



A LINGUAGEM DO RÁDIO MULTIMÍDIA

por Ana Paula Machado Velho¹

Resumo: As investigações sobre as novas perspectivas de organização sígnica na mídia são bem-vindas neste momento em que vivemos o nascimento da Internet como meio de comunicação. Ela vem modificar conceitos dos "velhos" veículos informativos, que estão sendo transferidos para o suporte virtual. O rádio, por exemplo, ganha, na web, uma nova perspectiva de aproveitamento, por meio da ampliação da linguagem para além dos signos sonoros, para signos de outras naturezas, como os signos visuais. Quer-se, aqui, apontar novas regras para a organização da linguagem radiofônica como uma ferramenta para o jornalismo científico. A idéia é discutir uma modelização da linguagem do rádio, através de novas combinações dos signos disponíveis na multimidiática Internet, que tem perspectivas de viabilizar peças informativas, baratas e que atendam às demandas dos mais diferentes tipos de receptor.

Palavras-Chave: Rádio; Internet; Jornalismo científico

Abstract: Investigations of new possibilities of sign organization in the media are welcome at this moment in which the Internet is developing as a medium. It is modifying concepts of the "old" informative vehicles, which are being transferred to virtual supports. Radio, for example, gains new possibilities of use through the extension of the language beyond sonorous signs to signs of other natures (e.g. visual). Multimedia radio is a medium that is still extremely amorphous. It needs to be discussed and edified with specific language, while promotion strategies of the information in sonorous, visual and verbal files need to be determined in the almost infinite space offered by the digital medium. The idea is to discuss new organizations of sonorous files and combination with other codes available on the multimedia Internet, and to find inexpensive ways to make feasible informative parts that serve the demands of most types of receivers. New models of mediation are making new "language games" and new types of receivers possible.

Keywords: Radio; Internet; Scientific Journalism

¹ Ana Paula Machado Velho é jornalista da Universidade Estadual de Maringá - UEM; professora do curso de Comunicação do Centro Universitário de Maringá - Cesumar; doutoranda do Programa de Comunicação e Semiótica - PUC/SP.





""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

Introdução

Grupos de pesquisadores apontam para o fato de que cresce o interesse da sociedade sobre as questões científicas. E este interesse está ligado ao reconhecimento deste tipo de informação como aspecto importante para o dia-a-dia da sociedade. Esta questão foi atestada por uma pesquisa de opinião pública realizada, em 1987, pelo Instituto Gallup de Opinião Pública, sob encomenda do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), intitulada "O que o brasileiro pensa da ciência e da tecnologia?". Os resultados da consulta indicaram a imagem positiva e as expectativas que a sociedade brasileira tem da área de C&T, mais especificamente acerca das conquistas alcançadas em diferentes setores do conhecimento (CALDAS e OLIVEIRA, 2002).

Mas há dificuldade de encontrar meios eficientes de disseminação da informação científica. Pesquisadores e jornalistas creditam o fato à falta de entendimento da mídia sobre a relevância e o processo de produção da ciência e da tecnologia como fontes geradoras de riqueza e bem-estar social (CALDAS e OLIVEIRA, 2002). Outros garantem





que o desafio está na tradução do discurso científico para a linguagem coloquial do dia-a-dia das pessoas comuns.

É certo que, diferente de alguns anos atrás, um volume mais significativo de informações sobre pesquisas e descobertas científicas vem sendo escrito. Mais do que isso, a ciência é alvo de matérias jornalísticas; isto é, seu conteúdo é organizado em textos verbais em jornais diários, revistas, publicações especializadas, combinados muitas vezes com imagens eletrônicas na televisão ou em construções textuais híbridas chamadas infografias - cada dia mais comuns no jornalismo impresso.

É a tradução da tecnocultura, definida por Muniz Sodré, um processo em que as trocas simbólicas que viabilizam a comunicação de qualquer natureza são mediadas por signos estritamente vinculados à evolução tecnológica.

As práticas comunicativas realizam (...) um trabalho cultural, que se pode chamar de tecnocultura, cultura da comunicação ou cultura mediatizada. A mídia e o ciberespaço constituem (...) pretexto prático para a discussão teórica, tanto na esfera acadêmica como na pública, da intervenção tecnocrática na cultura (...), (um) processo comunicacional como interação do sujeito com o meio-ambiente técnico e natural (SODRÉ, 1996:25, 33, 35).

Muniz Sodré propõe que os novos modelos de mediação estão possibilitando novos "jogos de linguagem". É bom lembrar que o pesquisador da comunicação define linguagem como "a promoção da dinâmica mediadora entre homens". E acrescenta que a linguagem natural é apenas um dos dispositivos possíveis da manifestação social e formal da ação comunicativa (SODRÉ, 1996:11).

Estes dispositivos estão sendo analisados pelos pesquisadores da comunicação, que reconhecem o valor que a sociedade atual dá aos textos híbridos, aqueles que misturam





códigos e contam, especialmente, com signos visuais - nestes tempos de valorização da imagem -, o que é proporcionado pelo avanço tecnológico.

Estas investigações são bem-vindas neste momento em que vivemos o nascimento de um novo meio de comunicação: a Internet. Meio esse que vem modificar alguns conceitos dos "velhos" veículos informativos, que estão sendo transferidos para o suporte virtual. É o caso dos jornais e do rádio.

Este último ganha, na web, uma nova perspectiva de aproveitamento, por meio da ampliação da linguagem para além de signos sonoros, para signos de outras naturezas, como os signos visuais. E é essa nova face do veículo que, segundo este trabalho, precisa ganhar um novo nome (rádio multimídia), uma nova definição já que se apresenta como uma nova forma de organização de textos, uma nova modelização da linguagem, se levadas em consideração as proposições dos semioticistas russos, como Iuri Lotmann.

O rádio

O rádio tem, em sua essência, características de veículo informativo. A história deste meio de comunicação aqui no Brasil pode ilustrar isso. Foi em setembro de 1922 que ocorreu, oficialmente, a primeira transmissão radiofônica de rádio no Brasil. O presidente Epitácio Pessoa organizou uma exposição para comemorar o Centenário da Independência.

Depois da exposição, a emissora ficou sob os cuidados dos Correios, que faziam transmissões de boletins sobre o clima e sobre os preços do açúcar e do café, entre outras coisas. Quando se definiu que ela seria desmontada, o professor e pesquisador Roquette Pinto, com ajuda do presidente da Academia de Ciências, Henrique Morize, assumiu os equipamentos, instalando uma rádio, primeiramente, numa livraria, a Científica. No dia 20 de abril de 1923, nasce, então, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.





Até os anos 30, o veículo, que expandiu-se por todo o país, transmitia música e informação. No princípio desta década, no entanto, o governo brasileiro começa a se dar conta do poder do rádio - observando o movimento nazista na Europa e a campanha de Franklin Roosevelt à presidência dos Estados Unidos -, e começa a querer utilizar o veículo em proveito próprio. Getúlio Vargas publica uma lei que autoriza a comercialização de espaços publicitários pelas emissoras, para, em contrapartida, utilizar o rádio como veículo propagandístico. A medida revolucionou o rádio brasileiro. Surgiram investimentos que aprimoraram os equipamentos e a consequência natural foi a concorrência e a popularização da programação. O rádio viveu suas décadas de ouro (30 e 40), oferecendo basicamente informação e entretenimento.

Em 1947, as válvulas radioelétricas são substituídas por transistores nos receptores de rádio. De tamanho reduzido e usando menos energia que as válvulas, o transistor possibilitou a fabricação de aparelhos portáteis. O rádio torna-se, então, o companheiro de todas as horas, espalhado pela casa (e, mais tarde, até no carro). A tecnologia chega ao Brasil na década seguinte, junto com a televisão, que teve sua primeira transmissão registrada em 1950.

Nos próximos anos, o rádio começa sofrer com a concorrência do novo veículo e perde seu glamour, principalmente, porque a TV leva o dinheiro dos patrocínios e os principais artistas que promoviam as transmissões via ondas sonoras. Na década de 60, as emissoras, então, vão optar pela transmissão de notícias e prestação de serviço à população, como forma de oferecer "produtos" diferenciados da TV e se manter vivas.

Nos anos 70, as FMs ganham audiência. A ditadura militar pressiona o cenário do radiojornalismo e a melhor qualidade de som da Frequência Modulada retoma o perfil de entretenimento do rádio, com a instalação de inúmeras emissoras musicais. O surgimento





destas empresas é estimulado pelos militares, que distribuíram indiscriminadamente concessões.

Esse quadro só se modifica na década de 80, com a abertura política. A informação volta a ganhar força nas emissoras e isso se fortalece nos anos 90, como o incremento das tecnologias da comunicação. O ápice desta retomada é o surgimento, com credibilidade, da Rádio CBN, com 24 horas de jornalismo.

Hoje, num país de analfabetos como o nosso, onde quem freqüentou as escolas morre de preguiça de ler, o rádio assume o papel de leitor, de intérprete, confidente para muita gente. Não é à toa que 98% dos brasileiros têm rádio - a TV não chega em todo lugar, mas o rádio chega. Isto é, o rádio foi e é uma máquina popular e democrática para a disseminação de informação e entretenimento (FERRARETTO, 2000:1).

O rádio tradicional, então, é um veículo que atinge um enorme número de pessoas, das mais diferentes classes sociais, que podem receber informações de todos os níveis, enquanto executam as tarefas do dia-a-dia. Basta que o indivíduo esteja exposto à emissão sonora para que receba a mensagem. Ele não precisa nem dominar códigos elaborados, como a escrita, por exemplo, para "captar" os conteúdos de maneira inteligível e dinâmica.

No rádio, é a voz, a oralidade, conjugada a outros signos sonoros (ruído, música) e o silêncio, que "carregam" e organizam a informação. A palavra propõe o conteúdo do fato transmitido, enquanto o ruído, a música e o silêncio ambientam e oferecem ao ouvinte a sensorialidade; isto é, são responsáveis por "transportar" o receptor ao "clima", ao cenário do acontecimento, proporcionando a chamada criação de imagens mentais, tão faladas quando o objeto de estudo é o meio de comunicação rádio analógico.





Quando sonoplastia e texto entram em equivalência, um traço da materialidade da palavra é emprestada à sonoplastia e vice-versa. Trata-se da transmutação do verbal em sonoplastia (efeito sonoro e trilha) e da sonoplastia em verbal num processo de equivalência, justaposição de sentidos em que paralelismo e simultaneidade se equilibram (SILVA, 1999:81).

Armand Balsebre define o sistema semiótico radiofônico como um conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas por sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo funcionamento conjunto destes recursos na recepção sonora e imaginativa-visual dos ouvintes (BALSEBRE, 2000:27).>

Luiz Artur Ferraretto diz que a linguagem radiofônica no jornalismo:

Engloba o uso da voz humana, da música, 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 o inconsciente do ouvinte, enquanto o discurso oral o consciente (FERRARETTO, 2000: 26).

Todo este processo da construção da informação radiofônica ainda é influenciado pelo fator oralidade do texto verbal. Em primeiro lugar, é necessário adequar o ritmo da locução. É através da entonação e da fluência da mensagem oral que vai se dar o envolvimento entre locutor ouvinte.

Outro aspecto é a questão da enunciação. No rádio informativo, existe a possibilidade de se trabalhar uma pluralidade de vozes, que vão contribuir com a organização da mensagem, através da mudança do enunciador, que será acompanhada da mudança de conteúdo, e através, também, da variação da própria natureza da emissão sonora, mudança do timbre e da entonação de cada interlocutor.





Em outras palavras, toda a magia da linguagem radiofônica está ligada à variedade de componentes trazidos à mensagem pela voz de diferentes interlocutores. Quem fala não é só o profissional de rádio, jornalista ou locutor. As estruturas sonoras verbais são também as entrevistas, os depoimentos e comentários de pessoas, fontes de informação, que vão dar veracidade e "movimento sonoro" à mensagem. O papel do jornalista é o de conduzir e organizar essas estruturas sonoras, intervindo em momentos em que o conteúdo lexical foge da capacidade de compreensão do público ouvinte, que é bastante amorfo no rádio, ou para estimular e traduzir o conteúdo apresentado pelas fontes.

A característica da oralidade radiofônica, então, seria aquela que propõe o diálogo com o ouvinte: a simplicidade, no sentido da escolha lexical; a concisão e coerência, que se traduzem em um texto curto, em linguagem coloquial e com organização direta; e o ritmo, marcado pelo locutor, que deve ser o mais natural (do diálogo). É esta organização que vai "reger" a veiculação da mensagem, seja ela interpretada ou de improviso, com objetivo de dar melodia à transmissão oral, dar emoção, personalidade ao relato do fato. Este é o resumo das idéias sobre linguagem radiofônica, apresentado por Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva, que define o processo do rádio como "o combate verbo-voco-sonoplástico" (SILVA, 1999:81).

Meditich também defende uma oralidade específica para o rádio. Segundo ele, o verbal no rádio é fruto de uma adaptação do texto jornalístico impresso. Assim como a televisão buscou a linguagem no rádio quando surgiu, para Meditsch, o rádio se apropriou do texto impresso, por um tempo, até encontrar estrutura própria, que engloba a questão dos outros signos sonoros, como a música, a vinheta, os efeitos etc. E o resultado desta nova linguagem é um misto de oralidade rebuscada, adaptada da proposta do impresso.





A linguagem do radiojornalismo foi pensada naturalmente como uma nova forma de apresentação da mesma mensagem escrita (...)A preocupação com o conteúdo mais do que com a forma, as dificuldades de comunicação deste conteúdo pelo meio invisível e os condicionamentos organizacionais de seu modo de produção contribuíram para moldar a linguagem inicialmente adotada pelo radiojornalismo por um esforço extremo de simplificação. A lei da economia aplicada à linguagem do radiojornalismo fez com que inicialmente ela fosse pensada exclusivamente enquanto texto. Tal postura tinha como contrapartida o locutor absolutamente neutro, despersonalizado, mero 'instrumento de estúdio' (MEDITSCH, 1999).

As características da voz que deveriam dar a condição de um enunciador neutro no jornalismo tinham um objetivo concreto, traduzir confiança, autoridade, superioridade cultural da classe que controlava a emissão. Hoje, porém, numa nova proposta de linguagem especificamente para o rádio, a voz não é apenas o condutor da notícia, mas tem um significado que dá personalidade à irradiação, traduz a posição da emissora que o ouvinte está sintonizado (MEDITSCH, 1997). Isto é, o rádio ganhou linguagem própria, onde cada codificação tem uma função específica na organização do sistema.

Modelização

Está-se falando, no entanto, sobre as características do rádio tradicional, transmitido por ondas eletromagnéticas, por um processo analógico. Mas, quando se fala em rádio nos dias de hoje, precisa-se incluir na discussão as estruturas chamadas, até agora, de webrádios. "As fronteiras da radiodifusão tornam-se indefinidas graças às novas tecnologias, de modo que a transmissão não se limita a transmissores terrestres, mas inclui satélites, cabo e internet, como meios de oferta de programação" (MEDITSCH, 1997).

O rádio na Internet, chamado aqui de rádio multimídia se compõe, então, de outros recursos tecnológicos. Existe a possibilidade de os textos verbal (escrito) e visual se





somarem à voz, à oralidade, aos efeitos sonoros e à música. O processo verbo-voco-sonoplástico se amplia para o visual-verbo-voco-sonoplástico.

É necessário, então, que a organização dos textos na web comece a se valer de legendas, fotos, infografias e arquivos sonoros, signos das mais diferentes naturezas. Enfim, é urgente que se defina esta nova linguagem, que vai interferir na produção de programas para o rádio multimídia; o papel e a utilidade dela para o aprimoramento da disseminação da informação. Isto porque todas as questões expostas acima sobre a natureza do rádio tradicional e na web podem interferir na proposta de veiculação dos sites jornalísticos. Isto é, transportar o conteúdo do rádio analógico para o universo da Internet é um desafio ao pesquisador da comunicação jornalística, já que os dois suportes apresentam especificidades complexas.

Na verdade, o que se quer propor é que o rádio multimídia precisa ser reconhecido como uma nova modelização da linguagem do jornalismo. Vejamos: segundo a abordagem da semiótica da cultura, todos os sistemas culturais são modelizações da linguagem. Quer dizer que o homem desenvolve linguagens através da combinação de elementos e de codificações, para organizar os diferentes conteúdos da cultura.

Os chamados sistemas modelizantes, conceito formulado pelos semiotistas russos, dentre eles, Iuri LOTMAN, são estruturas de linguagem, elaboradas pela cultura, para organizar determinado discurso, determinado tipo de informação, contribuindo para o melhor entendimento de certos conteúdos e fatos. Por meio da linguagem verbal, por exemplo, são construídos sistemas adequados à elaboração de textos literários, científicos, jornalísticos etc.





Já o rádio tradicional, como vimos, estrutura-se sobre diferentes textos da linguagem oral e sobre signos sonoros específicos. Deve-se ter como regra a elaboração de mensagens baseadas em um léxico acessível, com frases curtas e diretas, para que o receptor não tenha dificuldades de compreender as discussões e informações veiculadas. E mais: deve-se utilizar artifícios sonoros como vinhetas, efeitos, vozes de fontes diferentes e uma entonação correta, que reflita o clima do fato que está sendo tratado, da história que está sendo contada, da descoberta científica que está sendo anunciada. Este é um sistema modelizante da linguagem oral e sonora, que se convencionou chamar de rádio, até agora, na sociedade moderna.

Mas, quando transferimos o conceito de rádio para a Internet, outros códigos entram na trama do sistema de comunicação: o verbal (escrito) e o visual. Esses códigos vão permitir de novas formas de organização e necessitar do estabelecimento de novas regras para "reger" estas combinações e proporcionar ao rádio multimídia utilizar todas as suas possibilidades, a partir de uma linguagem específica. A definição desta nova estratégia de linguagem vai se caracterizar como um novo sistema modelizante.

Até agora, no entanto, as chamadas webrádios estão utilizando as características do rádio tradicional. A programação normal é viabilizada via Internet, porém, não há a preocupação de se construir um ambiente específico para acomodar todos os códigos disponíveis na web. A única proposta já assimilada é a orientação verbal (escrita) que é feita ao usuário para acessar os links, que vão abrir caminho às informações sonoras. Porém, todas as possibilidades de combinações dos outros signos sonoros e visuais são subaproveitados. Ainda não ficou estabelecida uma linguagem específica para o novo meio e, em consequência disso, um volume enorme de conteúdo que pode ser





acrescentado ao dia-a-dia da informação radiofônica dentro da Internet está por ser trabalhado.

O rádio multimídia e a ciência

É hora, então, de retomar a discussão do conteúdo da ciência. Quer-se, aqui, apontar o rádio multimídia como uma ferramenta útil à divulgação científica. Em primeiro lugar, porque acredita-se que popularizar o discurso científico por meio da linguagem oral é proposta eficiente. A dinâmica da palavra dita, da declaração e opinião das fontes, inseridas como estruturas sonoras construídas pelo próprio entrevistado, no caso o cientista, pode não ser, por si só, eficaz. Mas, a utilização da construção oral do próprio cientista, traduzida com a ajuda do jornalista, por meio de intervenções (diálogo) e de elaboração de textos em estruturas pré-produzidas, pode ser mais precisa na tradução dos conteúdos da ciência. A eficiência aumenta quando tudo isso é combinado com os signos sonoros - música e ruídos -, que vão dar emocionalidade e ambientar as mensagens verbais, fazendo com que se criem as tão discutidas imagens mentais.

Porém, no caso do rádio multimídia essas imagens mentais podem ser produzidas não só pela linguagem oral, que seria o fio condutor da informação na rádio da web. Elas podem e devem ganhar concretude por meio dos signos visuais (fotos, infografias, animações etc) e da escrita (legendas, títulos etc), enfim, a organização sígnica que a multimídia oferece.

Determinar regras para a organização dessa proposta de veículo de comunicação na web requer uma profunda investigação semiótica da linguagem do rádio como veículo informativo. E mais: é preciso um esforço concreto para a proposição de novas combinações dos signos disponíveis à natureza multimidiática da Internet, que ainda está longe de ser aproveitada devidamente, mesmo tendo perspectivas de viabilizar peças





informativas, baratas, numa linguagem extremamente acessível e que atenda às demandas dos mais diferentes tipos de receptor.

Esse receptor, inclusive, ganha um novo perfil através da mediação digital. O novo público, diferente do rádio tradicional, está com a atenção integral voltada para o computador, para o site da rádio. Ele também domina a tecnologia da Internet e pode escolher em ser leitor, priorizando a "leitura" da informação verbal escrita; ser ouvinte, optando pelo acesso aos arquivos sonoros; e espectador, valorizando a informação visual. Ou mesmo percorrer as três propostas de codificação, absorvendo detalhes diferentes em cada uma delas, o que poderia contribuir significativamente para compreender os conteúdos da ciência, que nem sempre são facilmente "traduzidos" por meio de uma só codificação. Um exemplo: depois de ouvir um especialista falar sobre a fusão nuclear, o espectador do rádio multimídia poderia acompanhar uma animação do processo apresentado na tela do computador. Esta animação seria "veiculada" acompanhada por uma explicação oral do jornalista que produziu a matéria ou do próprio pesquisador entrevistado, de maneira didática.

Considerações finais

Enfim, o desafio de uma nova era para o conteúdo informativo do rádio está aí para ser enfrentado. O rádio multimídia é um meio, ainda, extremamente amorfo, que precisa ser discutido, necessita ser edificado com linguagem específica, linguagem essa que pode dar suporte ao jornalismo científico, com a determinação das estratégias de promoção da ciência em arquivos sonoros, visuais e verbais, no espaço quase infinito oferecido pelo meio digital.





Para isso, é preciso que investigações semióticas profundas sejam deflagradas, para que sejam determinadas as interfaces desses códigos, no sentido de propor uma modelização específica para o rádio multimídia, definindo-o, então, eficientemente, como um novo veículo, com características próprias, específicas e eficientes.

BALSEBRE, Armand, (2000) El Lenguaje Radiofónico Madrid: Ediciones Cátedra

CALDAS E OLIVEIRA, Graça E Fabíola, (2002) Anteprojeto Do Programa Nacional De Formação De Recursos Humanos Em Jornalismo Científico São Paulo: Cnpq

FERRARETTO, Luiz Artur, (2000) Rádio: O Veículo, A História E A Técnica Porto Alegre: Sagra Luzzatto

LOTMANN E USPENSKII, Iúri E Boris, (1982) Sobre O Mecanismo Da Cultura Lisboa: Livros Horizonte

MEDITSCH, Eduardo, (1997) A Nova Era Do Rádio: O Discurso Do Radiojornalismo Enquanto Produto Intelectual Eletrônico Santos: Intercom

SILVA, Júlia Lúcia De Oliveira Albano Da, (1999) Rádio: Oralidade Mediatizada São Paulo: Annablume

SODRÉ, Muniz, (1996) Reinventando A Cultura: A Comunicação E Seus Produtos Petrópolis: Vozes

