



A Produção de Sentido no Rádio¹

Ed Wilson Ferreira Araújo²

Universidade Federal do Maranhão – UFMA, São Luís, MA

Resumo

Estabelecer uma cumplicidade sonora com o ouvinte é um dos principais desafios da produção radiofônica. Neste artigo, coloca-se em debate alguns caminhos em busca de uma eficácia comunicativa capaz de construir uma linguagem dialogada no rádio, ressaltando a sensorialidade e a interatividade como características essenciais neste processo. Recuperando fatos históricos de otimização tecnológica do som, levantam-se vários elementos em defesa da produção de sentido a partir do arranjo dos quatro elementos da linguagem radiofônica: palavra, música, efeitos e silêncio.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; linguagem; produção de sentido; tecnologia.

1 A CEGUEIRA NO RÁDIO

Uma das mais expressivas cenas do filme “Ensaio sobre a cegueira”, baseado na obra literária homônima do escritor José Saramago, ocorre quando um grupo de pessoas acometidas de uma súbita perda da visão é recolhido por motivo de segurança. A epidemia espalhou-se rapidamente e as autoridades começaram a confinar os contagiados. Amontoados em um galpão, vivendo em acomodações precárias, os cegos tentam adaptar-se à nova situação permeada de muitas dificuldades e conflitos.

Em meio ao desespero, uns poucos minutos acalentam a nova e turbulenta existência daquelas pessoas. Um dos homens confinados, o ator Danny Glover, de meia idade, cabelos grisalhos, apresenta ao grupo um rádio de pilha. Sintoniza em uma estação musical e, como num passe de mágica, o grupo reúne-se em torno daquele som. Tocava uma balada. Aos poucos a batida dos pés, o movimento dos dedos, os olhos lacrimejantes, as expressões de relaxamento, as lembranças, sentimentos e emoções afloravam ao som da música naquele ambiente outrora hostil.

Pairava a impressão de que as pessoas, naqueles poucos minutos, tivessem esquecido as tensões da cegueira e transportadas para outras situações, embaladas pela melodia que suscitava lembranças, ambientes, circunstâncias, estados de alegria, tristeza

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Professor Mestre da Universidade Federal do Maranhão - UFMA



etc. O rádio passou a ser o único meio de relacionamento daquelas pessoas com o mundo exterior, ou melhor, com os diversos mundos projetados por aquela canção. A cegueira era completada por múltiplas imagens projetadas pelas ondas sonoras, paisagens esquecidas e lembradas no ambiente lúdico de uma balada musical.

Em outra circunstância, na periferia de São Luís, um sistema de som popular, com caixas de som amarradas nos postes, anima as manhãs do bairro Santa Clara com notícias, utilidade pública, mensagens de amor, abordagem dos problemas do bairro e uma variada programação musical. À frente da emissora, o casal de deficientes visuais Isaac e Felicidade Aguiar coordena uma equipe de 15 comunicadores populares. A deficiência visual não é um entrave às tarefas administrativas e criativas nos estúdios da Rádio Realidade via cabo. O rádio, para eles, é um complemento existencial fundamentado na produção de imagens acústicas possibilitadas pelo som.

Percorrendo o interior do Maranhão para ministrar cursos de capacitação a comunicadores comunitários, deparei-me certa vez com uma situação inusitada. A certa altura da estrada, um homem alto, moreno e forte entra no ônibus, conversa com o motorista e o cobrador, demonstrando certa intimidade. Pouco depois soa um apito que carregava pendurado no pescoço, amarrado a um cordão. Os passageiros, atraídos pelo som de alerta, concentram suas atenções naquele homem. E ele começa a anunciar as notícias do dia, como se fosse um apresentador de radiojornal. Concluído o “programa”, sacode na mão direita um punhado de moedas e começa a percorrer as poltronas, explicando que era cego e ganhava esmolas anunciando notícias. Bem cedo ouvia as emissões nacionais e locais, gravava os assuntos mais importantes e reproduzia nos ônibus.

Estas três referências sobre a cegueira no rádio ilustram a variedade de situações presentes no que se refere à produção de imagens sonoras, tema recorrente em vários autores ao longo deste texto. Sobre esta suposta cegueira no rádio, Meditsch (1995, p.6) aponta:

A cegueira do rádio permite que a sua narrativa nos conduza de uma situação para outra diferente, de um diálogo para o pensamento de um personagem, de uma situação concreta para uma idéia abstrata. E nada disso parece absurdo, porque funciona da mesma forma que o nosso devaneio. O rádio pode evocar imagens visuais no ouvinte, mas não só visuais. Nossa memória não é um arquivo de slides, guarda também olfatos, sabores, sensações táteis e melodias. Guarda principalmente nossa compreensão e nossas emoções a respeito dos fatos da vida. A linguagem do rádio evoca facilmente isso .



Como ocorre essa produção de imagens? Qual o sentido produzido pelo rádio, a partir dos quatro elementos da linguagem radiofônica (efeitos sonoros, a palavra, o silêncio e a música)? José Ignácio Lopez Vigil (2003), no Manual urgente para radialistas apaixonados, vai direto ao ponto, destacando a potencialidade visual do rádio. “Ver” com os ouvidos é a proposição:

Isto é possível porque os humanos não têm dois olhos. Temos três. O ouvido também vê. Ou melhor, o ouvido vê com o olho interior, esse a que chamamos imaginação. Os olhos do rosto podem estar fechados. O terceiro, da mente, segue, vem aberto e espera que os outros sentidos – especialmente a audição – o estimulem (VIGIL, 2003, p.36).

2 ELEMENTOS DA LINGUAGEM RADIOFÔNICA

Nos seus estudos sobre a estética da voz, a fonoaudióloga Eudósia Quinteiro (2007) discorre sobre o espectro de possibilidades que a palavra adquire no diálogo com os outros componentes da linguagem radiofônica. Para Quinteiro (2007), a locução e a interpretação no rádio produzem riqueza harmônica, equilíbrio sonoro, construção de imagens.

No rádio, a fala é o desenho de imagens visuais. “Para um ator (locutor) a palavra não é apenas um som, é uma evocação de imagens” (QUINTEIRO, 2007, p.138). Tal evocação é processada no contexto da harmonia entre o significado das palavras e sua riqueza sonora. Em outras palavras, para a autora, ouvir é ver aquilo de que se fala, num intenso diálogo de sensações.

Mas a eficácia desta construção de sentido passa necessariamente pela criação de um relacionamento de cumplicidade sonora e ética entre o emissor e a audiência. Quando não há essa cumplicidade, adverte Quinteiro (2007), o ouvinte começa a perder o interesse pelo que está sendo dito. Recorrendo aos ensinamentos do ator e escritor russo Constantin Stanislavisk, a autora remete à criatividade gerada pelos elementos da linguagem radiofônica como essencial na alimentação das imagens geradas para e pelo ouvinte.

Esta visualização, assegura, promove uma harmonia entre o que é dito, percebido e entendido, através do estímulo às sensações. Há, portanto, uma



correspondência, uma “ponte acústica” projetada nos diversos tipos e formatos de programas (do jornalismo à novela radiofônica), construída na relação com o ouvinte.

Além do papel da palavra, a abordagem do tema requer uma ambientação dos gêneros musicais e das trilhas sonoras no contexto da produção radiofônica e das suas relações com o campo midiático. Portanto, é necessário entender os gêneros e as trilhas na composição das marcas sonoras alicerçadas em uma linguagem específica do rádio. Conceitualmente, linguagem é um conjunto de signos capaz de produzir um certo tipo de comunicação. Fundamenta-se no código, com seu repertório de possibilidades; e na mensagem, que atua sobre a base do código produzindo um conteúdo ordenado e articulado a partir do repertório. Segundo Balsebre (1994):

Na busca pela linguagem autêntica do meio foi possível definir empiricamente sua gramática e sua sintaxe. Existe linguagem quando tem-se um conjunto sistemático de signos que permite certo tipo de comunicação. A função comunicativa da linguagem tem aspecto duplo: o código, repertório de possibilidades para produzir enunciados significantes e a mensagem, variações particulares sobre a base do código. A lingüística moderna fixa também um terceiro aspecto entre o código e a mensagem: o uso social e cultural.

A mensagem é um agrupamento acabado, ordenado de elementos concentrados em um repertório que constitui uma seqüência de signos reunidos segundo certas leis. E a comunicação só é possível quando o repertório de elementos é conhecido pelo emissor e receptor. Atualmente, devemos incorporar também nesse processo a tecnologia. E sem a interação emissor-receptor, sem a mediação de um processo de percepção, podemos considerar que a produção de mensagens não tem sentido. Quanto mais comuns e consensuais forem as estratégias de produção de significado, de decodificação e deciframento, mais eficazes serão as mensagens na comunicação emissor-receptor. Mas para isso, também é preciso integrar a forma e o conteúdo, o semântico e o estético (BALSEBRE, 1994).

O autor advoga a “sintonia” de repertórios entre emissor e receptor. Este, por sua vez, não é apenas um ouvinte passivo, mas participante do discurso. A interação e a percepção citadas pelo autor, através da mediação tecnológica, são essenciais na produção e na circulação das mensagens. Sobre a esteira da linguagem desenvolve-se o discurso. No caso do rádio, a prática discursiva é produzida a partir dos valores expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio – elementos constitutivos da “paisagem sonora” (SCHAFER, 1987).

Assentado no “quê” se diz e no “como” se diz, o discurso visa essencialmente à produção de sentido. O discurso radiofônico é, pois, uma totalidade significativa no dizer de Ricardo Haye (2004), constituída pela ordenação harmônica da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, visando produzir sentido,



interagir, despertar a sensorialidade junto ao ouvinte, fazendo com que ele – ouvinte – passe a ser sujeito da comunicação.

Assim, o rádio cumpre, além de uma função semântica, uma outra – estética. O equilíbrio entre conteúdo (semântico) e forma (estética) é essencial na produção de imagens acústicas. É nesse contexto que os variados gêneros musicais e também suas especificidades proporcionam um vasto universo capaz de fornecer elementos acústicos para a produção de trilhas sonoras.

Nesse processo é fundamental a mediação tecnológica como elemento fundante da paisagem sonora contemporânea. O imaginário, provocado e estimulado pelas produções radiofônicas, é invadido pelos artefatos tecnológicos materializados nos processadores e sintetizadores eletrônicos, capazes de fazer múltiplas alterações na base sonora: reverberar, acelerar, distorcer, cortar, copiar, retardar, acelerar, ecoar, misturar, colar etc. Essas formulações sonoras remontam às experiências futuristas do pintor e compositor Luigi Russolo (1913), no início do século XX. Pautado na nova paisagem sonora advinda da Revolução Industrial, que introduziu os barulhos das máquinas no cotidiano do homem moderno, o compositor escreveu o manifesto “A arte do ruído”, sintetizando os princípios do futurismo na música.

Além disso, ele construiu uma série de aparelhos de engenharia de som, tais como o zumbidor, o gotejador, o crepitador, o sibilador etc, introduzindo os sons gerados pelos entoadores de ruídos (*intonarumori*) em composições eruditas e populares. Nascia, assim, a música concreta. O músico francês Pierre Schaeffer (1948) prolongou essa linha experimentalista propondo uma nova paisagem sonora baseada no “ouvido pensante” e na escuta focada. Para ele era necessário incorporar o som da modernidade ao discurso radiofônico, estetizando-o.

É essa função expressiva do rádio que vamos encontrar aperfeiçoada e sofisticada na contemporaneidade. Os efeitos sonoros e a música, em seus diversos gêneros, encontram-se materializados nos produtos radiofônicos organizados na grade de programação, contendo marcas sonoras constituintes de um efeito de reconhecimento. As marcas sonoras ajudam a criar a imagem acústica, associando o som a um ambiente, uma situação, uma pessoa, um tema, um estado psicológico muitas vezes já postos e retidos no inconsciente. Trata-se de um tipo de sensorialidade relacionada ao *leitmotiv* (motivo referente), muito comum na obra do compositor alemão Richard Wagner.



O filósofo Friedrich Nietzsche (2002), admirador de Wagner, disse que “sem a música a vida seria um erro”. Referia-se então ao *musiké* grego e à potência estética e representativa da composição wagneriana. A música, para Nietzsche, sobretudo a partir de Wagner, era vontade de potência, temática recorrente na obra do filósofo alemão. Como já dissemos anteriormente, ao valor semântico (conteudístico) da produção sonora soma-se o valor estético como importante componente dos níveis de significação do discurso radiofônico. É assim que as trilhas sonoras operam produção de sentido nas emissões radiofônicas. Ao escolher a trilha sonora de um compositor erudito para compor uma peça publicitária de cosméticos aromatizados, a intenção é produzir no receptor/consumidor a sensação de conforto, aconchego e tranquilidade que o som sugere. Observamos aí a exacerbação do valor emotivo da música.

Mas as trilhas sonoras e os gêneros musicais não se limitam à promoção de produtos da perfumaria. A sua função cognitiva e significativa está presente de forma ativa em toda a grade de programação, associada aos outros elementos constituintes da paisagem sonora. As trilhas são essenciais na abertura de programas e no acompanhamento da locução, produzindo ritmo ao enunciado. Elas ajudam a compor o bloco sonoro dos mais variados gêneros radiofônicos. Estão presentes nos programas jornalísticos, educativo-culturais, publicitários, propagandísticos, de serviços e especiais, a exemplo das revistas radiofônicas.

Cabe destacar, porém, o papel dos gêneros musicais e das trilhas nos formatos onde são mais exigidos – programas musicais, radionovelas e radioteatro – típicos do entretenimento. Não há como tocar nesse tema sem uma referência ao papel da Rádio Nacional na promoção da música e na utilização dos efeitos sonoros nas emissões radiofônicas. Ao analisar o cenário acústico construído no célebre programa A Guerra dos Mundos, de Orson Welles, Carlos Eduardo Esch e Nélia Del Bianco (1998) discorrem sobre o tecido sonoro produzido pelos repórteres, narradores e operadores de som na construção da narrativa sobre a imaginária invasão dos marcianos à Terra.

Muito mais do que desempenhar funções na trama, os ruídos e efeitos complementam o sentido da palavra e provocam sensações. Em *O sentido do som*, Leonardo de Sá (1991) explica que o som é a sensação decorrente da percepção do aparelho auditivo, das ondas provocadas por um objeto em movimento vibratório. Não haveria sensação sonora se não houvesse um aparelho orgânico que transformasse as vibrações em imagem mental, em imagem acústica. Para o autor, pensamos os sons a partir do que percebemos, e mais possibilidades sonoras imaginamos quanto mais tenhamos condições



efetivas de vivenciar os seus meios, as suas fontes, os seus instrumentos. Ainda nessa linha de percepção, a expressão sonora dá-se em condições nas quais as imagens sonoras vivenciadas compõem um conjunto de possibilidades que transmitam pelo nosso imaginário e da própria cultura em que vivemos, espaço este criado e recriado pela nossa imaginação à medida em que vivemos e interagimos com a dinâmica social (BIANCO, 1998, p.75).

A Rádio Nacional, nos anos 1940, funcionou como caixa de ressonância da musicalidade e da formação cultural brasileira. O erudito, o popular, o folclórico e o religioso – na didática classificação dos gêneros musicais – passaram pelas ondas do rádio em um momento histórico importante, no qual o Brasil afirmava a transição de uma economia agrário-exportadora para a industrial. O rádio, portanto, teve midiaticamente essa nova sociabilidade do homem urbano brasileiro. Nesse contexto, os musicais, as radionovelas, os programas de auditório e as trilhas sonoras que alimentavam diversos outros formatos tiveram um papel essencial na formação da paisagem sonora daquele momento. Assim, o discurso radiofônico cumpriu, também, uma função social.

O Brasil vivia o império dos sentidos oportunizado pelo som, seja na propagação do cancionário popular seja na estimulação da sensorialidade. Em síntese, esse ambiente sonoro proporcionou, no dizer de Walter Alves (1994), o despertar para o “ouvido que vê”; no entendimento de Orson Welles (1938), o rádio como uma grande tela; e na interpretação de Marshall McLuhan (2000), o rádio como meio visual.

Do outro lado do mundo, na Europa, as experiências como a música concreta prosperavam. Rebatizada de eletroacústica, teve nos anos 1980 e 1990 um dos seus principais expoentes: o norte-americano John Cage. É de Murray Schafer (1987) uma das mais claras ponderações sobre o advento dos ruídos industriais no cotidiano do homem. A partir desta observação, ele vai propor uma “nova paisagem sonora” que estetize a profusão sonora moderna.

Os motores são os sons dominantes da paisagem sonora do mundo. Todos os motores compartilham um aspecto importante: são todos sons de baixa informação, altamente redundantes. Isso quer dizer que, a despeito da intensidade de suas vozes, as mensagens que falam são repetitivas e, em última análise, aborrecidas. Há uma sugestibilidade hipnótica sobre motores que faz com que se imagine se, à medida que invadem totalmente nossas vidas, eles não podem estar mascarando todos os outros sons, nos reduzindo, no processo, a aquiescentes bípedes dopados, tateando indolentemente em volta, num mudo transe hipnótico.



[...] Tais são portanto os enfáticos *leitmotifs* da sinfonia musical: tráfego aéreo, guitarras amplificadas, os sons de tempo de guerra e maquinário elétrico. Esses são os grandes blocos sonoros, a linha contínua do som, as armas letais que agora dominam a composição. Eles demonstram a crueza da sua orquestração.

Em seguida os *leitmotifs* menores: os onipresentes aparelhos de rádio e televisão, os sons de trânsito nas ruas, o telefone, o som do encanamento, de fornalhas, de ar-condicionado. Esses são os sons – algaravia (SCHAFER, 1987, p. 237).

O rádio, portanto, apropria-se da paisagem sonora, articulando o silêncio, os ruídos, os efeitos sonoros e a música em uma orquestração. Representante da Radioarte ou Art Radio, Cage não só compôs trilhas sonoras para o rádio, como também fez das próprias transmissões radiofônicas material para as suas composições.

A experiência futurista de Russolo no início do século XX, aperfeiçoada por Pierre Schaeffer em meados deste mesmo século, ainda inspirou diversos gêneros musicais mundo afora. No rock, a banda Pink Floyd incorporou o som das máquinas registradoras. O músico brasileiro Hermeto Paschoal interpôs sons de mugidos de vacas, roncões de porcos e cacarejos de galinhas a uma de suas composições, batizada de concretismo rural.

3 ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NO RÁDIO

Enfim, a paisagem acústica fabricada pela palavra e pelo silêncio tem na música, nas trilhas sonoras e nos efeitos um harmônico acompanhamento. Assim, o rádio vai produzindo suas imagens acústicas, evocando sensações psicológicas contedísticas e estéticas através do som. Na sua caminhada visando produzir sentido, o discurso radiofônico evoca quase todos os sentidos humanos. De todas as marcas do rádio, a sensorialidade é a mais forte nesse contexto da produção de sentido.

O rádio desperta a imaginação do ouvinte. Mas isto ocorre em um conjunto de outras características do meio radiofônico, como a penetração (atinge a todos e praticamente sem limite geográfico); a mobilidade/adaptabilidade (o ouvinte escuta em qualquer lugar); a imediaticidade (o rádio fala no instante em que os fatos ocorrem); a instantaneidade (para receber a mensagem na hora, basta ligar o aparelho); a simultaneidade (combinação de recursos sonoros: voz, música, efeitos especiais e silêncio); a credibilidade (ouvir é mais efetivo que ler); a profundidade e a identidade (o rádio cria um mundo particular para cada ouvinte).



A síntese destas características apresentadas por Cyro Cesar (2005) desemboca na compreensão da mensagem, fruto dos atos combinados de ouvir, escutar e prestar atenção. Observa-se também, como característica negativa, a dispersão. Qualquer interferência do meio externo pode perturbar o recebimento da mensagem se o ouvinte não estiver concentrado. A dispersão só aumenta a responsabilidade do rádio. Para ser eficaz, a linguagem e o discurso radiofônicos devem ser elaborados com a máxima criatividade, principalmente nos gêneros lúdicos articulados ao teatro, à fábula, ao conto e à novela.

O rádio não dispõe das facilidades da imagem refletida imediatamente na televisão, cuja capacidade de absorção do telespectador é extremamente superior à do espectro radiofônico. A imagem televisiva invade o campo existencial da audiência, oferecendo-lhe o máximo de possibilidades interpretativas. A dispersão na TV é mínima, pois o campo sensorial da visão absorve a quase totalidade do discurso audiovisual.

No ambiente radiofônico, as estratégias discursivas precisam ser construídas com o máximo de acuidade, porque a audição pode ser intencionada ou dispersa. Para focar a escuta, um programa precisa articular conteúdo e forma visando buscar a perfeita engenharia entre os efeitos gerados pela palavra, música, efeitos e silêncio. Com base na interpretação de Rudolf Arnheim (1980), José Menezes (2007, p.57) propõe:

Da mesma forma que nas peças radiofônicas um narrador emprega a língua para expressar, comunicar ou interpretar um texto, também os repórteres devem manifestar um estado de ânimo; uma capacidade de assimilação para descrever o que está acontecendo de modo a permitir que o ouvinte viva intensamente o acontecimento; e o que chama de força narrativa do locutor.

A expressão e a interpretação na linguagem radiofônica são instrumentos essenciais na produção de sentido no rádio. Na programação jornalística, por exemplo, as principais emissões noticiosas estão adaptadas ao ritmo biológico do homem contemporâneo. Os horários do café da manhã, do almoço e do jantar são associados aos boletins e radiojornais. Da mesma forma ocorre na televisão. Associado a estes fatores, o ouvinte executa uma série de outras tarefas ao ouvir rádio: arruma a casa, dirige, trabalha, cozinha etc. A possibilidade dispersiva, para ser superada ou amenizada, precisa de uma composição sonora capaz de reter a atenção do ouvinte em



meio à sua multiatividade cotidiana. Utilizar uma linguagem acessível nestas circunstâncias é uma recomendação. Meditsch (1995, p.3) observa:

A simplicidade da linguagem do rádio também tem uma explicação econômica: ela atende às exigências de rapidez da informação na sociedade industrial. Por sua velocidade de funcionamento e também por sua complexidade, a sociedade industrial depende da informação rápida e abundante para monitorar seu funcionamento. O rádio é uma instituição chave na produção desta informação necessária. A imediatividade, a versatilidade, a ubiquidade e a facilidade de recepção do rádio ainda não foram alcançadas por nenhum outro meio, e isso se deve à simplicidade e praticidade de sua linguagem sonora.

É importante também observar que a interpretação, a força narrativa e a expressão variam de acordo com as especificidades dos gêneros radiofônicos. Ao sugerir que a cegueira no rádio permite que a narrativa nos conduza em diferentes situações, evocando sabores, sensações táteis, olfatos e melodias, Meditsch (1995) faz referência também à falta de evocação. Portanto, a locução no gênero radiojornal não deve ter a mesma força de uma radionovela, por exemplo. Vejamos novamente o autor:

[...] o que torna mais eficiente esta linguagem é que ela escolhe o que evocar. Ou seja, ela pode também não evocar coisa nenhuma. Num programa de notícias, por exemplo, dificilmente alguém imagina o aspecto do jornalista que fala sentado à frente da tela do computador, ou pensa como será o formato do estúdio em que isso ocorre. Esses dados são omitidos da comunicação porque não são importantes para ela.

Na “Estética radiofônica” que escreveu em 1936, o alemão Rudolf Arnheim nota que o rádio pode operar admiravelmente a “lei da economia” que governa toda obra de arte: só deve participar dela o que contribui para o seu significado. Com base nisso, sustenta que no rádio, a imaginação visual do ouvinte só deve ser chamada quando tem algo a contribuir. Fora disso, é um ruído na comunicação, atrapalha e não tem sentido, como não teria pintar uma estátua com a cor da pele. Muitos autores, no entanto, desconsideram este aspecto e consideram a imaginação visual do ouvinte como um componente permanente e necessário na linguagem do rádio (MEDITSCH, 1995, p.6).

A estética dos programas, e conseqüentemente a força narrativa neles imposta, varia de acordo com os gêneros. Os relatos jornalísticos “podem apresentar características subjetivas do ponto de vista dos conteúdos e, portanto, acrescentar ao ato de informar o de emitir opiniões sobre os acontecimentos” (BARBOSA, 2003, p. 89).



Para o autor, os formatos são assim classificados: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, rádiojornal, documentário jornalístico, mesa redonda ou debate, programas policiais e esportivos, além de divulgação técnico-científica.

Decorre desta classificação que uma notícia será lida com determinada entonação, ao passo que um comentário sobre a mesma notícia pode ser acrescentado de uma força narrativa carregada de subjetividade e interferências ideológicas. Atualizando o seu público através da divulgação, do acompanhamento e da análise dos fatos, o apresentador lança mão de diferentes formas expressivas ao longo da emissão. No gênero de serviço, cujo predomínio é da utilidade pública, a narrativa aproxima-se dos enunciados jornalísticos. Segundo Barbosa (2003, p.135),

Existem atualmente, nos grandes centros, emissoras que mantêm uma programação exclusivamente voltada para o serviço. Assim, o ouvinte pode estar sempre atento às mudanças no fluxo do trânsito de sua cidade, às condições meteorológicas, ao anúncio de concursos, aos preços dos alimentos, aos espetáculos artísticos em cartaz, aos prazos de vencimentos de impostos e taxas etc.

Os gêneros educativo-cultural, de entretenimento, publicitário e propagandístico vão requisitar da produção radiofônica o máximo de evocação de imagens, pois lidam com elementos da subjetividade mais profundos. A expressão, a narração e a entonação de programas como radionovela, radioteatro, radioconto, documentários, revistas radiofônicas, programas infantis, musicais e outros têm uma construção estética. Gisela Ortriwano, em “Ok marcianos! Vocês venceram!”, explica as diferenças entre os gêneros e formatos radiofônicos ao discorrer sobre a sensorialidade, característica do rádio já abordada anteriormente:

O rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por intermédio da criação de um diálogo mental com o emissor: é a sensorialidade que se faz presente. O ouvinte visualiza o fato narrado através dos estímulos sonoros que recebe, da entonação vocal, da tonalidade, do ritmo da mensagem. A imaginação é despertada pela emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que o receptor dê asas às suas expectativas individuais, à sua imaginação. A sensorialidade é uma característica que pode trazer resultados benéficos para uma série de tipos de programas (humor, dramatizações etc). Mas na transmissão jornalística é necessário vigiá-la: qualquer deslize pode levar a reações indesejáveis como pânico, revolta etc. É conveniente conter a imaginação do receptor limitando-a aos fatos, elaborando a mensagem jornalística sob seu aspecto mais



racional, evitando a linguagem e a interpretação apelativas que levam, fatalmente, ao sensacionalismo (ORTRIWANO, 2000?, p. 7).

A confirmação da totalidade comunicativa no rádio requer um outro elemento: a interatividade. Este conceito está associado à função social, portanto política, do meio radiofônico. Remete imediatamente à participação do ouvinte no processo de elaboração da mensagem. O diálogo mental proposto por Ortriwano requer uma postura ativa do ouvinte no contexto da distribuição e reelaboração dos conteúdos. Observa-se então a complementaridade de três componentes no processo da construção de sentido no rádio. Discorrendo sobre as formas de pensar o rádio, Ortriwano aponta três caminhos.

O primeiro enfatiza somente a base tecnológica, canal de transmissão de mensagens, inspirado nas correntes funcionalistas. O segundo avança ao encarar o rádio como “espaço” no qual múltiplos atores convergem, produzindo conjuntamente uma prática comunicativa. Já o terceiro caminho aponta para pensar o rádio como uma experiência cultural, na qual o público deixa de ser ouvinte passivo para ser sujeito de uma experiência comunicacional dialogada.

As bases desta proposição foram lançadas inicialmente pelo dramaturgo Bertolt Brecht, ao propor o fluxo radiofônico em duas mãos de direção. No texto “Rádio: interatividade entre rosas e espinhos”, Ortriwano critica o modelo concentrador e monopolizador das transmissões e, à luz de Brecht, discorre sobre a multiplicidade de vozes como essência da interatividade:

Neste sentido, Brecht conclamava os diretores de emissoras a abrir canais de participação dos ouvintes na formação da programação, uma antevisão do que hoje fascina os estudiosos das novas tecnologias e, especialmente, da Internet, sob o nome de interatividade. Ainda rara no rádio brasileiro, a interatividade é exceção, concentrada principalmente nas emissoras dedicadas ao jornalismo. Nas demais, o direito do ouvinte é, praticamente, o de escolher sua predileta entre tantas músicas destacadas no programa. É concorrer a algum prêmio (ORTRIWANO, 2000?, p. 5).

Para complementar seu raciocínio, a autora assegura a dupla-mão-de-direção como o diálogo real entre emissor e receptor, criando as condições para o estabelecimento de um diálogo mental, transformando o ouvinte sujeito da comunicação e não objeto de uma mensagem. Ele é ativo. Compreende e reage aos conteúdos recebidos, participando interativamente na elaboração da mensagem.



Assim, o rádio passa a cumprir seu papel social ao permitir, através da interatividade, o múltiplo fluxo de vozes e conteúdos no processo comunicativo. A produção de sentido ganha contornos da intersubjetividade. O diálogo mental é fruto da prática discursiva que passa pela montagem de conteúdos com base na palavra, na música, nos efeitos sonoros e no silêncio. Mas esta construção passa necessariamente pelo ouvinte, por uma dupla-mão-de-direção, conforme proclamava Brecht, ao convocar os diretores das emissoras a abrir canais de participação dos ouvintes na formatação da programação. A produção de sentido no rádio se dá, portanto, a partir dos múltiplos sentidos produzidos na sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dos sons naturais dos trovões aos sofisticados sintetizadores, a potencialidade de manipulação dos componentes acústicos revolucionou a capacidade de produção de sentido no discurso radiofônico. Mas não basta a sofisticada base tecnológica. É necessário aliar o aparato técnico à criatividade, insistindo na retomada de vários gêneros radiofônicos hoje colocados à margem da grade de programação na maioria das emissoras de rádio.

O imaginário possibilitado no teatro, novela e no documentário radiofônico são de um potencial expressivo indispensável para fazer cumprir as funções do rádio. O desafio, portanto, é ter às mãos as ferramentas tecnológicas e utilizá-las de modo produtivo na elaboração de conteúdos que conjuguem arranjo estético, conteúdo informativo, lúdico e entretenimento, resultando esse conjunto em gêneros e formatos radiofônicos de interesse público, especialmente voltado para atender à coletividade.

Os conceitos acima desenvolvidos, bom base em larga abordagem de vários autores, apontam a um caminho ideal da comunicação radiofônica dialogada, participativa e interativa. Este modelo ainda enfrenta resistências. A primeira delas está na concentração da propriedade dos meios de comunicação, impedindo a democratização. Associado ao monopólio está o controle das empresas de comunicação por grupos políticos. Trata-se de uma combinação nociva ao desempenho da função social do rádio.

Ocorre que a manipulação midiática nunca é total ou absoluta. Mesmo neste ambiente concentrador e monopolizado há espaços para produções de qualidade, capazes de introduzir uma nova cultura educativa nas ondas do rádio. As emissoras



públicas e comunitárias também são importantes espaços alternativos para a produção de programas inspirados no princípio da interatividade criativa.

Enquanto não houver uma reforma do espectro radiofônico, alterando a lógica impositiva de conteúdos segundo a lógica do mercado, é tarefa dos comunicadores idealizadores captar os sentidos da sociedade e produzir conteúdos radiofônicos carregados de sentido educativo, de interesse do conjunto da sociedade. Entre as tarefas do rádio a função social é algo a ser perseverado. O sentido do rádio, já proclamado por Roquette Pinto desde as primeiras transmissões, é a educação da sociedade. A História do Rádio no Brasil está permeada de uma caminhada que seguiu os passos do fundador. Cabe a nós trilhar esse rumo ou abrir novos caminhos. O debate está aberto.

REFERÊNCIAS

ALVES, Walter. **Manuais didáticos nº 20**. Quito: Ciespal, 1994.

ARNHEIM, Rudolf. **Estética radiofônica**. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madri: Cátedra, 1994.

BARBOSA, Filho. André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

CESAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005.

_____. **Como falar no rádio**. São Paulo: Summus, 2009.

HAYE, Ricardo. **El arte radiofónico: algunas pistas sobre La constitución de su expresividad**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. **Rádio e pânico: a guerra dos mundos 60 anos depois**. Florianópolis: Insular, 1998.

_____. **O rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2007.

_____. **Teorias do rádio**. Florianópolis: Insular, 2005. v.1.

MEDITSCH, Eduardo; ZUCOLOTO, Valci. **Teorias do rádio**. Florianópolis: Insular, 2008. v.2.



MENEZES, José Eugênio de Oliveira. **Rádio e cidade**: vínculos sonoros. São Paulo: Annablume, 2007.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **Vontade de potência**. São Paulo: Contraponto, 2002.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Rádio**: interatividade entre rosas e espinhos. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2000?.

_____. **Ok marcianos! Vocês venceram!** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2000?.

QUINTEIRO, Eudisia Acuna. **Estética da voz**. São Paulo: Plexus, 2007.

RUSSOLO, Luigi. **Manifesto futurista**. Disponível em:
<<http://www.artecapital.net/scope.php?ref=5>>. Acesso em:

SCHAEFFER, Pierre. O Clube de Ensaio da Radiodifusão...Disponível em:
<<http://acd.ufrj.br/lamut/lamutpgs/schaeff.htm>>. Acesso em: 2 maio 2010.

SCHAFER, Murray. **Rádio radical e a nova paisagem sonora**. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCOLOTO, Valci. Teorias do rádio. Florianópolis: Insular, 2008. v. 2.

VIGIL, José Ignacio Lopez. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.