



A VOZ COMO VÍNCULO NA COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA

THE VOICE AS BOND IN THE RADIO COMMUNICATION

por Ana Paula Machado Velho¹

(Centro Universitário de Maringá – Cesumar - ampv@uol.com.br)

Resumo

Muitos pesquisadores já escreveram sobre o rádio e sua linguagem que mistura elementos sonoros diversos: a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. Mas poucos se atêm ao fato de que esta voz tem personalidade e é ela que provoca a interação entre as “mentes” de comunicadores/jornalistas e ouvintes. Sem ela, a peça radiofônica, a reportagem e todas as outras formas de organização de mensagens no rádio não existem de fato. Traçar um panorama sobre a força da voz no radiojornalismo é o tema principal deste artigo. A idéia é mostrar a capacidade evocativa da palavra no universo radiofônico, que se mantém vivo num mundo cada vez mais lastreado pela informação visual.

Palavras-chave: rádio, jornalismo, semiótica.

Abstract

Many researchers already had written about radio and its language, which mixes diverse sonorous elements: the voice, the music, the effects and the silence. But few had thought that this voice has personality and it provokes the interaction between the “minds” of communicators/journalists and listener. Without it, the radio part, the news article and all the other forms of messages organization in the radio don't exist. To propose a view about the force of the voice in the radiojournalism is the main subject of this article. The idea is to show the capacity of the word to evocate in the radio universe, that it keeps living in a world more and more full of visual information.

¹ Ana Paula Machado Velho é doutoranda pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora de Radiojornalismo do Centro Universitário de Maringá – PR (Cesumar) e jornalista da Assessoria de Comunicação Social e da Rádio Universitária FM, da Universidade Estadual de Maringá (UEM).





Key words: radio, journalism, semiotics.

Num aeroporto, no meio da confusão da sala de desembarque, um homem pergunta o nome de uma das passageiras ao seu lado, que conversa com o parente que veio lhe buscar. Mal acabou de ouvir a resposta, o sujeito diz que já sabia, porque “a voz e a forma convincente de falar que ele ouve no programa de radiojornalismo, todos os dias pela manhã, são inconfundíveis”.

Experiências como estas marcam a vida profissional de um radiojornalista e nos põem a pensar sobre o poder da fala, a capacidade das pessoas envolverem outras emocionalmente, mesmo em situações como um programa de rádio em que se pretende apresentar, discutir e analisar fatos pelo viés jornalístico.

Muitos pesquisadores já escreveram sobre o rádio e sua linguagem que mistura elementos sonoros diversos: a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. Mas poucos se atêm ao fato de que esta voz tem personalidade e é ela que provoca a interação entre as “mentes” de comunicadores/jornalistas e ouvinte. Sem ela, a peça radiofônica, a reportagem e todas as outras formas de organização de mensagens no rádio não existem de fato, resta apenas a música, mas esta é outra forma de expressão. Enfim, é a voz que promove o rádio como meio de comunicação.

Há três fases na história da tecnologia radiofônica: a da radiotelegrafia, quando os sinais sonoros em código Morse eram disseminados usando as ondas eletromagnéticas, sem a utilização de fios, entre dois pontos; a radiotelefonia, na qual sons eram transmitidos em ondas eletromagnéticas entre dois pontos, em duas vias; e a radiodifusão, por meio da qual se emite e recebe sons de diversas naturezas (a emissora), através de ondas eletromagnéticas de um ponto para todos os outros onde houver ouvintes equipados com receptores (FERRARETO, 2000: 92).

O interesse aqui é discutir esta última tecnologia, porque é ela que vai viabilizar o surgimento do rádio como veículo de comunicação de massa. Como pode ser visto no artigo publicado na Revista GHREBH, *A ciência e o rádio multimídia*, oficialmente, foi só





em 1906 que se deu a primeira transmissão radiofônica de voz no mundo, realizada pelo americano Lee De Forest. Diz-se oficial, porque a história do rádio no Brasil conta que, no final do século XIX, o padre gaúcho Roberto Landell de Moura começou suas pesquisas sobre as ondas de rádio, transmitindo pela primeira vez, em 1892, a voz humana, em Campinas. Mas em nenhum desses dois momentos se dá, ainda, o surgimento da radiodifusão sonora. Isso só vai acontecer em 1920, quando é criada a primeira rádio no molde como conhecemos hoje.

A emissora surgiu de uma experiência de Frank Conrad que, a partir de sua casa, na Pensilvânia (EUA), começou a fazer transmissões experimentais. Muito habilidoso, desenvolveu o microfone e, em pouco tempo, suas conversas ganharam repercussão. Ele começou a receber cartas de ouvintes que o sintonizavam, ainda com rádios galena², elogiando sua atuação e as músicas que ele colocava no ar com a ajuda do dono de uma loja de discos da sua cidade, que emprestava as obras em troca da citação de sua empresa no ar. O sucesso foi tanto que a *Westinghouse Electric and Manufacturing Company* cria, nos mesmos moldes, a primeira rádio americana, a KDKA, que vai ao ar em 2 de novembro de 1920 (FERRARETO, 2000: 89).

A Voz

Esta história reforça a importância da voz e da existência de alguém que fala para o surgimento do rádio como veículo, como meio de comunicação utilizado com diversos objetivos, inclusive, para a atividade jornalística, foco das discussões deste artigo.

Mas é preciso contextualizar a voz na vida de qualquer indivíduo, antes de dar prosseguimento às considerações sobre esta na produção radiojornalística. Por meio da voz de nossa mãe, temos o primeiro contato com o mundo. O psicólogo russo Vigotsky lembra que a criança começa a perceber com profundidade as coisas não só pela visão, mas pela fala, quando ela “extrapola a estrutura natural do campo sensorial”. Esta “função sintetizadora da linguagem verbal é instrumental para que o indivíduo atinja

² O rádio galena era um receptor simples que podia ser fabricado em casa por alguns ouvintes. Consistia num fragmento de sulfeto de chumbo natural, chamada galena, ligado à antena por um fio, com o som chegando aos ouvintes por um par de fones auriculares.





formas mais complexas de percepção cognitiva” (VIGOTSKY, L.S. *apud* BARBOSA FILHO, André, 2003: 23).

Voltemos ainda a um passado mais distante, lembrando que o desenvolvimento das civilizações sempre andou junto com a evolução da capacidade do homem de se comunicar. E a voz e a elocução sustentaram a comunicação, inicialmente, por meio de grunhidos que, sistematizados, se transformaram em linguagem simbólica. Esta última foi sendo aprimorada na mesma proporção que se complexificavam a sociedade, as cidades e os aglomerados urbanos.

Uma quebra neste processo evolutivo se dá com o surgimento da escrita, num momento em que os povos começavam a estabelecer relações comerciais. Porém, até o fim da Idade Média, esta comunicação institucionalizada estava restrita a um pequeno grupo de letrados. É na linguagem oral que toda a tradição vai se estruturar, ser fator de agregação social e das manifestações culturais. Mesmo com a invenção de Guttenberg, que desenvolveu a tipografia, os livros e as primeiras edições de jornais e revistas giravam nas mãos de nobres letrados (que não eram muitos) e do Clero. *A letra e a voz*, livro de Paul Zumthor, descreve muito bem esta história, apontando que a “literatura” medieval era estruturada para ser dita, falada. Eram os textos ditos que lastreavam toda a comunicação social, promoviam os vínculos da cultura.

A situação começa a mudar com a Reforma Protestante e as grandes navegações. A necessidade de fazer com que as pessoas lessem a Bíblia estimulou a alfabetização da população e a intenção de registrar a história das viagens e os interesses econômicos de uma nova classe, os comerciantes vão fazer com que a escrita se fortaleça, surgindo assim, uma tendência a textolatria.

A Revolução Francesa e o Iluminismo são o clímax deste movimento de popularização da informação oficial. A burguesia, a classe média, assume definitivamente as rédeas da sociedade e exige ter acesso aos bens culturais que se disseminam pelo mundo. Estes novos ricos promovem, ainda, a Revolução Industrial e vão investir no aprimoramento dos meios de comunicação para divulgar os produtos que a indústria coloca no mercado. Os jornais e os periódicos se aprimoram ao passo em que há a evolução das aplicações da eletricidade e, com isso, vão surgir “novos” meios de comunicação. Entre eles está o rádio





que, como foi visto, vai se estabelecer como mídia de massa ao promover a disseminação de notícias e entretenimento por meio da voz.

Voz e vínculo

É importante frisar que ao falarmos em comunicação estamos nos referindo a uma iniciativa de se propor vínculos com o outro, de interagir com o outro no sentido de mover alguém a ouvir, a prestar atenção às mensagens que colocamos no mundo.

Em Rádio Nova, constelações da radiofonia contemporânea, Norval Baitello Jr. propõe que ouvir é trazer a atenção de alguém para o que nós dizemos e mostramos. Ele amplia a noção de ouvir para explicar como qualquer elemento disponível no universo da mídia pode nos fazer mergulhar em seu significado, a partir do momento em que consegue mexer com a nossa essência. Comunicação não se dá, então, só pela emissão de mensagens, mas no momento em que alguém aceita, apreende, se atenta para o conteúdo que disponibilizamos no mundo.

O rádio ilustra bem esta proposição de um envolvimento profundo entre a mensagem e o indivíduo/ouvinte, que Baitello batizou de vínculo. A história deste suporte mostra como o veículo foi capaz de mobilizar famílias inteiras durante seus anos de ouro no Brasil e no episódio da transmissão da peça radiofônica *Guerra dos Mundos*, realizada por Orson Welles nos Estados Unidos em 1938, que deixou meio país acreditando que a Terra estava sendo invadida por extraterrestres. Naquele tempo, o rádio era o principal meio de comunicação de massa e estava no centro da sala, como temos agora a televisão, atingindo todas as pessoas de uma família que se reuniam em volta do aparelho receptor.

Hoje, o modelo é diferente. Existem outros meios concorrentes extremamente atrativos, mas pode-se ouvir rádio em qualquer lugar. Isso é resultado de seu surgimento em 1947, dos transistores, tecnologia que substituiu as enormes e dispendiosas válvulas, o que reduziu o tamanho dos receptores e os tornou portáteis. Nesse novo ambiente, o rádio deve falar a cada um dos ouvintes. O vínculo é estabelecido com cada um, que pode estar no meio do trânsito, dentro do carro, digitando um texto no computador, executando tarefas domésticas ou trabalhando numa empresa.

É aí que entra a capacidade de envolvimento provocada pela mensagem jornalística que se dá a partir da voz de alguém que a concretiza, a partir do que se chama de elocução, a





palavra dita. “A voz é um meio sonoro que desperta a capacidade evocativa da palavra”, ela é um “gesto sonoro”, como propõem as considerações de Werner Klippert, no livro traduzido por George Bernard Sperber, *Introdução à peça radiofônica*.

No universo jornalístico radiofônico a palavra ganha expressão com a fonação e interpretação na voz do comunicador. Este último não apenas lê, interpreta o conteúdo das mensagens escritas, como também, comenta, entrevista, analisa. Enfim, fala informalmente ao microfone. Esse processo gera no ouvinte a sensação de que está participando de um diálogo, apesar de não poder responder diretamente a quem lhe fala. Essa incompletude provoca quem ouve a complementar o diálogo com sua imaginação. Através da palavra, “o receptor cria imagens em sua mente – imagens interiores” (BAUMWORCEL, 2001:109). As imagens mentais vão comportar sensações, emoções e relações afetivas. Neste movimento de interação é que se dão os vínculos propostos por Baitello, ao explicar aquele encontro do jornalista e do ouvinte no aeroporto, pessoas tão íntimas e que nunca se viram. É “a palavra imaginada, fonte evocadora de uma experiência sensorial mais completa” (BAUMWORCEL, 2001:109).

Plessner, na coletânea *Antropologia dos sentidos*, diz que “na conversa se encobre a ligação do homem à linguagem. (...) Quanto mais plástica for a expressão e quanto mais transparecer seu caráter metafórico – não apenas com intenções poéticas – tanto mais intensamente é sentida a presença do que se quis dizer no invólucro do que foi dito”. Em outras palavras, está concretizado o vínculo.

Nova era do rádio

Num mundo onde a imagem é sedutora, mas ao mesmo tempo invade a escolha de se estabelecer ou não contato (vínculo), já que se dá a ver excessivamente em qualquer situação do cotidiano, o ouvir torna-se um modelo de interação alternativo e menos invasivo. Este não determina, mas propõe a interação com aquele que se permite ouvir.

A reestruturação do rádio no Brasil, depois da decadência provocada pela chegada da televisão, se deu exatamente sobre relações afetivas entre profissionais e rádio ouvintes. Com as propostas de entretenimento transferidas para a televisão, o rádio adota uma programação que reúne música e esporte (entretenimento) e jornalismo (notícias e prestação de serviços). Ajudado pela miniaturização e a portabilidade, o rádio se





transformou no companheiro de todas as horas, por meio do qual alguém conta alguma coisa.

Essa característica estimulou o governo militar a utilizá-lo como instrumento de integração nacional, levando sua ideologia às mais longínquas regiões do País. E foi por esta característica, também, que o rádio venceu a derrocada comercial: passou pela ditadura com a exploração do filão da música de qualidade, trazida pela tecnologia da Freqüência Modulada (FM), e chegou aos anos 80, para se fortalecer com o novo período de valorização da informação jornalística e dos movimentos populares. Inúmeros novos políticos vão surgir destas mobilizações que aconteceram pós-Anistia. Pessoas que colocaram suas vozes em rádios, muitas ditas livres ou comunitárias, vão se transformar em representantes do povo. E todo este processo vai abrir caminho para o surgimento de emissoras exclusivamente de notícias nos anos 90.

Atualmente, a radiodifusão sonora passa por momentos ainda mais promissores. Pesquisas mostram que os jovens ou a “geração da televisão” vêm descobrindo o rádio. Programas como o Pânico, da Rádio Jovem Pan (sem entrar no mérito da qualidade do conteúdo, o que não é foco desta discussão) vêm conquistando este público justamente porque se estrutura na conversa. Comunicadores populares falam das coisas do cotidiano, utilizando o humor, entrevistas informais com as chamadas “celebridades” e abrindo espaço para a participação do ouvinte.

A vida urbana, que exige que o indivíduo passe quase o dia todo fora de casa, leva-o a procurar informação e entretenimento no rádio. Ele procura contato com o mundo de uma forma que não precise utilizar as mãos, ocupadas com as tarefas profissionais ou com o volante, quer ouvir o outro, além dos barulhos da paisagem sonora³ da cidade. Ligando-se ao veículo, liga-se à vida. Com isso, o horário de exposição das pessoas ao rádio se expande. Agora, ele mobiliza o ouvinte das 6 às 19 horas, não só pela manhã (MARTINS, 2005: 106), como foi registrado durante décadas.

Em consequência disso, formatos esquecidos voltam ao *dial* com o objetivo de explorar a dialogia. A CBN (Central Brasileira de Notícias), emissora de jornalismo 24 horas que

³ Termo cunhado por Murray Schafer, IN: SCHAFER, R. Murray. A afinação do mundo. São Paulo: Editora Unesp, 2001.





define a si mesma como *A rádio que toca notícia*, vem explorando a veiculação de crônicas e comentários, por exemplo, e se rendeu a um tipo de programa que é classificado como entretenimento, ao qual ela resistiu por muito tempo, que é o esporte. Entendeu que o ouvinte queria este conteúdo apresentado de uma forma bastante informal.

Sob esta mesma perspectiva, a emissora não se preocupa em irradiar entrevistas de 12, às vezes, 15 minutos, uma nova realidade para um veículo de comunicação que sempre se lastreou em um tempo curto para os elementos, uma forma de dar movimento sonoro à programação, apresentando mensagens curtas em sons e vozes diferentes.

As práticas apresentadas acima são sinais de que há uma nova postura do radiojornalismo, que resgata a fala, já que esta propõe uma relação mais estreita com o público atual, ávido por ouvir o outro. As pessoas procuram a conversa, o diálogo, a interação. E estes detalhes surgem quando a voz do rádio se enche de personalidade, por meio de jornalistas/comunicadores envolventes que conseguem demonstrar sua capacidade profissional e humana, no momento de conduzir a interlocução com os entrevistados, de ler os textos pré-produzidos, de traduzir as notícias para quem ouve. Voltamos à voz, ao diálogo, à elocução, aos vínculos. Nestes elementos é que está o diferencial do rádio.

É triste perceber que poucos profissionais jornalistas se dão conta das características deste meio. Aqueles que saem das faculdades, principalmente, escolhem falar através da imagem formatada em um minuto e meio nas reportagens de televisão. Imagem bonita, mas não profunda, descontextualizada e fria, pois se estrutura em módulos empacotados de informação com cenas quebradas e textos editados. Muitas vezes o reconhecimento vem da plástica visual e não pelo vínculo afetivo, que se dá quando o comunicador é contador de fatos e não apenas locutor de offs, escondido atrás da narração de um fato.

Pergunte às igrejas e aos políticos o que significa o poder do rádio e eles vão explicar porque são detentores de 80% das emissoras do País. Essa alquimia de emoções que se dá na radiodifusão sonora pode ser vista como a arma dos doutrinadores eletrônicos que têm o dom da palavra ideológica. Mas, também, pode ser o prêmio daqueles que dedicam a vida profissional ao diálogo no radiojornalismo, se entregam ao encontro diário com o ouvinte. Aqueles que, mesmo distantes fisicamente, confiam ao comunicador suas dúvidas, seus anseios, suas alegrias e suas lutas.





Portanto, não há dúvidas de que estas pessoas são capazes de identificar a voz de quem lhes fala, a qual dedicam profunda confiança e com a qual selaram o mais profundo dos vínculos: a cumplicidade. Essa voz, que é dita, será reconhecida em qualquer lugar e momento, mesmo no barulhento saguão de desembarque de um aeroporto.

Referências

BARBOSA FILHO, André. Rádio: Sintonia do Futuro. São Paulo: Paulinas, 2003

BAUMWORCEL, Ana. "Radiojornalismo e sentido no novo milênio". In: MOREIRA, Sônia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia (Org.). Desafios do Rádio no Século XXI. São Paulo: INTERCOM, Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

FERRARETO. O rádio: a história, o veículo e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

SPERBER, George Bernard. Introdução à peça radiofônica. Seleção, tradução, introdução e notas de George B. Sperber. São Paulo: EPU, 1980.

MARTINS, Sérgio. A nova era do rádio. Revista Veja. São Paulo. 2 mar. 2005.

VELHO, Ana Paula M. A linguagem do rádio multimídia. IN: Revista GHREBH, Nº 5. Disponível em www.cisc.br. Acesso em 17 maio 2005.

PLESSNER, H. "Antropologia dos sentidos". In: GADAMER; VOGLER (Orgs.). Nova antropologia: o homem e sua existência biológica, social e cultural São Paulo: EPU, 1977, Volume 7.

ZAREMBA, Lílian; BENTES, Ivana. (Orgs.) Rádio Nova. Constelações da radiofonia contemporânea 3. Rio de Janeiro: UFRJ, ECO, Publique, s/d.

SCHAFER, R. Murray. A afinação do mundo. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

ZUMTHOR, Paul. A letra e a voz: a literatura medieval. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

