

O Papel da Imaginação no Jornalismo Radiofônico

construção de notícias e imagens mentais

Joana Castro

Enquanto *medium* unicamente auditivo, a rádio levanta uma questão fundamental: o papel da imaginação, despertada nos ouvintes através dos estímulos sonoros, na função comunicativa da rádio. Até que ponto se deve ou não dar asas à imaginação dos ouvintes é uma questão que, por razões óbvias, revela ter uma importância ainda maior quando se fala da vertente informativa deste *medium*.

Sobre esta questão, Gisela Ortriwano e Eduardo Meditsch têm pontos de vista opostos. A posição de Ortriwano quase que pode sintetizar-se com a definição que em tempos McLuhan deu da rádio: “uma espécie de câmara subliminar cujo poder mágico fere cordas remotas e esquecidas”. Certamente por ter uma visão da rádio ligada ao jornalismo, Meditsch não partilha da opinião romântica que Ortriwano tem da questão. Para ele, “a imaginação visual do ouvinte (...) é um ruído na comunicação”, pelo que o jornalista deve ter em atenção que a redoma sonora que envolve o ouvinte não dê lugar à criação de imagens mentais eventualmente equívocas acerca do conteúdo da mensagem emitida.

Em *O Campo dos Media*, Adriano Duarte Rodrigues fala dos braços invisíveis da rádio (esses que têm o poder de abraçar o receptor em sua casa e colocá-lo em cena nos mais diversos palcos): “Corpo abstracto, a voz da rádio é plasticidade pura, modulação sonora etérea incorporal, virtualidade admirável de se substituir ao corpo, máscara falante na ausência do actor”. Para Rodrigues, como para Gisela Ortriwano, a rádio tem a capacidade de criar realidades a partir das expectativas individuais, uma vez que se transforma em “corpo abstracto que vem integrar o nosso mundo, apelando para a totalidade da nossa experiência sensorial, imagética e intelectual”.

Ligadas à função emotiva e passional que tantas vezes caracteriza a prática radiofónica, as imagens sonoras que se movem em todas as dimensões do imaginário constituem muitas vezes um trunfo para a rádio. Um trunfo aproveitado em programas de telefonemas radiodifundidos. Ou melhor ainda, em relatos de futebol. Em *França*

1938, *III Copa do Mundo: o Rádio Brasileiro estava lá*, Ortriwano fala de como um locutor desportivo *filma oralmente* um jogo. “Nicolau Tuma (...) transmite o movimento da bola entre os jogadores e descreve todos os lances, um a um. De passagem, enquanto a bola está fora de jogo, precisa de assunto: fala do clima, do público presente, relembra as jogadas (...) Domina, totalmente, de forma intuitiva, a ideia de criação de imagens mentais”. Ortriwano destaca também a importância do som ambiente neste processo (“Mais do que o locutor, era o eco do Maracanã quem narrava o jogo”) e acaba por concluir que “as imagens mentais, a matéria-prima do diálogo da rádio com o ouvinte, são uma arma poderosa”.

Contudo, como todas as armas, as imagens interiores criadas pelo ambiente sonoro da rádio devem ser usadas não negligentemente e de forma a aproveitar o máximo das suas potencialidades em cada situação específica. No caso do jornalismo radiofónico, há que saber construir o conteúdo das mensagens a difundir, de forma a não dar espaço a imagens mentais que não traduzam o que de facto constituiu o acontecimento noticiado. É, pois, necessário combinar, nas proporções correctas, os elementos do sistema sonoro: palavra, música, ruído e silêncio. Esta necessidade na rádio é justificada no *Guia Alfabético das Comunicações de Massa* por Jean Cazeneuve, que afirma que estes elementos “criam entre o público e o centro de difusão um elo muito particular, mais concreto do que aquele que é estabelecido pela imprensa, mas mais favorável do que o da mensagem televisiva à acção sobre a imaginação e mesmo sobre o sonho”.

Cada vez mais a rádio se transforma num espaço em que a palavra do poder dá lugar ao poder da palavra. A oralidade que a caracteriza implica, pois, uma democratização da palavra. A rádio “torna-se igualmente ritual e dramaturgia do quotidiano, do acontecimento singular, dos afectos”, diz Adriano Duarte Rodrigues em *O Campo dos Media*. De facto, a própria linguagem radiofónica se tem transformado ao longo dos tempos, no sentido de uma maior familiaridade com o dia-a-dia do ouvinte. Note-se que o tom enfático e solene do início da rádio tem vindo progressivamente a dar lugar a um estilo mais coloquial, intimista e espontâneo.

Apesar desta democratização da palavra, segundo Eduardo Meditsch, foi “a cultura letrada [quem] impôs ao rádio a hegemonia do texto na composição da sua linguagem”. Por este motivo, o discurso radiofónico informativo deparou-se desde os seus primeiros tempos com a necessidade de uma autonomização relativamente ao discurso informativo da imprensa. Os títulos quase gritados, os artigos suprimidos e a

ideia de uma paginação rígida com secções fixas e espaços limitados por assunto apreendidos na experiência gráfica não asseguravam uma comunicação (ainda que unidireccional) eficaz na rádio. Houve uma maior consciencialização da necessidade da escolha das palavras e linguagens adequadas a diversos géneros de audiências. E, a par da fundamental “lei da economia”, foram “descobertas” várias regras da comunicação analógica que visam otimizar os efeitos do discurso radiofónico. Vejamos alguns exemplos. No caso concreto da voz do locutor, as sensações de credibilidade, segurança e tranquilidade serão tanto maiores quanto mais grave for o tom e mais ressonante, brilhante e claro for o timbre. Por outro lado, na pronúncia, as características que melhor resultam são a naturalidade e a clareza. Também é mais positiva para a comunicação radiofónica uma entoação com variações tonais adequadas ao conteúdo das mensagens, de forma natural, progressiva e suave. E, de preferência, acentuando as palavras-chave.

O discurso radiofónico adquiriu, pois, uma essência própria, afastando-se não só das linguagens impressa e televisiva, como também da própria comunicação oral inserida no seio da realidade quotidiana. Adriano Rodrigues sintetiza, na referida obra *O Campo dos Media*, as principais características que o discurso na rádio deve apresentar: “Frases curtas, eliminação dos silêncios, simplificação sintáctica e semântica, débito sincopado, supressão das expansões complexas são alguns dos processos esteticizantes destinados a assegurar o fluxo, a corrente normalizada das vozes, a sua tradução em mercadoria, o alargamento indefinido dos circuitos de difusão”.

O silêncio – elemento-chave da redoma sonora que envolve o radiouvinte tantas vezes esquecido - pode ser combinado com a palavra em forma de ritmo. Este será tanto mais agradável quanto mais moderada e variada for a leitura dos textos, nomeadamente através da efectuação de pausas (silêncios) em lugares estratégicos. Mas o silêncio pode ser usado das mais variadas formas; ele pode ter várias interpretações, como ansiedade, pausas, hesitações, respirações, etc.. Para além disso, ele é dotado de uma expressividade enorme, pelo que permite uma quase infinita liberdade na imaginação dos ouvintes.

Se a palavra é um elemento de linguagem acústica verbal (figurativa, portanto) e o silêncio não representa, pura e simplesmente, qualquer tipo de comunicação (embora dela faça parte), a música, por outro lado, constitui um elemento de comunicação não figurativo, abstracto. Tal como o silêncio, ela não transmite ideias ou realidades concretas. Mas distingue-se da ausência de som por não levar o ouvinte a pensar no

locutor; sugestiona sim à audiência que se vire para si mesma e se entregue aos mais diversos sentimentos e estados de alma. A música pode funcionar muito bem no radiojornalismo, mas apenas em situações excepcionais. De facto, é na maioria das outras situações radiofónicas que ela assume um papel verdadeiramente sigificante. Yves Lavoigne vai mais longe em *A Rádio*, onde afirma mesmo que a música desempenha um papel fulcral na determinação do tipo de audiência que cada estação radiofónica tem: “longe de ser um inocente “fundo sonoro”, a música veicula valores. Os cânones estéticos que regem as suas diversas formas correspondem à cultura dos grupos sociais utilizadores”.

Na construção atenta de notícias em rádio, não é aceitável que se descure aquele que é, nesta exposição sobre o som no jornalismo radiofónico, o quarto elemento do sistema sonoro: o ruído. Os ruídos induzem a uma imagem mental do desenvolvimento sonoro de um acontecimento, sobretudo quando constituem sons icónicos, isto é, sons naturais ou artificiais que representam uma dada realidade. Mas a par destes ruídos normalmente usados como fundo sonoro, existem também os ruídos propriamente ditos, aqueles que resultam da distorção de uma realidade sonora.

Em *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*, Marshall McLuhan definiu *medium* quente como “aquele que prolonga um único dos nossos sentidos e em *alta definição*”. Considerando esta definição em que McLuhan incluiu a rádio – e sabendo que *alta definição* se refere a um estado de alta saturação de dados -, parece-me evidente que o som da rádio esteja impregnado de ruídos enquanto distorções sonoras. No entanto, um meio quente permite menor participação do que um frio, pelo que se torna muito mais fácil para a audiência de se alienar ao conteúdo das mensagens radiofónicas do que a quaisquer outras. Surge, pois, a oportunidade ideal para o radiojornalismo usar e abusar – desde que de forma correcta – dos ruídos enquanto fundo sonoro. A vantagem é dupla: se por um lado há a possibilidade destes ruídos funcionarem como “despertador” para a falta de atenção do ouvinte relativamente às notícias radiodifundidas, por outro lado o perigo de saturar o ouvinte com sons de fundo é relativamente baixo.

Há, em suma, uma multiplicidade de opções na construção de um texto noticioso em rádio que se evidencia tanto quanto o facto de essas opções serem a chave das mensagens e ideias passadas ao ouvinte nessa mesma notícia. Por outras palavras, a composição de elementos sonoros que uma notícia representa em rádio assume como

que a forma de uma melodia que dá asas aos pés do ouvinte e o leva para uma infinidade de lugares.

Quando bem construída, uma notícia encontra limites apenas nas vivências do receptor para lhe permitir estar *in loco*.

Bibliografia

- ANTÓN, Emma Rodero – *Los principales erros que debe evitar todo o locutor de informativos radiofónicos: un estudo práctico*, in *Actas de las XV Jornadas Internacionales de la Comunicación*, Faculdade de Comunicação da universidade de Navarra
- MCLUHAN, Marshall – *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*, Editora Cultrix, São Paulo, pp.38-50.
- CAZENEUVE, Jean – *Guia Alfabético das Comunicações de Massas*, Edições 70, Lisboa, 1976, pp.244-248.
- ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL – *O Rigor da Notícia*, 2ª edição, Edição da AACCS, Lisboa, 1999, pp.103-106.
- SOCIEDADE PORTUGUESA DE AUTORES – *Colóquios sobre Rádio*, 1ª edição, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999, pp. 109-114.
- RODRIGUES, Adriano Duarte – *O Campo dos Media – Discursividade, Narratividade, Máquinas*, Colecção Comunicação e Linguagens, Lisboa, Veja, pp. 75-79 e 117-132.
- LAVOINNE, Yves – *A Rádio*, Colecção Trimédia, Vega, Lisboa, pp.89-101.
- RODRIGUES, Cunha – *Comunicar e Julgar*, Colecção Comunicação, Minerva Editora, Coimbra, 1999, pp.177-178.
- BOND, F. Fraser, *Introdução ao Jornalismo*, 2ª edição, Agir Editora, Rio de Janeiro, 1962, pp.314-322.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana – *França 1938, III Copa do Mundo: o rádio brasileiro estava lá*, Universidade de São Paulo, ECA.
- MEDITSCH, Eduardo – *A nova era da rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual electrónico*, 1997.