

Radiojornalismo: da gravata à bermuda. Observações de um pioneiro da abobrinha¹

Luiz Henrique Gonçalves ROMAGNOLI²

Resumo

O rádio é o meio de comunicação de massa mais próximo do seu público. É onde ressoam primeiro os movimentos da sociedade. Reflete tendências, mudanças e comportamentos. Dos grandes jornais falados até a esculhambação de Jose Simão na Band News FM, o radiojornalismo vem trocando a linguagem séria e impessoal por uma abordagem mais bem-humorada e próxima. Aqui vão algumas observações de um jornalista e professor que lida com o humor no rádio desde o século passado.

Palavras-chave: Humor; rádio; radiojornalismo; linguagem radiofônica

No princípio era o “Trabuco”

O radiojornalismo viveu durante muitos anos sem registro de relação com o humor, nem com a informalidade. Qualquer brincadeira com as notícias só era consentida – ainda assim, de acordo com os humores do regime em vigor – nos seus devidos lugares: os programas humorísticos e de variedades, por onde desfilaram paródias, sátiras e bordões de Alvarenga e Ranchinho, Zé Fidelis, Jararaca e Ratinho, Max Nunes, Castro Barbosa, Lauro Borges e outros³.

A primeira manifestação de quebra do protocolo da seriedade jornalística aparece com o programa “O Trabuco”, apresentado pelo radialista e ator Vicente Leporace, criado em 1962 na Rádio Bandeirantes, no qual ele lia os jornais do dia, especialmente o “Diário Popular⁴”, e disparava seus comentários carregados de ironia que divertiam os ouvintes e causaram vários problemas com a polícia. Leporace reinou único até sua morte em abril de 1978.

¹ Trabalho apresentado no GT Folkcomunicação, do PENSACOM BRASIL 2016.

² Ex-professor do curso de Jornalismo na Escola de Comunicações e Artes da USP; presidente da Associação das Produtoras Independentes de Rádio e Outros Conteúdos de Audio – APRAIA. l lhroma@gmail.com

³ Saliba 221

⁴ Entrevista de José Paulo de Andrade ao autor, Revista Rádio e Negócios nº 15

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

A liberdade de crítica era franqueada pelo proprietário da emissora, João Saad, genro do prefeito da cidade de São Paulo e governador Adhemar de Barros, por isso, aos finais do programa, programas, Leporace declarava-se “corintiano e ademarista”, escancarando suas preferências e descompromisso com a isenção jornalística.

A “ditadura derrotada”, o jeans e a turma do esporte

Durante os primeiros anos da ditadura militar o rádio manteve-se, como outros meios de comunicação, calado através de censura ou autocensura, com a agravante de que tirar uma emissora de rádio do ar requeria uma operação muito mais simples do que recolher milhares de exemplares de jornal. Tanto de maneira provisória, bastando um pequeno grupamento policial nas instalações da emissora, quanto de modo definitivo com a cassação da concessão, que aconteceu algumas vezes com atos simples da burocracia a serviço do estado autoritário. A infiltração de policiais em redações também não era incomum⁵.

Foi a partir das primeiras reações da sociedade, que levariam a recuos do regime militar, num período que Elio Gaspari chamaria de “a ditadura derrotada”⁶, que as manifestações de informalidade e bom humor começaram a chegar. As condições políticas, econômicas e sociais da metade da década de 70 em diante formaram o caldo para o surgimento em vários meios de comunicação de uma linguagem mais informal, bem-humorada, irônica e renovadora.

No final dos anos 70 e começo dos anos 80, a abertura política estava em crescendo e um renascimento cultural passava pela primeira geração de jovens formados num ambiente menos opressivo e por sobreviventes bem-humorados dos anos mais pesados. Em linha com este contexto local, havia um movimento global de abertura de espaços para o jovem como público consumidor. A sociedade de consumo absorveu a contracultura dos jovens do “Flower Power”, os gritos das manifestações estudantis e

⁵ Idem

⁶ Gaspari, Elio, “A ditadura derrotada”

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

sua rebeldia e devolveu produtos e modas para servir a este novo cidadão que não queria a mesma roupa, cabelos e música dos seus pais.

Mais explícito do que tratados acadêmicos, este diálogo na redação da Rádio Jovem Pan em 1979, testemunhado pelo humorista e apresentador Serginho Leite, explica o momento.

Num domingo à tarde, quando a emissora dedica sua programação ao esporte, o diretor de jornalismo, Fernando Vieira de Melo, buscava nos jornais matérias que pudessem ser recicladas para o noticiário da segunda-feira. De sua sala, um ‘aquário’ de vidro no meio da redação, divisou a caminho dos estúdios o radialista Milton Neves, hoje apresentador de rádio e TV, então apenas plantonista de esporte e gritou ao seu estilo:

-Miltoon, o que é jeans?

A resposta veio sem muita elaboração:

- Ah, Fernando, jeans é moda.

Suficiente para receber a réplica, mal humorada como característico de Fernando “Maquininha”:

- Você é ignorante, Milton. Jeans é comportamento!

Apesar da sintética riqueza da constatação, não seria na Jovem Pan AM que a mudança de linguagem aconteceria.

Um sinal vinha do jornalismo impresso. Tarso de Castro, sócio da primeira formação d’O Pasquim, criava e editava nesta época, um tabloide cultural e de variedades dominical na Folha de São Paulo. Nascia o “Folhetim”, definido como “o primeiro caderno cultural “alternativo” dentro da grande imprensa no Brasil, recheado de humor, irreverência e uma certa “marginalidade”.⁷

O rádio traria ao jornalismo a informalidade e o bom humor por um caminho inusitado: o esporte, geralmente um espaço monocórdico bitolado pelo mundo do futebol. Veio de

⁷ http://almanaque.folha.uol.com.br/folhetim_index.htm

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

lá a novidade das narrações de Osmar Santos (1949-), cheias de jovialidade com novas gírias e bordões. Com seu passe valorizado na transferência da Rádio Jovem Pan para narrar futebol pela Rádio Globo, audiência e faturamento em alta, o locutor conseguiu abrir na Rádio Excelsior, do mesmo Sistema Globo de Rádio, um espaço que chegaria a duas horas, das 12 às 14 horas para fazer o programa “Balancê”, uma caótica mistura de jornalismo, esporte, variedades e cultura.

Assim era subvertida a divisão rígida entre os departamentos, que nas grades tradicionais das emissoras dedicava na hora do almoço programas separados para jornalismo e esporte. Acompanhado por Juarez Soares, cronista esportivo que tinha intensa atividade sindical e política, e Fausto Silva, então repórter de campo que se destacava pelo raciocínio rápido e bom humor, Osmar Santos trouxe também a comédia escrachada através da dupla Nelson “Tatá” Alexandre e Carlos Roberto “Escova”, vindos do “Show de Rádio” tradicional programa de humor esportivo, criado por Estevan Bourroul Sangirardi e apresentado na Jovem Pan após o futebol. A retaguarda da produção mostrava a união do esporte, representado pelo produtor Odir Cunha, depois Paulo Mateucci, com o jornalismo que vinha pela produtora Yara Peres.

O episódio com link incorporado a este artigo é típico da mistura e tom da linguagem do “Balancê”, começando com um comentário de Osmar Santos sobre a repercussão internacional da dívida externa brasileira, colado a uma externa com Fausto Silva sobre a renovação do contrato do craque Sócrates do Corinthians.⁸

Finalmente, mas não menos importante, o programa tinha como sonoplasta Johnny Black (João Antonio de Sousa), que criava ilustração e “comentários” sonoros, com trechos de músicas escolhidos de acordo com a pauta do programa.

Quem se apresentava sempre no Balancê era o pessoal da chamada “Vanguarda Paulistana”, que andava revolucionando também a música, como Arrigo Barnabé, Itamar Assunção e grupo Rumo. Mas os favoritos eram os engraçados “Língua de

⁸ https://www.youtube.com/watch?v=KxC58V_DOPA

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

Trapo” e “Premeditando o Breque”, depois “Premê”, grupos formados por universitários: o “Língua”, da Casper Líbero, e o “Premê”, da Escola de Comunicações e Artes da USP. Eles também frequentaram muito o palco do “Perdidos na noite”, a transposição para TV do “Balancê”, já apresentado por Fausto Silva. A idéia de levar a novidade do rádio para a telinha foi de Goulart de Andrade, jornalista que também teve seu papel na modernização da linguagem jornalística com o “Comando da Madrugada” na mesma Rádio Excelsior, que registrava a desconhecida e fervilhante vida noturna de São Paulo.

A novidade da linguagem informal e bem humorada personificada por Fausto Silva gerava repercussão, audiência crescente e algum faturamento. O “Perdidos na noite” começou na TV Gazeta, mas logo passou para a Record e em seguida Bandeirantes, de onde foi fisgado para a TV Globo com a missão de conquistar o único horário em que não era líder absoluta, onde Silvio Santos ainda era imbatível. O resto da história é conhecido.

O Garotinho e a rapaziada.

Faustão e Osmar Santos eram fãs do “polpetone” no *Jardim di Napoli* – então a mais badala cantina italiana na terra das cantinas italianas - às vezes compartilhado com o publicitário Washington Olivetto, menino prodígio que colocou a propaganda brasileira no mapa dos prêmios internacionais a partir dos anos 70. São dele os comerciais que se tornaram ícones da nova publicidade, em que as figuras do galã e da modelo como mensageiros das qualidades de produtos foram substituídas por um rapaz magro, desengonçado, mas muito simpático e convincente: o Garoto da Bombril, representado pelo ator Carlos Moreno.

Ligado nos movimentos do marketing internacional, Olivetto sentiu a oportunidade de renovar a linguagem usando o humor e a irreverência, aproveitando suas influências, principalmente as do pioneiro “O Pasquim”, que “além de tirar o empolado da

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

linguagem do jornalismo brasileiro, sem dúvida nenhuma estabeleceu o coloquial para muitas outras áreas”⁹

Uma destas áreas era o nascente rádio em FM usado como frequência efetivamente comercial, depois de passar anos disfarçado como obrigatoriedade de legislação. Em 25 de janeiro de 1980, num aniversário de São Paulo era inaugurada a Rádio Cidade FM, do grupo Jornal do Brasil, com a missão de repetir em São Paulo o meteórico sucesso que obteve no Rio de Janeiro, onde foi lançada em maio de 1977 e rapidamente içada à liderança da audiência.

O segredo do formato era a liberação dos locutores, que podiam improvisar dentro do tempo da introdução das músicas, desimpostar a voz, dialogar com o ouvinte, ao mesmo tempo em que operavam a mesa de som, soltando músicas, vinhetas e comerciais e assim assumindo completo controle sobre a dinâmica da rádio. Misturava técnicas de dj’s das rádios americanas com a naturalidade e o sotaque local dos apresentadores. Foi um sucesso entre os jovens cariocas de classe média para cima, parte importante do total de ouvintes de FM, o que se explica pela raridade dos aparelhos que captassem frequência modulada, presentes em carros e em grandes “receivers”. O walkman e seus similares só surgiriam na virada dos anos 80.

Conquistado o Rio de Janeiro era a hora de São Paulo. Enquanto os apresentadores eram selecionados, o coordenador Carlos Townsend solicitava à redação da sucursal do Jornal do Brasil, vizinha de andar, que indicasse um redator ou dois para escrever o noticiário da nova emissora.

O autor, o golpe de estado, o rádio lido e o rádio falado.

Neste ponto entra o autor deste artigo, então funcionário da redação num cargo administrativo que permitia que exercesse diariamente a função de repórter apesar de

⁹ “Pasquim, a subversão pelo humor”, documentário da TV Câmara, direção Roberto Stefanelli, <https://www.youtube.com/watch?v=z6WF63rr3rc>,

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

ainda não graduado em jornalismo. A vaga na rádio era a chance de me profissionalizar e ainda continuar prestando serviços no jornal. O então chefe de redação, João Batista Lemos ao me comunicar a contratação, ordenou: “Tome conta daquela molecada, não deixe falar muita bobagem”.

Era a estreia em rádio, numa rádio diferente de todas já ouvidas, a estreia no radiojornalismo e o começo da convivência com apresentadores que não se entusiasmavam pelo hard news, com exceção do Paulo Leite, que fazia o horário da manhã a Cidade e trabalhava no jornalismo da TV Globo.

Com ele começaram as conversas sobre como fazer jornalismo adequado para aquele público. A tarefa seria árdua, considerando que até mesmo a locução conversada dos apresentadores recebia críticas de ouvintes pelo telefone. Numa época pré digital, pré CD e onipresença do vinil, o acesso mais fácil e barato à obtenção de músicas era captar diretamente do ar em seus gravadores de fita cassete e “aquela falação” atrapalhava.

Um dos procedimentos desta nova dinâmica era falar durante os tempos não cantados da introdução da música e no final, sobre o fade-out. Eram o “anúncio” e o neologismo “desanúncio”. O exemplo mais explícito do conflito entre o novo formato e o “velho” jornalismo se deu numa tarde de abril de 1980, quando o apresentador Edmir Rabelo, titular do horário das 14 às 18h., resolveu entremear um animado funk com uma nota sobre um golpe de estado na Libéria. Entre cada frase que lia, descrevendo os horrores e mortes no país da África, aumentava o volume da suingada música. Surpreso com a minha reação e com a reunião com a coordenação que se seguiu, candidamente defendeu sua atitude em nome da manutenção do “pique” da rádio.

Mais uma vez deve-se reconhecer a importância da atitude do coordenador Carlos Townsend em manter próximos o departamento de jornalismo e os apresentadores. Da convivência diária e reuniões conjuntas, nasceu a necessidade de criar um caminho, informal como a linguagem da emissora, explorando os novos limites.

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

Se é possível resumir o conjunto de ideias a que cheguei durante o ano de 1980, com apoio ativo do apresentador Paulo Leite e do repórter da sucursal do JB, Fernando Zamith, e compartilhado com a micro redação da Rádio, que teve Rosa Spósito, e em seguida Ricardo Soares e Marcelo Moraes, vamos fazer a tentativa:

- Rádio escrito X rádio falado: ao contrário de toda a prática radiofônica, o improvisado no ar era regra na Rádio Cidade, portanto cada vez que o apresentador lia algum texto, a mudança de postura, entonação e fluência denunciava ao ouvinte que havia uma “intrusão” na comunicação, que ficava “certinha” de repente. Por isso a tentativa de tornar o texto o mais aproximado da linguagem cotidiana, mantida a substância da informação. O coloquial passou a nortear a redação das notas, dando ao apresentador a oportunidade de se apossar da informação, e transmiti-la com maior envolvimento, reduzindo o distanciamento da linguagem tradicional do radiojornalismo.

- Arredondar, explicar, pronunciar: Números devem ser arredondados. Prêmios de loterias, por exemplo viram assunto nas conversas pelo seu valor arredondado. Não se comenta no bar: “ Viu só? Um sortudo ganhou um prêmio de sessenta e cinco milhões, oitocentos e sessenta mil e novecentos e onze reais e trinta e nova centavos”. Situações políticas e econômicas devem ser resumidamente contextualizadas. Casos com maior duração e destaque na mídia merecem uma manchete “retrancada”, usando uma equivalente em áudio à terminologia do jornalismo impresso, algo como: “Caso Tieppo: Delegado do Dops foi visto em reunião suspeita com o dono da corretora”. Seguiu-se o restante do texto detalhando. As notas tinham indicações da pronúncia aproximada de nomes estrangeiros do noticiário. Não usávamos o dicionário fonético, apenas a aproximação com o alfabeto corrente. Assim, logo depois do nome correto eram grafados “Aiatolá Comeíni”, “Rôndald Reigan” e “Rafês Assád”.

Às vezes a necessidade do detalhamento gerava um texto um pouco maior do que as rotineiras cinco linhas de 70 toques que delimitavam o padrão para uma leitura de 30 segundos, mas a informalidade que o detalhamento dava, como se fosse um amigo explicando a outro durante um café, diluía a sensação do passar do tempo. Algumas

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

vezes as notícias mais longas tinham uma separação lógica em parágrafos, que permitia aos apresentadores seccionar leitura com um anúncio comercial, voltando depois como que retomando a conversa.

- Equilíbrio, adequação. Duas palavras mágicas na redação. A Rádio Cidade era uma FM voltada para um público jovem qualificado pelos boletins do Ibope como de bom grau de escolaridade e situação econômica média para mais. Com estas definições e o *feedback* de pesquisas e ligações dos ouvintes, fomos aos poucos rastreando o nosso público e descobrindo seu comportamento médio no correr do dia. Mais do que isso, levávamos em consideração o ambiente político: a “abertura lenta e gradual” conduzida pelo general Geisel passava o bastão para o general João Batista Figueiredo e a democracia “que o meu pai me ensinou. E quem for contra eu prendo e arrebento”. O final da censura prévia à imprensa era uma memória muito recente. Na contramão, uma crescente liberação nos meios de comunicação em que a contestação ao regime vinha embalada por irreverência e bom humor.

- Os avós dos “memes”. Certas expressões foram criadas para em sua maior parte como ironia com a linguagem formal do jornalismo do AM e seus bordões. O sol era saudado como “Astro Rei”, num deslocamento da linguagem formal do AM, que se tornava cômico. Assim surgiram: “congestionamento por excesso de veículos ou falta de ruas”, “chuvas em pontos isolados. Se você mora num ponto isolado, saia de galocha”, entre outros.

As notícias mais importantes do dia deveriam estar na programação, principalmente no período da manhã e no fim da tarde, seguindo os movimentos dos jornais das emissoras jornalísticas. Mas também tínhamos de alimentar o público com informação sobre a música, a diversão e arte e o comportamento. E para reforçar e dar substância à relação leve e amistosa dos apresentadores com o público, abrir espaço para a “abobrinha”.

Numa rápida definição, “abobrinha” no noticiário impresso, em rádio ou TV é a parte do chamado “fait divers”, notícias que não se encaixam nas editorias tradicionais como

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

esportes, política e economia, mas caracterizadas apenas pelo lado bem-humorado. Portanto não se consideram tragédias, crimes e outros fatos de caráter mais sério. ‘Estranha’, ‘divertida’, ‘inusitada’, ‘bizarra’ são alguns dos adjetivos que podem ser apensados à notícia caracterizada como ‘abobrinha’.

A centenária senhora chinesa que revelava que seu segredo de longevidade incluía, álcool, cigarros e comida gordurosa; a pesquisa científica que informa que ratos detestam queijo; o técnico de futebol daltônico que gritava para o juiz fazer gol; o primeiro voo fretado de nudistas para visitar praias brasileiras. Estes são alguns exemplos das ‘não-notícias’ que compunham a pauta da Rádio Cidade num equilíbrio com notícias ‘de verdade’, mais serviço e cultura.

A proporção das ‘abobrinhas’ não passava de um quarto do noticiário. Mas sua ‘visibilidade’ era tanta que merecia registros positivos nos telefonemas e, em menor escala, cartas dos ouvintes. Mas também críticas e comentários ácidos em jornais e rádios jornalísticas, pregando a pecha de alienadas nas emissoras. Como o jornalista e radialista Heródoto Barbeiro: “De um modo geral, as emissoras de FM aceitam apenas notícias engraçadas, descomprometidas, otimistas dirigidas ao ‘público jovem’”.¹⁰ Exagerada como toda generalização, mas com boa dose de razão sobre a maneira que a informação foi tratada no segundo momento de expansão das FM, no qual a diluição dos formatos pioneiros de Rádio Cidade, Jovem Pan, Excelsior FM, Band FM gerou contrafações lucrativas, com equipes reduzidas e baratas e muita música. Logo as concessões tornaram-se valiosa moeda de troca e centenas de emissoras foram distribuídas principalmente pelo governo Sarney.

Todo o “Jornal da Manhã” e mais 12 músicas

A fórmula da Rádio Cidade foi um sucesso também em São Paulo. A liderança chegou em menos de dez meses e com ela, o assédio aos profissionais por outras emissoras. Em

¹⁰ BARBEIRO, Heródoto, no prefácio de ‘Estrutura da informação radiofônica’ de PRADO, Emilio, São Paulo, Summus, 1989

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

agosto de 1981, a Jovem Pan 2, o FM da rádio Panamericana, contratava da Cidade os apresentadores Paulo Leite, então conhecido no ar como “Velho Milk”, seu irmão, Serginho Leite, Cesar Rosa e este autor, encarregado de cuidar de jornalismo, produção e promoção.

Fazer o jornalismo da FM, ”filhote” de uma das maiores rádios jornalísticas do país era uma tarefa ainda mais desafiadora. Para dar conta da empreitada, recebi um pequeno exército de jovens estudantes que estagiavam em várias áreas da redação.¹¹

Depois de alguma resistência dos repórteres da AM, que reivindicavam, com razão, um pagamento extra para se dedicarem também à FM, de uma pequena catequese sobre o formato da notícia na jovem emissora e de um ajuste da área técnica e de operação, logo estávamos pilotando uma FM que tinha uma quantidade de informação que não faria feio em uma emissora jornalística. Das 7 às 9 horas, no horário do apresentador Serginho Leite, eram inseridas praticamente todas as notícias do “Jornal da Manhã” do AM, além de boletins de meteorologia com Narciso Vernizzi (o “Homem do Tempo”), de trânsito, uma correspondência de Paris, por Realli Jr. e flashes de reportagem com grandes nomes do AM como Milton Parron, José Nelo Marques, Aluani Neto, Miguel Dias, Edson di Fonzo e tantos outros. Além disso, havia um boletim de hora cheia, com dois minutos de notícias lidas por noticiaristas da casa com seus vozeirões.

Mas toda esta carga de informação não impedia que fossem executadas até doze músicas por hora, quase as mesmas catorze previstas para o restante da programação. A tática era “manchetar” as notícias, reduzindo-as para uma ou duas linhas, de modo a que pudessem ser apresentadas nas introduções de músicas. As principais voltariam mais detalhadas nos boletins de hora cheia. Esta tarefa era realizada pelo apresentador Sergio de Sousa Leite, Serginho Leite para o público.

¹¹ Jose Vasconcelos “Zeca” Almeida Prado, Marcelo Mainardi, Meg Vicente, Fabio Pannunzio e Fernando Sávio na primeira formação.

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

Antes de fazer o teste para apresentador-folguista de final de semana na Rádio Cidade em 1980, Serginho vivia como músico de estúdios de publicidade e de conjuntos de bailes, compunha e produzia jingles em seu estúdio caseiro. E cantando na noite, misturava interpretações de clássicos da música brasileira com imitações impagáveis de Jamelão, Clementina de Jesus, Nelson Gonçalves, Cauby Peixoto ou Paulinho da Viola. Logo levava seus talentos ao “Show de Rádio” da Rádio Jovem Pan, já citado programa de humor esportivo de grande sucesso. Alguns meses depois de aprovado para ser “folguista” na Rádio Cidade, Serginho foi levado pelo irmão Paulinho Leite para a Jovem Pan 2, onde começou no horário das 7h. às 11h.

Os Leite eram os melhores representantes da geração criada por Carlos Townsend e sua Rádio Cidade, em que a formação cultural, nível de informação e fluência para a fala improvisada eram mais importantes do que o “vozeirão”. Como contraposição, o estilo de narração que impera desde meados dos anos 80 nas FMs se baseia em velocidade e repetição de chavões e slogans promocionais.

A saída de Serginho e Paulinho Leite para a Rádio Globo FM, em 1983 detonou a decisão tomada por Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho, “Tutinha”, diretor da JP2, induzida pelo pai, “seu Tuta” (Antônio Augusto Amaral de Carvalho), de privilegiar a marca da emissora em detrimento de apresentadores com personalidade e espaço para improviso. Mesmo que este formato, com bom espaço para a notícia e os apresentadores tenha levado a JP2 à liderança da audiência já em 1982.

A programação com pouca fala, repetição de slogans e sem espaço para a personalidade dos apresentadores aparecia simultaneamente no Rio de Janeiro, sede do sistema Globo de Rádio, proprietária da 98 FM, que logo tiraria a liderança da audiência da Rádio Cidade, usando a tática de inserir a maior quantidade de música e o slogan “Você liga e é só sucesso”.

Um estudo mais detalhado comprovará que estas alterações eram a resposta das direções das emissoras ao crescimento do público ouvinte, impulsionado pela chegada ao

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

mercado das imitações do “Walkman” criado pela empresa Sony. Vendidos a preços muito menores do que o aparelho importado, foram o passaporte para a entrada de uma multidão de novos ouvintes no mundo da FM, principalmente jovens de classes sociais média e mais baixas, que não tinham carro e nem “receivers”. Em algum tempo, a chegada dos aparelhos tipo “três em um” com toca-discos gravador e player de fita cassete e claro, rádio AM e FM, transformado em novo sonho de consumo de jovens e suas famílias, sacramentava o aumento da base de ouvintes.

Menos de três meses após a estreia de sua nova programação com Serginho Leite, Paulinho Leite e outros apresentadores consagrados, a Globo FM paulista sofria intervenção da direção da sede, que implantou o formato da vencedora 98FM carioca, “de poupo papo e muita música“, restringindo ao mínimo o espaço da fala do apresentador.

Com isso, as emissoras que se dispunham a chegar à liderança deixaram de se preocupar com a qualidade fala e da informação jornalística, restringindo-se às obrigações da legislação.

As novas lideranças dos anos 80 e 90 foram conquistadas com emissoras que seguiram as tendências musicais com o pop das “boy bands” induzido pelas grandes gravadoras multinacionais, o pagode e o sertanejo reembalados para consumo da grande massa de jovens consumidores que emergia.

O vácuo até o deboche do macaco Simão

A explosão inicial das emissoras de frequência modulada é a história da deglutição e adaptação dos cânones do rádio norte americano dos anos 50 e adiante. Foi temperada com o talento de uma geração de radialistas que rompeu com a linguagem formal do rádio seja jornalístico, seja musical. E vale citar pioneiros como Big Boy, que também nortearam a invasão da informalidade no rádio.

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

A linguagem informal seguiu em frente e influenciou todas as gerações seguintes de apresentadores de rádios musicais. E manteve espaços ocupados como no esporte. Naqueles mesmo corredores da Rádio Jovem Pan o apresentador Milton Neves, a caminho de se tornar uma celebridade do rádio, passou por um grupo da FM, no qual eu estava e puxou conversa em 1982.

Ele acabava de conquistar o lugar do “Show de Rádio” que seguia para a Rádio Bandeirantes. Contou-nos que iria fazer um programa (que seria o “Terceiro Tempo”) em que a tônica seria a agilidade da fala da frequência modulada. Comentou entusiasmado: “Vou fazer como vocês no FM, no pique”. E assim foi.

Mas no FM, o ritmo e a pauta do jornalismo regrediram em pouco tempo e na maioria das emissoras voltou ao espaço da obrigatoriedade legal, com textos duros, copidescados superficialmente. Com a saída da “moda” dos apresentadores com personalidade e espaço conquistado para falar, os salários logo foram sendo rebaixados e a cadeira de redator de FM passou a ser um ponto de passagem para jornalistas com outros objetivos.

Da equipe pioneira da Jovem Pan, o redator “Zeca” Almeida Prado, hoje produtor independente, seguiu carreira em rádios como a 89 FM e Eldorado FM e difundiu o formato e fez incursões por novas áreas como meio ambiente, sustentabilidade e inovação.

O jornalismo das grandes redes de rádio ganhou espaço com a chegada das emissoras *all news*, mas as novas gerações de jornalistas e radialistas seguiu durante muito tempo com a mesma dinâmica das emissoras tradicionais, em lentos avanços e recuos na relação de informalidade com o ouvinte. Vieram os ancoras, como Heródoto Barbeiro na CBN, que manteve a sisudez durante anos, até que após a virada do século se permitiu fazer algumas brincadeiras com o repórteres, trazendo para o rádio a conversa de elevador, geralmente sobre o trânsito, o tempo ou o futebol. Finalmente abriu espaço

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

para que a genialidade de Johnny Black voltasse a se manifestar com comentários musicais ao fim do jornal, como no finado “Balancê”.

A chegada da Band News FM, já nos anos 2000 consagrou, depois de algumas tentativas, a linguagem mais leve e o bom humor do âncora Ricardo Boechat, influenciado pela irreverência do debochado colunista Jose Simão, como me contou em entrevista¹². Sem a memória do início do FM, uma nova leva de jornalistas de rádio está sendo formada praticamente do zero, tateando e experimentando com resultados variáveis.

Inconclusão

Este artigo não tem conclusões formadas com rigor acadêmico, porque o tema radiojornalismo e seu processo de atualização de linguagens carece de pesquisas e resgate de informação e personagens.

Informalidade, bom humor e ousadia de linguagem não fazem parte do currículo das faculdades de jornalismo, onde o radiojornalismo é apenas uma disciplina entre várias.

Uma hipótese para pesquisa do avanço da informalidade e bom humor no radiojornalismo:

Está criado um conjunto de circunstâncias que à semelhança do que aconteceu nos anos 80, pode significar modificações importantes na linguagem do radiojornalismo, desta vez quebrando paradigmas ainda intocados. O início da rádio jovem em FM coincidiu com uma abertura no regime ditatorial com uma melhora no humor reinante na sociedade, com o crescimento do mercado para o “jovem pós-baby boomer”; o cruzamento de personagens que tocavam pequenas revoluções no jornalismo impresso, na música, publicidade, rádio esportivo e TV e a novidade da tecnologia com o FM em larga escala, o walkman, e a qualificação da gravação em cassete.

O momento atual tem a chegada de uma tecnologia poderosa, a internet, que provê avanços no modo de consumo do rádio e de todos os outros meios, cria condições para encontros tão significativos de talentos em várias plataformas através das redes sociais e

¹² Entrevista de Ricardo Boechat ao autor, Revista Rádio e Negócios n° 16

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

sem o cenário de saída de uma situação política traumática, tem farto espaço para a circulação de piadas e frases de bom humor envolvendo o noticiário.

Referências bibliográficas

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo;Summus, 1989.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio. Os grupos de poder e a determinação de conteúdos**. São Paulo. Summus, 1985.

SALIBA, Elias Thomé. **Raizes do riso: a representação humorística na história brasileira; da Belle Epoque aos primeiros tempos do rádio**. São Paulo; Companhia das Letras, 2002.

GASPARI, Elio. **A ditadura escancarada**. São Paulo. Companhia das Letras,2002

SANTOS, Roberto Elísio dos e ROSSETTI, Regina (orgs.). **Humor e Riso na Cultura Midiática**. São Paulo. Paulinas,2012.