

ARQUEOLOGIA DO RÁDIO

Ana Paula Machado Velho¹
Natália Beságio²
Sônia Cristina Dias Vermelho³

Resumo

Este artigo visa utilizar as propostas de investigação e análise da Arqueologia da Mídia, que procura recuperar o fluxo continuado da História, seus eventos e fenômenos, a fim de compreender a produção dos meios de comunicação, além estabelecer uma ligação com a Ecologia da Mídia, na busca de entender o modo como os veículos afetam a percepção humana. Essa perspectiva de pesquisa explora o material mais variado possível, podendo ser ele bibliográfico, sonoro ou visual, com o objetivo de dar vida a novas propostas, novas mensagens, enfim, novos produtos. Neste artigo, apresenta-se uma viagem “anarqueológica” ao universo do rádio, como sugere Siegfried Zielinski.

Palavras-chave

Arqueologia da Mídia; Rádio; Ecologia da Mídia;

1 Mestre (2001) e doutora (2007) em Comunicação e Semiótica, pelo Programa de Pós-Graduação da PUC / SP; professora do Mestrado em Promoção da Saúde, do Centro Universitário de Maringá; jornalista da Universidade Estadual de Maringá (UEM).

2 Graduada em História na Universidade Estadual de Maringá (2008) e em Jornalismo da Centro Universitário de Maringá (2010). Professor de História do Ensino Fundamental e produtora/apresentadora de um programa de rádio, chamada História Oral, na Rádio Universitária Cesumar. Tem experiência em pesquisa teórica e metodológica em Comunicação Social e Educação.

3 Mestre (1998) e doutora (2003) em Educação: História, Política, Sociedade pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; coordenadora mestrado em Promoção da Saúde e professora titular do Centro Universitário de Maringá. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Educação e Comunicação, atuando principalmente em: educação e comunicação, redes sociais digitais e saúde, sociologia da educação, formação de professores, mídia educação, pesquisa social e metodologia de pesquisa interdisciplinar.

Introdução

A palavra arqueologia vem do grego ARCHAÏOS (antigo) + LOGOS (conhecimento, estudo), ou seja, o estudo do que é antigo. Com o desenvolvimento das ciências humanas, o conceito tornou-se mais amplo. Hoje, essa área do conhecimento pode ser entendida como aquela que estuda as sociedades atuais ou passadas através da cultura material, ou seja, através de objetos e vestígios materiais. Com base na análise minuciosa desses vestígios, é possível obter informações, reconstituindo aspectos socioculturais e ambientais. Algumas vezes, são estranhos sinais, gravados ou pintados nas pedras. Outras vezes, misturados com a terra, surgem pedaços de objetos, ossos de animais ou mesmo esqueletos humanos e até fragmentos de pedra, que parecem iguais a todas as outras, mas são especiais. A forma como o homem as lascou vai expor uma parte dos acontecimentos que ocorreram no local onde os vestígios foram encontrados.

Michel Foucault enveredou-se pelos caminhos da arqueologia. Mas não escavou a terra. Dois de seus livros, de maneira mais específica, despertaram o mundo para esta perspectiva: *Arqueologia do Saber* (1972) e *As Palavras e as Coisas* (1990). Neste último, Foucault analisa as mais diversas áreas do conhecimento de uma forma diversa das que os outros pensadores costumam fazer. Assim como na arqueologia tradicional, ele “escava” os elementos que compõem a estrutura das ciências, da mesma forma como o arqueólogo escava os sítios. Depois da triagem dos materiais ele selecionou e registrou uma amostra, fazendo esforços no sentido de estabelecer uma articulação entre os dados que achou mais relevantes. Sob um primeiro olhar, poderia haver quem não encontrasse uma relação, mas por meio de uma análise efetivamente arqueológica é possível reconstituir ou “intuir” – uma configuração de mundo, das ciências e, mais tarde, da loucura. No caso da obra *As palavras e as Coisas*, o que Michel Foucault procurou responder foi como se dá a representação e conformação de saberes. Em primeiro lugar, determinou os “sítios arqueológicos”, os campos onde acreditava estarem os pressupostos, os marcos teóricos para a sua articulação filosófica. Nesse processo, envolveu, ainda, discursos de pensadores proeminentes destas áreas delimitadas e desenhou um panorama bem estruturado do cenário das ciências.

É esta perspectiva de análise que mais se aproxima da metodologia que este artigo procura compreender a fundo. Chamada de Arqueologia da Mídia, foi cunhada

por Siegfried Zielinski⁴, pensador polonês radicado na Alemanha. Tal metodologia vasculha os arquivos textuais, visuais e auditivos das mídias, sejam elas analógicas ou digitais, enfatizando as manifestações discursivas e matérias da cultura, como pontua Oliveira (2011).

Para Irene Machado, que organizou um curso de Zielinski no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, na PUC/SP, a *Arqueologia da Mídia* inaugura “uma nova área de pesquisa no estudo da comunicação mediada e das artes que se servem das mídias para a experimentação de idéias ou para a intervenção” (MACHADO, 2002, p 203). A arqueologia de Zielinski se estrutura como processo de redescoberta não apenas dos objetos tecnológicos da cultura, mas chama a atenção para “os segredos e as surpresas que o mundo esconde” (MACHADO, 2002, p. 204). A idéia central de Zielinski, que ele denomina de *anarqueologia*, é a recuperação do fluxo continuado da história, do fluxo entre eventos, fenômenos, descobertas e suas conectividades com o presente. É o estudo não dos meios, mas sim de suas inter-relações. Irene Machado resume que

O que menos interessa a essa disciplina são os meios. Na verdade, para Zielinski, os meios (veículos) simplesmente não existem [...] mas sim a habilidade de montagem, de edição de textos. [...] As tecnologias e as mídias por elas criadas só podem ser pensadas como [...] operações cognitivas de síntese entre conhecimento teórico e experiência prática. [...] Nesse contexto, os descobridores são evocados e suas descobertas podem ser apreciadas em toda sua riqueza dialógica, tornando viva a rota prevista para a configuração da *anarqueologia* (MACHADO, 2002, p. 204-206).

Perceber o rádio a partir da perspectiva de Zielinski é um dos aspectos que motivaram este artigo. A ideia é utilizar a Arqueologia da Mídia como uma ferramenta para se pensar a produção radiofônica, além de apontá-la como metodologia de análise que permite enxergar o veículo rádio sob o aspecto ecológico. O objetivo final é alertar os pesquisadores brasileiros para o estudo do universo

radiofônico, com vistas a propor a produção de um material sonoro diferenciado e apontar o modo como estes novos produtos podem afetar a percepção e compreensão da sociedade, como propõe a Ecologia da Mídia.

Para entender esta perspectiva, é necessário primeiro apresentar reflexões sobre o que mobiliza a presente pesquisa: a produção sonora. As investidas científicas realizadas nesta área chamaram atenção para a riqueza estética e semântica (se é que se pode separar esses dois parâmetros) da produção radiofônica dos primórdios do rádio alemão. Apesar da tímida bibliografia sobre o tema, pesquisas e seminários ministrados no âmbito da pós-graduação (mestrado e doutorado), fizeram surgir cada vez mais curiosidade sobre esse objeto, a ponto de levar a uma mobilização efetiva, que propiciou o mergulho neste universo.

A apresentação dos elementos que construíram essa aproximação com o rádio alemão, já são, na verdade, uma pequena amostra do que se entende sobre arqueologia. Foi investigando pequenos traços da história e da natureza do rádio produzido pelos alemães – especialmente parágrafos de artigos, pequenos trechos de peças radiofônica e reflexões entre pesquisadores -, e sob o viés de estudos semióticos, que se percebeu o potencial dele com objeto de estudo e modelo para novas propostas de organização dos arquivos sonoros. Pode-se dizer que este artigo vai reconstruir um roteiro para uma arqueologia deste meio de comunicação naquele país, no sítio arqueológico chamado Alemanha, com o objetivo de inter-relacionar essa realidade às demandas atuais da radiodifusão brasileira e inseri-lo nos pressupostos da Arqueologia e da Ecologia da Mídia.

O rádio alemão sob a perspectiva arqueológica

Nos primórdios do rádio na Alemanha, a programação do meio era resultado de um cenário técnico e cultural que sustentava as relações sociais naquele determinado período. As produções traduziam o espírito do povo e o modo de vida do país. Num ambiente onde nasceram os mais famosos compositores clássicos, onde a filosofia preenchia os livros e pensamentos e onde a arte desabrochou com o mecenato dos burgueses de uma das regiões mais prósperas da Europa, encontrar espaço na mídia para a arte e para a mobilização intelectual e trabalhadora era mais que uma virtualidade. É neste cenário que a mídia sonora constrói-se em uma perspectiva educativo/cultural.

4 Siegfried Zielinski ocupa a cadeira Michel Foucault, na *European Graduate School*, com sede na Suíça; e a cadeira de Teoria da Mídia, no Instituto de Mídia, da Universidade de Arte de Berlim. É diretor da Academia de Mídia Arte (*Kunsthochschule für Medien*), da cidade de Colônia, na Alemanha. Além disso, Zielinski é autor de dezenas de artigos e vários livros, dentre eles *Arqueologia da Mídia*, lançado no Brasil em 2006. Estudou teatro, artes, literatura moderna alemã, lingüística, semiótica, sociologia, filosofia e ciência política, em Marburg e em Berlim. O principal foco de seus estudos são os avançados meios técnicos: o rádio, o cinema, o vídeo, os computadores.

Os primeiros passos do meio na Alemanha se dão com muita vitalidade ainda na fase da radiotelegrafia (em código Morse), pouco depois de 1910. Mas as atividades são interrompidas por causa da I Guerra Mundial. No entanto, ainda antes do fim do conflito, há notícias da existência do Clube do Rádio Operário, que incentivava a criação de emissoras e redes para propagar as idéias socialistas (MEDITSCH, 2005. p. 100). Segundo Ciro Marcondes Filho (1986), depois da guerra, os movimentos sociais alemães se organizaram em torno do rádio com vistas a vencer a crise econômica e social. As primeiras manifestações mobilizadoras surgiram com a produção de debates e apresentações de textos de pensadores engajados politicamente. Em outras palavras, nesse contexto político-social, o rádio se transforma em aparelho de aproximação das massas, como expõe Gisella Ortrivano (apud MARCONDES FILHO, 1986), criando um espírito de participação no processo comunicativo. Isso vai se refletir nos gêneros de programas que vão ocupar o espectro do rádio alemão nas primeiras décadas. Neste ponto é possível relacionar o veículo rádio ao contexto ecológico, uma vez que se adapta ao ambiente no qual se encontra inserido, alterando a relação entre o homem e o meio de comunicação, que passa a ser utilizado como elo entre os mais diferentes atores sociais.

Ainda é preciso ressaltar que a primeira transmissão oficial de rádio na Alemanha foi registrada em novembro de 1923 e deu espaço para um dos gêneros de maior destaque da programação alemã: as peças radiofônicas. Neste primeiro momento, foram veiculadas peças teatrais adaptadas para o meio. Porém, em pouco tempo, surgem as famosas *hörspiels*. Segundo Fernando Peixoto, os produtos deste gênero “organizam um universo novo, no qual palavra e som, ruídos e silêncios, ou mesmo música, propõem, a partir de efeitos técnicos e/ou humanos, uma realidade criativa surpreendente e, até mesmo, transformadora” (apud SPERBER, 1980, p.9), o que mais uma vez demonstra o ambiente modificando o comportamento dos indivíduos ou da coletividade. Esta informação está no livro *Introdução à peça radiofônica*, lançado no Brasil, por George Bernard Sperber, em 1980. A obra é fruto de um estágio que Sperber realizou na Alemanha, a convite do governo germânico.

Sob a perspectiva da Arqueologia da Mídia, vê-se que os textos citados no livro de Sperber apontam para elementos fundamentais que são responsáveis pelo “sucesso” da produção sonora chamada *hörspiel*: os elementos técnicos – as diversas possibilidades acústicas do microfone para estruturar as marcas da linguagem acústica; a mesa de mixagem e seus efeitos – combinados aos

elementos semânticos – a música, que substitui elementos óticos, desenha situações psíquicas, dinâmica e ritmo; e a palavra, onda sonora portadora de significado, que ganha expressão na fonação. Klippert compõe o conceito de paisagens vocais para explicar esse último elemento, lembrando que são essas paisagens que vão contribuir com a construção de “imagens” mentais (SPERBER, 1980, p.58-76-101).

Estas proposições se complementam com as reflexões de Hörst Scheffner sobre a capacidade do rádio de fazer “ouvir”, no sentido proposto por Baitello (apud MENEZES, 2007), porque “fala” ao sentido interior de cada um. Passa por Richard Kolb que descreve que “sons de todas as naturezas falam, se tornam uma ponte entre o espiritual e o material, entre o sujeito do conhecimento, eu, e o mundo que o circunda. É o estágio criativo prévio que leva da imaginação para as formas materiais de expressão”. Heinz Schwitzke chama esse processo de um “preencher-se e esvaziar-se constantemente alternados” (SPERBER, 1980, p. 116).

Enfim, a obra, única em português dedicada à produção radiofônica alemã, deixa claro que o espírito daquela organização da mensagem radiofônica, especialmente, o das *hörspiels*, são fruto da composição do ambiente técnico, cultural e discursivo de um meio, como propõe a Ecologia da Mídia. Em um determinado período histórico, a Alemanha deixa transparecer nas produções sonoras do rádio, suas expressões culturais, ou seja, as formas de representação que fazem parte da natureza semiótica daquela cultura, que se traduz e se desdobra em tantos produtos mas, especialmente, nas *hörspiels*. Os produtos passam a funcionar como vínculos sociais. Surgem do inter-relacionamento da realidade das ruas, da tecnologia, da vida. E se alojam no rádio porque a mídia está engajada no cenário, é presença, é lastro social naquele determinado momento. Por isso, agrega e carrega especificidades que desenham as bases do pouco que se conhece do criativo rádio alemão.

O desenvolvimento da *hörspiel* mostrou como os avanços e a coexistência de diferentes áreas – literatura, cinema, teatro, música, eltroacústica, informática e tantas outras – [vem contribuir para] essa ‘*ars acustica*’, como define Klaus Schöning ao se referir a um conjunto de linguagens sonoras autônomas surgidas no século XX (apud ALBANO, 2005).

É certo que a radiodifusão alemã é mais famosa por ter perpetrado uma guerra psicológica nazista. A estratégia de divulgação do ideário nazista era arrojada. O que demonstra os registros da utilização do rádio por

Paul Joseph Goebbels, chefe da propaganda nazista. Poucos sabem, no entanto, que pensadores alemães de peso apostaram, criaram e escreveram para este meio, em perspectivas bem diferentes. Walter Benjamin é autor da *Trilogia berlinense*, composta por uma série radiofônica sobre a cidade de Berlim (1929-1930) e pelos textos *Crônica berlinense* (1931-1932) e *Infância em Berlim por volta de 1900*. Na série dirigida a adolescentes, Benjamin utiliza uma variante do chamado *tableau* (crônica), adequando-o ao novo veículo sonoro.

Joachim-Ernst Berendt, que foi diretor da divisão de peças radiofônicas numa das rádios da região sul do Estado alemão, teve um programa chamado *Nada-Brahma*, em que disseminava a filosofia oriental por meio da veiculação de produções musicais carregadas de paisagens sonoras. Este também é o título de um livro publicado por Berendt, em 1983. *Nada-Brahma* quer dizer o mundo é som, em sânscrito clássico. Na obra, reeditada em 1993, pela Pensamento-Cultrix, o alemão procura nos fazer entender que a compreensão de que o mundo é som tem implicações profundas não só para a ciência e a filosofia, mas também para a nossa vida cotidiana e a sociedade, o que remete ao seu estreito envolvimento com o meio rádio.

Meditsch lembra que o primeiro texto didático do dramaturgo Bertold Brecht foi escrito para o rádio, *Um Vôo sobre o Oceano*. Isso sem contar o famoso texto do autor, a Teoria do Rádio, escrito entre os anos 20 e 30. Eduardo Meditsch destaca ainda Rudolf Arheim, um apaixonado pelo rádio que escreveu o seguinte:

Os resultados obtidos nestes primeiros anos, graças a essa nova forma de expressão, podem ser considerados realmente sensacionais. Foi revelado um mundo sedutor e excitante, que está de posse não somente do maior estímulo que conhece o homem para os sentidos – a música, a harmonia e o ritmo – mas, também, ao mesmo tempo, é capaz de dar uma descrição da realidade por meio de ruídos e com mais amplo e abstrato meio de divulgação que o homem possui: a palavra. [...] Na rádio, os sons e as palavras revelam a realidade com a sensualidade do poeta, e nela se encontram os tons da música, os sons mundanos e espirituais, fazendo assim a música penetrar no mundo das coisas; o mundo se enche de música, e a nova realidade criada pelo pensamento se oferece de modo muito mais imediato mais concreto do que no papel impresso: o que até há pouco havia sido somente idéias escritas, passou a ser algo materializado e bastante vivo (Arheim apud MEDITSCH, 2005, p. 101).

Essa aura da produção radiofônica alemã, das primeiras décadas do século passado, é proposta como

modelo a ser resgatado na prática do meio sonoro brasileiro. Os motivos são muitos e as perspectivas de sucesso idem. Para provar isso, é preciso perceber o cenário em que o meio de comunicação está inserido hoje e como ele se configurou, a partir de circunstâncias históricas, determinando o perfil para a programação radiofônica brasileira.

O sambaqui brasileiro

É importante lembrar que o rádio viveu, no Brasil, momentos em que a programação se aproximava do perfil alemão em sua natureza, mas não em sua riqueza discursiva. Isso aconteceu à época da sua estruturação, mas se perdeu quando a política e a economia se adaptaram ao perfil capitalista americano. Essa história vem sendo contada há anos, mas talvez nunca tenha sido analisada sob a perspectiva arqueológica, viés adotado no presente artigo.

O precursor do rádio no País foi o professor Edgar Roquette Pinto. A primeira rádio brasileira a funcionar nos moldes de programação que conhecemos tinha sua grade estruturada em programas de música clássica, apresentações de textos científicos e um informativo pela manhã. Para Roquette Pinto, o rádio tinha a missão de ser um instrumento de educação da população. Naquele momento, porém, o rádio ainda era um produto pouco difundido no Brasil. A emissora que o professor dirigia era a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que vivia da mensalidade de poucos sócios. Para se ter uma idéia da filosofia do precursor do rádio no Brasil, basta lembrar que ele doou a emissora ao governo do Rio de Janeiro, em 1936, para que se tornasse a primeira rádio educativa do País, a Rádio MEC.

Esse perfil se perdeu, no entanto, nas outras centenas de rádios que surgiram no Brasil. O motivo foi político. Em 1931, dois anos depois de se tornar presidente, Getúlio Vargas, inspirado na utilização do rádio pelo partido nazista alemão decide ampliar a quantidade de emissoras no País. Para isso, assina a liberação da venda de publicidade pelas rádios, que vão crescer em número e em tamanho, não mais baseadas nas idéias de Roquette-Pinto, mas com vistas ao lucro, enquadrando-se ao modelo publicitário americano. Desta forma, o rádio brasileiro ganha texto especialmente elaborado a um discurso empobrecedor. A programação se estrutura em espaços modulares financiados por multinacionais – é só

lembrar do Repórter Esso⁵ –, de conteúdos superficiais. É o massacre dos sentidos descrito por Ana Baumworcel (2001, p. 113). “Massacre a partir de uma linguagem que controla reduzindo as formas lingüísticas e os símbolos de reflexão, abstração, desenvolvimento e contradição” (...) em um processo histórico-político silenciador. São sentidos evitados, desmoralizados, inviabilizados, postos fora do discurso, de-significados”.

A riqueza mobilizadora dos programas e arquivos sonoros, objeto de reflexão deste artigo, definitivamente, não é o aspecto fundamental da produção radiofônica brasileira. E, mesmo no momento da reestruturação do rádio no Brasil, não foi a qualidade da produção que mudou e garantiu a reconquista do público. Com as propostas de entretenimento transferidas para a televisão, o rádio passa a adotar uma programação que reúne música e esporte (entretenimento) e jornalismo (notícias e prestação de serviços).

Ajudado pela miniaturização e a portabilidade, proporcionadas pelo transistor, o meio se converte no companheiro de todas as horas, por meio do qual alguém conta alguma coisa a outro alguém. Porém, as mensagens surtiavam efeito de vínculo, não por sua profundidade contextual e discursiva, mas pelo poder da fala dos comunicadores. No momento em que o rádio sai do centro da sala e chega ao pé do ouvido, o ouvinte ganha um contador de histórias particular, em princípio, com um viés bem popular, nas emissoras de AM. Assim, o rádio vence a derrocada comercial; passa pela ditadura com a exploração do filão da música de qualidade, trazida pela tecnologia da Frequência Modula (FM); chega aos anos 80 se fortalecendo, novamente, com o novo período de valorização da informação jornalística e dos movimentos populares; e todo este processo vai abrir caminho para o surgimento de rádios exclusivamente de notícias, nos anos 90. Mas, os moldes de produção se mantêm altamente insípidos, no que diz respeito à linguagem radiofônica, à sua natureza semiótica.

Não se pode negar que houve tentativas significativas para mudar este quadro. Em 1937, o empreendedor e radialista Nilo Ruschel registrou a cidade de Porto Alegre nos programas *Ruas da cidade e Bairros em Revista*. Eram as primeiras incursões pela rádio reportagem no Rio Grande do Sul. As narrativas construíram uma cidade imaginada por meio do lamento e do ufanismo, da sincronia entre

antigas tradições e os signos da mudança no contexto pré-Estado Novo. Na impossibilidade de captação técnica, os sons da paisagem urbana eram descritos pelo narrador (GOLIN, 2007).

Destaca-se, ainda, a série de *reportagens especiais* intitulada *São Paulo de ponta a ponta*, produzida pela jornalista Vera Lúcia Fiordoliva e veiculada, em 1999, pela Rádio Eldorado de São Paulo. Na série, a jornalista assume o papel de narradora que conduz o público pelos ouvidos até as paisagens sonoras do centro e dos extremos Leste, Norte, Sul e Oeste do Estado de São Paulo. Percebe-se as paisagens dos diversos locais através de sons característicos: o crack crack das patas de caranguejos e os sons dos golfinhos da Ilha do Cardoso (Sul) ou o início de uma cavalgada ao redor do obelisco que, no município de Dourado, marca o centro do Estado de São Paulo (MENEZES, s.d).

É mais comum, no entanto, ver essas iniciativas diferenciadas nas rádios e nos projetos das universidades. Um exemplo é o projeto *Porto Alegre*: paisagens sonoras desenvolvido entre 2005 e 2007 pelos alunos do Curso de Jornalismo na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A série de documentários e reportagens propôs outros referenciais de percepção e imaginação da cidade para além da voz e da palavra, experimentando uma escuta diferenciada do ambiente e a interpretação da cartografia sonora por meio da expressão radiofônica (GOLIM, 2007).

Estas possibilidades interativas e comunicacionais apresentadas sobre o rádio foram testadas, de forma tímida, também num projeto de jornalismo científico no rádio. Tratou-se de uma oficina, ministrada pela pesquisadora Ana Paula Machado Velho, no Centro Universitário de Maringá – Cesumar, em 2002, que gerou um produto chamado *TomeCiência*. No ano seguinte, a iniciativa teve a estrutura aperfeiçoada por dois alunos de Jornalismo da mesma instituição, por meio de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), orientado pela referida pesquisadora. Nessa ocasião, ganhou o nome de *Sapiência*, visto que já existia um projeto com o antigo nome, na Universidade de São Paulo.

Eram esquetes de rádio de cinco minutos que apresentavam narrações sobre curiosidades científicas. Os assuntos eram apresentados propondo diálogos com médicos e pesquisadores, para estimular a interação emissor/receptor. Estas conversas eram ilustradas por efeitos sonoros, que davam movimento e contextualização às situações apresentadas. O resultado foi um programa que mexia com a curiosidade científica dos ouvintes, que conseguiam dialogar mentalmente com as idéias

5 Produção jornalística da Agência *United Press International*, patrocinada pela multinacional do petróleo Esso, que se tornou fonte de disseminação da informação dos aliados, na Segunda Guerra Mundial.

apresentadas pelos pequenos “programas”, incentivados por perguntas recheadas de humor, efeitos sonoros e vinhetas com bastante movimento. O *Sapiência* foi tão bem aceito que virou programa na rádio da Universidade Estadual de Maringá (UEM), entre 2003 e 2004, instituição na qual a pesquisadora trabalha, numa parceria com o coordenador do Grupo PET de Física. E foi o embrião para o surgimento de vários programas dos PETs da UEM, que estão no ar até hoje.

Essa experiência é um dos exemplos utilizados na prática da disciplina de radiojornalismo, ministrada por Ana Paula Machado Velho, no Cesumar, como forma de fazer com que os alunos compreendam o papel, a função de cada um dos elementos na linguagem radiofônica e seu peso na eficiência da mensagem. Os discentes são levados a perceber como o material é “costurado” e, em seguida, é solicitado que lancem mão da sua competência semiótica, para embutir nas produções muito mais que palavras, música e efeitos, mas um sistema complexo de sons, no qual cada um dos elementos utilizados ganha função de representação, ganha significância.

Considerações finais

Acredita-se que é necessário encontrar novas metodologias de análise, que possam despertar pesquisadores, professores e alunos para uma compreensão maior da realidade de cada meio e todas as suas possibilidades expressivas. O caminho pode ser a inserção da pesquisa nos pressupostos fundamentais da Arqueologia da Mídia, proposta pelo professor Zielinski, uma vez que não podemos realizar tais mudanças sem levar em consideração o ambiente em que foram produzidas e o modo como foram recebidas pela sociedade.

É preciso deixar claro, no entanto, que o *corpus* desta investigação não está na mídia, no suporte, mas nas suas expressões, na mensagem formatada, organizada, veiculada, que carrega a subjetividade do sujeito que a produz, lançando mão das suas possibilidades criativas e da tecnologia disponível.

Atualmente, a radiodifusão sonora passa por momentos promissores. A vida urbana exige que o indivíduo passe quase o dia todo fora de casa, levando-o a procurar informação e entretenimento no rádio. Ele procura contato com o mundo de uma forma que não precise utilizar as mãos, ocupadas com as tarefas profissionais ou com o

volante; quer ouvir o outro, além dos barulhos da paisagem sonora da cidade. Ligando-se ao veículo, liga-se à vida.

Neste contexto, o horário de exposição das pessoas ao rádio se expandiu. Agora, ele mobiliza o ouvinte das 6 às 19 horas, não mais só pela manhã, como foi registrado durante décadas. Uma pesquisa divulgada no texto de Sérgio Martins, *A nova era do rádio*, publicado na Revista Veja, em março de 2005, mostrou que os jovens, ou a geração da televisão, vêm redescobrando o rádio. Em 2011, 96% das pessoas que têm entre 21 a 39 anos escutam rádio, segundo o IBOPE. Isso porque, na programação os comunicadores falam de coisas do cotidiano, utilizando o humor e entrevistas informais com “celebridades”, abrindo espaço, ainda, para a participação do ouvinte. É a nova era do rádio, que ainda enfrenta o processo de migração para o ambiente da *World Wide Web*, onde já se trabalha com novas terminologias para os produtos sonoros, como o *podcast*.

Diante disso, não é possível manter as mesmas práticas utilizadas ao longo da história, no nosso dial analógico e nas páginas da Internet. É necessário propor novas formas de se pensar o rádio, lançando mão das novas tecnologias e de novas narrativas que possam se adequar aos novos tempos da relação da sociedade com os produtos sonoros. A proposição destes novos formatos passam, sem dúvida, pelas pesquisas da academia. Os laboratórios das universidades precisam incentivar e possibilitar experimentações, por meio de intercâmbios de experiências de alunos de diferentes áreas. Este artigo é a proposição de um movimento de integração de diferentes atores em iniciativas que possam re-significar a produção radiofônica. E esse movimento tem características que remetem ao processo *anarqueológico*, que revê os diferentes aspectos do passado para a descoberta de novas propostas. Modelos efetivamente explosivos, como sugere Zielinski, os quais podem ser chamados de inovadores, no jargão científico.

Zielinski nos alerta de diversas formas sobre essa necessidade. Diz que “cultivar dramaturgias da diferença é um remédio efetivo contra a crescente ergonomização dos mundos midiáticos técnicos que está acontecendo sob a bandeira do progresso linear ostensivo” (p.283). Mais que não acompanhar as mudanças sociais, imprimindo novas características aos produtos da mídia, Zielinski nos alerta para o fato de que não podemos “ficar para trás das máquinas”. E elas vêm se multiplicando em natureza e forma, proporcionando novas possibilidades de narrativas.

Ana Baumworcel diz que é preciso entender o rádio como meio da expressão artística, cultural de um povo, aquele que suscita “o conflito de idéias, pensamentos, opiniões de todas as classes sociais, mas também os costumes, hábitos, valores, comportamentos, crenças, assim como todas as manifestações que expressem as sensações, os sentimentos, a emoção humana” (BAUMWORCEL, s.d, p. 9). Isso nos remete à Brecht, que lá na Alemanha, na década de 30 do século passado, nos lembrava que os sentidos e a razão não são elaborados como estando em oposição. São forças envolvidas entre si, num jogo social estimulante, que podemos chamar de arte. Para ele, é uma espécie de produção criativa, artística conseguir “converter os informes dos governantes em respostas às perguntas dos governados [...] organizar em conjunto as falas entre os ramos do comércio e os consumidores [...] sobre alta de preços dos pães. [...] Missão formal da radiodifusão [enfim] é dar a essas tentativas instrutivas um caráter interessante, isto é, fazer interessantes os interesses” (1932, p.41-42).

Mais do que isso. Faz-se necessário estabelecer uma relação entre este “processo arqueológico” e a Ecologia da Mídia, que estuda os meios de comunicação como ambiente de intervenção humana, incluindo as perspectivas históricas, materiais, econômicas e de interação dos processos comunicacionais, o que leva à compreensão das motivações humanas em um determinado contexto e o modo como este interfere na atual realidade, estabelecendo ligação entre a Arqueologia e a Ecologia.

Essa é a deixa que permite reforçar a proposta do presente artigo, sugerir um mergulho em uma metodologia que busca compreender os objetos midiáticos e suas expressões sob o viés arqueológico e ecológico (tecnológico + ambiental). A dinâmica desta imersão se compara à organização de um diagrama para a exploração de “sítios arqueológicos”. É uma busca por experiências e materiais que devem ser garimpados e selecionados como elementos da análise arqueológica. Essas reflexões devem revelar a história do “objeto”, mas também entendê-lo como fruto do trabalho de um produtor, em um determinado momento, em certo lugar. A natureza do material a ser explorado pode ser a mais variada possível, constituindo-se em bibliografias, sonoras, entrevistas e relatos, com o intuito de dar vida a novas propostas, novas mensagens, enfim, novos produtos.

Referências

- ALBANO, Julia Lucia. A peça radiofônica e a contribuição de Werner Klippert. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- BAUMWORCEL, Ana. Radiojornalismo e sentido no novo milênio. In: MOREIRA, Sônia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia (org.), **Desafios do Rádio no Século XXI**. São Paulo: INTERCOM, Rio de Janeiro: UERJ, 2001.
- BRAGA, Adriana. **Ecologia da mídia: uma perspectiva para a comunicação**. Trabalho apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0692-1.pdf>. Acesso em 01 dez 2011.
- BRECHT, Bertold. Teoria do Rádio (1927-1932). In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Trad. L. F. Baeta Neves. Petrópolis: Vozes, 1972.
- GOLIM, Cida. **A Expressão Radiofônica de Uma Cartografia Sonora: estudo da série Porto Alegre, Paisagens Sonoras**. Revista Intexto/PGCOM-UFRGS. 2007. Disponível em: http://www6.ufrgs.br/estudiodeaudio/textos/paisagens%20sonoras_revista%20intexto.doc. Acesso em: 20 ago 2009.
- MACHADO, Irene. **O Que Há de Novo no Século XX?**. Revista Galáxia, n. 3. 2002. São Paulo: PUC/SP, 2002.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem Manipula Quem? Poder de Massas na Indústria da Cultura e da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1986.
- MEDITSCH, Eduardo. Rudolfo Arheim e o Potencial Expressivo do Rádio. In: MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- MENEZES, José Eugenio de Oliveira. **Cultura do ouvir: vínculos sonoros na contemporaneidade**. 2007. Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Rádio e Mídia Sonora, durante o XXX Congresso da Intercom. Santos,). <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0644-1.pdf>. Acesso em 12 ago 2009.
- OLIVEIRA, Erick Felinto de. **Um futuro complexo**,

híbrido, incerto e heterogêneo. Entrevista concedida à Revista IHU (Instituto Humanitas Unisinos). Disponível em: http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4104§ion=375 Acesso em 01 dez 2011.

SPERBER, George Bernard (Org.). **Introdução à peça radiofônica.** São Paulo: EPU, 1980.

ZIELINSKI, Siegfried. **A Arqueologia da Mídia: um tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir.** São Paulo: Annablume, 2007.

