



ELEMENTOS NÃO-VERBAIS E ARGUMENTAÇÃO RADIOFÔNICA

Jefferson José Ribeiro de Moura

Faculdades Integradas Teresa Ávila

Introdução

No discurso radiofônico os elementos não-verbais que participam da enunciação do rádio em gêneros de discurso de entretenimento têm um importante caráter argumentativo na interação entre os coenunciadores presentes, no qual **L**¹ busca um diálogo virtual com o **N**².

Essa imagem que se constrói a partir de sons, de elementos acústicos, adquire uma especificidade que a distingue da imagem estruturada por elementos visuais em diversas técnicas. A “imagem sonora” surge na tela imaginativa do ouvinte como uma granulação fina, resultado de um processo receptivo entre impressões pessoais e representações sensoriais sonoras apreendidas pela audição. (SILVA, 1999: 78)

Entender e saber interpretar a participação argumentativa dos elementos não-verbais utilizados no processo de enunciado do rádio permite uma melhor utilização deste suporte, seja na produção ou análise de enunciados radiofônicos. Estudar e analisar estes elementos que compõe o enunciado radiofônico em gênero de discurso de entretenimento e como estabelecem a ponte interativa entre o locutor **L**, que apresenta o enunciado produzido e o interlocutor **N** que ouve e reage à enunciação, permitirá esta competência.

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 trova verbal, enfim, permite assegurar a comunicação verbal. (MAINGUENEAU, 2001: 64)

A proposta de se avaliar os elementos argumentativos não-verbais que compõem o enunciado radiofônico em gêneros de discurso de entretenimento nas rádios comerciais

¹ Para efeito deste trabalho chamar-se-á de locutor **L** a enunciação produzida para rádio e apresentado de modo sonoro a partir do estúdio através da voz, música, efeitos sonoros e acústicos.

² Para efeito deste trabalho chamar-se-á de interlocutor **N** ao ouvinte, aquele que ouve pelo aparelho de rádio e reage a enunciação do locutor **L**. A escolha da letra **N** se deve ao “n” matemático (número indefinido) e por causa da confusão de leitura que poderia ser causada pela letra “O” (escolha mais óbvia) de ouvinte.



estabelece-se na medida que estes estão mais presentes no dia-a-dia do público ouvinte de rádio possibilitando de maneira implícita mensagens de caráter educativo. Este seria um espaço de educação não-formal importante que poderia ser utilizado com mais critério tanto pelo educador quanto pelo radialista interessados em educação usando o potencial do rádio na educomunicação.

O giz, o quadro negro e um professor à frente de trinta ou quarenta alunos continua sendo a estrutura básica da educação formal em uma sociedade eletrônica, universal, interdependente. Por outro lado, os MCM tal como são utilizados pela sociedade de consumo constituem-se em uma “escola” mais vertical, com funções muitas vezes mais alienadora e massificante que a tradicional. (SILVA, 2000 : 169)

O Rádio

A presença do rádio na sociedade brasileira é extremamente forte. Está presente em todos os lugares, em casa, no trabalho, no carro, no lazer. Sua linguagem carregada de emoção e informação atua diretamente na imaginação do ouvinte, realizando um diálogo tecnicamente cego (MCLEISH, 2001: 15) mas carregado de informações sonoras que permitem ao ouvinte compreender o enunciado. Essencialmente regional na relação com o ouvinte, o rádio estabelece um canal de comunicação fortemente ligado ao contexto e referências do bairro e da cidade em que se encontra. Além disso, pela sua característica oral/auditiva apresenta uma comunicação individualizada, como se falasse com cada ouvinte em particular.

O rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um. (ORTRIWANO, 1985 : 80)

Hoje é inegável a importância do rádio como veículo de comunicação popular, haja vista sua cobertura geográfica nacional, audiência regional, autonomia de recepção e



facilidade de produção tanto em termos econômicos, como técnicos e artísticos. São 2.896 emissoras de rádio entre frequência modulada (FM), amplitude modulada (AM), ondas tropicais (OT) e ondas curtas (OC) em todo território nacional pelos dados do Grupo de Mídia de São Paulo (JORGE, 2001: 92). São 71% de ouvintes de 15 anos ou mais com o hábito de ouvir rádio FM e 34% rádio AM todos os dias em um universo de 16.708.000 de acordo com os XLII Estudos Marplan de 2000 (Idem, p. 116). São 87,44% de residências que possuem rádio em todo Brasil. (IBGE, 2000). São 05h06min de tempo médio de audiência diária (AESP, 2002).

(...) em termos geográficos, o rádio é o mais abrangente dos meios, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance nacional. Ao mesmo tempo, pode estar nele presente o regionalismo, pois, tendo menor complexidade tecnológica, permite a existência de emissoras locais, que poderão emitir mensagens mais próximas ao campo de experiência do ouvinte. (ORTRIWANO, 1985: 79).

Sua utilização como meio de comunicação com objetivos educacionais não é nova nem original. Na fundação da primeira emissora de rádio brasileira por Roquette Pinto em 1923, o objetivo da então recém-criada Rádio Sociedade do Rio de Janeiro era primordialmente cultural e educacional. Na sessão inaugural da Rádio Sociedade, Roquette Pinto afirmou: "Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão livremente o conforto moral da ciência e da arte: a paz será a realidade definitiva entre as nações." (CORREIO DA MANHÃ, 1946: 143).

Outros projetos também procuraram aproveitar o potencial do rádio para a educação (ASSUMPCÃO, 1999: 33-43) como: as Comunidades de Educação de Base (MEB) ligadas a CNBB criadas em 1961 e com atuação no nordeste do país; o Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB) criado em 1969; a Fundação Padre Anchieta criada em São Paulo em 1967, a Fundação Educacional Padre Landell de Moura (Feplam) criada no Rio Grande do Sul em 1967; o Projeto Minerva criado pelo Governo Federal em 1970; o Projeto Samaúma criado em 1972 no Amazonas e o Centro Brasileiro de Radiodifusão Roquette Pinto criado em 1982 no Rio de Janeiro e ligado à Fundação Roquette Pinto. Todos estes projetos realizaram atos educativos no rádio, quer através de emissoras educativas, quer através de



horários cedidos por emissoras comerciais. Ainda atuam na área de educação o IRDEB, Feplam, Fundação Padre Anchieta e Fundação Roquette Pinto.

A discussão do discurso do rádio neste trabalho está intimamente ligado ao acesso do veículo à grande parte da população em uma relação quase diária de interlocução dialógica e no potencial dos programas de entretenimento como espaço de educação não-formal, podendo servir como complemento à educação formal como afirma Laurindo Leal Filho, professor livre-docente da Escola de Comunicação e Artes da USP.

“Não se pode trabalhar o ensino nos meios de comunicação desvinculado do ensino presencial. A educação é um processo social, logo, não há o que substitua as relações entre professor e aluno. Esses mecanismos devem servir de complemento ao trabalho em sala de aula”. (...) O segredo para desenvolver boas programações (...) seria aliar entretenimento ao conteúdo educativo. “Mas, infelizmente, iniciativas assim são poucas. Comparada com a televisão, uma produção de rádio é barata, basta ter criatividade e talento”. (PAVAN, 2001: 87)

É importante deixar claro que não se apresentará enunciação radiofônica e educação em contextos diferentes. O trabalho não propõe o estudo dos dois temas. A comunicação como o ato de tornar algo comum, compartilhar (SILVA, 2000: 170) não exclui o ensino, que por sua vez não deve excluir o caráter social dos falantes (ORLANDI, 1988: 43) nem os espaços culturais não-formais existentes na sociedade. A intenção de estabelecer uma interlocução coloquial, mesmo que virtual, por parte de L em relação a N não é conflitante com a intenção de apresentar temas referentes à educação não-formal no enunciado do rádio no gênero de discurso de entretenimento.

Isto significa que a educação é abordada enquanto forma de ensino/aprendizagem adquirida ao longo da vida dos cidadãos; pela leitura, interpretação e assimilação dos fatos, eventos e acontecimentos que os indivíduos fazem, de forma isolada ou em contato com grupos e organizações. (GOHN, 2001 : 98)

Quando se prioriza no trabalho um gênero de discurso (entretenimento) e sua relação com a educação não-formal está se apresentando propostas de uma utilização (o gênero) e de um objetivo (educação) para o estudo e compreensão do papel argumentativo dos elementos não-verbais no discurso radiofônico.



Discurso Radiofônico

Ter talento e criatividade para produzir um enunciado para rádio vai muito além do escrever um texto de maneira clara para ser lido. Para que o discurso seja aceito pelo interlocutor, é preciso que ele o interprete como uma conversa, e, portanto há que se escrever um texto de modo que ele pareça falado. Além disso, não basta escrevê-lo apenas. Ainda é necessário que ele seja lido de modo que o interlocutor o interprete como uma enunciação oral verdadeira e não a leitura de um enunciado escrito. Segundo Gisela Ortriwano (1985: 81) "A mensagem oral se presta muito bem para a comunicação 'intimista'. É como se o rádio estivesse 'contando' para cada um em particular."

Assim na criação do discurso radiofônico devem ser levados em conta além do universo cognitivo e as competências lingüísticas, genéricas e enciclopédicas formais de N suas referências sonoras, tanto no sentido de identificar sons como formas coloquiais de diálogo. O tom de voz, a interpretação, o efeito sonoro ou acústico, a música de fundo podem criar uma relação antagônica entre L e N se não for levado em conta todo este repertório e gerar um mal entendido na comunicação. Estes elementos não-verbais que compõem a enunciação no rádio participam de modo determinante na interação entre os interlocutores. O enunciado do rádio não é apenas a leitura de um texto escrito no qual se agregam quando necessários outros elementos sonoros. Ao criar para o rádio, pensa-se rádio. O enunciado radiofônico representa um tipo de discurso específico do modo de expressão do rádio. A *idéia rádio*¹ enquanto discurso é uma estrutura social que estabelece já no seu princípio um relacionamento de interlocução entre L e N. "O modo de transporte de recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto, modela o gênero de discurso." (MAINGUENEAU, 2001 : 72). O que se afirma é a intenção do autor em utilizar elementos sonoros (voz, música, efeitos sonoros e acústicos) no enunciado que será ouvido pelo interlocutor, ou seja pensar elementos verbais (as palavras) e não verbais (os sons) como um texto único.

O bom produtor de rádio utiliza estes elementos com eficiência, na comunicação com o ouvinte. Modulando sua mensagem, utilizando os elementos constitutivos da linguagem radiofônica estabelece uma comunicação dialógica (MAINGUENEAU, 2001: 54) com o

¹ Para efeito deste trabalho *idéia rádio* será usada no sentido da criação do enunciado para rádio como um todo (texto escrito, voz, música, efeitos sonoros e acústicos).



radiouvinte procurando levá-lo a uma ação indireta (a compra de um produto, por exemplo) ou direta através de telefonemas ou cartas. Manter N interessado e aceitando L como interlocutor em um “diálogo virtual” exige um conhecimento mútuo do tipo de discurso radiofônico e do gênero proposto neste tipo, para que a *idéia rádio* possa fluir como enunciado comum. É o papel dos elementos não-verbais nessa relação de comunicação que pretendemos estudar.

Quando se fala de discurso oral enunciado pelo rádio não se pode esquecer da importância do locutor em conhecer a linguagem do veículo e a participação argumentativa desta linguagem na interação com o interlocutor. Além do texto enquanto enunciado escrito, há também os elementos não-verbais, que compõem o discurso radiofônico de modo eficiente e interativo. O tom de voz, que dá vida às palavras, a música de fundo para leitura que cria um clima favorável, os efeitos sonoros e acústicos que introduzem elementos não-verbais na mensagem. O texto que gera um discurso radiofônico completo e permite a compreensão verbal por parte do interlocutor é muito mais do que palavras escritas pelo redator, às quais posteriormente o sonoplasta agrega sons e o locutor empresta a voz. Para que haja êxito na comunicação entre L e N, o ponto de partida é a *idéia rádio*, um “texto” imaginado desde o início para rádio, na sua totalidade enquanto linguagem sonora, ao qual, aí sim, agregam-se os elementos sonoros inerentes ao “texto” imaginado para que a *idéia rádio* se torne uma enunciação radiofônica.

O que chamamos “texto” não é, então, um conteúdo a ser transmitido por esse ou aquele veículo, pois o texto é inseparável de seu modo de existência material: modo de suporte/transporte e de estocagem, logo, de memorização. (MAINGUENEAU, 2001: 68)

O texto no rádio não é um elemento isolado ao qual se agregam outros sons como músicas ou efeitos sonoros. Deve-se partir da *idéia rádio*, do conhecimento do discurso radiofônico que engloba desde a qualidade técnica da transmissão até o contexto comum entre L e N que pode apenas contar com o sentido físico da audição para entender a mensagem. Na enunciação as palavras ganham ritmo, sonoridade e tamanho, adequando-se a um interlocutor ideal e carregando as intenções que se pretendem transmitir aos interlocutores reais. O rádio finge uma conversa entre L e N. O texto/enunciação deve seguir esta lógica.



Chantler e Harris (1998: 51) definem assim o texto para rádio: “(...) você está escrevendo para o ouvido e não para o olho. Deve, então, escrever como se fala, numa linguagem coloquial, com frases curtas e uma idéia em cada sentença.”

O suporte rádio não é apenas um transporte da enunciação radiofônica. Suas características determinam o discurso cujo texto escrito se confunde com elementos não-verbais, produzindo uma espécie de texto expandido, um texto além do texto, a *idéia rádio*. Escrever para o rádio é utilizar como código elementos verbais (palavras) e não verbais (sons) como uma idéia única de texto.

Elementos Não-Verbais

No discurso do rádio, os elementos não-verbais têm uma inegável participação na argumentação que permite uma compreensão responsiva eficiente por parte do interlocutor. O tom de voz grave e autoritário do pastor “mostra” ao ouvinte fiel antes do final da enunciação a intenção de expurgar o pecado e submeter o demônio. A música triste que antecede a leitura do locutor “prepara” o ouvinte para o clima da enunciação. O eco acrescentado à voz do locutor durante a leitura de uma oração introduz um cenário amplo que combinado com badaladas espaçadas de um sino e uma interpretação serena conduz o ouvinte a um templo e enche seu coração de paz. Estes elementos não-verbais compõem o que chamamos de *idéia rádio* dotando os enunciados de força e orientação argumentativa. A compreensão destes elementos na interação locutor/ouvinte permite ao discurso produzido uma enunciação mais eficiente.

Voz

A voz é a expressão oral da fala armazenada no texto. Representa na imaginação do interlocutor o enunciador do discurso. A voz transfigura-se em personagem, ganha corpo e substância através dos sons que a representam. No rádio, sua expressão dá-se através do tipo, frequência e interpretação, elementos de natureza lingüística mas sem caráter verbal também chamados de supra-segmentais. Tais características da voz encontram eco no quadro referencial sonoro do interlocutor que interpreta sua emissão a partir da audição. Esta



percepção auditiva da enunciação radiofônica também está inserida na prática social que envolve a comunicação entre indivíduos. Ao escolher um gênero de discurso no rádio, o locutor deve escolher uma voz adequada a ele, que represente sua intenção e atinja seus objetivos de comunicação. Este aprendizado dá-se de maneira natural e empírica. É ouvindo que se aprende a falar usando as diversas nuances que a voz pode oferecer. E usando esta fala socialmente é que se aprende seus mecanismos de relacionamento com o outro.

O fato de identificarmos e até mesmo qualificarmos uma pessoa pela sua voz é uma experiência diária. Quando se fala ao telefone com alguém que não se conhece, vai-se montando na mente uma série de imagens que permitem visualizar o interlocutor. O refinamento deste processo é tal que, além de atributos mais simples como sexo, idade e procedência, chega-se a projetar, por vezes, o tipo de estrutura física, as expressões faciais e, até mesmo, a cor dos cabelos do interlocutor. (BEHLAU e PONTES, 1995: 127)

O tipo de voz, dentro das possibilidades permitidas pela frequência vocal (tons graves e agudos), variam de acordo com a situação e o contexto do discurso. Uma atitude de repreensão pede um tipo de voz mais áspero, enquanto que uma atitude romântica pede um tipo mais fluido. Este conhecimento comum da psicodinâmica vocal permite aos interlocutores modularem suas vozes de acordo com a intenção desejada, em uma situação de diálogo. No rádio, estes tipos participam da interação entre L e N, dando credibilidade à intenção do discurso e gerando um efeito argumentativo sobre ele. Seguem algumas impressões transmitidas pelos tipos de vozes citadas por Behlau e Pontes (1995: 129-130):

Voz rouca – passa cansaço ao ouvinte, quando em grau severo transmite a sensação de estresse e esgotamento, mas dificilmente chega a ser desagradável; voz áspera – transmite agressividade, incômodo, aflição e é sempre desagradável; voz soprosa – causa a impressão de fraqueza e falta de potência, mas também pode gerar a interpretação de sensualidade; voz sussurrada – transmite a impressão de que se quer contar segredos, confere um caráter intimista à emissão; voz fluida – confere sensualidade ao falante e passa sedução ao ouvinte; voz trêmula – Passa sensibilidade excessiva, fragilidade, indecisão, medo e também senilidade.

Além do tipo de voz, a frequência tem grande importância no relacionamento entre locutor e interlocutor. Tons mais graves podem passar climas tristes e melancólicos assim como transmitir seriedade e credibilidade. Tons mais agudos podem ser associados a climas



mais alegres e leves. Também a interpretação participa da expressão oral da voz. O ritmo deve estar em consonância com o tipo e frequência que por sua vez devem combinar com o discurso proposto. Não basta uma voz sussurrada e em um tom meio grave se a interpretação não acompanhar a intenção de seduzir, no caso com um ritmo pausado.

Argumentar através da voz significa compreender os mecanismos da compreensão responsiva que a expressão oral desperta no outro. Aqui se trata de como se fala o que é dito.

A cada corpo e a cada alma (ou “character”) corresprá assim não só uma voz “natural”, mas também uma “simbólico-cultural”: o tenor encarna no melodrama ocidental em geral o “papel” do bom castigado injustamente, o soprano o da feminilidade positiva; as vozes médias (barítono e meio soprano) são mediadores, umas vezes bufos, outras vezes trágicos; as vozes escuras ou baixas (baixo e contralto) podem encarnar a sabedoria ou a loucura. (BOLOGNA, apud ENCICLOPÉDIA EINAUDI, 1987: 79)

Música

Outro elemento não-verbal muito importante no mecanismo de argumentação do discurso radiofônico e é música enquanto elemento participante da *idéia rádio*. É o caso do que se chama em rádio back ground musical (BG) ou música de fundo. Ou de músicas que representam e determinam ações ou climas emocionais. A música representa para o discurso radiofônico um elemento não-verbal que introduz elementos na enunciação.

A música que apóia freqüentemente a palavra na peça radiofônica, além de incrementar os efeitos que resultam da palavra ou do ruído na conformação desta imagem sonora, pode ser explorada menos como meio de ilustração e mais como interpretação, comentário e tipificação. (SILVA, 1999: 78)

Basicamente confere sentimento ou clima à enunciação, no que diz respeito à utilização de músicas tristes, melancólicas, alegres, dinâmicas, exercendo uma função expressiva. “Tanto ou mais que no cinema, o comentário musical ajuda a criar, em torno das palavras, o ambiente peculiar requerido para provocar no ouvinte uma determinada identificação emocional.” (KAPLÚN, apud SILVA, 1999: 79). Além do clima, a música pode introduzir na enunciação elementos visuais e até mesmo discursos subentendidos, estabelecendo uma função descritiva. Certos arranjos musicais podem representar seres vivos



ou inanimados. Um solo agudo de flauta pode introduzir pássaros no cenário sonoro, assim como uma flauta indiana pode “mostrar” uma cobra saindo do cesto. Metais em um arranjo dodecafônico podem representar o trânsito de uma cidade grande. Quanto aos discursos subentendidos, a música de um filme conhecido pode relacionar o que é dito com a idéia do filme. Neste caso é importante que o que é dito e o que é subentendido caminhem na mesma direção, ou corre-se o risco de apresentar dois discursos diferentes sobrepostos, dificultando a compreensão do interlocutor.

Portanto, para acentuar o poder de sugestão incorporado na palavra articulada pela voz e, conseqüentemente, atrair a escuta do ouvinte, a música e o ruído assumem diferentes funções de acordo com a sua natureza física e com seu significado para o ouvinte. (SILVA, 1999: 75)

Efeitos Sonoros

Os efeitos sonoros são ruídos não-musicais que representam elementos, ações ou ambientes no enunciado radiofônico. Relaciona-se sobretudo com a competência enciclopédica audiovisual do interlocutor. Ao ouvir um efeito sonoro, o interlocutor deve relacioná-lo com um elemento conhecido. O som de batidas na madeira pode representar uma porta, a chave girando no contato, um carro, a badalada de um sino, uma igreja. Além de representar elementos, os efeitos estão associados a ações, como a batida na porta pressupõe que alguém chegou, a partida do carro, que ele vai entrar em movimento. Os efeitos procuram se aproximar não da realidade sonora que representam, mas de um som que seja compreendido pelo interlocutor como representante de uma realidade sonora. Um tapa real soa muito menos que no rádio, e talvez não seja entendido como tal pelo ouvinte. O mesmo acontece com um tiro, passos, ou o urro terrível de um tiranossauro rex.

O ruído fornece informações, pistas, atua como índice do objeto representado a fim de que o ouvinte reconheça e estabeleça associações, que, pelo caráter referencial assumido pelo ruído, dá-se por contigüidade. (SILVA, 1999: 76)

Acústica

A acústica está ligada à voz ou aos efeitos sonoros. Ressalta ou modifica características destes elementos de acordo com a intenção da enunciação. O eco, o vibrato, o



abafamento, o distanciamento do som são alguns efeitos acústicos utilizados no rádio. O eco, ligado à voz pode apresentar um caráter de ambiente amplo. A voz distante determina a posição do personagem em relação à ação principal. O abafamento acrescido ao som de passos determina o tipo de piso. Os graus de reverberação (ou eco) aliados às vozes e efeitos sonoros podem determinar vários ambientes de acordo com McLeish em *Produção de Rádio* (2001: 186):

- 1) *Nenhuma reverberação - Ao ar livre*
- 2) *Pouca reverberação, mas por longo tempo - Biblioteca ou sala bastante mobiliada*
- 3) *Muita reverberação, mas por pouco tempo - Cabine telefônica, banheiro*
- 4) *Muita reverberação, e por longo tempo - Caverna, Palácio Real, sala de concertos.*

Idéia rádio e o caráter argumentativo dos elementos não-verbais

O texto escrito apresenta marcadores que representam estratégias (conscientes ou não) do locutor em estabelecer uma relação de interatividade com o interlocutor. São mecanismos verbais que permitem indicar a força argumentativa do discurso. Na *idéia rádio* o “texto” na sua criação compõe-se de elementos verbais e não verbais com funções de marcadores argumentativas que permitem ao interlocutor entender a mensagem.

A música sensual soma argumentos de sedução no enunciado interpretado por uma voz fluida. A variação de voz estabelece uma relação de comparação entre trechos do mesmo enunciado.

O eco aplicado ao som de passos pode dar idéia de amplidão, de grandes espaços, antecipando o cenário da enunciação antes da palavra. A voz mais clássica, encorpada, grave, antecipa o tipo de enunciação antes mesmo de sua complementação. A distância do microfone, os planos de locução, que dispõem os personagens em relação à ação podem indicar sua posição hierárquica ou relação direta ou indireta com a ação.

A interpretação, o tipo e a frequência vocal podem indicar em uma enunciação uma ordem, um pedido e um comentário. A voz áspera e grave interpretada com firmeza pressupõe autoridade e indica ordem na interpretação de um texto imperativo.



A trilha sonora “representa” o personagem, seu estado de espírito momentâneo ou perfil psicológico. A ênfase da leitura em determinados verbos de ação ou adjetivos, exprime um valor à ação ou uma avaliação ao fato ou pessoa.

A voz que se parece com outra (imitada ou não), apresenta elementos polifônicos juntamente com o texto lido e dependendo da interpretação pode denotar concordância ou discordância através da sátira, da ironia ou da homenagem. A música que remete o interlocutor a um filme e conseqüentemente a sua temática, traz consigo outras vozes para a enunciação.

(...) a linguagem radiofônica não é exclusivamente verbal-oral. Assim como a palavra escrita, músicas, efeitos sonoros, silêncio e ruídos são incorporados em uma sintaxe singular ao próprio rádio, adquirindo nova especificidade, ou seja, estes elementos perdem sua unanimidade conceitual à medida que são combinados entre si a fim de compor uma obra essencialmente sonora com o “poder” de sugerir imagens auditivas ao imaginário do ouvinte. (SILVA, 1999: 71)

Considerações Finais

Não basta ter a intenção de estabelecer uma comunicação dialógica a partir do rádio, é preciso estabelecer um universo comum de competências comunicativas que permitam ao interlocutor do discurso radiofônico acreditar sem ver. A *idéia rádio* apresentada no trabalho parte do princípio da especificidade do discurso radiofônico, do pensar rádio através de idéias sonoras, das combinações de elementos do universo do som como força argumentativa na interação. O rádio enquanto suporte da enunciação não é um mero veículo que transporta por meio sonoro enunciados escritos que são oralizados. A *idéia rádio* enquanto pensamento sonoro elaborado é mediado pela técnica, pela tecnologia e por elementos sonoros que não se podem capturar com símbolos textuais.

Hoje, estamos cada vez mais conscientes de que o mídiun não é um simples “meio” de transmissão do discurso, mas que ele imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer. O mídiun não é um simples “meio”, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do mídiun modifica o conjunto de um gênero de discurso. (MAINGUENEAU, 2001, p. 71,72)



Conhecer, saber manipular, entender o modo de expressão do rádio cria uma competência importante no sentido de utilizá-lo com eficiência na produção de enunciados que são esperados pelos interlocutores envolvidos na comunicação pelo rádio. Enquanto meio de comunicação de massa, este veículo apresenta uma grande participação na vida da população. A quantidade de tempo empregada para ouvir rádio supera em quase uma hora a televisão. A possibilidade do aparelho receptor acompanhar o ouvinte no trabalho, nos deslocamentos, e no lazer estabelece um enorme potencial de comunicação. A maleabilidade técnica, o desenvolvimento tecnológico, o baixo custo de produção e transmissão e o dinamismo e a informalidade da linguagem falada tornam o rádio viável para inúmeros tipos de discursos.

O rádio de entretenimento estabelece uma relação de amizade entre locutor e interlocutor. Sua fala informal, que independente da construção do texto (na norma culta ou coloquial) traz para o ouvinte a sonoridade da fala coloquial, do diálogo espontâneo, e a variedade de recursos de não-verbais que preenchem o “palco invisível” da imaginação do ouvinte faz crer ser este um espaço ideal para o desenvolvimento de discursos com intenção educativa dentro da perspectiva não-formal. Desenvolver a cidadania, estimular a reflexão e a crítica, provocar o debate, democratizar a informação são algumas das possibilidades que o gênero de entretenimento pode apresentar, através de radiodramas, informações de utilidade pública, comentários de cartas, programação musical, jogos, etc. Basta saber usar o veículo através das suas peculiaridades sonoras.

O rádio funciona bem no mundo das idéias. Como um meio de promover a educação, ele se destaca com conceitos e também com fatos. Seja ilustrando dramaticamente um evento histórico, seja acompanhando o pensamento político atual, serve para veicular qualquer assunto que possa ser discutido, conduzindo o ouvinte, num ritmo predeterminado, por um conjunto de informações. (MCLEISH, 2001: 19)

Propor a utilização deste veículo e estabelecer competências para utilizá-lo foi o *leit motiv* deste trabalho. Através da decupagem da enunciação radiofônica, expondo os elementos não-verbais que estabelecem a relação de interação com o ouvinte, procurou-se apresentar a



participação da palavra falada, com suas nuances de tipos, tons e interpretação no discurso radiofônico além da música, dos efeitos sonoros e da acústica que apresentam textos tão claros e interativos como aquelas mediadas pela palavra escrita. A análise de textos a partir da sua expressão sonora buscando a participação de mecanismos de argumentação na relação entre elementos não-verbais com o sentido e a intenção do enunciado serviu para esclarecer a *idéia rádio*, na qual o texto se estende para além dos elementos verbais. As possibilidades de análise apresentadas não são únicas nem estanques. A dinâmica da enunciação radiofônica permite inúmeras variações, combinações e intenções pelo uso dos elementos não-verbais que compõem os enunciados e das relações de interação que estabelece.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AESP. http://www.aesp.com.br/80_anos_radio.htm

A RADIOFONIA no Brasil. Almanaque do Correio da Manhã, 1946, p. 143-150.

ASSUMPÇÃO, Zeneida Alves de. *Radioescola: uma proposta para o ensino de primeiro grau*. São Paulo, Annablume, 1999.

BEHLAU, Mara e PONTES, Paulo. *Avaliação e tratamento de disfonias*. São Paulo: LOVISE, 1995.

BOLOGNA, Corrado. Voz. In *Enciclopédia Einaudi*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1987. v. 11.

CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus, 1998.

GOHN, Maria da Glória. *Educação não-formal e cultura política*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

IBGE. http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/tabulacao_avancada/tabula_brasil_1.7.1.shtm

JORGE, Sonia Maria Avallone. *Rádio FM: como ser líder de audiência*, 2002. (Tese de mestrado. Universidade Paulista, São Paulo)

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MCLEISH, Robert. *Produção de rádio*. São Paulo: Summus, 2001.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. *Rádio: oralidade mediatizada*. São Paulo, ANNABLUME, 1999.

SILVA, Ynaray Joana da. Meios de comunicação e educação – o rádio, um poderoso aliado. In CITELLI, Adilson (coord.). *Outras linguagens na escola*. São Paulo: Cortez, 2000.