

ARAÚJO, Ed Wilson Ferreira. “A produção de sentido no rádio”. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Campina Grande: Universidade Federal da Paraíba, 2010, p. 1-15.

PÁGINA	Fichamentos/Recortes
1	“Estabelecer uma cumplicidade sonora com o ouvinte é um dos principais desafios da produção radiofônica.”
	A CEGUEIRA NO RÁDIO
1-2	“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, etc.” (Em referência ao filme “Ensaio sobre a cegueira”).
2	“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 rememoradas no ambiente lúdico de uma balada musical” (Em referência ao filme “Ensaio sobre a cegueira”).
2	“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.”(Em referência a uma rádio do bairro Santa Clara, na periferia de São Luís, comandada por um casal de cegos: Isaac e Felicidade Aguiar).
2	“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 ideia abstrata.” (MEDITSCH, 1995, p. 6).
2	“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.” (MEDITSCH, 1995, p.6).
3	“O ouvido também vê. Ou melhor, o ouvido vê com o olho interior, esse a que chamamos imaginação.” (VIGIL, 2003, p. 36).
	ELEMENTOS DA LINGUAGEM RADIOFÔNICA
3	“Para Quinteiro (2007), a locução e a interpretação no rádio produzem riqueza harmônica, equilíbrio sonoro, construção de imagens.”
3	“(…) a fala é o desenho de imagens visuais.”
3	“Para um ator (locutor) a palavra não é apenas um som, é uma evocação de imagens.” (QUINTEIRO, 2007, p. 138).

3	“(…) ouvir é ver aquilo de que se fala, num intenso diálogo de sensações.”
3	“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.”
3	“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.”
3	“Esta visualização, assegura, promove uma harmonia entre o que é dito, percebido e entendido, através do estímulo às sensações.”
4	“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.”
4	“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.” (BALSEBRE, 1994).
4	“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.” (BALSEBRE, 1994).
4	“A interação e a percepção (...), através da mediação tecnológica, são essenciais na produção e circulação das mensagens.”
4	“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’.
4-5	“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 – ouvite – passe a ser sujeito da comunicação.”
5	“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.”
5	“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.”
5	“Para ele era necessário incorporar o som da modernidade ao discurso radiofônico, estetizando-o.” (Ele, neste caso, é o músico francês Pierre Schaeffer).
5	“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 posto e retidos no inconsciente.”
6	“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.”
6	“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 Wells, 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.”
6	“Muito mais do que desempenhar funções na trama, os ruídos e efeitos complementam o sentido da palavra e provocam sensações.” (BIANCO, 1998, p. 75).
6-7	“(…) 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.” (BIANCO, 1998, p. 75).
7	“A Rádio Nacional, nos anos 1940, funcionou como caixa de ressonância da musicalidade e da formação cultural brasileira.”
7	“O rádio, portanto, teceu 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 formatação da paisagem sonora daquele momento. Assim, o discurso radiofônico cumpriu, também, uma função social.”
7	“(…) esse ambiente sonoro proporcionou, no dizer de Walter Alves (1994), o despertar para o ‘ouvido que vê’; no entendimento de Orson Wells (1938), o rádio como uma grande tela; e na interpretação de Marshall McLuhan (2000), o rádio como meio visual.”
8	“O rádio (...) apropria-se da paisagem sonora, articulando o silêncio, os ruídos, os efeitos sonoros e a música em uma orquestração.”
8	“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.”
	ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NO RÁDIO
8	“De todas as marcas do rádio, a sensorialidade é mais forte nesse contexto

	da produção de sentido.”
8	“O rádio desperta a imaginação do ouvinte. (...) em um conjunto de outras características do meio radiofônico, com 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).”
9	“A síntese destas características (...) desemboca na compreensão da mensagem, fruto dos atos combinados de ouvir, escutar e prestar atenção.”
9	“Qualquer interferência do meio externo pode perturbar o recebimento da mensagem se o ouvinte não estiver concentrado.”
9	“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.”
9	“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.”
9	“A expressão e a interpretação na linguagem radiofônica são instrumentos essenciais na produção de sentido no rádio.”
9-10	“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.”
10	“A simplicidade da linguagem do rádio também tem uma explicação econômica: ela atende às exigências de rapidez da informação na sociedade industrial.” (MEDITSCH, 1995, p. 3).
10	“A imediaticidade, 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.” (MEDITSCH, 1995, p. 3).
10	“É importante também observar que a interpretação, a força narrativa e a expressão variam de acordo com as especificidades dos gêneros radiofônicos.”
10	“(...) a locução no gênero radiojornal não deve ter a mesma força de uma radionovela (...).”
10	“(...) no rádio, a imaginação visual do ouvinte só deve ser chamada quando tem algo a contribuir.”(MEDITSCH, 1995, p. 6).
11	“Para o autor, os formatos são assim classificados: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesa redonda ou debate, programas policiais e

	esportivos, além da divulgação técnico-científica.” (O autor em questão é André Barbosa Filho).
11	“A expressão, a narração e a entonação de programas como radionovelas, radioteatro, radioconto, documentários, revistas radiofônicas, programas infantis, musicais e outros têm uma construção estética.”
12	“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.” (ORTRIWANO, 2000?, p. 7).
12	“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.”
12	“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 de comunicação e não objeto de uma mensagem. Ele é ativo.”
13	“(…) o rádio passa a cumprir seu papel social ao permitir, através da interatividade, o múltiplo fluxo de vozes e conteúdos no processo comunicativo.”
13	“A produção de sentido no rádio se dá, portanto, a partir dos múltiplos sentidos produzidos na sociedade.”
	CONSIDERAÇÕES FINAIS
13	“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.”
13	“O imaginário possibilitado no teatro, novela e no documentário radiofônico são de um potencial expressivo indispensável para fazer cumprir as funções do rádio.”
13	“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.”
13	“Mesmo neste ambiente concentrador e monopolizado há espaços para produções de qualidade, capazes de introduzir uma nova cultura educativa nas ondas do rádio.”
14	“Entre as tarefas do rádio a função social é algo a ser preservado.”
Palavras-chave: Rádio; imagens visuais; sentidos.	

RESENHA:

Uma produção radiofônica eficiente tem como seus pontos basilares a palavra, a música, os efeitos e o (temido) silêncio. E o meio radiofônico é tão sedutor e importante, que seu papel se destaca até mesmo em grandes produções, como no filme (baseado no livro homônimo) “Ensaio sobre a cegueira”. Quem já assistiu ao filme, talvez possa se recordar, com facilidade, da cena em que Danny Glover mostra um rádio de pilha e faz com que aquelas pessoas, acometidas pela cegueira, se esquecessem da realidade e se transportassem para onde quer que fosse. O rádio não só os seduziu como os distraiu e serviu de válvula de escape.

Comumente entendemos que o rádio apenas produz imagens visuais em quem ouve. Quem nunca imaginou aquela moça bonita que dedica uma música para o seu amante? Ou quem nunca imaginou o rosto dos personagens favoritos das rádio-novelas dos tempos do vovô ou da vovó? Mas o rádio não se limita apenas a essas imagens, como também evoca cheiros, sensações, sabores, melodias, servindo como um dos maiores incentivadores a nossa memória, ativando aquilo que está escondido no nosso subconsciente e trazendo-o à tona.

A magia do rádio só se faz possível porque temos uma voz que dá vida a uma palavra. Pensando no ator ou locutor que desempenha esse papel, temos uma palavra usada não para produzir mero som, mas para evocar uma imagem. A cumplicidade entre ator/locutor – voz – palavra – som – imagem é o que garante o sucesso (ou não) de uma produção radiofônica, quer seja radionovela, radiojornal, música, narração futebolística ou quaisquer outras. E aquele quem recebe/consume essa produção não é um ouvinte passivo, mas participa, também, do discurso e interpreta o que ouve, assim, atuando na construção do sentido do texto sonoro.

Nesse cenário magnífico, o som também é muito importante e os efeitos que nele ou dele são produzidos. Nos tempos da Revolução Industrial, as produções eram recheadas de sons de máquinas e o que mais trouxesse a ideia de evolução. A tecnologia começava a se mostrar uma boa aliada, então, o rádio bebeu altamente dessa fonte. Os recursos que se tinha naquela época permitiram criar efeitos que só enriqueceram e auxiliaram o fenômeno radiofônico. Estes tornaram-se, pois, aliados no jogo da criação das imagens acústicas, ao passo que ajudavam o ouvinte a associar um som a situações, pessoas, temas, estados psicológicos e mesmo estados de espírito. Hoje, não conseguimos imaginar uma cena romântica num filme ou em uma novela sem uma música altamente emotiva ao fundo. E, ao mesmo tempo, essas circunstâncias estão tão ligadas ao nosso cotidiano, que nem sequer prestamos atenção a essas sutilezas que, naquela época, realmente revolucionaram o mundo do rádio. Contudo, os vários sentidos não dependem apenas de uma combinação voz – som – efeito. Eles residem muito além disso. A cultura em que vivemos e nossas próprias vivências de mundo influenciam enormemente a absorção e a conseqüente produção de significados.

O rádio é, pois, algo único e a compreensão do que se ouve está atrelada a uma série de fatores. Se houver qualquer interferência externa, há uma dispersão, que atrapalha a recepção de sentido por parte do ouvinte. Isto não ocorre, no meio televisivo, em que imagem e som são explorados ao máximo numa relação de complementaridade. A imagem fala por si só. Mas o rádio não dispõe dos mesmos recursos imagéticos. Recorre, então, a todos os meios possíveis e, principalmente, usa da força narrativa. O ouvinte precisa viver intensamente o que ouve. Talvez seja o que falta nas produções atuais, já que o rádio virou “aquele barulho” essencial enquanto lavamos a louça, arrumamos a casa, passamos a roupa, tomamos banho ou fazemos qualquer uma dessas atividades triviais da vida cotidiana.

Não adianta termos evoluído tanto se perdemos a magia de saber ouvir. Não vivemos, hoje, o fascínio que aquela caixa enorme de onde saíam ondas sonoras exercia sobre os nossos avós. Hoje a caixinha ficou pequena e pode ser acessada até nos nossos celulares. Mas o excesso de tecnologia estragou a sua magia.