

O ensino do radiojornalismo em tempos de internet*

Eduardo Meditsch

Universidade Federal de Santa Catarina

Índice

1 O ensino do rádio virou multimídia?	1
2 Dois rádios, duas internets	3
3 Uma experiência gratificante	5
4 Referências	8

Resumo

Esta comunicação discute a confusão que se instaurou no ensino do radiojornalismo a partir do advento da internet, devido à superação de conceitos tradicionais pela evolução tecnológica. Identifica uma ambiguidade conceitual a respeito das definições de internet e de rádio como meios de comunicação, propondo, a partir de ARNHEIM, uma distinção entre "meio de transmissão" e "meio de expressão" para desfazê-la. Sustenta a necessidade de uma sólida formação em rádio para um profissional multimídia, e demonstra como a evolução tecnológica facilita esta tarefa pedagógica. Por fim, relata a experiência da Universidade Federal de Santa Catarina no ensino do radiojornalismo.

Palavras-Chave: Radiojornalismo; Internet; Ensino.

*XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2001. Comunicação ao Núcleo de Mídia Sonora.

1 O ensino do rádio virou multimídia?

O velho fantasma da extinção do rádio ronda mais uma vez os nossos estúdios, trazendo angústias e incertezas a seus profissionais e gerando confusão entre os estudiosos do meio. Agora, a ameaça se chama internet, o fenômeno que parece querer subjugar o mundo nesta virada do milênio, devorando todas as mídias que o antecederam, até mesmo a televisão, até há pouco tão garbosa no seu domínio sobre a civilização. Diante de tal poder e voracidade, quem tem chance de sobreviver? Alguém é louco de apostar no rádio?

As previsões mais precavidas do ano 2000 imaginam que o rádio vai mudar tanto em função da internet que dificilmente vai dar para chamá-lo pelo mesmo nome. É a posição de FAUS BELAU, autor de um clássico sobre o meio, agora entusiasta da convergência. Em uma Jornada Internacional de Comunicação realizada na Universidad de Navarra, na Espanha, ele e mais um seleto grupo de especialistas sentenciaram que o rádio será liquidado dentro do contexto multimídia (cits. em REIS, 2000). A menos que se queira continuar chamando de rádio um veículo que junta som com imagem em movimento, texto, gráfico, foto...

Aqui no Brasil, ninguém menos que Heródoto Barbeiro, diretor de jornalismo da maior rede nacional de rádio especializada em notícia, afirma que o rádio atual está com os dias contados para a obsolescência, tragado pela internet. O diretor da CBN também aposta no veículo multimídia como seu sucessor (BARBEIRO, 2000). Como dormir com um barulho destes? Como continuar ensinando radiojornalismo - quem sabe introduzindo aulas de diagramação, tratamento de imagens, edição de vídeo, no programa da disciplina?

Peraí, pessoal! A multimídia está aí, e veio para ficar. As escolas de jornalismo tem que se adequar a ela - as que não se adequaram ainda já estão bastante defasadas. Qualquer estudante de jornalismo tem que sair da faculdade dominando todas as linguagens utilizadas para a veiculação de notícias, e as possibilidades de sua combinação propiciadas pelos novos meios. Mas uma dessas linguagens é a do rádio - a do som invisível emitido em tempo real - e esta tem que ser estudada no que tem de específico e, diga-se de passagem, tem que ser estudada melhor do que tem sido na média de nossas faculdades.

Algumas de nossas melhores escolas de jornalismo consideram o rádio como um mero acessório, quase um enfeite, merecedor de uma mísera disciplina perdida no currículo e não levada muito a sério. São as que continuam pensando o jornalismo como um produto impresso por excelência, e agora pensam a internet como uma transposição do jornalismo gráfico. A escola em que trabalho também já foi assim... Mas as que insistem no modelo, que não chegaram nem mesmo a perceber a passagem do jornalismo eletrônico, vão ser as que mais vão apanhar para pensarem multimídia.

Existe uma série de boas razões para se levar a sério o ensino do radiojornalismo - tal e qual é praticado no velho e bom rádio - nesses tempos de internet. A primeira delas, é que o ensino da disciplina não prepara apenas para trabalhar no veículo rádio: quem sai dominando a linguagem do veículo se adapta muito mais facilmente tanto à expressão audiovisual quanto ao texto utilizado na internet. E os grandes sites de notícias da estão copiando das redações de radiojornalismo o seu modo de produção - desde o serviço de radioescuta até a edição em fluxo contínuo - porque ninguém como o rádio tinha antes o know-how de trabalhar com informação jornalística em tempo real. A explicação é simples: o rádio, como tenho insistido, contra a idéia dominante no senso comum, é um veículo da era eletrônica, sua era não está no passado, sua era é a de todos os meios eletrônicos, ele apenas foi o que surgiu antes (MEDITSCH, 1999).

A segunda boa razão é poder comparar a história do rádio (e da TV, e dos outros meios) com a conformação de uma nova mídia que surge diante dos nossos olhos. Mostrar como nascem os meios - absorvendo a experiência dos que existiam antes, adaptando as linguagens previamente existentes a suas necessidades e possibilidades, criando uma forma de expressão inédita. Foi assim que se desenvolveram os jornais, o cinema, o rádio, a TV, e nunca estas histórias pareceram tão interessantes, como agora, para os alunos que se dão conta de estarem assistindo e participando de um processo análogo com um novo meio. Quem quiser saber como vai evoluir a internet precisa compreender como evoluíram os outros meios de comunicação.

A terceira boa razão - e jogo todas as mi-

nhas fichas nesta aposta - é que o rádio não vai desaparecer nem vai ser engolido pelo novo meio - vai continuar existindo, convivendo com a internet, e fortalecido pelas possibilidades abertas com as novas tecnologias. Mas, para aceitar isso, é preciso entender de que rádio e de que internet que estamos falando.

2 Dois rádios, duas internets

Vamos começar pela internet, pois quando se fala nela normalmente se confunde duas coisas distintas. ARNHEIM (1936), quando estudou o rádio uma década após o seu surgimento, distinguiu entre o "meio de transmissão" e o "meio de expressão". Nós, que estamos mais ou menos na mesma distância do surgimento da internet, deveríamos fazer o mesmo com esta novidade. A internet desenvolvida pelos militares e adaptada pelos engenheiros para uso civil é um fantástico novo sistema de telecomunicação: uma rede de computadores ligados por cabo, fibra ótica, micro-ondas, satélites e sabe-se lá o que mais não inventam. Nela, a convergência não é entre mídias, mas entre sistemas de telecomunicação que antes operavam isoladamente e agora estão todos combinados.

Esta é a internet que existe por trás do pano, (ou da tela), e como todos os demais avanços nas telecomunicações, não representa uma ameaça, mas uma extraordinária ferramenta para o desenvolvimento do rádio. Permite a transmissão de som, ao vivo ou gravado, a baixíssimo custo, de qualquer parte para qualquer parte do mundo, sendo um instrumento de grande utilidade para a produção de radiojornalismo (reportagem, pesquisa, etc.). E, sobretudo, permite que qualquer um, com pouco investimento e

independente de autorização estatal, monte sua própria emissora na web, por enquanto ainda restrita a ela e necessitando um computador na outra ponta (que pode ser o outro lado do mundo) para ouvi-la, mas que promete muito em breve se libertar destas restrições: a internet sem fio está em pleno desenvolvimento e dentro de mais algum tempo as web stations poderão ser ouvidas nos automóveis ou em receptores portáteis de bolso (como os celulares). A primeira internet, portanto, é o meio de transmissão.

Existe uma segunda internet, que não é a dos engenheiros e não está por trás do pano, é a que aparece na tela e atende pelas letras *www*: pertence aos jornalistas, radialistas e demais produtores de conteúdo (recusome a usar o termo "comunicadores"), e sobretudo aos internautas, seus usuários. Esta é uma nova mídia, de peso, que vai mexer com todas as outras, como sempre ocorreu com a entrada em cena de uma nova mídia de peso. A internet meio de comunicação, que vive sua pré-história nesta virada de século, ainda não amadureceu sua forma própria de expressão, que certamente será multimídia, produto da convergência das outras linguagens, entre as quais o áudio com e sem acompanhamento de imagens, unindo recursos infinitos de arquivo com a transmissão de informação em tempo real e possibilidades inéditas de interatividade e customização.

Este novo meio permite muitos diferentes usos, alguns dos quais já estão sendo chamados, mais por uma questão de marketing do que de rigor conceitual, de *web radio* ou *web tv*. É o caso das *jukeboxes* eletrônicas, onde o internauta "monta a sua própria rádio", na verdade uma programação de música gravada, só um pouco mais versátil do que o velho hábito da minha geração de gra-

var uma fita com uma seleção pessoal de canções. Outro uso corrente, que ajuda a aumentar a confusão, é a criação de sites de emissoras tradicionais de rádio, onde além da programação ao vivo e de arquivos sonoros gravados, são disponibilizados textos, fotos, vídeos, etc., o que leva alguns a imaginar que o rádio virou ou vai virar multimídia. Ora, se quando as emissoras de rádio, antigamente, publicavam revistas para divulgação de suas programações, ninguém chamava aquilo de rádio, e sim de revistas do rádio, porque agora não se chama isto de sites do rádio e se confunde tudo?

Certamente, a confusão se deve à ausência de uma maior clareza conceitual sobre o que seja o rádio como meio de comunicação ou de expressão. Há poucos anos, em minha pesquisa de doutorado, surpreendi-me, pesquisando em várias dezenas de livros, ao dar-me conta de que ninguém havia conceituado este meio de comunicação de maneira convincente, nem mesmo o clássico de FAUS BELAU citado acima.

"Liberdade, esta palavra que o sonho humano alimenta, que não há quem explique e nem há quem não entenda." A bela frase da poeta poderia se referir ao rádio como mídia, que até recentemente ninguém se preocupou em explicar porque todo mundo entendia. Mas este silencioso consenso internacional sobre o veículo foi atropelado pelo desenvolvimento e diversificação das telecomunicações. O rádio meio de transmissão - o das ondas de radiofrequência - deixou de ser referência para definir o rádio meio de comunicação. Este, o do radialista, passou a ser transmitido também por cabo, internet, satélite. Aquele, o do engenheiro, passou a transmitir dados, imagens, telefonia celular. A realidade mudou, os conceitos ficaram para

trás, ninguém explicou isso, ninguém consegue entender mais nada.

Foi na obra de ARNHEIM (1936), que como nós assistiu ao nascimento de um novo meio, que encontrei esta distinção entre "meio de transmissão" e "meio de expressão", essencial para definir o que seja o rádio, como mídia, hoje. E após muito maturated, arrisquei definir sua especificidade a partir de três características indissociáveis: é um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real. Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é rádio (MEDITSCH, 1999). É uma definição radical, mas permite entender que o rádio continua rádio (como meio de comunicação) mesmo quando não transmitido por onda de radiofrequência. E permite distinguir uma web radio (em que ouvir só o som basta) de um site sobre rádio (que pode incluir transmissão de rádio) ou de um site fonográfico.

Minha aposta é que o rádio assim definido - um meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real - vai continuar existindo, na era da internet e até depois dela, e vai ser aperfeiçoado pelas novas tecnologias que estão por aí e ainda por vir, sem deixar de ser o que é. E não faço esta aposta apenas por ser um radioapaixonado, como quase todos os que trabalham com o meio, mas também por constatar que a utilidade deste tipo de serviço não está e nem será superada tão cedo em nossa civilização. Cada vez mais, as pessoas vão precisar ser informadas em tempo real a respeito do que está acontecendo, no lugar em que se encontrem, sem paralisar as suas demais ati-

vidades ou monopolizar a sua atenção para receber esta informação. Ou, atualizando o que observou o publicitário Bob Schulberg (1989), se o rádio tivesse sido inventado depois da internet (ele falou depois da TV), as pessoas iriam dizer: "que maravilhoso é o rádio: é como a internet, só que não precisa nem olhar".

Por todas estas razões, observando as coisas em janeiro de 2001, creio que o melhor que pode acontecer com o ensino de radiojornalismo na era da internet é se tornar um bom ensino de radiojornalismo. O que, felizmente, está ficando bem mais fácil na era da internet. Agora, se pode citar o exemplo de qualquer emissora do mundo e mandar os alunos a ouvirem. Pode também acessar informações, programas gravados e bibliografia sobre rádio que há duas décadas só eram alcançados com uma aventura de Marco Polo. E claro, pode-se ter uma emissora na internet inteiramente à disposição dos objetivos didáticos, sem contar o fato de um estúdio digital de qualidade custar um décimo do preço de seu equivalente analógico, com a vantagem de poder ser operado pelos próprios alunos.

O importante é não ficar resistindo às novas tecnologias, que é uma opção suicida, mas tirar proveito delas. Porque elas estão inclusive viabilizando coisas até há pouco impensáveis como, por exemplo, o ressurgimento do radioteatro. Em pleno 2001, os programas baseados em dramatização de fatos reais estão liderando a audiência de AM no Rio de Janeiro (Revista Época, 15/01/01:101). É um outro exemplo de que, quanto mais ensinarmos o passado e o percurso do rádio, melhor estaremos preparando os nossos alunos para entender e enfrentar o

futuro. Mas quantas escolas de jornalismo estão pensando e agindo desta forma?

3 Uma experiência gratificante

No Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, fundado em 1979, o ensino de rádio, nos primeiros tempos, se restringia a uma única disciplina de quatro horas semanais, "Técnicas de Radiojornalismo", oferecida apenas no sexto semestre do Curso, após o "básico" regulamentar, como na maior parte dos cursos de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, que eram pensados como um curso de comunicologia com especialização em jornalismo gráfico. Um diferencial importante, que a UFSC sempre teve e ainda mantém, é o uso de turmas pequenas nas disciplinas técnicas: apenas quinze alunos por sala. Mas a área de rádio da UFSC se beneficiou principalmente da presença de um grupo de professores radioapaixonados, que através de uma série de projetos, mostrando serviço e resultados, conseguiu ao longo dos anos ir ampliando o seu espaço no currículo do curso, no interesse dos alunos e no respeito do Departamento e da Universidade. Isso sem contar com uma rádio universitária, pois a UFSC perdeu todas as batalhas contra a lei da ditadura que criou a Radiobrás e impede as universidades federais de terem suas emissoras (as exceções são as que já existiam antes da lei).

No primeiro ajuste do currículo, em meados dos anos 80, a carga horária foi duplicada: agora eram duas disciplinas de quatro horas: Radiojornalismo I e Radiojornalismo II, a primeira obrigatória, oferecida no segundo semestre do curso (o básico começava a implodir), centrada em reportagem e edi-

ção; a segunda optativa, dando ênfase a produção e programação. Nesta época, o laboratório de áudio do curso já era usado para alguns projetos ousados, como o de um grupo de alunos interessados em esporte, coordenados por um professor, que fazia transmissões de partidas de futebol de verdade, direto dos estádios de Florianópolis, com equipamentos emprestados de emissoras profissionais. Na mesma época, o curso monta o "Museu de Rádio de Santa Catarina", um projeto de conclusão de curso de uma aluna, que reuniu um rico acervo de programas, depoimentos, fotos e equipamentos dos anos dourados do rádio em Santa Catarina.

Na virada para os anos 90, o Curso de Jornalismo da UFSC faz uma mudança radical de projeto, criticando o então currículo mínimo de Comunicação Social com a proposta de focar a formação profissional no jornalismo, única habilitação que mantinha, com uma visão multimídia e não mais centrada na área gráfica. A reforma de currículo extingue de vez o básico, coloca disciplinas técnicas lado a lado com as teóricas desde o primeiro semestre do curso, e equilibra a ênfase nos diversos meios de então: jornal, rádio e TV. Nesta fase, o currículo inclui "Texto para rádio", disciplina obrigatória com duas horas semanais, no primeiro semestre; "Radiojornalismo I", também obrigatória, com quatro horas semanais, no segundo semestre; e a optativa "Radiojornalismo II". A disciplina introdutória, oferecida aos calouros, desafogou o programa de Radiojornalismo I, tanto das primeiras noções de rádio quanto das normas de redação, permitindo mais espaço para a reportagem e a edição, com a produção de um programa jornalístico coletivo, da pauta à veiculação, a cada encontro semanal.

Mas a grande oportunidade dada pelo cur-

riculo de 90 era uma disciplina com programa em aberto, "Tópicos Especiais", inspirada na experiência da pós-graduação, e não foi desperdiçada pelos professores radioapaixonados do curso. Dentro dela surgiram os programas de "Radioteatro", depois desdobrada também em "Radioteatro I e II", "Radiodocumentário", e outros mais recentes como "Rádio ao vivo" e "Rádio na Internet". Algumas, de tanta procura, acabaram se institucionalizando como disciplinas optativas permanentes, outras continuam como "Tópicos" em período de experiência.

Paralelamente às disciplinas do currículo, os alunos têm oportunidade de participar de atividades de extensão na área de rádio, sendo o mais importante deles o "Programa Universidade Aberta", um radiojornal temático sobre a UFSC, o primeiro com periodicidade diária produzido num Curso de Jornalismo no Brasil. Inaugurado em 1991, num espaço cedido por uma emissora privada, o programa está no ar há dez anos, de segunda a sexta-feira, quase ininterruptamente (só pára nas férias escolares). Atualmente já na terceira emissora, a CBN de Florianópolis, o Universidade Aberta tem subprodutos, produzidos pela mesma redação, os programetes "Universidade Serviço", "Universidade Amiga", e "Informação Universidade Aberta", todos com periodicidade diária, que em determinado período chegaram a ser veiculados simultaneamente em seis emissoras privadas de Florianópolis e do interior do estado.

O Projeto Universidade Aberta recebeu grande apoio da Administração da Universidade, pela divulgação que fazia da instituição, o que acabou resultando em melhores instalações e equipamentos para a área de rádio do curso, além da manutenção de alunos

bolsistas para trabalharem nos programas. A partir de 1996, o projeto se expandiu para a área de televisão e em 1998 para a de internet, com produção de periodicidade diária também nestes outros meios, também inéditas nos cursos brasileiros de jornalismo. Em 1999 o projeto assumiu a comunicação institucional do Vestibular da UFSC e a produção da revista oficial da Universidade, e passou a funcionar como agência de notícias multimídia, com uma redação unificada, trabalho reconhecido com o Grand Prix da Expocom na categoria Jornalismo. Toda a estrutura do projeto gira ainda hoje em torno do know-how e da prática testada na área de rádio do Curso.

O que também ajudou o crescimento da área de rádio foi a prestação de serviços a terceiros. O Laboratório de Áudio implementou vários projetos nesta área, produzindo programas institucionais que renderam recursos para o equipamento dos estúdios e possibilidades de estágio interno para os alunos. O "Eletrosul Informa", programa semanal produzido para a estatal de energia elétrica e veiculado por uma rede de emissoras de toda a região sul, durou vários anos e permitiu a digitalização do laboratório, com a instalação de uma rede de quinze computadores, onde cada aluno aprende a editar o áudio de seus trabalhos.

Estas experiências, sempre supervisionadas diretamente pelos professores, às vezes com reforço de outros jornalistas profissionais contratados pelos projetos, tem dado aos alunos da UFSC a oportunidade de aperfeiçoar na prática o que aprendem na teoria, não mais numa prática de brincadeira, como a que se consegue imitar na sala de aula, mas em atividades com exigências, nível e características profissionais. Isso fez com que o

Curso acabasse conquistando um grande respeito por parte das emissoras catarinenses - que no início o olhavam com enorme desconfiança, como a mídia costuma olhar para a Universidade. O resultado não é só uma disponibilidade permanente de espaço para os programas produzidos no Curso - até uma certa disputa por eles - como também para projetos mais arrojados, como coberturas especiais realizadas ao vivo pelos alunos.

Três dessas coberturas tem se tornado já tradicionais no Curso: as eleições para reitor, que acontecem a cada três anos na Universidade, a cobertura do Vestibular, todo mês de dezembro, e a da Reunião Anual da SBPC, sempre em julho, em que a equipe da UFSC se junta às de outras universidades e de emissoras profissionais para transmitir o evento a uma rede nacional de rádios educativas e universitárias. Nas eleições para reitor, realizamos apuração paralela e tradicionalmente antecipamos o resultado oficial para a comunidade universitária. No vestibular da UFSC, um dos maiores eventos anuais de Santa Catarina, mobilizamos equipes de até 40 "repórteres", muitos cursando o primeiro ano do Curso, para descrever ao vivo tudo o que ocorre em cada local de prova através da CBN de Florianópolis.

E, desde o final de 1999, a área de rádio do Curso de Jornalismo da UFSC também está na internet, através de uma emissora própria, a Rádio Ponto (www.radio.ufsc.br), que funciona 24 horas por dia, tocando música, o acervo de programas do laboratório (já são dezenas de peças de radioteatro, documentários, programas de reportagem produzidos nas aulas) e informação ao vivo, levada ao microfone por nossos alunos. A Rádio Ponto ainda não conseguiu um padrão de continuidade na programação, porque não tem por

enquanto uma estrutura mínima para mantê-lo: um único aluno bolsista opera o software que automatiza a programação com o material gravado, e o resto são participações eventuais ao vivo de voluntários, alunos das disciplinas de rádio, repórteres do Universidade Aberta. Mas, quem nos acessa por sorte num dia de cobertura especial, fica certo de ter ouvido uma grande rádio jornalística.

Apesar desse grande desenvolvimento da área de rádio da UFSC, são pouquíssimos os egressos do Curso de Jornalismo que acabam trabalhando profissionalmente no meio. Mas isso se deve a uma deficiência muito mais do mercado do que do curso: as oportunidades de trabalho no radiojornalismo, em Santa Catarina, são poucas e geralmente sem muitos atrativos. Nosso pessoal, que é bem preparado, disputa os melhores lugares do mercado regional e, ultimamente, cada vez mais, também os do centro do país: muitos vão para a TV, revistas, jornais e internet.. Mas isso não nos deixa frustrados: poucos são os que consideram o aprendizado que passaram no rádio como uma perda de tempo: a maior parte diz que foi no rádio que deslanchou como jornalista, além das atividades no laboratório de áudio estarem entre as que proporcionaram maior prazer no período de faculdade. O que só nos reforça a idéia de que, para formar um bom jornalista multimídia, é necessário (é claro, entre outras coisas) investir no ensino do bom radiojornalismo.

4 Referências

- ARNHEIM, Rudolf. *Radio.(1936)* Edição espanhola: *Estética Radiofónica*. Barcelona, Gustavo Gili, , 1980.
- BARBEIRO, Heródoto. "O Rádio na Internet" Comunicação ao III Congresso Internacional de Jornalismo em Língua Portuguesa. Recife, 2000.
- FAUS BELAU, Angel. *La Radio: introducción a un medio desconocido*. Madrid, Latina Universitaria, 1981
- GUEDES, Cilene. "O ibope da nostalgia: programas inspirados nas radionovelas da década de 40 lideram a audiência nas emissoras cariocas". Revista Época, 15 de janeiro, 2001, p. 101.
- MEDITSCH, Eduardo. *O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo*. Florianópolis, Editora da UFSC / Editora Insular, 2001.
- REIS, Clóvis. "A (re)invenção do rádio" Jornal Diário Catarinense, 4 de dezembro de 2000, p. 4.
- SCHULBERG, Bob. *Radio Advertising: the authoritative handbook (1989)*. Edição mexicana: *Publicidad Radiofónica, el manual autorizado*. Mexico, McGraw-Hill Interamericana, 1992.