, organizada e coordenada pelo *Propagandaministerium*. As técnicas e os meios utilizados pelo Partido Nazista com tanto êxito para chegar ao poder na Alemanha foram, depois de 1933, ajustados a todo o aparato coercitivo do Estado.”¹⁸ E Hale continua: “Dentro da Alemanha, todos os meios falavam uma só voz, eram colocados obstáculos no caminho das fontes exteriores de informação e, conhecendo profundamente o público, os propagandistas puderam adaptar seus instrumentos psicológicos para ajustar-se aos medos, às esperanças e aos preconceitos do público. A própria natureza da propaganda alemã exigia que fosse monopolista e unitária.”¹⁹ Além da utilização intensiva de todos os meios de comunicação disponíveis, a ação militar bem sucedida era fundamental para que o público fosse cativado. Mesmo a célebre *Blitzkrieg* radiofônica era uma técnica eficiente somente quando utilizada para reforçar a ação militar paralela.

Na época em que Brecht escreveu os textos da **Teoria do Rádio**, a Alemanha vivia um período peculiar. Durante a República de Weimar “pairava no ar a presença de uma violenta transformação social. Vivia-se numa fase da história desta formação social específica,

¹⁵ Ibid., p. 41.

¹⁶ GARCIA CAMARGO, Jimmy. **La radio por dentro e por fuera**. Quito, Ciespal, 1980, p. 20.

¹⁷ In: HALE, Julian. Op. cit., p. 23.

¹⁸ Ibid., p. 24.

¹⁹ Ibid., p. 25.

em que a classe dominante havia perdido as rédeas do controle social, mas ainda não havia surgido uma classe (o proletariado) para assumi-lo”.²⁰

3. *Arma de transformação social*

As críticas de Brecht ao meio radiofônico merecem ser analisadas à luz dos novos rumos que a tecnologia tem propiciado. “Em uma época de grande privação econômica e moral, o rádio foi saudado como um milagre liberador e considerado como um fator de cultura cujas repercussões na vida cultural, política e econômica não puderam ser suficientemente avaliadas.”²¹

Uma das críticas mais veementes que Brecht fazia ao rádio, já em 1927, continua válida: o rádio ainda é, basicamente, um meio de distribuição de mensagens, não um meio de comunicação. Brecht, em suas propostas, fortalecia sempre a idéia de que o funcionamento do rádio, para ser positivo, deveria ser mudado: “É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação.”²² E ressaltava que sua função não se esgota em apenas transmitir informações sobre os acontecimentos. É necessário que o rádio promova, efetivamente, o *intercâmbio* entre a *fonte* e o *destinatário* para que o processo de dupla mão-de-direção se efetive. Mesmo o *diálogo mental*, indispensável para que o ouvinte reaja à mensagem, muitas vezes não acontece: o emissor se preocupa em tomar todo o espaço não permitindo que o ouvinte possa participar do processo comunicativo.

Algumas vezes, Brecht é categórico: “Em minha opinião, vocês deveriam fazer do rádio um meio verdadeiramente democrático. Com isto, obteriam de imediato toda uma série de resultados se, por exemplo, dispendo (como dispõem) de maravilhosos aparelhos de difusão, deixassem de simplesmente produzir sem cessar e passassem a tornar produtivos os acontecimentos *atuais* mediante sua simples exposição e, em casos especiais, utilizando-se de uma direção hábil e que economize tempo.” E vai ainda mais longe em suas recomendações: “Opino que vocês deveriam aproximar-se mais dos acontecimentos reais com os aparelhos e não limitar-se somente à reprodução ou informação.”²³

Nas declarações de Brecht fica claramente exposta não apenas sua posição quanto às possibilidades do rádio interativo, como meio de comunicação com duas mãos-de-direção mas,

²⁰ MARCONDES FILHO, Ciro. Op. cit., p. 44.

²¹ Trecho do Arquivo da **Deutsches Rundfunk DRA C 736**, citado por DAHL, Peter. Op. cit., p. 26.

²² BRECHT, Bertolt. Op. cit., p. 56.

²³ “Sugestões aos diretores artísticos do rádio” foi publicado, originalmente, em 25 de dezembro de 1927 no **Berliner Börsen-Courier** sob o título “Podem os programas radiofônicos ser mais autênticos e mais atuais?”; na matéria, o jornal colhia as opiniões do diretor artístico da **Radiodifusão Berlimense**, Carl Hagemann e as sugestões de Brecht. Ibid., p. 50-51 (grifos do autor).

acima de tudo, a pontencialidade do rádio como meio jornalístico, sem deixar de considerar também os outros gêneros de programas como musicais, radioteatro etc.

“Além disso, vocês podem preparar para o microfone, em lugar de resenhas mortas, entrevistas reais em que os entrevistados tenham menos oportunidade de inventar mentiras elaboradas, como podem fazer quando se trata de uma entrevista para os jornais.”²⁴ Aqui, não podemos deixar de pensar que, com as novas tecnologias, o jornalismo digital, *on line*, pode, além de apresentar o texto de matérias feitas a partir de entrevistas com as fontes, disponibilizar as próprias entrevistas na íntegra, propiciando ao leitor/ouvinte não apenas conhecer as idéias e informações que o entrevistado tem para apresentar, editadas para publicação por critérios próprios a cada veículo. É a oportunidade para que o leitor/ouvinte conheça muito mais, não apenas *o quê*, mas *o como* foi dito.

Mais do que reconhecer no rádio sua pontencialidade jornalística, Brecht clama pela presença de um *jornalismo de natureza substantiva*, cumprindo na íntegra uma das características básicas da mensagem radiofônica: o imediatismo.²⁵ Quando Brecht afirma que o rádio não deve limitar-se à reprodução ou simples informação do acontecimento, ele está colocando-se frontalmente em oposição ao *jornalismo de natureza adjetiva*. Os conceitos de jornalismo de natureza substantiva ou adjetiva envolvem a presença ou não do *palco da ação*, ou seja, se a emissão é direta - ou não - do local do acontecimento.

O *jornalismo de natureza substantiva* pressupõe a transmissão ao vivo, a *emissão direta*, feita simultaneamente ao acontecimento. O emissor - no caso, o jornalista responsável pela transmissão -, elabora a mensagem conforme o desenrolar dos acontecimentos e o receptor - o ouvinte - recebe a informação imediatamente, sem defasagem de tempo maior do que a necessária para essa elaboração verbal da mensagem que está, inclusive, sujeita à emocionalidade do palco da ação.

Ao contrário, em seu grau máximo de natureza adjetiva o jornalismo pode chegar a níveis extremos, muito bem representados na frase do jornalista Walter Sampaio: “Notícias mortas, frias, geladas, que são autopsiadas pela *gillette-press*”. A *emissão é sempre indireta*, ou seja, existe uma defasagem de tempo entre o acontecimento e sua transmissão. O fato pode ser transformado em texto ou, se existe gravação, esta é editada. Acima de tudo, no jornalismo de natureza adjetiva existe um controle muito maior - poderíamos quase dizer total - do

²⁴ Ibid., p. 51.

²⁵ Os conceitos do jornalismo de *natureza substantiva* e de *natureza adjetiva* são desenvolvidos por Walter SAMPAIO no livro **Jornalismo Audiovisual - teoria e prática do jornalismo no rádio, TV e cinema**. Petrópolis, Vozes, 1971, p. 72. O autor apresenta os conceitos para o jornalismo televisionado, mas eles podem facilmente ser transpostos para o jornalismo radiofônico.

emissor sobre o conteúdo da mensagem. É significativo que nos regimes totalitários - ou em momentos de forte censura -, as transmissões ao vivo, quando existem, limitam-se a reproduzir os acontecimentos oficiais e a ouvir as *vozes* oficiais. Todo o restante é abordado sob o ponto de vista do jornalismo de natureza adjetiva.

No caso brasileiro, esta relação fica bastante evidente. A partir de meados dos anos 60 e durante quase toda a década de 70, o jornalismo radiofônico (assim como o televisivo) foi reduzido a sua essência puramente adjetiva: textos redigidos e entrevistas editadas, sempre extremamente curtas (dificilmente eram mantidas as perguntas feitas pelos repórteres), limitando-se à informação sobre algum fato, nunca permitindo a exposição de juízos de valor, a sustentação de opiniões, a discussão de idéias (o que requer um tempo mais longo uma vez que é necessário apresentar os argumentos para que a opinião expressa conquiste adeptos). Os programas de entrevistas e debates (que Brecht também já sugeria) praticamente desapareceram - com exceção dos esportivos; os jornalistas não precisaram mais falar de improviso. Como consequência, repórteres, entrevistadores, moderadores de debates, comentaristas etc. quase deixaram de existir no radiojornalismo e, até hoje, continuam persistindo os efeitos negativos: toda uma geração de jornalistas não pôde exercer suas funções de acordo com os requisitos exigidos pelas próprias características do meio radiofônico. Com o processo de abertura política foi necessário dar voz não apenas aos ouvintes, os receptores das mensagens: foi necessário, antes de mais nada, que os profissionais da comunicação, os emissores, recuperassem seu direito a ter voz sem censura oficial e, situação paradoxalmente mais complexa, aprendessem a ter voz sem autocensura. E para que todos tenham domínio sobre o direito de ter voz é necessário, antes, resgatar a própria cidadania, com seus direitos e deveres.

Brecht também já percebia - e se preocupava - com o controle do Estado sobre a radiodifusão. E reconhecia que, para explorar plenamente as potencialidades do rádio como meio de comunicação, muitas barreiras surgiriam: "...Haverá, seguramente, uma série de leis que tentarão impedi-lo. Será necessário dirigir-se à opinião pública para suprimir essas leis."²⁶ Esta previsão concretizou-se e persiste em todos os tipos de mensagens, principalmente nas jornalísticas. Por outro lado, Brecht não levou em consideração que com a grande proliferação de emissoras, alguma forma de regulamentação precisaria existir para que as transmissões não sofressem interferências de tal ordem que tornassem impossível receber as mensagens. Mas a regulamentação técnica não poderia ter a força de controlar os conteúdos. Esta discussão é

²⁶ BRECHT, Bertolt. Op. cit., p. 51.

muito atual com relação à Internet, espaço que tem muitos defensores da liberdade total; contudo, crescem cada vez mais os clamores de vários setores da sociedade pela regulamentação, pelo controle efetivo dos conteúdos que essa própria tecnologia permite.

O caráter comercial que o rádio tomaria, transformando-se em um grande negócio, também foi antevisto por Brecht. No final de “Sugestões aos diretores artísticos do rádio”, ressalta: “E, para concluir, é requisito indispensável que vocês prestem contas, publicamente, das fabulosas somas que o rádio arrecada e expliquem a aplicação desse dinheiro público até o último centavo.”²⁷

Em qualquer dos sistemas de exploração da radiodifusão, o dinheiro empregado em sua manutenção é sempre público. Se a emissora é explorada comercialmente, na chamada livre iniciativa, as verbas para a manutenção da radiodifusão são oriundas da veiculação de anúncios publicitários: o custo recai sobre os produtos ou serviços anunciados e, conseqüentemente, sobre o consumidor destes produtos ou serviços. Se a emissora é estatal, seja no sistema pluralista (no qual convivem emissoras comerciais e estatais), seja no sistema monopolista (o Estado detém o monopólio, explorando a radiodifusão diretamente), as verbas são originadas nos tributos pagos pelo cidadão ao Estado (em alguns países vigora o pagamento de licenças para que se possa ter um receptor). Vale ressaltar que, no caso da exploração comercial, muitas vezes o cidadão paga duplamente para a manutenção dos meios de comunicação, uma vez que o Estado é um dos maiores anunciantes. Portanto, se é o próprio ouvinte quem subsidia os meios de comunicação, é um direito básico deste ouvinte cobrar das empresas de radiodifusão um retorno condizente.

Para Brecht, o rádio deveria sempre empenhar-se em assumir sua importância social, que vai muito além de simples meio de lazer, de entretenimento, sem maiores conseqüências. O rádio precisa estar estreitamente ligado à realidade, mas não de forma meramente decorativa. Ao contrário, influenciando e modificando essa realidade. “Todas as nossas instituições ideológicas acreditam que sua missão principal seja manter intranscendente o papel das ideologias, de acordo com um conceito de cultura segundo o qual sua configuração já está terminada e a cultura não tem necessidade de nenhum esforço criador continuado.”²⁸

Quando surge uma inovação técnica com tantas utilidades, para distintas funções sociais como o rádio, ocorre, segundo Brecht, “um esforço angustiante para manter-se intranscendentemente em passatempos que, quanto mais inofensivos forem, melhor”. Como resultado, não haverá um vínculo criativo entre emissor e receptor, uma mútua realimentação,

²⁷ Ibid., p. 52.

um processo efetivo de comunicação. E de interatividade. “Então, não é possível conter a pergunta se não existe nenhuma possibilidade de evitar o poder da desconexão mediante a organização dos desconectados. (...) O público não deve apenas ser instruído, mas instruir também.”²⁹

4. Da teoria para a prática

Se, por um lado, concordamos com a validade e a lucidez de muitas das propostas e críticas que Brecht fez ao rádio, inclusive quanto à pertinência da terminologia empregada, por outro, precisamos levar em consideração o momento, o estágio, a evolução da sociedade e da tecnologia nestes anos que separam as reflexões que compõem a **Teoria do Rádio** de nossos dias. Alguns momentos foram históricos e essenciais neste percurso. E nem sempre devidos à evolução da tecnologia: muitas vezes, a compreensão da linguagem do meio radiofônico, o primeiro dos *media* eletrônicos, criou marcos divisores reconhecidos e respeitados até hoje.

No especial do **Raditeatro Mercury** da véspera do Dia das Bruxas de 1938 - denominado **Mercury's Halloween Show** -, através dos sons, foi representada uma invasão de marcianos do ponto de vista de uma cobertura jornalística. Todas as características do radiojornalismo usadas na época - às quais os ouvintes estavam habituados e nas quais acreditavam - se faziam presentes: reportagens externas, entrevistas com testemunhas que estariam vivenciando o acontecimento, opiniões de especialistas e autoridades, efeitos sonoros, sons ambientes, gritos, a emotividade dos envolvidos, inclusive dos pretensos repórteres e comentaristas, davam a impressão de um fato real, que estava indo ao ar em edição extraordinária, interrompendo outro programa, o radioteatro previsto.³⁰ Na realidade tratava-se do 17º programa da série semanal de adaptações radiofônicas realizadas pelo então jovem ator e diretor Orson Welles e o Radioteatro Mercury que explorava as técnicas jornalísticas com a ambientação sonora requerida. Mais que isso: havia compreendido, na prática, que mesmo o gênero jornalístico não dispensa o respeito absoluto à linguagem radiofônica.³¹ “O impacto foi tal que mesmo Orson Welles se surpreendeu quando milhares de pessoas saíram às ruas, angustiadas e em pânico; algumas, desejosas de testemunhar um fato que, acreditando verdadeiro, lhes parecia significativo e histórico.”³²

²⁸ Ibid., p. 57.

²⁹ Ibid., p. 58.

³⁰ SIMON, William G. “The Man and the Myth”. In: **New York University Magazine**, Inverno 1987, p. 22.

³¹ Sobre o assunto, vide: MEDITSCH, Eduardo (org.) . **Rádio e Pânico: a Guerra dos Mundos, 60 anos depois**. Florianópolis, Editora Insular, 1998.

³² Garcia Camargo, Jimmy. **La radio por dentro e por fuera**. Quito, Ciespal, 1980, p. 19.

A CBS calculou na época que o programa foi ouvido por cerca de seis milhões de pessoas, das quais metade passaram a sintonizá-lo quando já havia começado, perdendo a introdução que informava tratar-se do radioteatro semanal. Pelo menos 1,2 milhão tomaram a dramatização como fato verídico, acreditando que estavam mesmo acompanhando uma reportagem extraordinária. E, desses, meio milhão tiveram certeza de que o perigo era iminente, entrando em pânico e agindo de modo a confirmar os fatos que estavam sendo narrados: sobrecarga de linhas telefônicas interrompendo realmente as comunicações, aglomerações nas ruas, congestionamentos etc.

“Obviamente, desde aquela noite do final de outubro de 1938 até nossos dias, novas problemáticas foram se incorporando ao complexo campo das Ciências da Comunicação em geral e da radiodifusão em particular. No entanto, de tempos em tempos, os marcianos imaginados por Welles se materializam em patéticas silhuetas de carne, ossos e metal. E, então, o pânico ou a indiferença atravessam a história através de um atento, impassível receptor de rádio.”³³

O episódio mostrou a força do rádio e seu poder na formação da opinião pública, além das possibilidades de manipulação que o meio propiciava. Mas o efeito imediato mais importante foi o surgimento de uma série de pesquisas teóricas e práticas que, até então, eram esporádicas e pouco sistematizadas. Tendo o rádio como centro de investigação, os pesquisadores se viram frente a uma problemática mais complexa: a das audiências. E começaram, com diversas denominações, os estudos sobre os processos de mediação e as práticas de recepção de forma sistematizada, não apenas do rádio mas da comunicação social em geral.

Merecem ser citadas as pesquisas feitas, na época, por Hadley Cantril, psicólogo da Universidade de Princeton que em 1940 publicou um dos primeiros estudos decisivos sobre o fenômeno do rádio como meio de comunicação. Suas conclusões colocavam em evidência a importância do papel dos ouvintes e os espaços - público e privado - que os circundavam.

A Guerra dos Mundos cria um *antes* e um *depois*. Para o rádio, “1938 é um ano que encerra o ciclo da *proto-história* do meio idealizado por Marconi e abre outro sinuoso e imprevisível que se prolonga até estes insípidos e pasteurizados dias do final do século”.³⁴

Em termos locais, experiências foram sendo realizadas em várias partes mostrando as potencialidades do rádio e seu papel mobilizador. No mesmo ano de 1938, por exemplo, o Campeonato Mundial de Futebol, realizado em junho na França, foi palco, fora das quadras, de

³³ Bossetti, Oscar E. **Radiofonías - palabras y sonidos de largo alcance**. Buenos Aires, Colihue, 1994, p. 70.

importante marco do rádio brasileiro: a primeira transmissão esportiva, em cadeia nacional, diretamente da Europa. Os cinco *prélis* dos quais o *scratch* brasileiro participou, mais o *match* final que decidiu o *certamen*, foram irradiados por Gagliano Neto para a Cadeia de Emissoras Buynngton. Formada pelas rádios Clube do Brasil e Cruzeiro do Sul do Rio de Janeiro, Cosmos e Cruzeiro do Sul de São Paulo, além da Rádio Clube de Santos, em colaboração com os jornais O Globo e Jornal dos Sports, tudo sob o patrocínio exclusivo do Cassino da Urca, teve sucesso imediato. Conforme o *team patricio, constituído por moços fortes, fazia cair os adversários*, outras emissoras, de norte a sul, de leste a oeste do país foram se integrando à *performance espetacular* daquele meio de comunicação que, como o futebol, *empolgava as multidões*. Foi uma façanha digna dos *intrépidos homens do rádio* daqueles tempos que em muito contribuiu para que se conhecesse melhor a prática radiofônica.

A *práxis* do rádio em seu dia a dia foi decisiva para consolidar a teoria incipiente sobre o novo meio de comunicação. Para trabalhar com a dupla mão-de-direção é necessário levar em consideração as motivações dos ouvintes para que *participem* ou não do processo comunicativo, do *diálogo mental* entre emissor e receptor. O rádio precisa cumprir seu papel social informando, educando, formando etc., mas sem esquecer que este processo deve ser prazeroso, agradável, espontâneo, permitindo que o ouvinte participe, relaxe, tenha seu lazer e entretenimento. E que os hábitos culturais de cada grupo sejam respeitados.

Outro ponto a ser discutido é a qualidade das produções a partir do momento em que todos - ou, pelo menos, muitos grupos - produzissem programas. Chegaríamos à reprodução do discurso face-a-face, talvez com alguns efeitos - ou enfeites - sonoplásticos. A qualidade destas produções certamente deixaria muito a desejar. Em determinadas ocasiões, quando os fatos são extremamente importantes para a sociedade, a qualidade pode ser deixada em plano secundário. Mas na rotina, ela deve estar em pé de igualdade com o próprio conteúdo do programa. Há que se considerar a diferença essencial entre utilizar a linguagem radiofônica como meio de comunicação ou, apenas, as ondas radiofônicas como simples suporte para a ampliação do discurso interpessoal.

Sem dúvidas, o rádio pode ser encarado como um meio mobilizador a partir do *envolvimento físico* com o processo. Assim como durante a República de Weimar os trabalhadores sentiam-se *participantes* ao montarem seus receptores, também a produção de programas pode levar os indivíduos a despertarem para outros âmbitos de interesse, para a participação política ou a mobilização comunitária. As duas mãos-de-direção pregadas por

³⁴ Ibid., p. 50.

Brecht ou a interatividade dos dias atuais continuam se debatendo entre rosas e espinhos que passaram a merecer estudos teóricos e experiências práticas sob a chancela de diferentes escolas de pensamento.