



OUVINDO IMAGENS

por Renato Vaisbih¹

Resumo: As imagens que inundam o nosso cotidiano têm influência direta no discurso radiofônico, criando uma dificuldade para os profissionais de separar a imagem do som. O radiojornalismo se torna refém dos demais veículos de comunicação, que têm o suporte da imagem. O ouvinte, portanto, precisa da fantasia, a imaginação. Tal necessidade é ainda mais evidente ao notar que o público de rádio pode estar em qualquer lugar, sem a presença física, com a perda do corpo, como sugere Kamper.

Palavras-Chave: Radiojornalismo; Imaginação; Imagem; Corpo; Tempo

Abstract: The images that flood our daily one have direct influence in the radio speech, creating a difficulty for the professionals to separate the image of the sound. The radiojournalism if becomes hostage of the others vehicles of communication, that have the support of the image. The listener, therefore, needs the fantasy, the imagination. Such necessity is still more evident when noticing that the radio public can be in any place, without the physical presence, with the loss of the body, as Kamper suggests.

Keywords: Radiojournalism; Imagination; Image; Body; Time

¹ Renato Vaisbih é mestrando em Comunicação e Semiótica. Pesquisador do CISC. Prof. de Jornalismo Radiofônico - Faculdade de Ciências da Fundação Instituto Tecnológico de Osasco e prof. de Radiojornalismo da Universidade Bandeirante de São Paulo/UNIBAN.





""Senhor...se não restam mais humanos, que ao menos restem robôs-Ao menos a sombra do homem!""

Karel Capel, R.U.R. (Rossum's Universal Robots), 1920

O rádio jornalístico contemporâneo apresenta dificuldades para se desvincular das imagens que fazem parte do nosso dia-a-dia. Profissionais como produtores, repórteres, editores e redatores não conseguem se livrar do pressuposto de que os ouvintes já conhecem a imagem do que será transmitido.

O texto é elaborado levando em consideração que o ouvinte está familiarizado com o cenário. Raramente o "palco" dos acontecimentos é descrito com detalhes.

Uma antiga desculpa dos profissionais de rádio - para alguns mais talentosos isso é que dá charme ao veículo - é a suposta desvantagem para transmitir a informação sem o suporte da imagem.

No entanto, são poucos os que conseguem se desvincular das imagens.

Basta ouvir algumas horas do noticiário no horário nobre do rádio pela manhã, quando os principais programas jornalísticos vão ao ar nas grandes emissoras e a audiência registra números elevados. O rádio jornalístico é dinâmico. E assim deve ser. Mas a pressa dos





profissionais envolvidos com este veículo de comunicação faz com que a descrição seja deixada de lado.

Muitas vezes, por exemplo, uma declaração do presidente da República é transmitida sem a descrição do cenário. Ouvimos o texto com construções semelhantes: "O presidente disse que...."; ou "Segundo o presidente da República, ...". Ficamos sabendo o teor da fala do chefe da nação, mas não sabemos mais detalhes. Quantas pessoas estavam presentes? O presidente estava nervoso? Estava alegre? Foi irônico? Às vezes sequer temos a informação de onde o presidente estava. Ficamos sem saber se estava em Brasília, em São Paulo, Rio de Janeiro, Estados Unidos ou Japão.

Afinal, para que servem esses detalhes na correria do dia-a-dia? Todos já conhecemos a rosto do presidente da República, não é?!

Seguindo alguns conceitos apresentados por Dietmar Kamper, podemos dizer que a notícia já não tem mais corpo. O presidente da República, neste caso, já não tem mais corpo; se transformou em imagem!

Com a saturação de imagens no dia-a-dia, nos deparamos com situação onde estamos até mesmo com o rádio ligado, mas não escutamos nada.

Norval Baitello Jr. fala sobre a civilização da visualidade:

E a pergunta, se nós não estaremos nos tornando surdos nesta civilização da visualidade, se nós não estamos nos coagindo ou se estamos sendo coagidos a esquecer que ouvimos em função de que somos obrigados a ver, a enxergar o tempo todo. Civilização da visualidade não significa somente "ver imagens" opticamente, mas também ver imagens onde elas não estão, projetar imagens onde elas não estão visualmente presentes, atribuir





valores imagéticos e sobretudo conferir ao imaginário o status de realidade primordial e preponderante.

As chamadas imagens mentais e, mais ainda, a imaginação se transformam no principal subsídio para as transmissões de rádio. O que está em jogo, portanto, é o repertório de imagens conhecidas pelos ouvintes. Ou então, a sua capacidade de imaginação.

No texto "Fantasia", Kamper escreve:

A mais simples definição da fantasia é ser capaz de apresentar algo mesmo quando não está presente. A fantasia seria, portanto, a faculdade de tornar presentes coisas - passadas ou futuras - assentadas no espaço.

Levando em consideração tal conceito, podemos concluir que, pelo rádio, ouvimos fantasia. Ou melhor: sem a imaginação, jamais conseguiremos acompanhar o noticiário radiofônico.

A origem da palavra "imaginação" tem relação direta com a imagem, como observa Norval Baitello Jr.:

O ouvir nos permite gerar imagens, nossas próprias imagens, e essas são imagens geradas por nexos, sentidos e não são imagens oferecidas prontas de maneira a cercear a capacidade imaginativa. Imaginação vem de imagem. Mas é a geração de imagens. E esta geração de imagem é provavelmente mais fértil no tempo do ouvir do que no tempo do ver.





Um bem-humorado spot em homenagem à semana do rádio com criativos efeitos sonoros, lançado nos anos 80 pela produtora WGGK e transmitido por diversas emissoras, tinha o seguinte texto²:

(mulher) - Ah, Valdir ... Se eu soubesse nem tinha vindo. É muito pequeno esse seu pintinho.

(locutor) - Esclarecimento: trata-se de uma dona-de-casa preocupada em ampliar seu galinheiro conversando com o funcionário de uma avícola.

(homem 1) - Deputado, quanta grana o senhor vai levar nessa?

(locutor) - Esclarecimento: trata-se do secretário particular de um deputado querendo saber que quantia ele vai necessitar para sua viagem.

(homem 2) - Minha senhora, olhei seu filho com todo cuidado. Lamento informar, mas é bicha.

(locutor) - Esclarecimento: trata-se de um pediatra informando à jovem mamãe que seu bebê é portador de lombrigas, também conhecidas como ascaris lumbricoides.

(locutor) - Assim é o rádio: o veículo que mais mexe com a imaginação e mais esclarece. Semana do rádio. Homenagem desta emissora e da WGGK Publicidade.

² Transcrição de vinheta gravada no CD "Jingles Inesquecíveis", distribuído pela ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing em 1996.





O rádio, portanto, acaba se tornando refém de outros veículos de comunicação, que têm como suporte a imagem. Não se trata de programas radiofônicos com a simples descrição das fotografias publicadas nas primeiras páginas dos jornais.

Também não nos referimos à descrição de imagens que correm o mundo em segundos via internet, como no fatídico dia 11 de setembro de 2001, quando ocorreram os ataques contra o World Trade Center e o Pentágono, nos Estados Unidos.

E muito menos consideramos as transmissões off-tube, com narradores sentados em frente à TV transmitindo principalmente eventos esportivos como se estivessem no local dos acontecimentos muitas vezes sem sequer revelar isso para os ouvintes.

A dificuldade de separar a imagem do som faz com que mesmo profissionais experientes no rádio utilizem termos relacionados à visão.

Obviamente, todos condenam construções do tipo "veja o que disse o entrevistado". O correto, no rádio, é "ouça o que disse o entrevistado".

O jornalista Marcelo Parada, autor do livro "Rádio: 24 horas de jornalismo", escreve:

A utilização do som é uma maneira de transportar o ouvinte para o local do acontecimento. (...) Nas rádios norte-americanas, o som é um recurso muito aproveitado. A maioria das reportagens leva sempre uma "ilustração" sonora.

O texto de Parada nos revela uma preocupação com o "corpo" do ouvinte. Ele não está presente fisicamente, mas pode se imaginar no local do acontecimento graças aos sons do ambiente; sirenes de ambulâncias ou pessoas gritando, por exemplo. Para o autor, isso é uma "ilustração", devidamente entre aspas, do cenário. Aqui, os personagens da notícia já





não têm mais corpo, como o presidente da República no exemplo citado no início deste ensaio. E mais: o ouvinte também não tem mais corpo. É a perda do corpo, como advertia Kamper e faremos uma reflexão mais detalhada adiante.

As tentativas de juntar sons e imagens, deixando os ouvintes sem a possibilidade de exercitar a imaginação, impondo algo a mais do que o som, podem ser frustrantes.

Helmut Plessner faz uma análise crítica do filme "Fantasia", de Walt Disney, coincidentemente o mesmo termo utilizado por Kamper como sinônimo de imaginação:

Na fantasia de WALT DISNEY, o Sacre du Printemps, de STRAVINSKI, recebeu ilustrações de formas e cores, com o resultado decepcionante de que os quadros e a música, a não ser pela sua simultaneidade, não permitem fusões com o significado. Não é a música que está sendo realçada e que recebeu ilustrações, mas ela se tornou uma espécie de tapete e aura ambiental. Cores em si, sem a ligação a um significado objetivo pictórico, não têm a força da ligação motivacional para uma apresentação em sucessão.

Em outro trecho, Parada deixa escapar inadvertidamente um adjetivo relacionado à visão:

A atenção vai tornar praticamente instantânea a reação de ligar o gravador ao menor sinal de um bate-boca ou perceber numa manifestação que os gritos de ordem podem dar brilho à matéria.

Apesar de ter sido utilizado no sentido figurado, o adjetivo brilho está sempre relacionado às imagens. Os aparelhos de televisão costumam ter um comando para o ajuste do brilho. No rádio, isso nunca existiu. E nem teria como.

Ouvinte sem corpo





Para ouvir rádio, utilizamos todo o corpo. Preciso do nosso físico, não apenas da alma ou da luz, como explana Norval Baitello Jr.:

Se consideramos as características físicas do som, vamos constatar que a recepção de todo som se dá não apenas por um pedaço pequeno da pele chamado tímpano, mas por toda a pele, e que portanto a audição é uma operação corporal e não apenas uma operação visual, de luz. Som é vibração. E vibração opera sobre a pele. Podemos dizer, portanto, que toda voz e todo som é um tipo de massagem. É uma estimulação tátil, uma massagem sutil.

No entanto, os textos de Kamper sugerem a perda do corpo, inclusive para o ouvinte de rádio. Assim como acontece com outros veículos de comunicação, de certa maneira, nos aproximamos dos acontecimentos, por mais distantes que sejam. O "real time" já existia muito antes no rádio, mesmo sendo tão alardeado na era da internet ou na cobertura da televisão na Guerra do Golfo, em 1991, quando a rede norte-americana CNN mostrou os bombardeios ao vivo pela primeira vez.

As transmissões de rádio ao vivo, na época da Segunda Guerra Mundial, por exemplo, traziam às mentes do público, aqui mesmo no Brasil, imagens das manobras das tropas aliadas na Europa.

No caso do rádio, não é necessária a presença física, como nos momentos em que nos prostramos em frente à televisão ou ao monitor do computador com acesso à internet. Também não há o contato físico, como acontece com o jornal, o livro ou a revista.

Helmut Plessner dá uma idéia sobre esta diferença, principalmente com relação aos sentidos do Homem:





A audição é um sentido de distância, porém de tipo diferente da visão. Olhando, vemos qualquer coisa, próxima ou distante de nós, até uma certa distância. Na audição é eliminado o momento da distância. Seja próximo ou distante, identificável como um zunir, toque de um sino, som de um violino ou de um saxofone - o som penetra sem distância.

Graças às imagens e à imaginação, realmente somos transportados para o local aonde a notícia está acontecendo, não precisamos mais do corpo.

As emissoras ainda se vangloriam do fato de o rádio ter a portabilidade, ou seja, pode ser ouvido em qualquer lugar, a qualquer momento: durante o banho; preparando o café-da-manhã; dirigindo o carro; fazendo a barba; fazendo ginástica; na praia; caminhando no parque; trabalhando; fazendo compras ...

Com a perda do corpo, o ouvinte de rádio tenta driblar o tempo. Enquanto faz inúmeras outras tarefas, ele se mantém informado sobre os mais diversos assuntos. Não é necessária a presença física, como nos momentos em que nos prostramos em frente à televisão ou ao monitor do computador com acesso à internet. Também não há o contato com o jornal.

Somos ouvintes. Ouvintes com um repertório de imagens; com imaginação; sem corpo; e ludibriando o tempo.





BAITELLO JR., Norval, (1999) *A Cultura Do Ouvir*" In: Zaremba, Lilian E Bentes, Ivana (org.) Rádio Nova, Constelações Da Radiofonia Contemporânea 3. Rio De Janeiro: Ufrj/eco/publique

KAMPER, Dietmar, (2002) "*corpo*" In: [Www.cisc.org.br/biblioteca](http://www.cisc.org.br/biblioteca) Trad. José Fernando G. Martins. Acessado Em 20/06/2003 Às 7h36 - Publicado Em Wülf, Christopher (ed.) (2002). Cosmo, Corpo, Cultura; Enciclopédia Antropológica. Milão: Bruno Mondadori

KAMPER, Dietmar, (2002) "*fantasia*" In: [Www.cisc.org.br/biblioteca](http://www.cisc.org.br/biblioteca) Trad. Maurício Andrade. Acessado Em 20/06/2003 Às 7h55 - Publicado Em Wülf, Christopher (ed.) (2002). Cosmo, Corpo, Cultura; Enciclopédia Antropológica. Milão: Bruno Mondadori

KAMPER, Dietmar, (2002) "*imagem*" In: [Www.cisc.org.br/biblioteca](http://www.cisc.org.br/biblioteca) Trad. Zico Góes. Acessado Em 20/06/2003 Às 7h42 - Publicado Em Wülf, Christopher (ed.) (2002). Cosmo, Corpo, Cultura; Enciclopédia Antropológica. Milão: Bruno Mondadori

PARADA, Marcelo, (2000) *Rádio: 24 Horas De Jornalismo* São Paulo: Panda Books

PLESSNER, Helmut, (1977) "*estesiologia Da Audição*" In: Eadamer, H. G. E Vogler, P. Nova Antropologia: O Homem Em Sua Existência Biológica, Social E Cultural. Vol. 7. Antropologia Filosófica. São Paulo: Edusp/epu

