



Significação: revista de cultura

audiovisual

E-ISSN: 2316-7114

significacao@usp.br

Universidade de São Paulo

Brasil

Oliveira, Madalena

A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as
significações do ouvir

Significação: revista de cultura audiovisual, vol. 40, núm. 39, enero-junio, 2013, pp. 71-87

Universidade de São Paulo

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609765999005>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc



A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir¹

//////////

Madalena Oliveira²

1. Texto escrito em português de Portugal, em conformidade com a nova ortografia da língua portuguesa, razão pela qual, entre outras diferenças, nos referimos à rádio no feminino. Preparado no âmbito do projeto “Estação NET: moldar a rádio para ambiente web” (PTDC/CCI-COM/122384/2010).
2. Professora auxiliar do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Doutorada em ciências da comunicação desde 2007. Diretora-adjunta do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Secretária-geral da Sopcom (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação). Vice-chair da secção de Rádio da Ecrea (European Communication Research and Education Association). E-mail: madalena.oliveira@ics.uminho.pt

Resumo

Com mais de 90 anos, a rádio tem sido um meio negligenciado pelos estudos dos média. No contexto dos média tradicionais, é não só um meio “invisual” mas também o meio menos “visível” da produção científica em comunicação. Neste artigo, reflete-se sobre a produção de conhecimento nessa área e sobre os desafios do estudo de uma cultura do ouvir em tempos dominados pelo olhar. O ponto de vista dessa abordagem funda-se na autorreflexividade científica e numa análise sociossemiótica do meio rádio.

Palavras-chave

Investigação, rádio, internet, estética sonora.

Abstract

With more than 90 year-old history, radio has been neglected by media studies. Within mainstream media, radio is not only a blind medium but an invisible medium too in terms of scientific production on communication. This article reflects on the production of knowledge in this area and the challenges of studying a culture of listening in times dominated by the look. The point of view of this approach is based on scientific self-reflexivity and socio-semiotics analysis of radio.

Keywords

Research, radio, internet, sound aesthetics.

Um meio invisual e discreto, mas fascinante

A história da rádio é uma história fascinante, de paixões e emoções. A memória desse meio está ligada à intensidade de uma relação que uniu afetivamente produtores e ouvintes, criou uma ligação íntima com a música e buscou no som o conforto contra a solidão e o silêncio. Para Patrice Cavelier e Olivier Morel-Maroger, a rádio é um fenômeno cultural de massas que está profundamente ancorado na nossa vida quotidiana, tendo-se tornado incontornável para a informação, para o entretenimento e para a música (CAVELIER; MOREL-MAROGER, 2005, p. 3).

Aparecendo no início de um século efervescente de vários pontos de vista, a rádio beneficiou-se de um entusiasmo generalizado. Contaminada por uma ideia de progresso, que se fundou no rápido desenvolvimento de mecanismos mecânicos, primeiro, e logo depois pela inovação eletrônica e digital, a rádio gozou também de movimentos culturais intensos que agitaram as artes plásticas e o espetáculo e fizeram da primeira metade do século XX um período muito dinâmico e cheio de novidade. Até do ponto de vista político a história dos últimos cem anos acabou por ser de algum modo favorável à rádio. Embora tenha reprimido, nalguns casos, a sua atuação — marcada pela censura e por sistemas regulatórios por vezes severos —, a história política da Europa ofereceu à rádio momentos únicos: foi palco das duas guerras mundiais, experimentou vários regimes ditoriais e promoveu o florescimento generalizado da democracia.

Apesar de ter tomado sempre o lugar da discrição, a rádio acompanhou a história de todos esses acontecimentos e movimentos. Constituiu-se, na verdade, ela própria como um meio revolucionário, contribuindo para a mudança dos ritmos de vida e da forma como experimentamos o tempo.

Ligada ao símbolo do romantismo europeu — a torre Eiffel, que se transformou na melhor antena das primeiras emissões, assim escapando à demolição depois da Exposição Mundial de 1889 (JEANNENEY, 1996) —, a rádio está também profundamente vinculada à história da democracia portuguesa. Em abril de 1974, por ela foram emitidas as senhas que desencadearam a revolução³, pondo fim a 48 anos de ditadura. Tomada de assalto⁴, a rádio não apenas registou a viragem do país para a liberdade como também participou dela.

3. O primeiro sinal foi emitido pelos *Emissores Associados de Lisboa*.

Tratava-se da canção “E depois do Adeus”, do cantor português Paulo de Carvalho, que desencadeou a tomada de posições dos militares. O lançamento para o golpe de estado foi confirmado noutra emissora, a Rádio Renascença, que, emitindo a música “Grândola, Vila Morena”, de Zeca Afonso, marcou o início das operações na rua.

4. O Movimento das Forças Armadas tomou, na noite de 24 para 25 de abril, as instalações do Rádio Clube Português, usando os microfones da estação para emitir comunicados de informação à população.

De tecnologia simples e barata — porque pouco exigente em termos de recursos quer técnicos quer linguísticos — e caráter generoso — porque o mais acessível meio de comunicação de sempre —, a atividade radiofónica inspirou, e continua a inspirar, o afeto de várias gerações de radialistas. Os relatos da relação profissional com a rádio são talvez os mais vivos e enamorados do jornalismo e do entretenimento mediático. Fundam-se no facto de ela ser um meio que promove a imaginação e que faz da ausência de imagem a sua força, aí esbanjando todo o poder criativo da palavra.

Meio invisual (*blind medium*, na expressão inglesa), a rádio tem convivido com todos os formatos visuais do mundo moderno. Primeiro a fotografia e o cinema, depois a televisão e todas as formas de imagem digital. Fiel ao princípio de dar a ver pelo ouvido, provou que a sua natureza não é, na verdade, o avesso da imagem. Mas essa tem sido paradoxalmente a sua fragilidade e o seu fascínio simultâneo, o que motivou Rudolph Arnheim (1980) a considerá-la a oitava arte.

Um meio invisível e negligenciado, mas relevante

Não obstante todo esse património emotivo e histórico, a rádio tem sido um meio quase invisível nas ciências da comunicação. Ela é, no contexto dos media tradicionais, um meio mais ou

menos negligenciado pela produção científica em comunicação. Num artigo publicado no *International Journal of Culture*, Peter Lewis referia-se a essa questão admitindo que a rádio tem sido um lugar de paixões privadas e de esquecimento público e académico (LEWIS, 2000).

Os primeiros estudos de comunicação propriamente ditos (teoria hipodérmica, teoria da persuasão, teoria empírica de campo e teoria funcionalista) são mais ou menos contemporâneos dos anos de ouro da rádio. São, por isso, de algum modo, estudos focados no papel e nos efeitos sociais da rádio, considerada o primeiro meio de comunicação de massas propriamente dito. Dedicados a uma perspetiva consequencialista da comunicação mediática e às questões da persuasão e da influência da opinião pública, esses primeiros trabalhos empíricos têm essencialmente essa preocupação: compreender o impacto da palavra nos comportamentos políticos dos indivíduos e questionar os efeitos da atuação mediática em matéria de propaganda ideológica. Ainda que empiricamente aplicados à rádio, esses estudos fundadores das ciências da comunicação não são, na verdade, estudos de rádio propriamente dita. São estudos sobre os fenómenos de comunicação de massas e sobre as audiências, que pouco refletem sobre a natureza cultural do meio radiofónico.

Quando os *communication studies* se estabilizam (sobretudo na academia americana e na Europa Central), no pós Segunda Guerra Mundial, é a televisão que reclama o fascínio dos investigadores, graças ao poder que a imagem lhe acrescenta, comparativamente com outros meios. E, a partir dos anos 1990, o enfoque volta-se para o ciberespaço e para a comunicação *online*. Abordada apenas marginalmente em estudos sobre o serviço público e com alguma persistência do ponto de vista tecnológico, à rádio sobrou, tanto na investigação como nas nossas vidas, um lugar relativamente discreto.

Meio desconhecido, no dizer de Angel Fau Belaus (1981), e esquecido, na expressão de Edward Pease e Everette Dennis (1995), como bem lembra Luís Bonixe (2012, p. 15), a rádio é, comparativamente com a imprensa, o cinema, a televisão e a

internet, um foco de menor atração para os investigadores em comunicação. O índice de produção bibliográfica específica sobre o meio é francamente inferior ao de outras áreas com maior projeção editorial.

Os estudos de rádio em Portugal

Em Portugal, talvez de forma ainda mais acentuada que noutras países europeus e certamente mais do que no Brasil, a investigação em comunicação tem reconhido pouco o papel social e cultural que a rádio tem desempenhado. Embora o grau de doutor em ciências da comunicação seja atribuído no país desde 1991⁵, só em 1997 foi defendida a primeira tese de doutoramento sobre esse meio. Da autoria de Eduardo Meditsch, esse trabalho, publicado em livro em 1999, tinha como título *A especificidade da informação radiofónica* e foi defendido na Universidade Nova de Lisboa. Esperaríamos quase dez anos por uma nova dissertação de doutoramento nesse domínio. Defendida em 2006 no ISCTE (Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa), na área de conhecimento de sociologia, a tese de Filipe Reis debruçava-se sobre *Comunidades radiofónicas: um estudo etnográfico sobre a radiodifusão local em Portugal*.

Só a partir da segunda metade dos anos 2000 os trabalhos científicos começaram a ser mais regulares. Em 2007, é Paula Cordeiro quem defende, na Universidade Nova de Lisboa, a tese *Estratégias de programação na rádio em Portugal: o caso da RFM na transição para o digital*, que foi publicada com o título *A rádio e as indústrias culturais*, em 2010. Na mesma universidade, apresenta-se, dois anos mais tarde, Luís Bonixe, com uma tese, também editada em livro, sobre *A Informação radiofónica: rotinas e valores-notícia da reprodução da realidade na rádio portuguesa*. A *internet como cenário emergente*. Mais recentemente foram ainda apresentadas três outras teses: a de Sílvio Santos, em 2011, sobre o *Serviço público de radiodifusão em Portugal: do controlo ideológico ao fim da representatividade social*, defendida na Universidade de Coimbra; a de Ana Isabel Reis, em 2012, que estudou *O áudio no jornalismo radiofónico na internet* e se apresentou a provas na

5. Até essa altura, poucos investigadores tinham se doutorado em Portugal com teses sobre a comunicação. E os que o fizeram inscreviam-se noutras áreas científicas, nomeadamente na sociologia, que absorvia, e absorve ainda hoje, muitos dos trabalhos de investigação sobre a comunicação e os media nas universidades portuguesas.

Universidade do Minho; e finalmente, Susana Santos, que, em 2012 também, defendeu em sociologia, no ISCTE, uma tese sobre *O processo de liberalização das emissões de rádio em Portugal entre estado, igreja católica e mercado*. Três outros investigadores portugueses trabalharam nesse nível de pós-graduação sobre o meio radiofónico, ainda que o tenham feito em outras universidades europeias: Rui Melo terminou, em 2001, na Universidade Pontifícia de Salamanca (Espanha), a tese *O Digital Audio Broadcasting e as implicações nos conteúdos radiofónicos*, mais tarde publicada pela Universidade Fernando Pessoa, sob o título *A Rádio e a sociedade da informação*; João Paulo Meneses assinou, na Universidade de Vigo (Espanha), em 2008, uma tese sobre *O consumo ativo dos novos utilizadores na Internet: ameaças e oportunidades para a rádio musical (digitalizada)*; e Nelson Ribeiro defendeu, na Universidade de Lincoln (Reino Unido), o trabalho intitulado *Radio broadcasting in Portugal during War II*.

A essas dissertações acrescem também algumas teses de mestrado, impossíveis de enumerar exaustivamente neste artigo. Com a massificação do acesso a esse grau académico depois da Declaração de Bolonha, que transformou por completo a filosofia do ensino superior na Europa, multiplicaram-se significativamente os trabalhos, nalguns casos de natureza profissionalizante, sobre a rádio. Tal como aconteceu com as teses de doutoramento, poucos trabalhos de mestrado em rádio defendidos nas universidades portuguesas foram, no entanto, editados em livro.

6. O investigador português Luís Bonixe atualiza constantemente, no blogue *Rádio e Jornalismo*, uma lista de livros editados em Portugal ou por autores portugueses sobre o meio rádio (ver <http://www.radioejornalismo.blogspot.pt/2011/12/livros-sobre-radio-portuguesa.html>).

7. No momento de redação deste texto, estava também em preparação um número da *Revista Media e Jornalismo* dedicado à “Rádio: linguagens e contextos”, com edição prevista para o final de 2013.

Ao contrário de Espanha, onde a edição de livros sobre rádio é mais ou menos significativa, em Portugal, a produção bibliográfica nesse domínio soma pouco mais de 30 livros⁶, entre trabalhos académicos, registos históricos e reflexões mais ou menos pessoais de profissionais do meio. Só uma revista científica dedicou, no contexto português, um número especial à rádio, a *Revista Comunicação e Sociedade*, da Universidade do Minho, que na edição 20 coletou textos sobre *A rádio na frequência da web* (2011)⁷.

Se a tradição académica em rádio é relativamente curta, a verdade é que os últimos anos têm dado sinais de algum fortalecimento da área em termos de investigação. Em 2011, a Fundação para a Ciéncia

-
8. Projeto “Estação NET: moldar a rádio para ambiente web” (PTDC/CCI-COM/122384/2010). Site do projeto: <http://www.lasics.uminho.pt/netstation>.

e a Tecnologia, que é a agência portuguesa de financiamento da ciência, aprovou o primeiro projeto de investigação coletivo nesse domínio. Desenvolvido por investigadores do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, esse trabalho tem por objetivo refletir sobre a migração da rádio para o ambiente *web*⁸. No mesmo ano, aquela universidade acolheu o segundo congresso da Radio Research Section da Ecrea (European Communication Research and Education Association), que reuniu cerca de uma centena de investigadores, oriundos de mais de 20 países. Em 2013, respondendo à preocupação de criar uma identidade para a pesquisa portuguesa nessa área, investigadores de várias universidades promoveram a criação de uma rede de estudos de rádio, um grupo organizado para estabelecer uma plataforma formal de contacto com outros grupos europeus (como o GRER – Groupe de Recherche et d’Études sur la Radio e a Radio Studies Network) e brasileiros (como o grupo Rádio e Mídia Sonora da Intercom).

Não obstante as dificuldades várias ligadas à estreiteza do seu núcleo de investigadores, aos constrangimentos económicos que afetam toda a área das ciências sociais e humanas e a um passivo histórico de invisibilidade científica, que não conforta nem sustenta as iniciativas de investigação mais recentes, os estudos de rádio em Portugal atravessam em 2013 uma fase de entusiasmo. Embora marcada por uma certa nostalgia relativamente às produções sonoras e por uma relação também afetiva que a pesquisa científica autoriza com esse meio, a investigação sobre a rádio tem encontrado nessas lacunas de conhecimento o pretexto para a vivificação de um meio tão denso e tão decisivo para a expressão identitária de uma dada comunidade.

A rádio e os outros meios

A par da investigação científica, também a cobertura noticiosa sobre a rádio peca, de algum modo, pela escassez de informação e por uma subrepresentação sobre esse *medium*, comparativamente com outros meios, como a televisão ou a internet. Até a década de 1990, os jornais portugueses apresentavam as notícias sobre o

jornalismo, os jornalistas e os meios de comunicação social em secções dispersas e de forma irregular. Os média eram notícia a pretexto de acontecimentos que envolviam negócios dos grupos económicos, o lançamento de livros, a realização de congressos, incidentes com jornalistas, novidades do ponto de vista legislativo e estudos de audiências (OLIVEIRA, 2010).

A partir dos anos 1990, os jornais de difusão nacional começaram a editar secções específicas sobre os média, motivados em grande medida por três fatores: 1) pela definição do Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses (apresentado em maio de 1993), que tornou mais presentes as preocupações éticas relativamente à prática jornalística; 2) pela abertura dos canais privados de televisão (a SIC, em 1992, e a TVI, em 1993), que motivaram inúmeras notícias sobre o meio televisivo; e 3) pelo facto de o campo dos média se converter progressivamente num setor poderoso e significativo do ponto de vista não apenas social mas também económico. No quadro dessa cobertura mais sistemática, também a rádio ganhou expressão noticiosa, embora muito aquém do destaque concedido quase diariamente ao universo da televisão.

Retomando a observação de práticas que poderemos designar por metajornalísticas (OLIVEIRA, 2010), constatámos, num estudo recente⁹, que a rádio continua a ser um lugar de algum modo subalterno nas páginas dos jornais. Numa análise que incidiu sobre todas as edições de três jornais portugueses (*Público*, *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*) entre janeiro de 2010 e dezembro de 2012, a rádio perde visibilidade para a televisão. São vários os motivos por que é notícia: estudos de audiências, novos projetos empresariais, mudanças nos quadros administrativos de algumas emissoras, acontecimentos pontuais (como o aniversário de uma estação), apontamentos sobre a memória de radialistas de referência na história do meio e sobre profissionais no ativo, questões ligadas ao negócio e novidades tecnológicas. No entanto, a rádio raramente dá lugar a textos de opinião e poucas vezes é motivo de entrevistas. Salvo raras exceções — por vezes motivadas por casos extraordinários de regulação —, até do ponto de vista gráfico a rádio significa um meio menor para os jornais, sendo remetida para pequenas caixas de texto ou manchas gráficas menores no conjunto das páginas.

9. Não publicado, mas apresentado no congresso da Ecrea, em 2012, em Istambul. Madalena Oliveira (2011) *Blind and invisible medium: is radio in or out of the press?*

Durante o ano de 2012, a sociedade portuguesa discutiu intensamente a situação do serviço público de radiodifusão. Com implicações quer para a rádio quer para a televisão, esse dossier motivou notícias, reportagens, entrevistas e artigos de opinião quase diariamente, sobretudo na segunda metade do ano. Quase todas as peças jornalísticas produzidas pelos jornais em análise nesse período incidiram sobre a televisão. Só muito residualmente a rádio, no conjunto das emissoras do grupo RDP, aparecia referida nessa problemática.

Em síntese, poderíamos dizer que os jornais (certamente não apenas os portugueses) tratam a rádio de forma irregular e com destaque moderado — ao contrário da visibilidade que promovem para a televisão¹⁰. Por outro lado, a rádio parece, nesse estudo, ser relevante para a imprensa e ter valor-notícia mais quando arrasta implicações económicas do que pelo papel cultural que tem na vida quotidiana. Finalmente, não a tornando visível, os jornais tendem a reproduzir um discurso que toma a rádio sempre como um meio velho e nostálgico. Mesmo quando a peça jornalística em questão é sobre o futuro do meio (como a que ilustramos na Figura 1), a imagem que acompanha o texto remete muitas vezes para um meio tecnologicamente envelhecido e de caráter “museológico”.

10. Num outro estudo realizado para apresentação na conferência Radio e-volution, em setembro de 2011, na Universidade do Minho, constatámos (com Elsa Costa e Silva) que a rádio é também incomparavelmente menos “linkada” na blogosfera política portuguesa do que a imprensa. Mesmo estando disponíveis *online* — portanto, de fácil hiperligação —, os conteúdos radiofónicos são referidos pelos autores desses espaços de forma meramente residual.

Figura 1. Recorte de notícia da edição de 11 de outubro de 2010 do *Jornal de Notícias*, p. 27

Nos olhos da rádio: ouvir num tempo que convida a ver

-
11. Em Moçambique, por exemplo, estima-se que a rádio chegue a quase 60% da população. A televisão, pelo contrário, chega apenas a 20% dos moçambicanos.

Em termos genéricos, ao contrário da imprensa, a rádio não tem perdido audiências significativas. Por outro lado, continua a ser um dos meios mais acessíveis no mundo inteiro¹¹, graças à simplicidade da sua “fisionomia”. É também dela que continua a emanar o som que preenche várias atmosferas da rotina diária dos países desenvolvidos: a do trabalho, seja ele realizado em oficinas mecânicas, seja em escritórios; a dos *shoppings* e supermercados; e, talvez a sua atmosfera mais nobre, a da deslocação de automóvel. Provavelmente o hábito menos enraizado ainda é o de tomar o computador como um transístor alternativo, sendo a escuta da emissão contínua na internet ainda inferior ao que seria possível (ou pelo menos desejável), dada a intensificação de atividades que ligam as pessoas à internet.

Não obstante todas as outras características que têm feito dela um meio resiliente, uma das razões por que a rádio persiste estará no facto de ser um órgão ligeiro, que não se impõe. Ao contrário de outros meios que reclamam toda a nossa atenção, a rádio mantém uma presença companheira, constituindo, como explicou Guy Starkey, num artigo publicado em 2008, a “banda sonora das nossas vidas”.

Todo o século XX se desenvolveu no sentido de uma imposição da imagem como fórmula primeira de significação, ou se quisermos, para tomar uma ideia cara a Moisés de Lemos Martins, no sentido da transição do regime da palavra para o regime da imagem, que se realiza em nós como uma violência (MARTINS, 2011). Deslumbrantes e sedutoras, é certo, as imagens instalaram, no entanto, uma crise do ouvir, ameaçando pela força do visual o poder significativo dos sons. O escritor francês Pierre-Jules Renard adivinharia aí, logo na transição do século XIX para o século XX, uma das fatalidades do nosso tempo, ao dizer que “hoje não se sabe falar porque já não se sabe ouvir”.

A experiência estética do ouvir é a experiência mediática mais original que a rádio pode oferecer a uma civilização convertida ao assombro da imagem. Estimulando a capacidade imaginativa, porque “o que não pode ser visto deve ser imaginado e imaginar

é muito mais enérgico que ver” (STARKEY; CRISELL, 2009, p. 103), a narrativa exclusivamente sonora não é, por isso, menos rica do ponto de vista semiótico. Instigando um maior compromisso interpretativo do coenunciador, essa narrativa — que pode ser apenas a de um *jingle* (CAMPOS, 2012) — tem densidade simbólica. Ela encerra uma parte significativa da identidade cultural que se faz também de sons, da gravidade da voz e da expressão musical, que é, para Rudolph Arnheim, a única forma sonora que “não requer nenhuma interpretação [...], mas é a interpretação do som em si mesmo e da sua expressão” (ARNHEIM, 2005, p. 94).

Nos “olhos da rádio”, o mundo apresenta-se como uma composição de timbres e dá-se a conhecer em paisagens sonoras que apelam a uma espécie de visão interna. Em termos semióticos, se o processo de significação é, nas imagens, o resultado de um esquema icônico, em que se promove a semelhança entre a coisa representada e o seu representante, nos sons da natureza e das coisas humanas, a semiose ocorre sobretudo como efeito de um fenômeno indicial. O som é vestígio, sinal contíguo da coisa representada. E, porque é vestígio, ele apela sobretudo a um percurso pelo mistério do sentido.

Quando se refere à relação entre o cinema e a rádio, Dominique Jameux considera que a rádio poderia ser um vetor privilegiado para entender um filme. Contando que decide ver alguns filmes por causa dos trechos que a rádio difunde, o autor explica que “o ouvido, privado do olho, ‘vê’ mais do que nunca e entende uma banda sonora como nunca a entende normalmente” (JAMEUX, 2009, p. 120).

-
12. No cinema, a carga assustadora ou intimista de uma cena é também o resultado mais da plástica sonora do que da força imagética de qualquer cena filmada. Uma película muda é, com efeito, uma produção mais impassível do que uma película sonorizada. O horror ou a comoção são, na maior parte dos casos, estimulados pela espessura emotiva e significativa do som.

Ouvir, que pode ser, portanto, uma atividade mais intensa e emotiva que ver¹², é, por isso, uma experiência quintessencial. Como a voz emana do corpo humano, também os sons emanam do interior das coisas. Ao contrário das imagens, que revelam a aparência das superfícies, os sons confundem-se com a alma das coisas e das pessoas. Talvez por isso, a experiência da rádio tenha tanto de emotivo. Como refere Eduardo Meditsch, “a comunicação em rádio tem tantos componentes que se refere a um universo que excede a racionalidade” (MEDITSCHE, 1999, p. 17).

Sustentada, por outro lado, pela palavra dita, que carrega em si as vibrações da voz que lhe dá materialidade significante, a narrativa radiofónica transpira também essa magia das línguas assente na capacidade de representar o que está *in absentia*. Com odor próprio, como diria Nietzsche, a palavra tem uma força evocadora que completa a energia vibrante que há na vida sonora das coisas. É nesse sentido que, no dizer de Armand Balsebre, sendo produção fisiológica e tendo cor, melodia e harmonia, a palavra radiofónica se constitui como fonte de uma experiência sensorial complexa (BALSEBRE, 2007, p. 35). Ou seja, a palavra tem um brilho, ela reflete para além de si própria, trazendo à existência o mundo para que remete. Ora, “se a palavra perder o seu brilho”, diz o radialista português Fernando Alves, “mataremos o que nos levou à rádio”.

Num livro sobre *A sedução das palavras*, Álex Grijelmo explica que “as palavras têm um poder oculto pelo que evocam”. Têm uma capacidade de sedução que não reside na gramática, mas no “valor latente do seu som e da sua história” (GRIJELMO, 2002, p. 33). Com essa capacidade de nos “levar para o lado”, que é o que etimologicamente quer dizer seduzir, as palavras corroboram o sentido artístico da narrativa radiofónica. É que se elas são, por um lado, a retina que na rádio nos mostra o que no mundo exterior se agita e se transforma, promovendo a nossa relação lógica com esse mundo, por outro, são também o artífice com que descobrimos o lado íntimo dessa relação necessária às coisas.

A poética da investigação sobre meios sonoros

Hoje a rádio atravessa um dos mais estimulantes desafios de sempre: o da migração progressiva do espaço hertziano para o espaço da *web*. Pela primeira vez na sua história, a rádio confronta-se com a necessidade já não de viver ao lado de outras formas de comunicação, mas de convergir com elas. Com riscos para a sua natureza quase literária, esse desafio constitui um repto para a investigação nesse domínio, que se vê, ou deveria ver, na obrigação de repensar não apenas os imperativos tecnológicos de adaptação do meio como também a sua própria “personalidade expressiva” e a sua vocação para a promoção de uma experiência “cega” da urgência.

A transformação do modelo de comunicação radiofónica coloca a pesquisa científica diante do dever de refletir sobre a extensão dos efeitos da experiência multimédia no conceito de rádio e nas práticas de significação movidas pela interação sonora. A investigação sobre esse meio tem demonstrado uma inclinação preferencial para o estudo da rádio do ponto de vista da inovação tecnológica (o *Digital Audio Broadcasting* e os *podcasts*, por exemplo), dos modelos de negócio (convergentes, baseados na rentabilidade dos conteúdos ou no acesso gratuito), das obrigações de serviço público (um conceito que, pelo menos na Europa, continua a motivar extensa produção científica) e do impacto nas rotinas profissionais. Não obstante a legitimidade dessas preocupações, a rádio e a sua história de afetos reclamam dos investigadores um maior investimento na discussão do seu estatuto cultural e do seu papel de instrução do imaginário social.

Se todo o século XX correspondeu à descoberta do *ver* sob todas as formas, talvez ao nosso tempo convenha redescobrir e compreender o valor do *ouvir*. Os estudos de literacia mediática tendem a problematizar a necessidade de *ver criticamente*. Movidos especialmente pelo papel da televisão no quotidiano das crianças¹³ e pela necessidade de compreender os processos de socialização desencadeados pelos média, esses estudos têm sido tímidos na promoção de práticas que promovam uma cultura do ouvir.

13. *A televisão no quotidiano das crianças* é o título de um livro de Manuel Pinto, um dos textos fundadores da tradição de “educação para os média” em Portugal (ver PINTO, M. *A televisão no quotidiano das crianças*. Porto: Afrontamento, 2000).

Desenvolvendo um trabalho de simbolização do ambiente sociocultural, que se baseia desde sempre num contrato de escuta (OLIVEIRA, 2011), a rádio exprime-se pela poética do estímulo auditivo. Daí que os desafios da investigação em rádio devam hoje passar também pela análise do que se ouve. Durante muito tempo, por dificuldades até de arquivo e de manipulação, o som oferecia pouca atratividade como objeto de investigação. Intangível por natureza, configurava um suporte frágil para incursões empíricas. Mas a intangibilidade é hoje a propriedade de todos os suportes de comunicação.

O discurso dominante tem questionado, à semelhança do que acontece com outros média, a vitalidade da rádio enquanto meio de comunicação de massas e a sua modernidade num tempo que parece não consentir mais a ausência de imagens. Se a algum título faz sentido defender a poética da investigação, para além da sua utilidade prática de promover o desenvolvimento, desafiá-la a procurar na ausência de imagens a potência da imaginação e a expansão do espírito humano é o que de mais estimulante pode ter, nas atuais circunstâncias, a proposta sociossemiótica para os estudos de rádio.

Referências

- ARNHEIM, R. *Estética radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.
- _____. “O diferencial da cegueira”. In: MEDITSCH, E. *Teorias do Rádio* - V. I. Florianópolis: Insular, 2005.
- BALSEBRE, A. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra, 2007.
- BONIXE, L. *A informação radiofónica: rotinas e valores-notícia da reprodução da realidade na rádio portuguesa*. Lisboa: Livros Horizonte, 2012.
- CAMPOS, R. T. “Jingle: narrativa sonora”. In: MENESSES, J. E.; CARDOSO, M. (Org.). *Comunicação e cultura do ouvir*. São Paulo: Editora Plêiade, 2012.
- CAVELIER, P.; MOREL-MAROGER, O. *La radio*. Paris: PUF, 2005.
- CORDEIRO, P. *A rádio e as indústrias culturais*. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.
- FAU BELAUS, A. *Radio*. Introducción al estudio de un medio desconocido. Madrid: Editorial Latina, 1981.
- GRIJELMO, Á. *La seducción de las palabras*. Madrid: Taurus, 2002.
- JAMEUX, D. *Radio*. Paris: Fayard, 2009.
- JEANNENEY, J.-N. *Uma história da comunicação social*. Lisboa: Terramar, 1996.
- LEWIS, P. “Private passion, public neglect. The cultural status of radio”. *International Journal of Culture*, v. 3, agosto 2000.
- MARTINS, M. de L. *Crise no castelo da cultura*: das estrelas para os ecrãs. Coimbra: Grácio Editor, 2011.
- MEDITSCH, E. *A especificidade da informação radiofónica*. Coimbra: Editora Minerva, 1999.
- OLIVEIRA, M. «L'esthétique de l'écoute: sur la liaison de l'imaginaire radiophonique à la parole émotive». *Sociétés*, n. 111, 2011.
- _____. *Metajornalismo. Quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Coimbra: Grácio Editor, 2010.

OLIVEIRA, M.; PORTELA, P. (Org.). *Revista Comunicação e Sociedade A rádio na frequência da web.* N. 20, 2011.

PEASE, E.; DENNIS, E. (Org.). *The forgotten medium.* New Burnswick: Transaction Publishers, 1995.

PORTELA, P. *Rádio na internet em Portugal:* abertura à participação num meio em mudança. Famalicão: Húmus, 2011.

STARKEY, G. “La bande sonore de nos vies”. *Médiamorphoses*, n. 23, fev. 2008.

STARKEY, G.; CRISELL, A. *Radio Journalism.* London: Sage, 2009.