

A “CENA” EM CENA: OS ELEMENTOS SONOROS NA CONSTRUÇÃO DA MENSAGEM RADIOFÔNICA

Tátilla Pereira da Silva¹
Claudemir Hauptmann²

RESUMO: A proposta deste artigo é contribuir para uma abordagem estética da linguagem radiofônica no jornalismo, considerando as possibilidades de construção de sentidos a partir da exploração de todos os seus elementos sonoros, ou seja, músicas, efeitos, ruídos e silêncios. A “cena sonora” é o conceito norteador do trabalho, e a partir dele se percebe que a mensagem radiofônica resulta de um mosaico sonoro no qual a palavra escrita, aliada a outros recursos, é incorporada a uma sintaxe singular ao próprio rádio. A inclusão destes elementos sonoros no radiojornalismo representa um favorecimento em vários fatores: compreensibilidade, incitação da imaginação do ouvinte e, sobretudo, confere credibilidade à informação. Para tanto, foram analisadas matérias produzidas durante uma semana na Rádio CBN Cascavel, veículo que faz parte de uma rede de rádios nacional que trouxe um novo modo de pensar radiojornalismo, com o modelo *All News*. A análise buscou identificar os elementos sonoros utilizados na construção das notícias e perceber onde eles poderiam ter sido explorados, tentando verificar se este veículo tem sabido utilizar estes recursos, sem se ater apenas ao texto verbal-oral.

PALAVRAS-CHAVE: cena sonora; radiojornalismo; construção de sentido.

INTRODUÇÃO

O surgimento cada vez mais acelerado de novas tecnologias provoca transformações também ainda mais rápidas no campo da Comunicação Social. Com isso, os meios de comunicação precisam se reinventar ou aprimorar aquilo que lhes é peculiar para conquistar o público. Com o radiojornalismo não é diferente: com o passar do tempo foram construídas diversas técnicas de transmissão, gravação, edição e reprodução de vários formatos dos gêneros radiofônicos.

Cada um a sua forma, os meios de comunicação buscam atrair a atenção do público apostando em suas particularidades. No caso do rádio a tentativa deve se dar pelo som, razão de

¹ Acadêmica do 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade Assis Gurgacz (FAG).
tatilapereirasilva@gmail.com.br

² Professor orientador. cchauptman@hotmail.com.br

ser do veículo. No entanto, ao longo deste processo, observa-se que o foco na maneira que esta mensagem radiofônica é construída ainda recai no texto verbal-oral, sendo que a especialidade deste meio é caracterizada pelo mosaico de sons que o compõe. “Todos esses estratos mantêm sua individualidade, mas atuam em conjunto para obter um efeito único, sincrônico” (GOLIN, 2007, p. 10). Exatamente o meio que possui carência maior no entendimento de como pode utilizar seus recursos é o que menos tem estudos que auxiliem a aprimorar a prática. Os estudos de radiojornalismo no Brasil ainda são restritos. Poucos autores se debruçam sobre essa área de conhecimento.

O radiojornalismo precisa buscar formas de articular os diferentes elementos que formam a mensagem para conquistar a atenção de um ouvinte cada vez mais disperso e inserido em um contexto repleto de diferentes estímulos, estes quase sempre visuais. Para isso, quem trabalha nesta área necessita entender e saber utilizar os recursos que o rádio disponibiliza. A mensagem radiofônica é composta por um quebra-cabeça de sons, onde a palavra escrita, músicas, efeitos sonoros, silêncio e ruídos se misturam. “O rádio, ainda que falado, não é só palavra [...] Ouvimos o galope e vemos o cavalo, [...] a sirene de um carro dos bombeiros e o crepitar do fogo nos leva a visualizar o incêndio” (KAPLÚN, 1978, p. 175).

No radiojornalismo, a inclusão e consideração destes elementos sonoros na gravação de uma entrevista fora dos estúdios ou na utilização de trechos de uma música, cujo tema se relacione com o da reportagem, favorecem diversos fatores.

A imagem que o ouvinte constrói a partir de sons e de elementos acústicos adquire uma especificidade que a distingue da imagem estruturada por elementos visuais. A “cena” ou “cenografia sonora”, termo citado por diversos autores e que norteia o trabalho, surge na imaginação do ouvinte como uma mistura de sensações pessoais e coletivas. Tudo isto a partir do mais sensível dos sentidos: a audição.

Com o objetivo de analisar o que a teoria diz e o que se faz na prática, o presente artigo apresenta uma análise de aproximadamente 15 horas de reportagens veiculadas na Rádio CBN de Cascavel. Isto permite observar o quanto os elementos sonoros estão sendo utilizados e em quais momentos foi perdida a oportunidade de ampliar as significações possíveis do material jornalístico pela falta destes recursos. Assim sendo, a proposta deste artigo é considerar o potencial do rádio a partir da exploração de todos os seus elementos sonoros.

Os autores que embasam esta análise são desde os clássicos, como Schafer (1987), artista e compositor que trata o som como primordial; Kaplún (1978), pesquisador latino-americano; Balsebre (1994), que se debruça sobre a teoria expressiva do rádio; Ferrareto (2007) e Barbeiro

(2003), referências nacionais para o estudo do radiojornalismo e ainda conta com estudiosos mais contemporâneos, como Medistch e Zucoloto (2008) e Manzano (2003).

A TEORIA EXPRESSIVA DO RÁDIO

Cada meio de comunicação possui sua característica: a TV conta com a imagem, que muitas vezes fala por si só; o jornal impresso conta com a infografia, com a fotografia; a web, com os hiperlinks, que possibilitam um vasto campo de pesquisa e informação para o internauta; e o rádio tem o som a seu dispor. Este último, protagonista do presente artigo, contrapõe todos os outros, que contam com aspectos visuais, mas nem por isso significa que ele mereça menos atenção. O rádio tem subsídios que lhe permitem ser também “um meio visual”, como escreveu Marshall McLuhan (1969).

De regra, a padronização da linguagem radiojornalística contempla apenas os aspectos verbais do texto radiofônico. Prado (1989 p. 29) ressalta, por exemplo, que “ao escrever um texto jornalístico é preciso sentar-se diante da máquina de escrever pensando que se vai elaborar um texto para ser ouvido, e não para ser lido”. Alerta também feito por Ortriwano (1985): “o produto radiofônico – mensagem – precisa respeitar todas as características do meio e as condições de recepção, devendo estar entre as preocupações básicas do emissor o fato de a mensagem radiofônica estar destinada a ser apenas ouvida” (ORTRIWANO, 1985 p. 83). Ferrareto (2001) lembra ainda que sempre “jornalismo é jornalismo em jornal, revista, rádio ou televisão”, mas que o texto radiofônico deve ser “mais claro e conciso que o do jornal ou da televisão” e que “a forma básica do tratamento dos fatos precisa ser adaptada a uma linguagem específica (...) e a um público determinado” (FERRARETO, 2001 p. 193).

Perante a aparente limitação que o rádio possui, o apelo deve vir sobre os recursos possíveis de serem expressos na mensagem radiofônica, como o som, os ruídos, o silêncio e a música. Balsebre (1994) estudou esta lógica, criando a “Teoria Expressiva do Rádio” que prega que se desenvolva uma variada gama de recursos para noticiar no rádio. “Precisamos perceber a força expressiva do som das palavras em seu sentido mais conotativo e trabalhar no rádio com uma montagem de diversas vozes como se fosse uma composição musical” (BALSEBRE *apud* BAUMWORCEL, 2005, p. 7). Baumworcel ainda complementa a mesma questão.

O veículo da emoção e da sedução, só vai estimular os sentimentos, causar envolvimento, atrair e chamar a atenção dos ouvintes para que eles “visualizem”, imaginem o acontecimento, se trouxer em seu discurso uma harmonia sonora composta pela plenitude de elementos de sua linguagem. E assim será possível, como destacou

Vigil (2003: 37), não só “fazermos os cegos verem, mas fazermos cheirar sem nariz, acariciar sem mãos e saborear a distância” (BAUMWORCEL, 2005, p. 4).

Apesar da importância do veículo para a vida nacional, o rádio figura, normalmente, como um meio menor, sempre ameaçado pelos veículos que lhe sucederam. Primeiro a televisão e, recentemente, a Internet: advenços de grande impacto que colaboraram para formação da imagem do rádio como um veículo obsoleto e ultrapassado. No entanto, ainda hoje, quase 90 anos após as primeiras transmissões no Brasil, o rádio se mantém como um dos meios de comunicação de maior alcance. Segundo informações do Grupo de Mídia São Paulo³, a penetração do rádio é de 78% em todo o país.

No Brasil, o rádio surge em 1922, tendo como ápice o período compreendido entre 1930 e 1950, conhecido como “A Era de Ouro do Rádio”. O radiojornalismo passa da monótona leitura das manchetes do dia para as calorosas coberturas jornalísticas e esportivas. Nesta época, pode-se considerar que o potencial expressivo do rádio era bastante explorado em programas que buscavam contextualizar o ambiente ao ouvinte (MELLO VIANA, 2009).

Na década de 40, por exemplo, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro transmitia 14 novelas, no mesmo período (ORTRIWANO, 1985). O rompimento de todo este momento mágico para o rádio chegou, exatamente, em 18 de setembro de 1950, quando Assis Chateaubriand trouxe a televisão para o Brasil. Com o passar do tempo, o novo meio começou a ganhar público. Os artistas favoritos e os cenários estavam ali, não precisava mais imaginar como eles eram. Foi aí que, na casa do brasileiro comum, o rádio deixou a sala de visitas para a televisão e passou a ter de competir com ela e demais fontes de informação ou outras atividades simultâneas, sendo que quase todos estes meios contam com estímulos visuais.

O que se buscou a partir daí foi a quase total separação entre música (elementos sonoros) e informação. As emissoras deixaram de fazer coberturas jornalísticas nacionais, a radiodramaturgia perdeu seu espaço para a telenovela e os artistas populares que participavam ao vivo dos estúdios foram substituídos por discos gravados. Em 1970 a rádio FM (frequência modulada) torna-se praticamente uma rádio-vitrola, que toca as músicas anunciadas por um locutor. Isto sem contar quase todos os anunciantes que ajudavam a sustentar o meio que migraram para a nova vedete da época, a televisão. Portanto, com este momento, a força expressiva do rádio foi minimizada.

³ Disponível em: <http://www.gm.org.br/>

A “CENA” ENTRA EM CENA

Mas esta não é uma batalha perdida. A aposta deve ser feita naquilo que o meio possui de trunfo.

Ao contrário de outros órgãos dos sentidos, os ouvidos são expostos e vulneráveis. Os olhos podem ser fechados, se quisermos; os ouvidos não, estão sempre abertos. Os olhos podem focalizar e apontar nossa vontade, enquanto os ouvidos captam todos os sons do horizonte acústico, em todas as direções (SCHAFER, 1991, p. 67).

O principal objetivo da utilização de diversos recursos sonoros para emitir a mensagem radiofônica é de que a prática aumentaria a possibilidade de significação para o ouvinte. Isto se deve à “paisagem sonora”, proposta por Schafer (2001) ou ainda tantas outras denominações como “cenografia” ou “cena sonora”, que servem como pano de fundo para a mensagem verbal-oral. Desde a Revolução Industrial houve uma transformação profunda na sonoridade dos espaços, principalmente na zona urbana. Diante da urgência desse novo fenômeno que se apresentava à escuta, Schafer se debruçou frente ao tema com o grupo de pesquisadores no Projeto Paisagem Sonora Mundial, que depois sintetizou os resultados dos estudos de sete anos de pesquisa em um livro⁴.

Como prova do ineditismo do trabalho, ao pesquisar a sonoridade relacionando-a com aspectos do ambiente, Schafer teve que criar uma terminologia particular para abordar os fenômenos que estudava. “Tive de inventar meu próprio vocabulário, à medida que o conceito evoluía: ecologia acústica, esquizofonia, marca sonora, som fundamental etc.” (SCHAFER, 2001, p.11). O conceito mais significativo que formulou foi *soundscape*, traduzido para o português como paisagem sonora. A definição do termo “é qualquer campo de estudo acústico. Podemos nos referir a uma composição musical, a um programa de rádio ou mesmo a um ambiente acústico como paisagens sonoras” (SCHAFER, 2001, p. 23).

No caso do presente artigo, a abordagem dos termos de Schafer se dará a partir do radiojornalismo. O rádio possui o poder de sugestão que, na medida em que são utilizados os elementos sonoros, se acentua, alimentando a imaginação do ouvinte com uma proposta variada de “imagens auditivas” ou “imagens acústicas”. Kaplún (2008) argumenta que há a vantagem do produto radiofônico ser consumido pelo sentido mais importante do ser humano.

⁴ O livro em questão é “A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora”.

Se é certo que o rádio atua sobre um único sentido, a psicologia nos dá um dado muito relevante: esse sentido auditivo a que chega o rádio é o mais ligado às vivências afetivas do homem. [...] Os cegos são, em sua maioria, de caráter pacífico e pacientes e irascíveis. [...] Esta comprovação confirma a vital importância do ouvido como sentido de comunicação social e emocional. O ouvido é o sentido da comunicação humana por excelência; e a nível neurofisiológico, o órgão mais sensível da esfera afetiva do ser humano (KAPLÚN *apud* MEDISTICH; ZUCOLOTO, 2008, p. 88).

Os recursos utilizados assumem diferentes funções de acordo com seu significado para o ouvinte. Cada um tem, por exemplo, um léxico gramatical – uma gama de palavras conhecidas e que ao vê-las escritas ou ouvi-las a pessoa já associa ao objeto ao qual se refere. Assim também funciona com os sons. Pode-se afirmar que existe um “léxico sonoro”, em que os sons significam para as pessoas. Segundo Moraes (1987), a percepção auditiva se mistura às interpretações e experiências individuais. E não se trata do mesmo tipo de imagem gerada por elementos visuais. Ela “surge na tela imaginativa do ouvinte como uma granulação fina, resultado de um processo perceptivo entre impressões pessoais e representações sensoriais sonoras apreendidas pela audição” (SILVA, 1999). Deste modo, a produção de imagens sonoras deve também ser criteriosa, atentando-se ao estímulo, memória e mecanismos de associação de idéias envolvendo referências e conhecimentos prévios.

Ao ouvinte, com sua linguagem expressiva e vigorosa, mas não perigosa para a ordem social, a peça radiofônica propõe uma nova relação, menos concreta, mas estimulante e viva, entre quem produz e quem consome. A partir desta linguagem este ouvinte é solicitado enquanto indivíduo a participar mentalmente despertando-lhe emoções e sensações (SILVA, 2005, p. 4).

Conforme os sons e ruídos de fundo, o ouvinte escuta algo que somente ele escuta. Dois ouvintes diante do mesmo aparelho de rádio, ouvindo o mesmo programa ouvem diferentes “mensagens”. Porque cada um constrói a sua imagem conforme o seu conhecimento de mundo (LUZ, 2011).

Em 1938, Orson Welles levou ao ar “Guerra dos Mundos”, deixando em desatino uma América que ainda não conhecia o poder real de inserção do veículo e a veracidade que os sons poderiam passar. A obra foi escrita originalmente por H. G. Wells e adaptada por Welles, tendo sido veiculada na véspera do Dia das Bruxas pela rádio CBS (Columbia Broadcasting System).

Welles criou um verdadeiro caos com sua peça. Ao utilizar uma linguagem radiofônica, ele reproduziu uma cobertura jornalística. Depois de fazer um texto de abertura, criou a simulação de um programa musical fictício e o interrompeu com um boletim especial urgente que informava que objetos de Marte vinham em direção à Terra. Após esta notícia, o fictício programa musical é interrompido várias vezes por manchetes informando uma invasão de

marcianos, intercaladas com supostas entrevistas externas, simulação de falhas técnicas, silêncio em alguns momentos para se criar suspense. Welles conseguiu, assim, sugerir para os ouvintes que não prestaram atenção ao texto inicial ou que sintonizaram a emissora depois da abertura, imagens sonoras de uma invasão, de uma forma que a caracterização dos cenários, das personagens e das ações tinha tal um grau de veracidade que os ouvintes também entraram em pânico. As interpretações “abriram possibilidades de expressão para o mecanismo inconsciente dos ouvintes, como se fossem a ‘voz’ interior de cada receptor, numa época de insegurança e medo em função da eminência da Segunda Guerra Mundial” (BAUMWORCEL, 2005, p. 3).

“Guerra dos Mundos” é um exemplo da ficção, mas que demonstra a proporção que um som pode tomar caso seja bem encaixado na mensagem. O efeito sonoro, que segundo Silva (1999) é um “ruído desejável”, seria aquele incorporado intencionalmente em uma matéria a fim de representar sonoramente objetos, personagens e cenários, pontuar o texto ou construir ambientes sonoros. Eles são um “conjunto de formas sonoras naturais e/ou artificiais, que reconstituem objetiva e subjetivamente a realidade, construindo assim uma imagem” (BALSEBRE, 1996, p. 125). Sendo assim, “o efeito fornece pistas, atua como um índice do objeto representado a fim de que o ouvinte reconheça e estabeleça associações, que, pelo caráter referencial assumido pelo ruído, dá-se por contiguidade (sic)” (SILVA, 1999, p. 75-76).

Além do propósito de suscitar sensações e reações no ouvinte, a cena sonora em uma reportagem tem outro intuito, não menos importante: o de conferir credibilidade à informação (PRADO, 1989). No jornal, por exemplo, como já citado, há o recurso da fotografia. Ela é a prova de que o repórter foi ao local em que aconteceu a notícia. O som ambiente, com os ruídos do acontecimento, tem esta mesma função: dar certeza ao ouvinte de que o repórter esteve no palco dos acontecimentos.

Entretanto, as redações cada vez mais enxutas e a possibilidade de entrevistar por telefone e realizar apurações pela internet têm tirado o repórter das ruas, distanciando-o da cena sonora, tão expressiva para a audiência e para o próprio jornalismo de rádio. Os mesmos avanços que propiciaram alterações benéficas para o rádio, também o tornaram refém de um jornalismo cada vez mais feito de dentro da redação. Assim como o repórter de rádio pode se favorecer de entrevistar alguém que está há quilômetros de distância, ele pode se “acomodar” e também fazer por telefone aquela entrevista com uma pessoa que está próxima, na mesma cidade. O *dead line* para fechar diversas matérias por dia tem tirado o repórter da rua e o som ambiente desaparece da reportagem.

ENQUANTO ISSO, NAS UNIVERSIDADES

Ao se analisar como a utilização dos recursos sonoros está sendo aplicada nas Universidades, ensinando aos futuros jornalistas como fazer radiojornalismo, novamente se recai em uma defasagem. No Brasil o predomínio na bibliografia específica é de livros sobre a história do rádio ou sobre a técnica, enquanto no mercado profissional pouco se cria de novo. O aprendizado é tecnicista e não tem a proposta de ensinar como usufruir das potencialidades do veículo. Na obra de Ferrareto (2001), por exemplo, há uma pequena menção a como deve ser a linguagem radiofônica.

[...] engloba o uso da voz humana, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um destes elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem. Os três últimos trabalham em grande parte com o inconsciente do ouvinte, enquanto o discurso oral visa o consciente. [...] Neste quadro, o efeito compensa a ausência da imagem, reproduzindo sons próprios de elementos que servem como pano de fundo [...] (FERRARETO, 2001, p. 26).

Barbeiro (2003) em seu manual de radiojornalismo limita-se a dizer em um capítulo dedicado à reportagem que

por uma característica própria do radiojornalismo, as reportagens ao vivo reproduzem sempre o som ambiente. É impossível impedir que o som ambiente passe para a reportagem e isso nem é desejável. Sons de carro no trânsito, chuva, buzinas, execução de uma música, refrão de torcedores e manifestantes passam o “clima” do acontecimento [...]” (BARBEIRO, 2003, p. 56).

No mesmo capítulo, na página seguinte, ele elenca mais um item. “Informações e sons ambientes, quando possíveis de serem relacionados ao fato, ajudam a enriquecer a reportagem” (BARBEIRO, 2003, p. 56).

Porchat (2004) é ainda mais econômica ao citar a importância dos recursos sonoros em uma reportagem. “Um barulho que caracterize o local da entrevista também dá vida à matéria, desde que seja suave, para não desviar a atenção do ouvinte nem prejudicar a audição” (PORCHAT, 2004, p. 145).

Os três autores se atêm muito a métodos, fórmulas e técnicas e não abordam como o repórter de rádio pode fazer para ampliar o leque de significações para seu ouvinte. Eles não falam da importância do uso estratégico dos sons para melhorar a qualidade do trabalho jornalístico.

A REALIDADE NA PRÁTICA

Para exemplificar como o radiojornalismo tem se apropriado dos recursos já citados foi escolhida como objeto de estudo uma das rádios de Cascavel, no Oeste do Paraná, a rádio CBN Cascavel. O veículo está há quatro anos na cidade e é afiliado a uma rede de rádios que instituiu um novo modo de se fazer rádio. Trata-se da Rádio CBN, pertencente ao Sistema Globo de Rádios, que inaugurou o modelo *all news* (somente notícias) no Brasil, em 1991.

Aproximadamente 15 horas de reportagem em um recorte temporal de uma semana, entre os dias 21 e 25 de novembro de 2011, que foi escolhida aleatoriamente, constituem o objeto de estudo. Todas as matérias foram veiculadas no programa CBN Cascavel, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h. Neste espaço de tempo o ouvinte tem acesso a matérias locais, produzidas pela equipe de seis repórteres da emissora, além de matérias de outras quatro afiliadas da CBN no Paraná: Maringá, Londrina, Foz do Iguaçu e Curitiba. Foi descartado da análise o noticiário nacional que é encaixado na programação a cada meia hora, com a síntese noticiosa⁵ “Repórter CBN”.

A análise se deu com o preenchimento de uma tabela composta por cinco campos: a primeira coluna era dedicada à data em que a matéria foi veiculada e a ordem em que foi ouvida. Na sequência, vem o espaço para destacar qual foi o formato utilizado pelo repórter (nota, reportagem, notícia, boletim⁶). A retranca é qual é o assunto da matéria. Também há espaço para colocar o tempo do material. E o mais interessante para a pesquisa é o campo observação, já que ali constam as informações dos elementos sonoros utilizados na reportagem, e de que forma eles foram captados. Dali saíram números e informações que possibilitaram o estudo.

É importante esclarecer que a análise não se preocupou em avaliar o significado elaborado pelo ouvinte no momento da recepção, mas, sim, o sentido anterior a esse significado, a tentativa de sugestão do produtor da mensagem de um efeito preciso. Dessa forma, foi analisado o sentido potencial, ou seja, a construção da sugestão de sentido – sentido que é parte do processo de significação, porém, anterior ao intérprete.

⁵ De acordo com Ferrareto (2001) síntese noticiosa é um informativo em que os fatos são hierarquizados em ordem crescente de importância. Cada acontecimento corresponde a uma nota, redigida em lauda única. O tempo de cada síntese é originalmente de três a cinco minutos, sendo veiculado a cada 30 minutos ou uma hora, mas algumas emissoras fazem de 10 minutos, no início ou final de cada turno do dia.

⁶ Segundo Barbosa Filho (2003) os gêneros no radiojornalismo se dividem em nota: informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso; notícia: módulo básico da informação, com entrevistados; boletim: pequeno texto informativo, com apenas uma fonte; reportagem: amplia o caráter minimalista do jornalismo e oportuniza aos ouvintes uma noção ampla mais aprofundada a respeito do fato narrado.

Ao todo, foram 65 matérias ouvidas, entre notas, boletins, notícias e reportagens. A primeira observação que se pode fazer é de que em 30 delas, ou seja, 46% tinham entrevistas feitas por telefone. Isto quer dizer que em quase metade das ocasiões o repórter não foi ao palco dos acontecimentos, não esteve em contato direto com a fonte. Aqui, se pode adentrar no conceito de diálogo desenvolvido por Medina (2001). Ela propõe que a entrevista aconteça como uma troca entre o entrevistador e o entrevistado. Segunda a autora, o entrevistador deve assumir uma relação EU-TU com sua fonte de informação, ao invés da tradicional EU-ISTO, em que a pessoa parece ser um mero acessório. O jornalista é um mediador entre o entrevistado e o público, sendo assim deve pressentir o que a audiência necessita.

Para além da troca de experiências, informações, juízos de valor, há uma ambição ousada que filósofos como Martin Buber já dimensionaram: o diálogo que atinge a interação humana criadora, ou seja, ambos os partícipes do jogo da entrevista interagem, se modificam, se revelam, crescem no conhecimento do mundo e deles próprios. Esta situação, que pode ser rotulada de ideal, se realiza no cotidiano, até mesmo em uma entrevista jornalística levada às últimas conseqüências (MEDINA, 2001, p. 8).

Por telefone esta tarefa fica um tanto mais difícil, já que não se percebe as reações do entrevistado e se perdem muitas outras interpretações e sons que poderiam favorecer o material jornalístico. Em relação aos sons, o máximo que se pode ouvir ao telefone, além da voz humana, é o som da estática, o que se torna, inclusive, um ruído indesejável.

O principal aspecto observado foi a utilização dos recursos sonoros, da “cena sonora” para acompanhar o texto verbal-oral. Nenhuma das 65 matérias tinha um abre-áudio⁷ ou ainda uma trilha sonora. Todas contavam somente com a narração do repórter e as entrevistas, por telefone ou gravadas. Os dois únicos momentos em que resquícios de sons são incorporados acontecem nas matérias 3 e 28.

Na primeira, o assunto era o encerramento de uma tradicional Festa de Rodeio de Cascavel, a Expovel. Trata-se de uma reportagem, com diversos personagens e informações. Como característica deste tipo de evento havia ao fundo o som da narração das montarias, por isso em uma das entrevistas aparecia este pano de fundo, que pode sugerir ao ouvinte o que estava acontecendo no momento. No entanto, não havia na edição o uso de um trecho da narração ou o barulho do público. Nota-se aí um potencial desperdiçado, já que vários elementos

⁷ Abre-áudio é som captado no local e inserido na matéria, o som ambiente.

do ambiente poderiam ajudar na significação para quem ouviu a matéria. Alguns segundos capturados daquelas narrações típicas de rodeio ajudariam a “colocar” o ouvinte dentro da cena.

A reportagem seguinte também traz em si vestígios da “cena sonora”. O repórter abordava o preço do etanol na cidade de Cascavel e, pelo que aparenta na gravação, ele está em um posto de combustíveis, ou seja, ele está no palco dos acontecimentos. Porém, o máximo que se pode perceber de ambientação é um som de carro também ao fundo, durante as entrevistas. Na edição não há nenhum abre-áudio com o barulho de um carro, que, pensando como produtor da mensagem, poderia favorecer o entendimento do ouvinte.

Nas duas oportunidades os sons surgiram de uma forma acidental, uma vez que fica claro que a captação do áudio de fundo não foi de caso pensado, não foi planejada pelos repórteres. Mesmo assim, com poucos recursos sonoros presentes, não se descartam estas duas tentativas, já que, por menores que tenham sido, os sons presentes já podem ter produzido um sentido ao ouvinte.

Salvo estas duas exceções, nas demais matérias não há a “cena sonora”. Portanto, somente em 6’48” foi possível ambientar o público, oferecer-lhe um leque maior de significações. No restante do programa, que tem duração de 3 horas, os ouvintes se depararam com o texto verbal-oral do repórter intercalado com o dos entrevistados.

Outros exemplos mostram que, por várias vezes, o potencial do rádio foi totalmente perdido. Na matéria de número 26 o assunto eram as eleições nos Colégios Estaduais. Com 2’47”, o boletim teve como fonte apenas a responsável pelas eleições no Núcleo Regional de Educação, em uma entrevista por telefone. Primeiro vem uma perda da diversidade de pontos de vista: o repórter não foi a algum Colégio entrevistar alunos, pais de alunos, professores. E, por novamente não ter ido aonde acontecia a notícia, perdeu também toda a sonoridade que uma instituição de ensino tem. Imagine um som ambiente de alunos durante o intervalo, no início ou no final da aula. Trata-se de um som sugestivo e mesmo que fosse usado por 5 segundos na matéria apresentaria um chamamento a mais para quem estivesse com o rádio sintonizado na emissora naquele momento.

Na matéria de número 9, o assunto era uma mobilização realizada pela Igreja Católica. Várias pessoas haviam se reunido em frente à Catedral Nossa Senhora Aparecida, em Cascavel, para fazer uma oração em favor das crianças de todo o país. É uma reportagem, conta com diversas fontes, mas não há nenhum abre-áudio da oração em si. Os entrevistados apenas relatam a importância do ato, mas o ouvinte não pode escutar a oração que eles faziam.

Nos quatro exemplos, a velha máxima que diz que “matéria boa é matéria no ar” valeu. Chantler (1999) dá dicas simples para entender por que o profissional precisa ficar atento ao seu redor.

Nossas cores são o som e nosso pincel é o microfone [...] por isso, é importante entrevistar um administrador de aeroporto tendo como som de fundo o ruído dos jatos manobrando na pista; um operário junto da linha de montagem de uma fábrica de automóveis, ou uma professora com crianças brincando ao redor (CHANTLER *apud* SILVA, 1999, p. 3).

As práticas estão estacionadas no tempo e acomodadas em formas onde a criatividade é deixada de lado. “O rádio pode atingir outros patamares de qualidade” (BARBOSA, 2003, p. 149). A busca pela inovação, o talento e a informação devem ser constantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em praticamente todas as análises sobre a prática jornalística o fator tempo é preponderante. As redações estão cada vez mais enxutas, mas as cobranças não são em menor escala. No rádio a cena se repete, portanto tudo que pode ser buscado para impedir o uso de tempo maior de produção ganha a preferência da maioria dos repórteres. A necessidade de fechar cinco, seis matérias por dia, faz com que o profissional faça o básico: entreviste os personagens envolvidos no assunto da matéria e escreva um texto em que as respostas possam se encaixar.

Este tipo de rotina tem afastado o jornalista da essência da profissão, que é levar informação completa ao público. Os sons também são informação. Tornam-se tão escassas as vezes em que o repórter vai ao palco dos acontecimentos que, chegando lá, ele nem se importa em ligar seu gravador e captar a sonoridade do local para ilustrar sua matéria. É preciso compreender que o produto que explora os recursos sonoros apresenta um relato mais “vivo”, rico e aprofundado.

Pensado esteticamente, o radiojornalismo adquire proporções sensoriais – possíveis no rádio – ainda pouco experimentadas pela nossa tradição radiofônica (sempre tão oralizada!). Essa discussão do radiojornalismo inclui perceber a reportagem como produto estético e os sons como fontes jornalísticas, afinal (MANZANO, 2003, p. 116).

O processo atual, embora assimile as novas tecnologias, não tenta começar a fazer alterações na linguagem, principalmente no campo estético. Por outro lado, o jornalismo é uma atividade em constante transformação e que não deve ignorar as possibilidades que se apresentem a ele, e vem modificar, ainda que lentamente, seu modo de fazer. Ao radiojornalismo a seguinte

observação é válida: deve haver a abertura para a transformação e variação para não deixar que se paralise em modelos sem “vida” reproduzidos no dia a dia.

O não uso do som expressivo no jornalismo ajuda no processo de pasteurização, em que todos os produtos jornalísticos se tornam muito parecidos no tema, na abordagem, forma e apresentação. Não seria exagero imaginar que o resultado final também é parecido, levando o jornalismo a perder espaço para os programas de entretenimento nos horários mais nobres.

Já que, historicamente, o rádio, mais que um meio de comunicação é um meio de expressão artística, cultural de um povo, o uso dele deve ir além de trazer o conflito de idéias, pensamentos, opiniões de todas as classes sociais, ao trazer também os costumes, hábitos, valores, comportamentos, crenças, assim como todas as manifestações que expressem as sensações, os sentimentos, a emoção humana (BAUMWORCEL, 2005). É hora de existir ligações entre diversos segmentos: a música, o rádio, o radiojornalismo, a rádio-arte para que um aprenda com o outro, e um pegue do outro, elementos que possam aumentar a significação para o ouvinte.

Para aquele que trabalha em radiojornalismo, essa proposta é mais que um desafio profissional, é um desafio para a escuta sensível dos fatos, para a formação de jornalistas com ‘ouvidorepórter’ e uma prática que poderia se chamar de ‘radiojornalismo acústico’ (MANZANO, 2003, p. 117).

O rádio precisa redescobrir a dramaticidade do jornalismo. É difícil lembrar quando foi a última vez que um reportagem realmente seduziu, que uma voz comoveu, que a audição de uma entrevista causou uma verdadeira emoção. O rádio informativo necessita reutilizar a linguagem radiofônica como um real instrumento de comunicação e expressão. Para que isto aconteça não é necessário recorrer a um estilo de narração sensacionalista, nem inventar fatos. Significa explorar a emoção e ter a percepção do que envolve o acontecimento, ou seja, a dramaticidade da própria informação, inclusive com todos os outros sons que a compõe.

REFERÊNCIAS

ALBANO, Júlia Lúcia de Oliveira. **Radiojornalismo e suas múltiplas fontes sonoras.** In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006. 29. ed.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Radiojornalismo:** produção, ética e internet. São Paulo: Campus, 2002.

- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio.** São Paulo: Paulinas, 2003.
- BAUMWORCEL, Ana. **Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- GOLIN, Cida. **A expressão radiofônica de uma cartografia sonora: Estudo da série Porto Alegre, paisagens sonoras.** Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-15, julho/dezembro 2007.
- KAPLÚN, Mario. **Producción de programas de radio: El guión, la realización.** Quito: Ciespal, 1971.
- LUZ, Dioclécio. **Radiojornalismo nas rádios comunitárias: conceitos e práticas.** 2011. 314 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- MANZANO, Rodrigo (2003). Ouvido-Repórter: por um radiojornalismo acústico. In: **Revista Conexão – Comunicação e Cultura.** UCS, Caxias do Sul, vol. 02, n. 3, p.111-120.
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível.** 4. ed. São Paulo: Ática, 2001.
- MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (orgs.) **Teorias do Rádio: Textos e Contextos.** Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008.
- MELLO VIANA, Graziela Valadares Gomes de. **Imagens sonoras no ar: a sugestão de sentido na publicidade radiofônica,** 2009. 344 f. Tese. (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes (2009), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- MORAES, Wilma. O rádio (in) formando sons. In: BENTES, I. ZAREMBA, L. (orgs.). **Radio nova, constelações da radiofonia contemporânea.** Rio de Janeiro: UFRJ, ECO, Publique, 1996.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** São Paulo: Summus, 2003.
- PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo: Jovem Pan.** 3. ed. São Paulo: Ática, 2004.
- PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica.** São Paulo: Summus, 1989.
- SCHAFER, R. Murray. **Afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora.** São Paulo: UNESP, 2001.
- _____. **O ouvido pensante.** São Paulo: UNESP, 1991.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **A Peça Radiofônica e a Contribuição de Werner Klippert.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005.

_____. **Rádio: oralidade mediatizada:** o *spot* e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 1999.