

A visão através do rádio – Radiodocumentário sobre a importância do rádio na vida dos deficientes visuais

Aluno: Felipe Nassar Scoralick e Silva

Faculdades Integradas do Brasil – Unibrasil

RESUMO

O projeto tem por objetivo entender a relação rádio/deficientes visuais. O tema, de relevância social, é abordado de maneira clara e direta com comparações e fundamentações sobre os estudos já realizados sobre o próprio assunto bem como análises individuais sobre o veículo rádio e o cego. O tema foi escolhido, entre outras coisas, pela carência de obras relacionadas sobre este assunto, muito embora as já existentes sejam citadas no decorrer do trabalho em questão. Além cooperar para o maior entendimento desta relação rádio/deficientes visuais, pretende-se enfatizar a importância do rádio como veículo democrático, de linguagem particular e características que o tornam além de informativo, emotivo e imaginativo.

1. INTRODUÇÃO

Constantemente novas mídias se aprimoram e buscam melhorar a interatividade e facilitar a vida das pessoas que buscam informação, entretenimento, ou são movidas apenas pela curiosidade. Celulares cada vez mais modernos, com diversas funções, aparelhos televisores interativos, *notebooks* e plataformas multimídia oferecem à maioria dos usuários uma gama de atrações. Até o jornal impresso se atualiza constantemente com o intuito de se tornar mais atrativo e facilitar a compreensão da notícia por seu leitor.

Mas nem todas as pessoas são privilegiadas e podem desfrutar desta diversidade de fontes de informação e interação que são oferecidas no século XXI. Deficientes visuais, por exemplo, encontram grandes dificuldades em assimilar conteúdos que são

produzidos sem o cuidado necessário para que sejam compreendidos por todos os cidadãos. Assim, o rádio torna-se o companheiro daqueles que não podem ver.

Segundo a última pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), realizada em 2000, o Brasil conta com 148 mil cegos totais e 2,4 milhões de pessoas com grande dificuldade de enxergar. De acordo com o órgão de pesquisa, são considerados cegos os indivíduos incapazes com alguma ou grande dificuldade de enxergar. Ainda segundo a entidade responsável pelos dados, a principal causa de cegueira no Brasil é a catarata, com cerca de 40% dos casos, seguida pelo glaucoma (15%), retinopatia diabética (7%), cegueira de infância (6,4%) e degeneração macular relacionada à idade (5%).

Ao longo da evolução das espécies, o ser humano desenvolveu amplamente seu sentido visual, sendo ao lado de alguns outros primatas, um dos únicos seres a enxergar cores e conseguir desfrutar deste sentido com nitidez. Além dos cinco sentidos já conhecidos desde a antiguidade, (visão, audição, tato, olfato e paladar) existem pessoas com particularidades sensoriais incomuns, porém importantes como exemplo, sensibilidade à alterações de umidade e pressão atmosférica; orientação espacial extraordinária, entre outros.

Supervalorizada pelos humanos, a visão é tida como o sentido mais importante e fundamental para orientação e cognição para quem a possui, como afirma Yi-fu Tuan (1980, pág. 7).

“Dos cinco sentidos tradicionais, o homem depende mais conscientemente da visão do que dos demais sentidos para progredir no mundo. Ele é predominantemente um animal visual. Um mundo mais amplo se lhe abre a muito mais informação, que é especialmente detalhada e específica, chega até ele através dos olhos, do que através dos sistemas sensoriais da audição, olfato, paladar e tato. A maioria das pessoas, provavelmente considera a visão como sua faculdade mais valiosa e preferiria perder uma perna ou tornar-se surda ou muda a sacrificar a visão.”

Pessoas privadas de visão, têm percepção diferenciada em comparação aos videntes. Para Maria Lucia Amiralian (1997) a sociedade em que vivemos, na maioria das vezes, associa a cognição com o sentido da visão. Ditados populares e expressões comumente usadas na língua portuguesa comprovam esta tese como: “revisão”, “evidente”, sem “sombra” de dúvidas, etc. Porém, a ausência de visão “nos fala de um

incremento ao contato primitivo, inocente, e talvez, por essa razão, de um maior contato com as forças instintivas e com o inconsciente”. (Amiralian, 1997, pág. 26)

Para os que nasceram cegos, esta assimilação de conhecimento se dá de forma natural, e quando criança, o indivíduo deve ser estimulado a perceber e entender o mundo ao seu redor com seus outros sentidos, como afirma Elcie Masini (1991, pág. 10).

“Para que o D.V. (Deficiente Visual) organize o mundo ao seu redor e nele se situe, ele precisa dispor de condições para explorá-lo. As situações educacionais necessitam estar organizadas de maneira que o D.V. use o mais possível todas suas habilidades (táteis, térmicas, olfativas, auditivas, cinestésicas) e fale sobre essa experiência perceptiva”.

Por serem pessoas especiais, os cegos precisam de tratamento especial, o que muitas vezes não acontece no que diz respeito à mídia. Neste sentido, nenhum veículo de comunicação é tão democrático quanto o rádio.

2. A RELAÇÃO ENTRE O RÁDIO E OS DEFICIENTES VISUAIS

Fácil de ser adquirido, carregado e manuseado, o rádio está presente na grande maioria dos lares brasileiros. Segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública (Ibope), em 2010 o rádio alcançava 77% dos brasileiros, o que representa cerca de 146 milhões de pessoas. Em Curitiba, este número cresce para 78,26%. De acordo com a Anatel, em pesquisa realizada em 2009, o Brasil possui 4.816 emissoras de rádio em funcionamento¹, sendo 1.913 AMs e 2.903 FMs.

Em análise realizada de dezembro de 2010 a fevereiro de 2011, com pessoas maiores de 25 anos, o Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), apontou que em dias úteis, em períodos compreendidos entre 05h00 e 19h00, há uma média de 357.547 ouvintes simultâneos em Curitiba e região metropolitana. Destes, 253.372 ouvem FM e 104.175 AM, sendo que a rádio FM mais ouvida em Curitiba é a Rádio Caiobá FM com média de 50.513 ouvintes ligados por minuto e a AM mais ouvida é a Rádio Banda B AM com média de 41.186 ouvintes por minuto.

1. Dados referentes a emissoras comerciais, sem contabilizar rádios comunitárias.

Ainda segundo o Ibope, o período do dia em que mais se ouve rádio em Curitiba é a manhã (das 6hs às 11h59), onde a audiência radiofônica chega a picos de 603.683 ouvintes simultâneos.

A programação radiofônica na capital paranaense é bem eclética, sendo dividida conforme os anseios dos ouvintes, que apresentam preferências variadas de acordo com faixa etária, classe social, gênero e escolaridade. Basicamente, o rádio noticioso curitibano tem em sua grade horária programas jornalísticos (com ênfase em esportes, economia, política, policial e cidade), entretenimento (com participações de ouvintes, notícias do setor artístico e descontração) e debates.

2.1 Estrutura e características radiofônicas

A complexidade do veículo rádio faz com que sua análise seja dividida em vários pontos. Gisela Ortriwano (1985 – pág. 78) divide a estrutura radiofônica em oito tópicos: linguagem oral; penetração; mobilidade; baixo custo; imediatismo; instantaneidade; autonomia e sensorialidade. Para a autora, a popularidade do rádio deve-se muito à facilidade com que o conteúdo é assimilado por todos que o ouvem. “O rádio fala e, para receber a mensagem, é apenas necessário ouvir. Portanto, o rádio leva uma vantagem sobre os veículos impressos, pois, para receber as informações, não é preciso que o ouvinte seja alfabetizado”.

Em relação à penetração, Gisela Ortriwano (1985) aponta o veículo como o mais abrangente dos meios pelo fato de que esta mídia consegue ter um caráter nacional ou até mundial, e ao mesmo tempo características regionais, o que o torna único neste sentido. A mobilidade desta mídia, segundo a autora, é subdividida em emissor e receptor. Para quem transmite a informação, o rádio possibilita a rapidez na cobertura de um acontecimento por ser menos complexo tecnicamente que a televisão, por exemplo. Para o receptor, a mobilidade é perceptível no sentido de que o rádio pode ser ouvido em inúmeros locais como: casa, trabalho, e carro, entre outros, e livre de fios, cabos e tomadas.

O baixo custo do aparelho radiofônico é, de acordo com a escritora, um dos motivos pela grande popularidade do meio. O imediatismo é citado por Ortriwano (1985) como um diferencial do rádio comparável à outros meios de comunicação, pois os acontecimentos podem ser descritos ou narrados no exato momento em que ocorrem.

Para a autora, “o rádio permite “trazer” o mundo ao ouvinte enquanto os acontecimentos estão se desenrolando”.

Ainda de acordo com a escritora, se por um lado a instantaneidade é boa pela agilidade com que a informação é transmitida pelo rádio e assimilada pelos ouvintes, por outro lado a mídia radiofônica tem desvantagem em comparação com a mídia impressa. Jornais, revistas e demais meios de comunicação escrita podem ser guardados e lidos em outro momento, não exigindo atenção apenas em um determinado instante como acontece no rádio e na televisão.

Outros dois fatores importantes citados por Ortriwano (1985) são características essencialmente radiofônicas e muito responsáveis pela particularidade do meio em questão: autonomia e sensorialidade. A primeira, diz respeito à liberdade, intimidade que o rádio proporciona ao seu ouvinte. Pelo tamanho de seu receptor cada vez mais reduzido e acessível também em outras plataformas de mídia digital, o conteúdo transmitido pode ser apreciado de maneira individual, “intimista”. “É como se o rádio estivesse “contando” para cada um em particular”. Além do mais, é possível realizar outras tarefas quando se ouve rádio, o que dá ao ouvinte a possibilidade de prestar atenção ao que é transmitido quando lhe convém.

A sensorialidade é o que difere o rádio das outras mídias. Pelo fato de ser apenas sonoro, o veículo desperta em seus ouvintes a capacidade de imaginação de um ato, lance ou acontecimento narrado pelo comunicador. Em mídias audiovisuais como a televisão, isto não acontece pelos recursos gráficos utilizados. Gisela Ortriwano (1985 – pág. 80), também compara o rádio com os veículos impressos. “No caso dos veículos impressos, a sensorialidade está muito mais contida, permitindo uma decodificação ao nível racional, sem envolvimento emocional que são criados pela presença da voz”. Todas estas particularidades do rádio o transformam em um veículo único, capaz de transmitir informação, incentivar a imaginação e lidar com a emoção.

2.2 Técnicas de locução e características da linguagem radiofônica

Ainda tomando como base referencial o livro de Cyro César (2005), pode-se destacar algumas observações importantes que o autor faz sobre o uso da voz para a transmissão de informações. Entre as mais importantes, levando-se em conta a questão da locução,

estão as variações modulares de voz, quebras de ritmo e mudanças interpretativas. O domínio destas técnicas pelo locutor permite que o ouvinte consiga mesmo que inconscientemente diferenciar as variações do conteúdo da notícia, que necessariamente contém trechos onde se precisa dar mais ênfase, aumentar ou diminuir o ritmo, tom, entre outros elementos.

César (2005), também cita a questão do erro na locução, e como contornar a situação quando isto acontece. Para ele, o erro é inevitável, porém há conselhos a serem seguidos para que a chance da falha acontecer diminua. É importante que o texto seja lido algumas vezes antes de ser lido no ar, é aconselhável também que o próprio locutor pontue, ou marque o texto de maneira que defina as palavras que precisam ser enfatizadas, respeite a pontuação e domine a questão da respiração.

Um fator marcante e absolutamente característico do rádio é o improviso. Dominar o improviso é preciso para que em situações não previstas no roteiro, o locutor consiga manter o controle na condução de um programa, ou em uma simples leitura de uma notícia. É o improviso também que difere os locutores, muitas vezes influenciando em seu carisma com os ouvintes. Segundo César (2005), apesar de ser “regrado”, o improviso pode ser desenvolvido através de técnicas.

“O rádio é o senhor do improviso. É destituído de imagem. E por isso o locutor deve “segurar” todas as situações. Ao ouvinte, muitas vezes, passam despercebidas verdadeiras maratonas realizadas pelos comunicadores para que o programa não perca sua continuidade. Cabe ao comunicador desenvolver recursos de improviso. Um locutor de FM deve ter sempre à mão uma música ou vinheta preparada para o momento em que necessitar. O de AM deve ter sempre em mente ou à mão material de apoio que contenha informações para um eventual momento de improviso. Isso é fundamental na linguagem do rádio. Na apresentação da notícia e no comentário do fato, a boa construção do improviso vem do conhecimento de cada comunicador. É importante observar que o improviso provém de um trabalho constante, no qual a leitura e o gosto pela informação são determinantes para a formação do conteúdo falado. A verdadeira improvisação é espontânea, surge com a ocorrência de lapsos técnicos, jornalísticos ou na própria programação. É quando o profissional se vê na contingência de falar para que a transmissão não perca seu curso e prossiga normalmente. É a oportunidade de exercitar o raciocínio e falar a coisa certa em momentos críticos”. Cyro César (2005, pág. 121)

Sobre a linguagem utilizada no rádio, César (2005), destaca alguns elementos primordiais e que devem ser respeitados pelo formato da mídia, com suas limitações e vantagens. É importante respeitar a concordância gramatical para que quando a notícia

for lida não haja confusão em sua estruturação e comprometa o entendimento. Outra preocupação deve ser em relação ao conteúdo. O autor destaca a importância de manter a ordem dos acontecimentos para que facilite a compreensão, já que o ouvinte não tem a oportunidade de ler a notícia, de modo que em caso de dúvida não é possível retornar à parte incompreendida. Por último, César (2005), cita a questão da nitidez da descrição do texto, enfatizando a importância de apresentar um texto claro, inconfundível, por conta também da facilidade de descontração do ouvinte caso o assunto não seja compreendido ou até mesmo que fuja de seus interesses.

Ao mesmo tempo em que pode ser de simples compreensão, a linguagem radiofônica, caso não seja bem aplicada pode se transformar em vilã, distraindo o ouvinte que ao invés de ouvir, interagir e ser capaz de formar opinião sobre o assunto, passa apenas a escutar a mensagem de forma superficial, sem assimilar o conteúdo de forma satisfatória. Sobre isto, Júlia Lúcia Silva (1999), explica as diferenças entre o texto escrito e o falado.

“Ao se elaborar um texto para ser oralizado, ou seja, que conte com a intervenção da voz, de antemão devemos ter em mente que, ao final, teremos “algo” diferente do que fora elaborado a partir da escrita. Até mesmo um texto que em princípio não é pensado em termos de oralidade, ao ser vocalizado adquire materialidade e, portanto identidade diferente. Este processo é oposto ao que ocorria nas sociedades baseadas na voz na ocasião da introdução da escrita alfabética. A escrita é que vinha carregada de signos pertencentes à oralidade.” Júlia Lúcia Silva (1999, pág. 54)

A autora explica a linguagem particular do meio radiofônico citando a evolução da comunicação desde os primórdios da humanidade. Nas sociedades arcaicas, a comunicação era apenas verbal e necessariamente necessitava da presença física do orador. Com o desenvolvimento e a popularidade da escrita, a mensagem passou a ser além de oral também registrada de forma manuscrita, o que permitiu que ela se perpetuasse e reproduzisse fielmente seu conteúdo a todos que a pudessem ler. O surgimento do rádio permitiu unir a oralidade com o texto escrito, porém sem a necessidade da presença física do orador, uma voz “sem corpo”.

Esta particularidade do rádio (um dos primeiros meios de comunicação coletiva e à distância), o caracteriza como um meio de comunicação bastante peculiar. “O rádio ainda que se expanda exteriormente de forma amplificada e se dirija ao consumo

coletivo, convida o seu receptor para uma comunicação, uma vivência a dois, mesmo que imaginariamente.” Júlia Lúcia Silva (1999, pág. 42).

2.3 Emoção e imaginação no rádio

É consenso entre profissionais, estudiosos e ouvintes que o rádio é o veículo que mais estimula a imaginação e um dos que mais mexe com as emoções de seus apreciadores. Estes aspectos particulares do rádio são bastante explorados por Cyro César (2005) em sua obra “Rádio – A mídia da Emoção”. César (2005 – pág. 74) entre outras citações define a imaginação como “o primeiro estágio da criatividade. Muitas pessoas usam a imaginação para deixar o mundo real para trás e criar algo novo. Ou elas estudam velhas idéias e as colocam juntas de uma nova maneira”. O rádio permite ao ouvinte criar sua própria cena, imaginar o ambiente ou situação descrita pelo comunicador de acordo com as informações transmitidas e recebidas.

Por ser, segundo o autor, “o primeiro estágio da criatividade”, o estímulo da imaginação contribui diretamente para o desenvolvimento de uma mente criativa. César (2005, págs. 75 e 76) explica esta argumentação com exemplos históricos.

“Sonhar acordado e viver o mundo do faz-de-conta pode levar a importantes invenções e descobertas. Albert Einstein (1879-1955) elaborou sua famosa teoria da relatividade depois de sonhar acordado debaixo de uma árvore, imaginando o caminho de um raio de sol.

Artistas e escritores usam a imaginação para mostrar o mundo de um jeito diferente. Vicent Van Gogh (1853-1890), artista holandês, pintou quadros cheios de vida e energia. Eles mostram a solidão e a tristeza que o artista sentia. Van Gogh sofria de um distúrbio cerebral que o tornava violento e depressivo. Pintar era o jeito que ele tinha de comunicar com o mundo os seus sentimentos. H.G. Wells (1866-1946), escritor inglês, criou histórias de ficção científica em que imaginou como o mundo seria no futuro, ou como o mundo poderia ser diferente do que era na sua época. Ele escreveu sobre pessoas invisíveis ou capazes de viajar em máquinas do tempo.”

Apesar de o autor usar exemplos de artistas de áreas como pintura e literatura, além do cientista Albert Einstein, para explicar a importância da imaginação e criatividade na mente de pessoas de certa forma diferenciadas das demais por habilidades específicas, pode-se estabelecer uma comparação com o comportamento do deficiente visual ao escutar rádio. Independente de suas habilidades, os cegos são

pessoas “especiais”, que interagem com o mundo de maneira diferente, muitas vezes desenvolvendo ou aguçando outros sentidos e aprimorando a sensibilidade para compensar a falta do recurso visual. A carência de visão, em certos casos provoca um sentimento de fragilidade e até mesmo solidão em alguns deficientes visuais, conforme percebido em depoimentos em pesquisa realizada para este estudo em maio de 2011 no Instituto Paranaense de Cegos em Curitiba.

3. PESQUISA

Para saber a relação entre o rádio e deficiente visual foi feita uma pesquisa no Instituto Paranaense de Cegos, em maio de 2011. Nesta pesquisa constatou-se que 80% dos deficientes visuais daquele local ouvem rádio todos os dias, 20% ouvem freqüentemente. Do total de entrevistados, 86% possuem aparelho de rádio e 93,3 % consideram o rádio a melhor fonte de informação. Além disso, 60% dos entrevistados não são alfabetizados, sendo que 46,6% do número total nasceram cegos. A amostragem também revela que 80% dos deficientes visuais daquele local se mantêm atualizados com o rádio, 53,2% também ouvem notícias na TV e apenas 26,6% têm acesso à internet. Dos que acessam a *web*, 50% tem dificuldades na navegação pelo alto índice de recursos gráficos nos *sites* visitados. O rádio contribui não só como fonte de informação, mas também serve de companhia e entretenimento aos que precisam dele.

4. CONCLUSÃO

Ao final deste projeto, conclui-se que o tema proposto é realmente um objeto de estudo bastante complexo e importante em vários aspectos. Cumpre-se um papel essencial para a sociedade como um todo ao expor a preocupação com a comunicação para minorias, bem como a importância do rádio, mídia de massa que há praticamente um século serve aos brasileiros seus mais diversos conteúdos.

Comprova-se neste estudo toda a maximização por parte dos deficientes visuais da essência das características radiofônicas descritas, conhecidas e já estudadas por autores do ramo. Neste aspecto, o rádio também é um importante instrumento que

merece ser mais estudado, constantemente reestruturado e atualizado para que não fique defasado ao ser comparado com as novas mídias que se aprimoram a cada dia.

Com um potencial incrível e sobrevivente à evolução de tecnologias multimídia, o rádio resiste ao tempo e se perpetua por suas características peculiares. Porém, há sempre o que melhorar, tanto na parte técnica, quanto na capacitação de profissionais que o fazem. Sendo assim, a opinião dos deficientes visuais, por motivos óbvios é de suma importância para a confirmação desta tese.