



IMAGEM X SOM: EXISTE FUTURO PARA O RÁDIO NA NOVA ERA?

Vera Lúcia Guimarães Rezende

Unirp

Duelo entre a imagem e o som

O mundo atual é povoado por uma profusão de imagens em detrimento da linguagem verbal. Há quem afirme que uma boa imagem vale por mil palavras e daí a pergunta: para que informação se uma imagem já diz tudo? Hoje, para saber e até para existir é preciso mais do que se expressar em palavras. Mais do que ouvir, sentir e cheirar é preciso ver e ter visibilidade.

Estaria o homem relegando a um segundo plano os seus outros sentidos? O alemão Dietmar Kamper acha que sim, e aponta um “triunfo do olho sobre os outros sentidos humanos. As máquinas de imagens trabalham com força total no mundo inteiro. Velhas e novas mídias da visibilidade se superam a cada dia. Uma parte cada vez maior das coisas que existem ocorrem apenas no olhar”.(Apud BAITELLO, 2000)

De fato as novas tecnologias proporcionam, neste início de século, uma overdose imagética. Nas ruas já não bastam out-doors com rostos bonitos e coloridos, porém estático¹s e visíveis só à luz do dia. Melhor os painéis luminosos back-light, cada vez mais televisivos, alguns com animação inclusive. As paredes dos edifícios, antes meros componentes ociosos da paisagem urbana, também viraram veículos de gigantescas imagens publicitárias visíveis a quilômetros de distância.

No trânsito câmeras flagram motoristas infratores. Elas estão também nos prédios, nos bancos, nas lojas, nos elevadores, ou seja: tem sempre alguém olhando o tempo todo! Alguma privacidade, talvez, em casa. Mas aí é a nossa vez de ocupar o lugar diante da tela do computador ou do aparelho de TV, seja para bisbilhotar, informar-se, divertir-se ou interagir individualmente no ciberespaço.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Mídia Sonora**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Num passado não muito distante havia a primazia das experiências humanas clássicas, que Harry Pross caracterizou como Mídia Primária: “Toda comunicação humana começa na mídia primária, na qual os participantes individuais se encontram cara a cara e imediatamente presentes com seu corpo; toda comunicação humana retornará a este ponto” (Apud BAITELLO, 2001). Hoje estas vivências parecem ultrapassadas diante da multiplicidade de situações prontas trazidas pelas imagens da telinha. O contato humano direto torna-se menos freqüente já na infância, quando ao invés de brincar no quintal ou na rua, as crianças preferem o brinquedo virtual no computador ou na TV. Os chats na Internet possibilitam contato inclusive visual com gente do mundo todo, garantindo também segurança e integridade física aos interlocutores do bate papo virtual. Por outro lado eliminam o contato físico ao vivo, face a face, tornando mais frias as relações interpessoais.

Para Norval Baitello Júnior passamos a ser meros espectadores da vida, “a redução do corpo a *observador da observação* é o testemunho mais patente de um processo de perda da propriocepção (o sentido do corpo para percepção de si mesmo). A transferência das vivências do corpo para o mundo das imagens significa também suas transferência para um tempo *in effigie*, congelado em um eterno presente e, portanto sem presente”. (BAITELLO, 2000)

Esta visão é no entanto contestada pelo filósofo Pierre Levy, um dos maiores defensores da Cibercultura, para quem trata-se de um erro pensar que o virtual irá substituir o real ou que as telecomunicações prevalecerão sobre os contatos físicos.

“Os usuários do ciberespaço são em sua maioria pessoas jovens, com diploma universitário, vivendo em cidades, estudantes, professores, pesquisadores, trabalhando geralmente em áreas científicas, de alta tecnologia, negócios ou arte contemporânea. Ora, esse tipo de população é justamente uma das mais móveis e mais sociáveis. (...) A imagem do homem-terminal cujo espaço foi abolido, imóvel, grudado à sua tela, não é mais do que um fantasma ditado pelo medo e pela incompreensão dos fenômenos em andamento de desterritorialização, de universalização e de aumento geral das relações e contatos de todos os tipos”. (LEVY, 2002)

Não há como negar que com a nova realidade as relações pessoais estão sofrendo modificações, mas daí apostar no fim do contato humano há uma distância considerável. Da mesma forma os meios de comunicação serão obrigados a se reestruturar para continuar se desenvolvendo simultaneamente. Como foi dito, signos visuais já prevalecem nas placas de propaganda e não é diferente no campo da informação jornalística. Jornais e revistas



reduziram tamanho dos textos; enxugaram a linguagem; aumentaram o tamanho dos títulos; abriram espaço para fotos e infográficos dando à informação um caráter cada vez mais visual. Os anúncios publicitários nestes veículos também privilegiam a imagem em detrimento do texto. Tudo isso num esforço para se adequar aos novos tempos, conforme afirma Pierre Levy.

“É muito raro que um novo modo de comunicação ou de expressão suplante completamente os anteriores. Fala-se menos desde que a escrita foi inventada? Claro que não. Contudo a função da palavra viva mudou, uma parte de suas missões nas culturas puramente orais tendo sido preenchida pela escrita: transmissão dos conhecimentos e das narrativas, estabelecimento de contratos, realização dos principais atos rituais ou sociais etc. (...) A escrita não fez com que a palavra desaparecesse, ela complexificou e reorganizou o sistema da comunicação e da memória social. (...) A ascensão da televisão certamente afetou o cinema, mas não o matou. Vemos filmes nas estranhas janelas, e as cadeias de TV participam da produção de novas obras cinematográficas”. (LEVY, 2002)

Não é difícil para TV e as mídias impressas se adaptarem à nova realidade via internet, pois são também suportes de imagens. Mas como fica a existência de um veículo que não tem imagem, como o Rádio? Vai deixar de existir e se transformar em uma televisão na web graças a tal Convergência das Mídias? Análises pessimistas apostam que na nova era o rádio está fadado ao esquecimento devido à substituição da irradiação do som através das ondas eletromagnéticas por novas vias de comunicação.

Heródoto Barbeiro, âncora da Rádio CBN e da TV Cultura de São Paulo, é um dos que apostaram no fim do Rádio como conhecemos hoje. “É um fato inevitável. O rádio vai navegar no bit digital binário. A conexão de todos – pessoas e entidades – não deixa outro caminho para o rádio senão a Internet. (...) O rádio tem que ser pensado, daqui para adiante, como um meio de comunicação via Internet. Insistir nos atuais meios é ficar para trás e as rádios que não se conscientizarem disso perecerão” afirma Barbeiro. (BARBEIRO&LIMA, 2001).

Passados dois anos esta previsão não se concretizou, até porque mudanças desta ordem não acontecem assim de uma hora para outra. Mas ainda há quem ache que o rádio continua “subindo no telhado”, ou seja, está sob risco iminente de extinção. Vamos por isso verificar um pouco a trajetória do rádio, desde os seus primórdios, para buscar indícios de que o veículo está fadado a não sobreviver às Novas Mídias, ou se resta alguma saída para ele.



Os desafios históricos

A radiodifusão é resultado de um processo longo, que envolveu inúmeras inovações tecnológicas, além de muitos progressos científicos através das pesquisas sobre a energia elétrica desde o século XIX. Quando alguém liga o rádio em casa, no carro, na praia ou no clube não faz idéia do esforço intelectual humano contido no funcionamento do aparelho.

Na raiz da descoberta da radiodifusão estava a necessidade do homem de se comunicar o mais longe e o mais rapidamente possível. De Fleur e Ball-Rokeach descrevem bem o momento histórico que antecedeu as primeiras pesquisas.

“Com a entrada da sociedade ocidental no século XIX, tornou-se crítica a necessidade de um meio de comunicação que até mesmo atravessasse os oceanos. O ritmo de intercâmbio comercial entre nações aumentara grandemente com o advento da revolução industrial. A Grã-Bretanha estava formando um império colonial tão vasto e dilatado que podia gabar-se impunemente de o sol nunca se pôr nele. (...) Outras nações, igualmente, construíam poderosas marinhas de guerra e grandes frotas mercantes. Estavam consolidando novos sistemas políticos, desenvolvendo mercados coloniais e explorando novas fontes de matérias primas”. (DE FLEUR & BALL-ROKEACH, 1993)

O atendimento da demanda por comunicação mais eficiente levou a invenção dos equipamentos para transmissão de som através de fios, o telégrafo em 1837 e o telefone em 1876. Mais tarde, em 1887, a comprovação da existência das ondas eletromagnéticas permitiu o desenvolvimento da tecnologia sem fios, da radiotelegrafia em 1897 e da radiotelefonia em 1906.

Dez anos depois o engenheiro russo David Sarnoff observou que as novas técnicas ofereciam outras possibilidades e sugeriu a criação de um novo veículo de comunicação: “Concebi um plano de desenvolvimento que poderia converter o rádio em um meio de entretenimento doméstico como o piano e o fonógrafo. A idéia consiste em levar a música aos lares por meio da transmissão sem fios”. Sarnoff propôs a instalação de transmissores em locais determinados onde se produziria a programação musical (as emissoras de rádio). Para recepção nas casas, seria comercializada a *caixa de música radiotelefônica* com válvulas amplificadoras e alto-falantes.

E assim o rádio se expandiu para o mundo, chegando inclusive ao Brasil com as primeiras transmissões experimentais ocorrendo em 1922. Somente um ano depois começou a funcionar regularmente uma emissora no país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada



por Roquette Pinto. O veículo cresceu e tornou-se um meio de comunicação de massa. Veio o sucesso e a Era de Ouro, com larga audiência no embalo de programas de auditório, radionovelas e radiojornais.

A partir da década de 50 o Rádio teve que ceder lugar na sala de estar para a Televisão. Diante da concorrência com um veículo de sons e imagens apostou-se na extinção do rádio, o que não ocorreu devido à reformulação do veículo, reforçada pela invenção do transistor que deu mobilidade ao aparelho. O rádio deixou a sala, mas tomou conta dos quartos, da cozinha, dos carros, dos passeios ao ar livre, etc.

Ao longo dos últimos anos a resistência do rádio foi testada várias vezes, mas conseguiu se reciclar a tempo de permanecer ao lado dos novos meios. A inclusão de prestação de serviços, esporte e jornalismo na programação, a melhoria do som pela frequência modulada, as emissoras all-news e as redes via satélite foram algumas das transformações que o rádio sofreu para se manter no ar.

Sobrevivência na Nova Era

O momento agora é de um novo teste, talvez o maior de todos, por causa do poderio das Novas Tecnologias e da Internet, que podem fazer do computador um único meio de comunicação, decretando o fim do Rádio porque ele não comporta imagens.

O estudioso português Adriano Duarte Rodrigues condena a idéia generalizada de que discurso e imagem pertencem a dois mundos antagônicos. A sobrevivência de um não passa pela exclusão do outro, pois existiria uma simbiose entre eles. “Quando lemos um texto, não podemos prescindir da percepção das imagens que as palavras formam na superfície lisa do papel ou na superfície de qualquer outro suporte, tal como não podemos deixar de conceber imagens mentais correspondentes às sugestões que a leitura de um texto desperta em nós”. (RODRIGUES, 1999).

O Rádio não comporta imagens, mas a sua linguagem também estimula a mente dos ouvintes. É a imagem mental formada a partir da linguagem conforme explica Martine Joly. “A imagem mental corresponde à impressão que temos quando, por exemplo, lemos ou ouvimos a descrição de um lugar, de vê-lo quase como se estivéssemos lá. Uma representação



mental é elaborada de maneira quase alucinatória, e parece tomar emprestadas suas características da visão. Vê-se”.

Mas só a afinidade imagética do rádio com as novas tecnologias não será suficiente para sua sobrevivência. Perto de completar noventa anos de existência, o veículo terá que passar por mudanças se quiser sobreviver como meio de comunicação de massa.

Na busca por novos caminhos é importante admitir que a Internet não é uma novidade passageira. É uma mídia de peso, que veio para ficar, e é inútil resistir à nova tecnologia. Por isso Eduardo Meditsch recomenda tirar o máximo de proveito dela.

“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”. (MEDITSCH, 2001)

Segundo Meditsch as pessoas vão cada vez mais precisar de informações em tempo real a respeito do que está acontecendo, no lugar em que se encontram, sem paralisar as suas atividades ou monopolizar a sua atenção. E só o rádio propicia isso não só em casa e no trabalho, mas também no carro e durante o lazer no campo ou na praia. Imagine estas atividades carregando um laptop ou um palmtop?

Deve-se levar em conta também que as novas tecnologias não estão suficientemente massificadas no mundo a ponto de colocar em risco o funcionamento do rádio. Em alguns lugares, longe dos países industrializados, onde populações inteiras têm pouco acesso a novas tecnologias, o rádio é o principal meio de comunicação. Não é à toa que, durante a guerra de março de 2003, depois de invadirem boa parte do território do Iraque, Estados Unidos e Inglaterra deslocaram um avião equipado com aparelhos de radiodifusão, uma rádio aérea, para sobrevoar o país transmitindo programação contra o ditador Saddam Hussein, em língua árabe. Não é de hoje que o rádio tem um papel altamente estratégico em tempos de guerra.

Na África, continente dividido em países com graves problemas sociais, o rádio é mais influente que a imprensa escrita e a TV. Afinal ele é barato e não exige que a pessoa saiba ler. Por isso a Organização das Nações Unidas financia projetos que levam emissoras



comunitárias a várias regiões africanas e fornecem aparelhos receptores às tribos. Em torno do rádio as famílias se reúnem para ouvir programas de notícias e de entretenimento.

Em Burundi, na África Central, a radionovela “Nossos vizinhos e nós” tornou-se campeã de audiência entre hutus e tútsis, duas tribos que lutam pelo poder numa guerra que já matou mais de 200 mil pessoas. O programa é um sucesso porque ensina as comunidades rivais a falar de suas diferenças e a resolver conflitos de forma amigável. De acordo com reportagem do jornal Folha de São Paulo trata-se de uma produção do estúdio independente Ijambo, que se mantém através de doações e está em constante atrito com a censura. Em plena era da informação, o rádio contribui para aproximação de etnias hostis, dando esperança de término de 40 anos de divisões entre os africanos.

No Brasil: a saída como mídia radical

No Brasil as emissoras comunitárias também desempenham um papel cada vez mais importante nos bairros pobres, nas favelas e nas pequenas cidades. Elas dão voz aos moradores que não têm espaço na imprensa grande para colocar suas reivindicações sobre saúde, segurança, saneamento básico, abastecimento de água e desemprego, além de fazer o resgate da identidade cultural de comunidades distantes.

Na localidade de Nova Olinda, no estado do Ceará, uma certa Fundação Casa Grande-Memorial do Homem Kariri virou notícia de jornal por ser um pequeno império de arte e comunicação, em pleno sertão. A experiência chamou atenção do repórter Ricardo Kotcho, que esteve lá pelo jornal Folha de São Paulo, e constatou: “Não chega a ser uma Fundação Roberto Marinho, mas a Casa Grande é uma ONG que já tem rádio, televisão, jornal, editora, museu, grupos de teatro e de música. Detalhe: tudo é tocado por 70 crianças e adolescentes da cidade, artistas multimídia com idades que vão de três anos aos 18 anos”, escreveu o jornalista, destacando que só participa das atividades quem frequenta a escolar regularmente e tira boas notas.

A programação da emissora Casa Grande FM é ouvida em cinco cidades ao redor de Nova Olinda. Os noticiários falam da região a cada meia hora e a programação musical inclui desde música clássica a cantoria de viola e forró de pé de serra.



Nas grandes cidades as emissoras comunitárias desempenham um papel igualmente importante. É o caso da Favela FM, de Belo Horizonte, apontada por Luis Artur Ferrareto como exemplo de emissora com forte interferência na comunidade.

“A emissora foi criada, em 1981, por um grupo de 50 moradores do Aglomerado da Serra, um conjunto de 11 favelas de Belo Horizonte. (...) Uma comprovação do trabalho comunitário realizado são os dois prêmios concedidos pela Organização das Nações Unidas à Favela FM devido às campanhas contra o uso de drogas realizadas pela emissora. Ela já recebeu dois prêmios concedidos pela Organização das Nações Unidas pelas campanhas contra o uso de drogas”. (FERRARETO, 2001)

A Favela FM foi fechada várias vezes até sua legalização através da Lei 9.612 de 1998 que autorizou o serviço de radiodifusão comunitária no Brasil. O diretor de Programação, Misael Avelino dos Santos, explica que a conscientização política dos moradores é um dos principais objetivos da emissora. “(...) com o auxílio de estudantes de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, a Rádio Favela divulga diariamente boletins informativos chamados *Para que serve a política?* Eles explicam aos moradores como agir diante da violência policial, do abuso de autoridade, da invasão de domicílio e prisão ilegal. Fatos corriqueiros no dia a dia da favela”. Misael diz também que a emissora recebe cerca de 500 telefonemas por dia e é usada pelos moradores para mandar recados para a família.

No ano de 2002, a história da Rádio Favela chegou aos cinemas brasileiros, pelas mãos do cineasta Helvécio Ratton, que dirigiu o filme “Uma onda no ar”. Além de contar a trajetória da emissora mineira, a produção tem o mérito de levar para o grande público a discussão sobre o papel das rádios comunitárias na atualidade.

Em São Paulo a Rádio Heliópolis FM é outro exemplo de comunitária que deu certo apesar da escassez de recursos financeiros. Fundada há dez anos pela Unas, União e Associação de Moradores dos Bairros Heliópolis e São João Clímaco, a emissora funcionava através de cornetas espalhadas pelos postes de luz nas ruas. Hoje ela opera na frequência 97,9 FM com apoio cultural de comerciantes locais e o trabalho voluntário de 21 moradores, que atuam como locutores e programadores. Todos fizeram cursos sobre como abordar os ouvintes adolescentes e orientá-los sobre questões da sexualidade e drogas, por exemplo. O coordenador Gerônimo Barbosa explicou ao jornal Ipiranga News que a prestação de serviços e a discussão dos problemas da comunidade são a prioridade: “Nossa rádio é um modelo de



rádio comunitária, pois damos voz e poder para o cidadão local. Aqui prestamos serviços para a comunidade, como a perda de um documento e também falamos dos problemas do bairro”.

Na cidade do Rio de Janeiro, nem o poderoso Sistema Globo de Rádio resistiu à força destas emissoras junto às comunidades carentes. Em 2002 a empresa fechou uma parceria com a ONG Viva Rio para criar uma emissora com perfil comunitário: a Rádio Viva Rio, no ar desde o ano passado. A grade conta com programas ao vivo que discutem os problemas dos moradores, além de tocar as músicas que são sucesso nos morros cariocas.

E mais do que isso: a Viva Rio tem dez correspondentes que entram ao vivo de hora em hora dos Morros do Alemão, do Cantagalo e de Cidade de Deus entre outros. Uma aposta no mínimo inusitada do Sistema Globo de Rádio, mas claramente mercadológica se levarmos em conta que um terço da população favelada do Rio de Janeiro se liga nas rádios comunitárias. Se não dá para competir, melhor juntar-se a elas.

Conclusão

A força das Novas Mídias nas quais a imagem prevalece, é um fato irrefutável e seria ingenuidade resistir a isso. Melhor tirar partido e através destas tecnologias construir novos canais de acesso e difusão de informações. Graças a Internet pode-se acessar qualquer emissora de qualquer lugar do mundo desde que ela esteja disponível on-line. Basta um click no mouse do computador.

Além disso, o futuro da radiodifusão passa necessariamente pela digitalização que vai permitir a melhoria da qualidade do som, sobretudo nas transmissões em ondas médias, relegadas ao segundo plano com o advento da frequência modulada. O áudio radiofônico digital terá qualidade de CD e vai colocar as emissoras AM em pé de igualdade com as FM.

Outra constatação é a de que os grandes veículos não conseguem suprir a demanda de informações e a expressão de pontos de vista de toda a sociedade. Isso abre espaço para as mídias alternativas que segundo John D. H. Downing já estão ganhando força. “A mídia radical não tem o objetivo de ser ‘mainstream’, de atingir milhões e milhões de pessoas - embora possa chegar a ser. Tem, muitas vezes, uma perspectiva local, com operações comunitárias. O que importa é que essa mídia se comunica dispondo de exemplos mais



próximos de seu grupo e fala de necessidades que nem sempre estão na agenda das grandes corporações de comunicação”, comenta.

O Rádio cuja essência sempre foi a cobertura local se presta perfeitamente ao perfil da Mídia Radical Alternativa. Está aí mais uma prova da resistência do veículo, uma vez que as emissoras comunitárias já se encaminham justamente nesta direção.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apud BAITELLO Jr, N. *O olho do furacão. A cultura da imagem e a crise da visibilidade*. Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, 2000.

Apud BAITELLO Jr, N. *O Tempo Lento e o Espaço Nulo Mídia primária, secundária e terciária*. EDIPUCRS, Porto Alegre. 2001

BARBEIRO&LIMA, H e P. R.. *Manual de Radiojornalismo*. Campus, Rio de Janeiro. 2001

LEVY, P. *Cibercultura*. Editora 34, Rio de Janeiro. 2001.

DE FLEUR & BALL-ROKEACH, M.e S. *Teorias da Comunicação de Massa*. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro.1993.

RODRIGUES, A.D. *Comunicação e Cultura – A experiência cultural na Era da Informação*. Editora Presença. Lisboa. 1999.

JOLY, M. *Introdução à análise da Imagem*. Papirus Editora. 1999.

MEDITCH, E. *O ensino do radiojornalismo em tempos de internet*. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande. 2001

FARAH, P. D. Rádio aproxima etnias rivais na África. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 agos. 2001. Caderno Mundo, p A-24

KOTSCHO, R. Crianças na direção, tecnologia digital substitui enxada no Ceará. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 11jul 2001. Folha Ilustrada. p E-1

FERRARETO, L. A. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Sagra Luzzato. Porto Alegre. 2000.

“Há dez anos, Heliópolis tem sua rádio FM” (setembro de 2002)
Disponível: www.ipiranganews.inf.br (capturado em 10 abril 2003)

MATTOS, L. Outra Frequência. (Por que as rádios comunitárias têm tanta audiência?) **Folha de São Paulo**, São Paulo, 9 mai. 2002. Folha Ilustrada. Caderno 4, pg. 2.

BORGES, R. Mídias Radicais lutam para que a história continue, **Valor Econômico**. São Paulo, 13 fev. 2003. Resenha. Caderno 3, p.4.