

# Imagens sonoras: potencialidade de sentido das produções sonoras veiculadas no rádio e em *podcasts*.

Graziela Valadares Gomes Mello Vianna<sup>1</sup>

## Resumo

O presente trabalho pretende discutir a potencialidade de sentido de produções sonoras postas em circulação por meio do rádio e também em um novo dispositivo midiático: o *podcast*. Para tanto, inicialmente delimitamos, a partir da discussão de autores que tem o rádio ou o som como objeto de pesquisa, o conceito de “imagem sonora” utilizado ao longo do trabalho. Em seguida, fazemos uma observação da metodologia e das produções sonoras do projeto *Vozes do Vale* desenvolvidas por jovens da região do Vale do Jequitinhonha em Minas Gerais veiculadas inicialmente por meio de *podcasts* e, posteriormente, em uma emissora de rádio a fim de perceber os usos desses dispositivos como forma de ampliar a visibilidade de tais atores sociais.

*Palavras-chave:* Sentido Potencial; Imagens Sonoras; Rádio; *Podcast*; *Vozes do Vale*.

## Abstract

This paper aims to observe the potential sense of sound productions broadcasted through the radio and also on a new media device: the *podcast*. For this purpose, we initially delimited the concept of “sound image” from the discussion of authors who have the radio or sound as a research subject. Then we observe the methodology and sound productions of the *Vozes do Vale* project developed by youth Jequitinhonha Valley region in Minas Gerais initially produced as *podcasts* and later in a radio program.

*Keywords:* Potential Sense; Sound Images; Radio; Podcast; *Vozes do Vale*.

## Introdução

No Brasil, o rádio surge na década de 1920 como um meio de comunicação cuja finalidade seria, de acordo com alguns dos pioneiros do rádio como Roquette Pinto, difundir a cultura, informar e educar a população em sua maioria analfabeta. Com a regulamentação da publicidade que passa a financiar o meio, o rádio sofre profundas transformações em sua programação no período compreendido entre as décadas de 1930 e 1950. O rádio, que na década de 1920 dependia da contribuição dos ouvintes, torna-se auto-suficiente ao ser sustentado pelo patrocínio da publicidade. Os artistas e comunicadores tornam-se populares, alcançam credibilidade perante o público e conquistam a adesão aos produtos que patrocinam os programas de rádio. As emissoras

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela ECA/USP. Professora adjunta do dep. Comunicação Social da UFMG na área de Som e Sentido. Coordenadora do grupo de pesquisa e extensão GRISsom.

investem na produção de programas de auditório, de radionovelas e na manutenção de grandes orquestras ao vivo em estúdio. Tal período, conhecido como a era de ouro do rádio, pode ser considerado como uma época em que o potencial expressivo do rádio era bastante explorado em programas que buscavam sugerir imagens diversas aos ouvintes utilizando os elementos sonoros da linguagem radiofônica. Podemos confirmar isso, por exemplo, pelo espaço ocupado na programação das emissoras pela radiodramaturgia, gênero de programa que acreditamos fazer uso privilegiado desse potencial expressivo dos elementos sonoros a fim de sugerir personagens, cenários e ambientes das cenas..

Com a chegada da televisão na década de 50, uma parte significativa das verbas publicitárias migram para o novo meio de comunicação. Radialistas, artistas, produtores do rádio experimentam formatos de programas radiofônicos populares na TV. As radionovelas são transformadas com sucesso em telenovelas. O ouvinte, agora também telespectador, não mais precisa de imaginar personagens e cenários, uma vez que a imagem do aparelho de TV os coloca facilmente à disposição do olhar. No entanto, apesar de ser evidente desde então uma significativa redução do espaço nas emissoras brasileiras para a radiodramaturgia, utilizada atualmente em alguns poucos programas e na publicidade, acreditamos que por meio do rádio e de novos dispositivos midiáticos ainda se possa fazer uso do potencial da linguagem sonora para sugerir imagens sonoras ao ouvinte. No presente trabalho, portanto, propomos, inicialmente conceituar essas imagens sonoras. Após essa conceituação, observamos a utilização do *podcast* como um dispositivo midiático que pode criar novos espaços para explorar o potencial expressivo do som e dar visibilidade a atores sociais cujo acesso aos meios tradicionais de comunicação é limitado. Tais discussões resultam de nossos recentes esforços de pesquisa acerca da potencialidade de sentido do som e dos usos do rádio e do *podcast* por jovens participantes do projeto *Vozes do Vale* desenvolvido na região do Vale do Jequitinhonha em Minas Gerais.

## Imagens sonoras

Acreditamos que a mensagem radiofônica é uma produção simbólica mediada por um meio de comunicação que deve alcançar e prever o ouvinte, sugerindo imagens sonoras ao ouvinte distante do lugar de produção. Schaeffer (1970) compara tais imagens sugeridas pelo rádio à sensação de escutarmos o mar ao colocarmos o ouvido próximo a uma concha. De acordo com Schaeffer (1970, p. 92),

*o homem acabou fabricando conchas cada vez mais reveladoras. A era do maquinismo alardeado pelos espiritualistas é, exatamente, a era quando a sensibilidade humana se apresentava da forma mais exacerbada. Não se trata apenas de máquinas de produzir, mas máquinas de sentir, que dão ao homem moderno tato, ouvidos e olhos incansáveis. Máquinas, portanto, das quais se*

*pode esperar que permitam ao homem ver, escutar e tocar aquilo que jamais seus olhos puderam lhe mostrar, o que seus ouvidos não puderam fazê-lo escutar ou a tocar aquilo que jamais suas mãos poderiam fazê-lo tocar.<sup>2</sup>*

Assim como a concha do mar que nos sugere o oceano quando a levamos aos ouvidos, concordando com Pierre Schæffer, acreditamos que o rádio e o *podcast* sugerem ao ouvinte imagens multisensoriais unicamente a partir do som. No presente trabalho, portanto, fizemos uma tentativa de definir as imagens multisensoriais produzidas por algumas dessas máquinas de sentir: o rádio e os *podcasts*.

Percebemos uma profusão de termos para definir os sentidos sugeridos pelo som, como por exemplo, imagem sonora, objeto sonoro, imagem mental, dentre outros. Acreditamos, portanto, que aqui cabe uma breve revisão de tais termos, a partir da leitura de teóricos da comunicação, da publicidade, das artes, da semiótica, a fim de melhor definirmos a conceituação de imagem sonora.

Alguns teóricos como Tiffon (2007) e Mariétan (2005), sugerem um conceito amplo de imagem sonora, que não diz respeito unicamente ao sentido potencial da produção radiofônica. Para Tiffon (2007, p. 1), imagem sonora seria “a aparência do som nas nossas sociedades contemporâneas, seja o som musical ou não, autônomo ou não”. Para Mariétan (2005, p. 29), o som, além de criar imagens multisensoriais, define as dimensões dos espaços nos quais vivemos:

*O som cria o espaço, o espaço modela o som. O som dá ao espaço formas invisíveis, mas que não deixam de ser reais. Eu vejo as paredes do cômodo onde eu estou, pela escuta, percebo as dimensões do espaço que não se vê, mas que existe ao redor e bem além daquilo que vejo. Pelo ouvido, conheço suas formas, a consistência dos materiais, as perspectivas se abrem onde quer que seja. A voz das pessoas habita o espaço. Com todas as espécies de outros pequenos ruídos, tais sons dão vida ao lugar sem que nada seja necessariamente visível. Sem o som, o espaço seria ainda espaço?<sup>3</sup>*

Por meio do som e da reverberação deste, reconhecemos o espaço onde habitamos, reconhecemos formas e objetos. Sabemos, mesmo às escuras, o tamanho do quarto em que estamos ou do cachorro que late do lado de fora da casa. Tal latido seria, de acordo com Schæffer, um objeto sonoro.

Schaeffer denomina “objeto sonoro” “a unidade sonora capaz de sugerir sentido. Chion, define o conceito de “objeto sonoro” mais precisamente como

*uma unidade sonora percebida na sua matéria, na sua textura própria, nas suas qualidades e nas suas próprias dimensões perceptivas. Além disso, o objeto sonoro representa uma percepção global que se dá de forma idêntica por meio de diferentes escutas, um conjunto organizado que se pode assimilar a uma gestalt no sentido da psicologia da forma. (CHION, 1983, p. 34)<sup>4</sup>*

<sup>2</sup> Tradução nossa.

<sup>3</sup> Tradução nossa.

<sup>4</sup> Tradução nossa.

Entendemos que o objeto sonoro é constituído de elementos sonoros, mas sua unidade e sua possibilidade de sugerir uma imagem para o ouvinte é que o definem como tal. Assim, o objeto sonoro do exemplo anterior é o latido, que nos sugere a imagem do cachorro e não o cachorro propriamente dito.

Consideramos a linguagem radiofônica como uma produção simbólica que, por meio de uma mensagem unisensorial, pode valer-se dos elementos sonoros na tentativa de fazer uma associação dos objetos sonoros com o repertório do ouvinte, criando, assim, imagens multisensoriais. Dessa forma, Elisa Bicudo Pereira (2005) em sua dissertação sobre a natureza do som argumenta que “a arte sonora prescinde de seu ouvinte para ser completa é, portanto, repleta de imagens mentais. Isso faz de cada um, uma espécie de co-autor do que está sendo dito e, desta forma, alguém importante, de valor, com um papel a ser cumprido.” (PEREIRA, 2005, p. 61)

Brecht (2005, p. 38) defende que “por mais que o ver fique eliminado, isso não quer dizer que não se veja nada, mas precisamente que se vê tão bem que se vê uma infinidade de coisas, tantas ‘como se queira’”. Tais “coisas” seriam as imagens produzidas pelo ouvinte-modelo com base nos elementos sonoros que compõem o cenário de uma peça. Voltando à Schæffer (1970, p. 99), ele argumenta que o cenário sonoro de uma peça radiofônica “evolui no tempo, se apaga, reaparece; se destina ao ouvido, como o discurso, agindo sobre este, interfere; é mais que um fundo, é um contexto sonoro”.<sup>5</sup>

Recentemente, foi difundido pela internet um arquivo de áudio chamado *virtual barbershop*. Utilizando um fone de ouvido para escutar o arquivo, temos a impressão de que estamos realmente sentados em uma barbearia. Podemos, como ouvintes, ter a noção do espaço na barbearia, saber se o nosso “barbeiro virtual” se aproxima ou se distancia, se o telefone que toca está do lado direito ou esquerdo, longe ou perto. Podemos até mesmo criar imagens multisensoriais relacionadas ao tato e à visão, como se sentíssemos realmente a tesoura que se aproxima do nosso cabelo ou da máquina de raspar junto ao pescoço<sup>6</sup> e da capa de plástico que passa por nossa cabeça. Dessa forma são criadas, a partir dos objetos sonoros, imagens multisensoriais que nos transportam para um determinado ambiente sonoro.

Seguindo uma linha de pensamento semelhante à de Brecht, Haye (2004, p. 45), pesquisador argentino que desenvolveu pesquisas sobre a arte radiofônica, defende a multisensorialidade do rádio, pois,

---

<sup>5</sup> Tradução nossa.

<sup>6</sup> Tal arquivo trata-se de uma gravação binaural, tipo de técnica de captação e reprodução do som, que busca simular a percepção do ouvido humano dos ambientes sonoros. Assim, geralmente, são utilizados dois microfones bastantes sensíveis na mesma distância média das duas orelhas de um ser humano para a captação do som. Para escutar tais tipos peças, recomenda-se o uso de fones de ouvido para que o espaço sonoro captado seja produzido com fidelidade.

*apesar de a unidade significativa do discurso radiofônico se apoiar exclusivamente em elementos sensoriais do tipo auditivo, com base nessa dimensão exclusivamente sonora o rádio deve alimentar sua vocação de constituir-se em um meio de caráter multisensorial. O estímulo acústico de possibilitar esse caráter mediante sua enorme capacidade evocadora e criadora. Esse atributo permite que se desdobre o princípio de visibilidade por meio do qual sujeitos, objetos, situações e cenários são 'mostrados' à imaginação do ouvinte. [...] Assim, nossas mensagens têm de seduzir a visão, o paladar e o olfato dos ouvintes extremado os cuidados para transmitir a aspereza do tronco da árvore, a suave coloração do poente ou a excitante fragrância do guisado sendo cozido na velha panela de pressão queimada da avó.*

Dessa forma, acreditamos que a produção radiofônica possa sugerir sentidos, mediante essa associação da interpretação do locutor, da trilha e dos efeitos sonoros com o repertório do ouvinte, criando, assim, uma infinidade de imagens multisensoriais, pois, como defende Richard (1985, p. 2),

*Utilizar uma escritura radiofônica eficaz seria fazer uso de todos os meios de expressão tecnicamente possíveis como artifícios para criar a ilusão de corpos, objetos e de aparências e para persuadir sobre a sua existência, sua realidade. Essa persuasão torna-se possível pelos poderes de sugestão da imagem sonora. A audição, o único sentido solicitado (pelo rádio) é levado a suprir os demais sentidos da percepção. Assim, as imagens fônicas deslançadas pela voz de locutores no alto-falante tornam visíveis personagens precisos. Para o ouvinte, aquele que fala possui necessariamente um corpo. [...] Mesmo apesar de uma margem de fluidez que subsiste um pouco e alimenta a imaginação de cada um, os sons produzem equivalências visuais sobre os ouvintes, principalmente quando eles têm determinada intenção calculada.*

Assim, por meio dos elementos constituintes da linguagem radiofônica são criadas imagens multisensoriais de pessoas, objetos e lugares. É o que defende também Chion (2000, p. 51), ao tratar das peças de ficção no rádio:

*A ficção radiofônica, como se sabe, é mágica por tudo que ela deixa adivinhar e à reconstituir mentalmente. O espaço não é prisioneiro de uma representação muito precisa e ele continuamente remodelado por tudo que surge aos ouvidos. É também um espaço tátil, que descobre-se tateando [...] No drama radiofônico, as palavras se tornam um trampolim para as paisagens, cenários e rostos que elas deixam a imaginar. Quanto aos ruídos, eles conservam toda a sua ambigüidade, sua polissemia.<sup>7</sup>*

Um exemplo histórico das possibilidades da criação de imagens sonoras é a ficção para rádio *Guerra dos mundos*, escrito por H. G. Wells e dirigido por Orson Welles, que foi ao ar pela rede americana de rádio CBS (Columbia Broadcasting System) à véspera do Dia das Bruxas (Halloween) em 1938.

---

<sup>7</sup> Tradução nossa.

Welles criou um verdadeiro caos com sua peça principalmente em New Jersey, mas também em Newark e Nova York. Ao utilizar uma linguagem radiofônica que reproduzia uma cobertura jornalística, além de um texto com jargões jornalísticos, simulou uma invasão de marcianos, intercalando entrevistas em estúdio com supostas entrevistas externas, efeitos sonoros, simulação de falhas técnicas, silêncio em alguns momentos para se criar suspense, terror, medo. Welles conseguiu assim sugerir para os ouvintes imagens sonoras de uma invasão, de uma forma que a caracterização dos cenários, das personagens e das ações tinha tal grau de veracidade que, assim como as personagens no enredo da peça, os ouvintes também entraram em pânico. Aliadas à credibilidade do rádio, as imagens sonoras de *Guerra dos mundos* construídas pela combinação adequada dos elementos constituintes da peça – o texto, a voz, os efeitos sonoros, a trilha musical, o silêncio e o tratamento técnico – eram perfeitamente verossímeis.

Se, como visto, Pereira (2005) usa a expressão “imagem mental” para denominar a imagem criada pelo ouvinte com base no som, Balsebre (1996) utiliza a expressão “imagem sonora”, porém na acepção de que a imagem sonora seria anterior à imagem auditiva criada pelo ouvinte. A imagem sonora seria constituída por conjuntos de continuidades espaço-temporais que definem onde e quando se passa determinada ação representada pelo som, e tal imagem é que geraria a imagem auditiva produzida pelo ouvinte. Assim, haveria uma imagem sonora anterior à recepção que busca sugerir uma imagem auditiva, que seria produzida no momento da recepção. Entendemos, porém, que tal conceito de imagem sonora defendido por Balsebre se aproxima muito mais do conceito de evento sonoro defendido por Murray Schaffer (2001), de acordo com o qual o evento sonoro seria um acontecimento situado no tempo e no espaço que constituem a paisagem sonora, seja ela um ambiente natural, seja real, ou seja uma construção abstrata transmitida pelo rádio. Regina Porto (1997, p. 19) faz uma comparação entre a paisagem sonora e o registro fotográfico, de acordo com a qual “em lugar do olho, o ouvido: a ‘paisagem sonora’ é fundamentalmente, a arte da captação “fotográfica” do som. O microfone é o instrumento que permite o instantâneo e o close; a caixa acústica, sua ampliação”. Dessa forma, acreditamos que a “imagem sonora” de Balsebre seja um evento que faz parte dessa paisagem, dessa representação “fotográfica” ou fílmica, caso seja dinâmica, de determinado ambiente.

Alguns autores, porém, como Silva (1999, p. 78), em uma pesquisa sobre a oralidade mediatizada na publicidade radiofônica, utilizam a expressão “imagem sonora” em uma acepção um pouco diferente em relação àquela de Balsebre:

*Essa imagem que se constrói com base em sons, elementos acústicos, adquire uma especificidade que a distingue da imagem estruturada por elementos visuais em diferentes técnicas. A imagem sonora surge na tela imaginativa do ouvinte como uma granulação fina, resultado de um processo perceptivo entre impressões pessoais e representações sensoriais sonoras apreendidas pela audição.*

No presente trabalho, utilizamos o conceito de imagem sonora de forma semelhante à Haye (2004) e Silva (1999), ou seja sem fazer uma distinção entre duas imagens ou etapas de sugestão e produção de sentido diferentes. Referimo-nos, portanto, às imagens sugeridas pelo som capazes de mobilizar na escuta os demais sentidos da percepção. Sendo assim, conforme argumentamos, entendemos que essas imagens sonoras podem, por vezes, serem consideradas multisensoriais ao evocar a partir do objeto sonoro, cores, formas, texturas, sabores e aromas. A seguir, observaremos tais imagens sonoras postas em circulação por jovens do Vale do Jequitinhonha no rádio e em um novo dispositivo midiático: o *podcast*.

## **Podcast: usos sócio-políticos por atores sociais “invisíveis”**

O *podcast* surgiu em 2004 como uma derivação dos audioblogs. É caracterizado também pela ausência de regras relativas à linguagem, conteúdo ou duração. Qualquer pessoa que possua o mais simples recurso de registro de som (tais como gravadores portáteis, telefones celulares, etc) pode se tornar um produtor de *podcast* (*podcaster*). Portanto, o *podcast* vem sendo utilizado tanto por empresas comerciais e emissoras de rádio (para reproduzir programas veiculados na transmissão analógica) quanto pelo ouvinte comum, que se torna também produtor de conteúdos.

Entendemos, portanto, dada a possibilidade de publicizar os mais diversos conteúdos, a utilização do *podcast* pode criar novas formas de sociabilidade ao permitir que atores sociais que nem sempre tem visibilidade nas emissoras comerciais ampliem o espaço de debate e de difusão de ideias (KISCHINHEVSKY e HERSCHMAN, 2008), além de permitir experimentações das mais variadas com a linguagem sonora.

Portanto, o *podcast* pode ser um recurso de mobilização acessível a fim de fortalecer os jovens como atores sociais protagonistas em processos de mediações socioculturais. Kischinhevsky e Herschman observam que

*atores e lideranças de grupos sociais e/ou comunitários têm reiterado em vários trabalhos e relatos seu empenho em utilizar o enorme potencial de mobilização social de produtos midiáticos como redes peer-to-peer (P2P, serviços de compartilhamento de arquivos digitais), podcasts, webtvês, entre outros (2008, p.102).*

Podemos afirmar que os novos dispositivos de comunicação criam novas possibilidades de produção e recepção, uma vez que os ouvintes/espectadores passam também a colocar em circulação conteúdos de seu interesse. Assim, os ouvintes/produtores podem fazer uso da linguagem sonora de forma alternativa no que diz respeito aos modelos de programas radiofônicos predominantes nas emissoras comerciais e, assim fazer uso do potencial expressivo do som, sugerindo imagens sonoras diversas a quem assina o *podcast*.

No entanto, não podemos ser tão otimistas em relação aos usos do novo

dispositivo. Conforme observavam há alguns anos Kischinhevsky e Herschman, “na maioria dos casos, os conteúdos permanecem presos aos formatos de programas do rádio analógico. Contudo, vêm ganhando força outras formas de expressão que transcendem a gramática das emissoras comerciais, como a veiculação de análises, palestras, debates” (2008, p.103). Observaremos a seguir o que acontece no caso específico do projeto *Vozes do Vale* desenvolvido na região do Vale do Jequitinhonha. Mas, antes, faz-se necessário entender as proposições e a metodologia do projeto.

## **Vozes do Vale: o projeto**

O projeto *Vozes do Vale* apresenta como objetivos principais a tentativa de assegurar um espaço de visibilidade para que os jovens do Vale exponham suas vivências e a sua própria visão de seu contexto local através da produção dos *podcasts* e experimentar processos de articulação entre dois formatos de produção em áudio - o radiofônico e o *podcast*, já que, a partir da parceria com a Rádio UFMG Educativa, os *podcasts* produzidos pelos jovens são veiculados na emissora sem pós-edição no programa “*Vozes do Vale*” .

Para fomentar a produção dos *podcasts*, o projeto realiza oficinas com duração de 10H/aula, destinadas a jovens de 13 a 25 anos, estudantes de escolas públicas e/ou ligados a ONGs, a movimentos sociais e a rádios comunitárias, em diferentes cidades do Vale do Jequitinhonha.

Para cada oficina são selecionados cerca de 20 jovens. Com vistas a tornar o processo o mais democrático possível e diminuir o risco de privilégios, os bolsistas do *Vozes do Vale* entram em contato com inúmeros organismos como Escolas Estaduais e Municipais, Secretarias de Educação e Cultura ou líderes de movimentos culturais e artísticos da cidade. A única exigência feita para a seleção é que tais jovens estejam interessados no aprendizado e já tenham certo conhecimento sobre o computador, tendo em vista que o *podcast*, apesar de extremamente simples, exige algum domínio, ainda que básico de informática. Entre 2010 e 2013, foram ofertadas oficinas para 20 jovens beneficiados em 42 municípios ou distritos do Vale do Jequitinhonha totalizando, portanto, 840 jovens beneficiados diretamente.

O projeto é realizado em três etapas metodológicas. Na primeira, é ofertada aos jovens uma Oficina de Capacitação Técnica, de 10 horas/aula. Os conteúdos da oficina se relacionam com a discussão da linguagem e da produção radiofônica, das ferramentas de produção de *podcasts* e dos diversos instrumentos de comunicação e de troca disponíveis na internet. São apresentadas ainda técnicas para a roteirização dos *podcasts*, para a manipulação de softwares livres de edição de áudio, para a publicação do *podcast* na internet e acesso a outros *podcasts*. Tais oficinas são conduzidas pelos alunos bolsistas, estudantes do curso de graduação em Comunicação Social e supervisionadas pela coordenadora do projeto.

A segunda etapa trata-se de um momento posterior, de avaliação pelos jovens dos programas criados, para incentivá-los à articulação e mobilização por meio da criação de uma rede de comunicação virtual. Para tanto, foi criado um perfil na rede social Facebook para servir como ferramenta de comunicação entre os jovens das diversas oficinas e os educadores participantes do projeto.

A terceira e última etapa das atividades extensionistas consiste na veiculação dos *podcasts* produzidos na Rádio UFMG Educativa, e futuramente, também distribuí-los para as rádios locais do Vale do Jequitinhonha. Tal veiculação no rádio pretende ampliar a circulação e visibilidade midiáticas dos programas.

É importante observar dois aspectos norteadores do processo de planejamento das oficinas: a questão dos custos e da facilidade de produção. Pois, o objetivo é que as oficinas sejam apenas um primeiro momento e que os jovens possam seguir produzindo *podcasts* sem a presença da equipe da universidade. Se houvesse um alto custo de produção ou a utilização de softwares muito complexos, isso certamente estaria comprometido. Por isso, prioriza-se parcerias com os setores públicos para utilização de laboratórios de informática públicos, sejam em escolas estaduais ou municipais ou em telecentros, locais aos quais os jovens tem acesso livre, além de software de edição sonora livre (*Audacity*), que pode ser baixado sem custos por qualquer pessoa.

Com todos os *podcasts* prontos, é feita uma audição coletiva – um momento de integração entre participantes. Para o encerramento da oficina, há uma avaliação por parte dos jovens, em que apontam os pontos positivos e negativos do processo e da didática dosicineiros; citam dificuldades e compartilham seus aprendizados.

Posteriormente, os *podcasts* produzidos pelos jovens do Vale do Jequitinhonha se tornam um programa em uma rádio hertziana, a Rádio UFMG Educativa. O programa radiofônico *Vozes do Vale* foi lançado em dezembro de 2010 e possui quatro veiculações semanais (uma estreia e três reprises). É composto por um só bloco, com duração em torno de 3 minutos. Cada programa apresenta, de maneira integral, um *podcast* produzido pelos jovens durante a oficina. Para introduzi-lo, há um texto inicial (locutado pelos bolsistas envolvidos no projeto) que apresenta o projeto, expondo seus objetivos e formas de trabalho. A presença deste texto inicial é importante, pois contextualiza o ouvinte de que aquela produção é elaborada por jovens do Vale do Jequitinhonha e que se trata de um *podcast*, ou seja, um programa produzido inicialmente para a transmissão na internet.

## **Imagens sonoras do Vale do Jequitinhonha**

A região brasileira do vale do Jequitinhonha é comumente representada ou como a região miserável ou como a região cuja identidade coletiva é forjada a partir da cultura tradicional. O projeto *Vozes do Vale* é uma tentativa de amplificar as vozes dissonantes dos jovens em meio a essas duas representações por meio de oficinas

de *podcast* para jovens da região. Vozes que por vezes são silenciadas pelos meios tradicionais de comunicação, uma vez que eles não encontram espaços nos meios de comunicação hegemônicos para que suas vozes tenham ressonância.

Os conteúdos dos *podcasts* produzidos pelos jovens ( e posteriormente transformados em programas radiofônicos) apresentam diversas opiniões sobre os mais diferentes temas, além de formas específicas de produção e apropriação cultural que mantém estreita relação com a vivência dos jovens do Vale. Salienta-se a promoção de uma comunicação dialógica durante as oficinas, criando um espaço onde todos os jovens participantes têm direito à voz. Além disso, podemos destacar a ocorrência de uma troca de saberes e produção de conhecimentos de forma não verticalizada, valorizando a experiência do outro, objetivos que embasam a extensão universitária. Essa troca é reforçada com a veiculação dos *podcasts* na rádio UFMG Educativa, transformados em programas radiofônicos. As *Vozes do Vale* são compartilhadas por mais um meio com a comunidade acadêmica e com ouvintes da capital de Minas Gerais.

Visto isso, entendemos que a relevância da projeto *Vozes do Vale* consiste na proposta de que esse inúmeros discursos marcados pela diversidade e criatividade tenham um espaço de visibilidade para fortalecer e incentivar o protagonismo dos jovens e adolescentes junto aos meios de comunicação. A produção de programas idealizados e executados pelos próprios jovens contribui também diminuir a distorção da idéia que o senso comum geralmente possui sobre a região do Jequitinhonha como um lugar onde impera a pobreza, cuja única forma de enfrentamento seriam as expressões culturais tradicionais (tais como o artesanato, as canções de viola, etc) com as quais a juventude local nem sempre se identifica. Não podemos afirmar que o projeto *Vozes do Vale* é hoje uma via alternativa para essa juventude, uma vez que nem sempre percebemos uma articulação consistente dos jovens a partir do novo dispositivo que lhes é apresentado. Mas, ao menos, configura-se como uma tentativa de constituir essa alternativa.

Apesar da metodologia da oficina optar por não enquadrar os roteiros propostos à “gramática radiofônica” predominante nas emissoras brasileiras, boa parte mimetiza os modelos de programas radiofônicos colocados em circulação nas emissoras comerciais para abordar as suas questões de interesse. Pequenas reportagens, programas de entrevistas ou programas informativos são predominantes. No ano de 2011, por exemplo, os jovens participantes produziram nas oficinas um total de 47 *podcasts*. Dentre esses, 25 eram programas informativos. Percebemos tal “mimetismo” não apenas nos formatos mencionados, mas ainda nos elementos sonoros que constituem essa gramática, como a performance da voz, que em alguns momentos busca imitar os padrões recorrentes de locução no dial brasileiro; nas vinhetas de abertura e encerramento que se apropriam das vinhetas sonoras das emissoras de rádio e TV que os jovens costumam ouvir.

No entanto, ao escutar mais atentamente o canal do projeto na plataforma *soundcloud*<sup>8</sup> ou no portal brasileiro de *podcasts* o *Podcast One*<sup>9</sup> percebemos que outras formas de expressão tem lugar dentre a produção dos jovens. Alguns dos *podcasts* produzidos apresentam formatos e conteúdos originais, relacionados à vivência cotidiana dos jovens produtores. No mesmo ano de 2011, os jovens produziram 7 radiodocumentários, 7 radionovelas e 5 programas híbridos (que misturam características do programa informativo à dramatização). Assim, apesar da predominância de programas informativos semelhantes aos programas veiculados no rádio analógico, os jovens tem espaço para criar programas alternativos ao modelo comercial. Concordando com Castro (2005, p.15)

*A plasticidade das tecnologias digitais e as possibilidades abertas pela microinformática vêm contribuindo para diluir as fronteiras entre consumidores e produtores, autores e editores, ouvintes e distribuidores, original e cópia. Considerando que os meios digitais ainda são, de certa maneira, bastante recentes entre nós, e considerando ainda a impossibilidade de isolar seus efeitos do contexto sócio-cultural mais amplo, parece importante discutir sua influente presença como vetores na constituição de novas práticas de produção e consumo culturais, bem como sua contribuição para uma eventual reconfiguração do sensório e do imaginário urbano atual.*

Assim, se vários programas produzidos se aproximam do modelo de formato de programas que compõem a grade das emissoras analógicas comerciais, muitos outros fazem uso da radiodramaturgia e de elementos sonoros de forma pouco usual nas emissoras comerciais. Imagens sonoras de elementos da paisagem da região, como o rio, os mercados municipais, os pássaros, do trânsito de carro nas rodovias que cortam a região ou dos ambientes rurais fazem parte desses programas. Tais imagens podem ser reconhecidas por outros jovens da região que ouvem os *podcasts* produzidos ou sugerida para os distantes ouvintes da Rádio UFMG Educativa em Belo Horizonte a partir da associação com os elementos da paisagem sonora da região com o repertório desses ouvintes. Os conteúdos e as formas de abordagem dos mesmos nos desvelam assim visada do jovem acerca da região, de temas que fazem parte de seus interesses e preocupações.

Alguns *podcasts* produzidos pelos jovens reproduzem o embate simbólico entre o Vale da Miséria e o Vale da Riqueza cultural, defendendo as tradições culturais como os militantes socioculturais vêm fazendo desde a década de 70, mas valorizam também dentre essa riqueza cultural as manifestações juvenis e características da cidade em que habitam.

---

<sup>8</sup> Canal disponível em <<https://soundcloud.com/vozes>>. Acesso em 20 jan.2014

<sup>9</sup> Disponível em <<http://www.podcast1.com.br/>>. Acesso em 20 jan.2014

Gravidez na adolescência, do problema do uso de drogas na região, sobre a violência entre os jovens, exploração sexual de jovens e crianças e a preocupação com a falta de oportunidades de trabalho são questões recorrentes nos *podcasts* produzidos no âmbito dos *podcasts* que escutamos na internet ou na Rádio UFMG Educativa. Questões essas que se fazem presentes na vivência desses jovens, dadas as condições socioeconômicas da região. Muitas das abordagens dessas questões que constituem o cotidiano do jovem fazem uso da sugestão de imagens sonoras a partir da utilização da radiodramaturgia com elementos sonoros como efeitos sonoros e trilhas musicais para caracterizar o cenário. No ano de 2013, os jovens produziram três radionovelas que dramatizavam situações cotidianas e duas para tratar de questões relacionadas ao uso de drogas fazendo uso de imagens sonoras que fazem parte do repertório desses jovens, tais como imagens sonoras das ruas da cidade onde habitam ou dos bares e boates que usualmente frequentam.

Assim como os jovens nas manifestações de junho nos grandes centros urbanos brasileiros, alguns jovens do Vale encontram no *podcast* espaço para reivindicar melhorias nas cidades, como a precariedade das estradas da região. Outros, pedem o fim do preconceito contra o homossexualismo, a despoluição dos rios que formam a bacia do Vale do Jequitinhonha.

Outros, por outro lado, se distanciam do debate, mas no entanto defendem uma identidade cultural ao se sentirem incompreendidos. Encontram assim no *podcast* um espaço de representação, ainda que essa representação não se aproxime da cultura regional. Este é o caso de um programa produzido por dois jovens que se identificavam com a cultura gótica e sofriam preconceito em sua cidade extremamente religiosa, uma vez que as pessoas acreditavam que eles compactuavam com o demônio. O *podcast* cumpre aqui o papel de afirmação identitária desses jovens e de tentativa de apaziguamento do preconceito através da representação sonora do movimento gótico.

Apesar dessas potencialidades apresentadas do *podcast*, não podemos negligenciar a força de um meio de comunicação altamente consolidado em nosso país como o rádio. Portanto, a parceria firmada com a emissora UFMG Educativa (104,5 FM) amplia a visibilidade de tais atores sociais. Essa passagem do *podcast* para o *broadcasting* é pertinente e interessante, pois permite que os ouvintes da emissora tenham acesso aos discursos tecidos pelos jovens, numa região na qual essas possibilidades estão bastante reduzidas pelas ações dos meios de comunicação tidos como hegemônicos.

Além disso, do ponto de vista acadêmico, observamos que a inflexão gerada entre *podcast* e *broadcast* permite aos alunos da graduação envolvidos no *Vozes do Vale*, experimentarem e articularem diferentes níveis e tipos de produção em áudio. Como aponta Martins (1999), em tempos de novas tecnologias, muitas mídias necessitam redefinições, e o rádio não é uma exceção. Nesse sentido, o próprio *podcast* pode ser entendido como algo que problematiza o estatuto daquilo que entendemos como

rádio. Há de se destacar ainda que o *podcast*, por ser um dispositivo relativamente recente, ainda é pouco explorado academicamente e, nesse sentido, o projeto pode ser considerado como um esforço para compreender melhor suas potencialidades e características.

## Considerações finais

O som transmitido pelo rádio sugere imagens com cores, cheiros, texturas e formas diferentes, imagens multisensoriais produzidas com base em uma mensagem unisensorial. Buscamos conceituar tais imagens e entender a circulação de tais imagens no rádio e em *podcasts*.

A partir da escuta das produções dos jovens do Vale do Jequitinhonha inicialmente colocadas em circulação por meio de *podcasts* e, posteriormente veiculadas em um emissora de rádio podemos concluir que, apesar da maior liberdade de criação em relação ao rádio comercial que tais dispositivos permitem, nem sempre o potencial expressivo do som é explorado. As produções muitas vezes acompanham os modelos de programas em circulação nas grandes redes de emissoras de rádio. As próprias empresas de comunicação fazem um uso do *podcast* de tal forma a reduzir o dispositivo a uma reprodução dos programas veiculados nas emissoras hertzianas, o que amplia o alcance de ouvintes, mas não explora as possibilidades de uma produção alternativa que o *podcast* possibilitaria.

No entanto, ainda que boa parte dos *podcasts* produzidos pelos jovens do Vale do Jequitinhonha acompanhe o modelo comercial de programas radiofônicos, percebemos em algumas das produções a tentativa de sugestão de imagens multisensoriais que nos remetem a elementos da paisagem sonora da região. Talvez esse tipo de produção deva ser mais estimulada, não apenas pelo projeto *Vozes do Vale*, mas em cursos de Comunicação e em processos formativos de radialistas, a fim de oferecer produções ao ouvintes dos *podcasts* e dos programas de rádio que, assim como na era de ouro do rádio, conquistem uma atenção dedicada desses ouvintes ao fazer uso da sugestão de imagens sonoras.

Este trabalho nos instiga, assim, a elaborar projetos futuros de pesquisa, ensino e extensão nos quais possamos explorar ainda mais as possibilidades da sugestão de sentido por meio do som. As pistas que seguimos nesse artigo nos levam a crer que as imagens sonoras criadas pela mensagem sonora podem ser exploradas de forma que o poder de sugestão do rádio e dos novos dispositivos midiáticos (que têm o som como principal elemento) seja mais bem aproveitado, e que o ouvinte tenha, assim, à disposição de seus ouvidos, peças e programas que, além de trazerem música e informação, o convidem com mais frequência a uma viagem multisensorial conduzida pelos sons. Uma viagem envolvente e apaixonante – cheia de sabores, cheiros, cores e imagens.

## Referências

- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra, 1996.
- BRECHT, Bertold. *Teoria do rádio (1927-1932)*. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2005, v. 1, p. 35-46.
- CASTRO, Gisela G. S. *Podcasting e consumo cultural*. E-Compós vol. 5, 2005. p.15-30
- CHION, Michel. *Guide des objets sonores*. Pierre Schaeffer et la Recherche Musicale. Paris: INA-GRM/BUCHET, 1983.
- CHION, Michel. *Radio-fiction*. In: DOSSIER DE L'AUDIOVISUEL. Aujourd'hui, demain, la radio. Numéro 90, Paris: INA, mar./abr. 2000. p. 49-51.
- HAYE, Ricardo. *El arte radiofónico: algunas pistas sobre la constitución de su expresividad*. Buenos Aires: LaCrujia, 2004.
- HERSCHMANN, Micael. KISCHINHEVSKY, Marcelo. *A geração podcasting e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento*. Revista Famecos, Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, n. 37, dezembro de 2008.p.101-106.
- MARIÉTAN, Pierre. *L'environnement sonore: approche sensibles, concepts, modes de représentation*. Nîmes: Champ Social, 2005.
- PEREIRA, Elisa Moura Marconi Bicudo. *Da natureza do som: uma busca multidisciplinar e multifocal pela alma do estímulo sonoro*. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- PORTO, Regina. *A poética do som: utopia e constelações*. In: ZAREMBA, Lílian;
- BENTES, Ivana (Org.). *Radio Nova: constelações da radiofonia contemporânea 2*. Rio de Janeiro: UFRJ, ECO, Publique, p. 15-26. 1997.
- RICHARD, Lionel. *De la radio et de l'écriture radiophonique*. Sêmen, 02. De Saussure aux media, 1985 (on line). Disponível em: <http://semen.revues.org/document3733.html>. Acesso em: 30 jan. 2008.
- SCHAEFFER, Pierre. *Machines à communiquer I. Genèse des simulacres*. Paris: Seuil, 1970.
- SCHAEFFER, Pierre. *Traité des objets musicaux*. Paris: Seuil, 1966.
- SCHAFFER, R. Murray. *A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora*. São Paulo: Editora UNESP, 2001.
- SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. *Rádio: oralidade mediatizada – o spot e os elementos da linguagem radiofônica*. São Paulo: Annablume, 1999.
- TIFFON, Vincent. *L'image sonore contemporaine: entre misere symbolique et imaginaire sonore*. Apparence(s), número 1. Disponível em: <http://apparences.revues.org/document73.html>. Acesso em: 13 mar. 2007.