

## O discurso radiofônico popular: a produção de sentidos em um programa de debates

A radiodifusão poderia ser o maior meio de comunicação já imaginado na vida pública, um imenso sistema de canalização. Isto é, seria, se fosse capaz não apenas de emitir, mas também de receber. Em outras palavras, se conseguisse que o ouvinte não apenas escutasse, mas também falasse, que não permanecesse ilhado, mas relacionado.

Brecht, 1932 – Teoria do Rádio.

**Ludmilla Yara**<sup>1</sup>, ludmilla.yara@gmail.com

1. Graduanda no curso de Jornalismo da Faculdade de Minas (FAMINAS), Muriaé, MG.

**RESUMO:** Este trabalho analisa um quadro de debates de um programa da Rádio Muriaé, em Muriaé, MG. Utilizando a metodologia da análise de discurso, concluiu-se que o sucesso de tal quadro deve-se ao fato de o público ouvinte ser, ao mesmo tempo, objeto e sujeito das narrativas.

**Palavras-chave:** rádio, comunicação, discurso.

**RESUMEN:** O discurso radiofônico popular: la producción de sentidos en un programa de debates. Este trabajo analiza un cuadro de debates de un programa de la Radio Muriaé, en Muriaé, MG. Utilizando la metodología del análisis del discurso, se concluye que el suceso de tal cuadro se debe al hecho de que el público oyente ser, al mismo tiempo, objeto y sujeto de las narrativas.

**Palabras-llave:** radio, comunicación, discurso.

**ABSTRACT: The popular radiophonic speech: the production of senses in a program of debates.**

This work analyzes debates during a program of Rádio Muriaé, in Muriaé, MG. Using the methodology of the speech analysis, it was possible to conclude that the success of such debates is due to the fact of the public listener to be, at the same time, object and subject of the narratives.

**Keywords:** radio, communication, speech.

## **Introdução**

O rádio é o veículo de comunicação de massa mais popular e acessível ao grande público. É simples, rápido e até econômico de se fazer e alcançar as pessoas. Os atores sociais criam identificação com a programação por se tratar de um discurso que está próximo, em que a comunidade se manifesta dentro do ambiente, constantemente é ela quem sugere pautas de informação. No entanto, o discurso e a linguagem radiofônicos levam o indivíduo a modificar sua forma de pensamento sobre determinados assuntos.

O que se destaca no discurso radiofônico é a produção de sentido por meio da oralidade. A construção da cidadania através do rádio tem muitos sentidos: o veículo em questão tem o caráter de proximidade com a população, prestação de serviços, informação imediata, concisa, clara e objetiva. Com isso, consegue-se perceber a manifestação de possíveis questionamentos que podem revelar o discurso.

A estrutura de um programa radiofônico é desenvolvida de acordo com o interesse da comunidade local. O radialista explora uma linguagem que o aproxima dos ouvintes e que com ele se identificam. No discurso radiofônico a recepção da informação aparece sob a forma de identificação da origem.

No rádio, o discurso geralmente tem um efeito conscientizador, porque se apóia numa matriz de significação de classe, geralmente aquelas que têm menor poder aquisitivo e baixo nível educacional formal. Este trabalho pretende analisar as práticas discursivas manifestas em um quadro de debates de um programa da Rádio Muriaé (Muriaé-MG), com a presença de uma psicóloga dialogando com os ouvintes sobre temas pertinentes e atuais.

## **I – O rádio**

O rádio apresenta a vantagem de atingir os pontos do planeta mais distantes e miseráveis. O veículo em questão tem uma importante característica: é naturalmente interativo. Enquanto a TV envolve, facilita e torna o telespectador passivo, o rádio leva à construção de imagens pelo ouvinte que, naturalmente, “conversa” virtualmente com ele (Cf. CAMPOS, 2003, p. 5).

Uma das principais funções sociais do veículo rádio é a prestação de serviços à população. Possivelmente, trata-se da característica que mais o diferencia das demais mídias. De acordo com Chantler e Harris (1992, p.11) “essa prestação de serviços não é simplesmente falar do trânsito ou dar a previsão do tempo. É principalmente apresentar fatos e idéias que contribuam para prática cotidiana da cidadania.” Este é um motivo que leva o rádio a permanecer até hoje em meio a tantas revoluções tecnológicas. Aliando-se às mudanças midiáticas, o rádio não perdeu a função de ser o porta-voz de uma comunidade.

Com mais de 80 anos de existência no Brasil, o rádio chegou ao novo milênio com a mesma importância do começo do século passado. Mas com diferenças significativas em forma e conteúdo, para competir com as novas mídias.

Embora haja uma extensa história de crítica ao caráter unidirecional de grande parte da mídia, (Cf. ADORNO, 1985) por parte da Escola de Frankfurt, o rádio é considerado o meio de maior interatividade numa comparação com a televisão e o jornal. A televisão trabalha na exploração de imagens combinadas com texto, o que assistimos são telejornais formais, em que o jornalista se posiciona para noticiar o fato, porém o que vemos são poucas aberturas para a participação do telespectador. Já o jornal tem caráter de se aprofundar nos fatos, trabalha em cima de análise e críticas mais detalhadas.

O rádio frente a outros meios de comunicação é um veículo que precisa de poucos materiais de produção, o que facilita a rapidez com que são divulgados os acontecimentos. É o que mostra Chantler e Harris:

Como necessita relativamente de poucos recursos técnicos, um fato jornalístico pode estar no ar segundos depois de ter-se iniciado e continuar sendo sempre atualizado. Ele trabalha melhor com fatos que exigem uma reação rápida e possui uma flexibilidade que não existe em nenhum outro meio de comunicação porque, comparativamente, poucas pessoas estão envolvidas em seu trabalho (1992, p.21).

O rádio conta apenas com a audição, por isso procura usar uma linguagem atraente ao público. Gisela Ortrivano destaca, no livro **A informação no Rádio – os grupos de poder e determinação dos conteúdos**, o privilégio do rádio por possuir características próprias que possibilitam ao ouvinte identificar-se e participar do seu funcionamento. Com a facilidade e o alcance das ondas de rádio, as vibrações auditivas podem atingir os mais diferentes pontos do planeta. Dentro do carro, no hospital, pelo celular, nas casas, nas fazendas e até no espaço sideral a penetração do rádio é comprovada.

O rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre

escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular. As profundidades subliminares do rádio estão carregadas daqueles ecos ressoantes das trombetas tribais e dos tambores antigos. Isto é inerente à própria natureza deste meio, com seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco. A dimensão ressonadora do rádio tem passado despercebida aos roteiristas e redatores, com poucas exceções. A famosa emissão de Orson Wells sobre a invasão marciana não passou de uma pequena mostra do escopo todo-inclusivo e todo-envolvente da imagem auditiva do rádio. (MACLUHAN, 1964, p. 336-337)

Com essas características este meio de comunicação seduz as diversas camadas sociais, mas principalmente aquelas que têm menores condições financeiras, que buscam no rádio um canal para praticar o exercício da cidadania.

### **O rádio e a cidadania**

O veículo rádio tem em uma de suas características, a inclusão social com as questões que afligem a comunidade. Este meio de comunicação sempre busca informar àqueles que de outra maneira não teriam acesso a seus direitos. É por esta razão que Ortriwano destaca que

Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é, sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público, não só no Brasil como também em todo o mundo, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar a informação para populações de vastas regiões que não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais (1985, p. 78).

Segundo o Dicionário Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, “cidadania é a qualidade ou estado do cidadão”, entende-se por cidadão “o indivíduo no gozo dos direitos civis e políticos de um estado, ou no desempenho de seus deveres para com este”.

No entanto, frente às adversidades políticas, os cidadãos ficam à mercê do que deveriam ter direito: saúde, educação e condições mínimas de exercer o que chamamos de cidadania. O rádio tem cumprido, muitas vezes, o papel do Estado na formação de valores que construam uma base sólida para a vivência integral do ser humano.

Neste sentido, Ludmilla Gusman diz em seu livro **Do ouvinte para o ouvinte: Rádio Muriaé – 60 anos de história** que

Como instrumento de identificação e de envolvimento social, o rádio lutou por continuar sendo divulgador de informações, mas ao mesmo tempo tornar-se um meio de comunicação do povo, valorizando as questões do interesse da população que sempre depositou nele a sua credibilidade (p. 41).

Assim, podemos analisar que o rádio tem papel significante na construção da cidadania, enquanto dialoga com os ouvintes as situações do cotidiano em que a comunidade está envolvida.

## **II – Discurso, meios de comunicação e interatividade**

O que caracteriza o discurso radiofônico é o poder de penetração em diversos sujeitos ao mesmo tempo. São poucos os emissores, no entanto milhares de receptores. O poder, detido por alguns é que chega ao íntimo das camadas sociais mais populares. Brandão ressalta que “o discurso é o espaço em que saber e poder se articulam, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. Esse discurso, que passa por verdadeiro, que veicula saber (o saber institucional), é gerador de poder” (2002, p. 31). Daí percebemos a responsabilidade de quem detém o poder, ou seja, os donos dos veículos de comunicação. É preciso estabelecer os deveres e a responsabilidade que têm. É o que explica Brandão:

Dessa forma, embora uma formação discursiva determina a seus falantes ‘o que deve e pode ser dito’ buscando uma homogeneidade discursiva, os efeitos das contradições ideológicas de classe são recuperáveis no interior mesmo da ‘unidade’ dos conjuntos do discurso (Ibidem, p. 40).

No processo de universalização da cidadania, o rádio assume papel relevante. Trabalha com enunciados sedutores, combinando textos, improvisos do apresentador do programa e efeitos sonoros. O rádio emite uma programação com forte aspecto intimista, diferente da formalidade apresentada num telejornal, por exemplo. Isso produz no receptor uma sensação de proximidade, fazendo com que ele assimile com mais hospitalidade o que lhe é pedido. Assim, a interpelação ideológica é concebida com mais facilidade. Os enunciados, os efeitos de som e a memória automática formam a mensagem. As relações sociais, os comportamentos, as atitudes, os fenômenos políticos são itens que contribuem para o assujeitamento ideológico. Geralmente, o ouvinte da progra-

mação da Rádio AM é aquele que escuta e leva em consideração tudo que é dito. Nos faz lembrar a personagem Macabéia, de **A hora da estrela**, de Clarice Lispector, que gasta suas horas ouvindo a “Rádio Relógio”.

Informações, notícias e comentários emitidos podem influenciar o receptor e direcionar seu posicionamento sobre os diversos assuntos, um deles cidadania.

A rapidez com que as notícias e as informações são difundidas, característica do meio rádio levou à adaptação dos discursos. O discurso radiofônico é objetivo, claro e conciso, com fim de prender a atenção do público e ganhar tempo.

### III – Análise

O *corpus* deste trabalho é um quadro de debates de um programa da Rádio Muriaé, da cidade de Muriaé (MG). A produção conta com a participação de uma psicóloga, do apresentador do programa e dos ouvintes, que ligam para a emissora e participam com relatos sobre o tema apresentado. A atração é precedida de uma pesquisa, em que os ouvintes ligam e emitem a opinião sobre temas pertinentes e atuais. A psicóloga interage com os ouvintes, analisando os enunciados e aconselhando, de forma que o enunciado possa ser entendido e compreendido por todos os ouvintes.

Para a análise deste *corpus*, determinamos o seguinte quadro, para melhor compreensão:

ENUNCIADOR 1	E1	Apresentador do programa	Radialista
ENUNCIADOR 2	E2	Convidado da mesa de debates.	Psicóloga
ENUNCIADOR 3	E3	Ouvinte participante do programa (Aquele que liga para a emissora e conversa ao vivo com o E1 e E2 sobre o assunto em pauta).	Ouvinte ativo
ENUNCIATÁRIO	E4	Ouvinte que está acompanhando o programa, mas não participa com telefonema.	Ouvinte passivo

Assim, estes sujeitos compõem a interlocução do quadro de debates analisado.

No discurso radiofônico podemos dizer que o sujeito participante (E3) de um quadro de debates ocupa uma posição privilegiada, ou seja, a emissão de sua voz para a análise da psicóloga do quadro do programa radiofônico, o locu-

tor e os milhares de ouvintes, constitui uma linguagem que cria identificação, na medida em que constitui os sujeitos atuantes (Cf. BRANDÃO, 2002, p. 45).

O E4, que no momento da transmissão se assemelha com o relato do sujeito na posição privilegiada identifica-se com ele. “Ducrot (1984), retomando o conceito de Bakhtin e operando-o num nível lingüístico vai mostrar, segundo a perspectiva da Semântica da Enunciação, como mesmo num enunciado isolado é possível detectar mais de uma voz” (BRANDÃO, 2002, 57).

Vejam agora um intertexto do quadro radiofônico analisado: E3: (...) até de um cachorrinho do tamanho de um rato eu tenho medo (...) <sup>1</sup>.

Quando apenas um ouvinte tem coragem de dizer que *tem medo de um cachorrinho do tamanho de um rato*, outros sujeitos (E4) em casa que se assemelham com essa condição, atribuem mais atenção ao que é dito no rádio e criam a identificação. Neste caso, percebemos a função social deste veículo de comunicação no exercício comunitário, que cumpre o papel de construtor da cidadania, fazendo assim com que não somente uma pessoa tenha conhecimento sobre um determinado assunto, mas muitas outras, em suas casas, encontrem a solução de problemas que isolados não resolveriam. Neste quadro, a psicóloga (E2) procura entender o enunciado do ouvinte participante (E3). Analisamos que E2 percebe a ideologia da pessoa que emite um diagnóstico – um conselho. Procura não impor regras, normas e nem condutas e sim oferece a maneira sobre a qual a pessoa deve agir para a solução do problema apresentado. A interpelação ideológica acontece – bem sutil, porém sem danos a conduta do sujeito interpelado. É o modo de ação educativa que oferece o meio rádio, e que faz parte de sua função social.

A construção discursiva do receptor (E4) se dá por meio dos múltiplos discursos, das múltiplas vozes a que ele se expõe e é exposto socialmente. O discurso contemporâneo do rádio se constitui numa complexa cadeia polifônica, entrecruzada pelos sentidos.

Nos enunciados percebemos que, mesmo sendo um ouvinte (E3) contando no ar seu sofrimento à psicóloga (E2), milhares de outros ouvem e se identificam com o caso relatado. Uma voz se transforma em várias vozes ocultas. Muitas vezes também quem faz o discurso, está tão somente recontando o caso de outro sujeito.

Assim, aquele “que fala” e aquele “que vê” constituem papéis não atribuíveis a um único ser. As atitudes expressas no discurso por um locutor podem ser atribuídas a enunciadores dos quais ele se distancia, ‘como os pontos de vista manifestos numa narração podem ser os de sujeito de consciência estranhos ao narrador’ (BRANDÃO, 2002, p. 60).

E3 acaba se tornando porta-voz destas camadas populares. Diante dos meios, o ouvinte se apresenta como sujeito social, com uma história e um

acúmulo de experiências. E o receptor não é um copo vazio. É um sujeito historicamente situado que interage com as mensagens.

A partir da observação realizada, pode-se verificar que o programa apresenta informações relacionadas ao cotidiano e ao que está em voga: assunto de novela, como depressão, fobia social, direitos e deveres do cidadão, violência, justiça e alcoolismo. É a capacidade que este programa possui de traduzir, de maneira compreensível, as experiências vividas pelas classes populares. A necessidade ou o interesse simbólico está fundamentado na experiência do cotidiano dessas classes, onde tais situações são comuns, mas muitas vezes não merece a devida atenção do Estado.

Na síntese das mudanças apresentadas, que nos levam a na responsabilidade da função social que o meio rádio deve ter, ocorre também o estabelecimento de uma identidade comunicativa.

#### **IV – Considerações finais**

Esta análise do discurso radiofônico no resgate a cidadania pretende, dadas as proporções do contexto histórico e da conjuntura, contribuir para que a sociedade desenvolva-se em direção de um bem comum. Os sujeitos envolvidos nessa interlocução devem cumprir os papéis a que pertencem com responsabilidade, cientes de que a produção de sentidos que proporcionam têm conseqüências e resultados.

Pela análise, percebemos o sucesso que o quadro do programa radiofônico obtém perante um público que é, ao mesmo tempo, objeto e sujeito da narrativa. O quadro trabalha a promoção da cidadania, da igualdade e do bem-estar comunitário, envolvendo E1, E2, E3 e E4. O ambiente rádio, que tem natureza interativa, torna-se por sua própria função, agente multiplicador de conhecimento e cidadania.

No entanto, podemos perceber que o interesse dos donos dos veículos de comunicação é muito maior do que promover a cidadania e a solidariedade. Esse discurso camufla as contradições, o que se pretende, muitas vezes, é aumentar a audiência e conseqüentemente, aumentar os lucros em anúncios publicitários. Esta é uma outra pauta aberta para analisarmos os motivos por detrás de tais produções. O rádio deveria ter o dever de tão somente ser o mediador de uma articulação social e não de interesses financeiros.

Na produção de sentidos, percebemos que os *efeitos* trabalham de maneira a assegurar a comunicação do meio rádio. Segundo Maingueneau (2002; p. 64) “sendo partilhada pelos membros de uma coletividade, a competência genérica permite também evitar a violência, o mal-entendido, a angústia de um ou outro dos participantes da troca verbal, enfim, permite *assegurar* a comunicação verbal”. Assim percebemos a influência do Rádio no cotidiano de uma comunidade, envolvendo pessoas na construção da cidadania.

## Referências bibliográficas

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In.: \_\_\_\_\_. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 113-156.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 8. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MACLUHAN, Marsall. **Os meios de comunicação de massa como extensões do homem**. 17. ed. São Paulo: Cultrix, 2000.

CAMPOS, Célio. Manual de Radiojornalismo. **Cadernos da comunicação**, v. 6 (Série Estudos). Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1992.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no Rádio** : os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1995.

GUSMAN, Ludmila. **Do ouvinte para o ouvinte; Rádio Muriaé** : 60 anos de história. Juiz de Fora: Editar, 2004.

**ANEXO 1** – Quadro transmitido dia 13 de maio de 2005, pela Rádio Muriaé (Muriaé-MG), durante o Programa Evil Mendonça, às 10h15.

**Apresentador – E1– (Evil):** Está em cima da hora, são 10 e 39, tem um minuto então aqui pra gente falar com o João Pereira da Silva, ele está no Edgar Miranda.

Tá na linha João, alô João!

**Ouvinte participante – E3 – (João):** Alô, tudo bem Evil!

**Apresentador – E1– (Evil):** Bom dia, meu irmão!

**Ouvinte participante – E3 – (João):** bom dia meu filho!

**Apresentador – E1– (Evil):** Qual é a sua colocação a respeito do assunto?

**Ouvinte participante – E3 – (João):** Eu gostaria de fazer uma pequena pergunta a doutora. Eu sou electricista e em 68 eu trabalhava no Rio de Janeiro, lá na Ilha do Governador e fui mordido por um pastor alemão grande, e eu passei 30 dias na cama sem trabalhar, tomei 30 vacinas contra raiva ao lado do umbigo, dia sim, dia não e aquilo me botou um medo, rapaz, que hoje tenho medo até

dum rato ... (risos de E2) ... tá rindo? Eu tô falando a verdade... até dum cachorrinho do tamanho de um rato eu tenho medo....

**Psicóloga – E2 – (Gôza):** Então João, mas o seu medo é uma resposta a uma situação real, a fobia é quando você tem um medo que não se justifica, você não esteve, não está na situação de risco, você não deixa de sair na rua, não deixa de conviver normalmente com as pessoas, você só não enfrenta o cachorro e aí seja ele de que tamanho for porque de fato você teve uma experiência nada agradável, então o que a gente chamaria de medo patológico é você não conseguir mais sair de casa, não conseguir mais sair na rua, e Muriaé é uma cidade que merece essa preocupação, porque tem uma quantidade enorme de cachorros na rua, você não consegue sair na rua porque você pensa ‘se eu sair na rua, se eu encontrar um cachorro, se o cachorro avançar em mim’. Isto é uma fobia, ela impede a sua vida normal. Agora, você, em consequência de uma experiência real na sua vida adulta, fica com o pé atrás. A gente não considera isso fobia não.

**Apresentador – E1– (Evil):** Doutora Gôza, um bom tema e eu acho que nós vamos ter que dar uma seqüência nesse tema. Até a próxima sexta-feira, se Deus quiser, muito obrigado e um bom dia!

**Psicóloga – E2 – (Gôza):** Bom dia, bom dia ouvintes, obrigada pela audiência!”