



Vol 7, Num 02
Edição Julho – Dezembro 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este texto: CARDOSO, Marcelo. O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculos com o ouvinte. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 02, pp. 75-94, jul./dez. 2016.

O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculos com o ouvinte

Marcelo Cardoso¹

Recebido em: 15 de outubro de 2016.
Aprovado em: 11 de novembro de 2016.

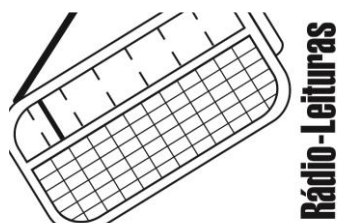
75

Resumo

O artigo analisa o noticioso Rádio Livre da Rádio Bandeirantes. Realiza-se a descrição empírica de um programa e o submete a uma base teórica para compreender o jornalismo na interface com a cultura. Considera-se a hipótese de que elementos lúdicos da cultura são expressos pelo jogo e ajudam a criar vínculos entre emissora e ouvinte. A sub-hipótese pondera que o rádio informativo se aproxima do rádio cuja audiência está nas camadas populares. Observa-se a perspectiva de Johan Huizinga para quem o jogo está presente em todas as atividades humanas. Adota-se o conceito de Comunicação Orquestral, de Yves Winkin. Conclui-se que toda comunicação começa e termina no corpo, como defende Harry Pross. A partir de práticas lúdicas como as usadas em emissoras de discurso popular, se reforçam vínculos entre os participantes da comunicação e o rádio.

Palavras-Chave: Johan Huizinga; Rádio Informativo; Vinculação.

¹Professor de Comunicação em disciplinas ligadas ao Jornalismo, ao Rádio e ao Esporte.
cardoso_marcelo@uol.com.br



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

Introdução

A partir dos anos 1990 as tecnologias que permitem a comunicação e a interatividade começam a dar novo impulso ao imediatismo do rádio. Característica marcante do meio eletrônico, a velocidade também marca as mudanças tecnológicas com reflexos nas formas de relacionamento entre ouvinte, emissora e produtores de notícia. Houve, desde então, um incremento nas estratégias para se conhecer melhor os desejos do ouvinte e estabelecer diálogos em tempo real. O velho sistema da radiodifusão, baseado na produção de um para todos, cedeu espaço para um sistema “mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia (...)” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 24).

Agora a internet, os aplicativos, os smartphones e as mídias sociais – todos conectados em rede – levam o ouvinte para mais perto do jornalista como nunca antes ocorreu. A tecnologia permeia nossa cultura e, em certa medida, a molda e obriga o homem a passar longos períodos conectado e realizando algum tipo de comunicação. Entretanto, os conceitos que estão ligados aos termos conexão, rede, compartilhamento, mídia, tecnologia e a todos os aparatos que permitem a comunicação, são permeados e têm sua existência amparada pelo corpo. É pelo corpo que começa e por onde termina toda forma de comunicação (BAITELLO JUNIOR, 2008).

A partir de pesquisas de Harry Pross² no fim dos anos 1960, se atribui mais importância à participação do corpo nos estudos da comunicação. É o corpo a fonte primária da comunicação e que vai estabelecer conexões com outros corpos por meio de gestos, de sons, de expressões na face, de odores emitidos e recebidos etc. Cada

² Harry Pross (1923 -) foi um dos precursores de uma teoria que analisa os *media* com visão reflexiva e crítica. Entre os mais de 50 livros publicados está a obra *Investigação dos media*, de 1972, que amplia o conceito em torno de mediação e considera que “toda comunicação começa e termina no corpo”. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 294)

sinal proveniente de nossos corpos é interpretado, sentido, recebido por outro corpo de modo que é ele o nascedouro da comunicação, como afirma Baitello Junior:

(...) todos os outros meios de comunicação estão com as raízes finamente entrelaçadas no subsolo da materialidade corporal. Desse subterrâneo, emana toda a seiva da comunicação que possibilita a sociabilidade humana. É aí que nasce toda a necessidade e a predisposição que temos para criar elos e relações com outros seres humanos desde que nascemos (BAITELLO JUNIOR, 2008, p. 96).

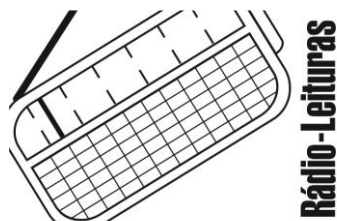
Há, portanto, um diálogo entre os protagonistas desta comunicação, que trocam experiências, informações, narrativas que tecem uma trama a partir dos seus corpos.

Metodologia e Hipóteses

Analisamos, por meio de um recorte, a comunicação entre o ouvinte e os envolvidos no processo de produção e emissão de notícias no rádio paulistano, como radialistas e jornalistas. A intenção foi compreender e identificar os elementos lúdicos da cultura utilizados como estratégia de estabelecer vínculos³ entre a audiência e a emissora.

O programa Rádio Livre, veiculado pela Rádio Bandeirantes, foi analisado a partir de uma descrição empírica e com embasamento teórico para compreender a prática do jornalismo radiofônico na sua interface com a cultura e com elementos lúdicos. Considera-se a hipótese que leva em conta o caráter lúdico existente na

³ Entende-se o termo ‘vínculos’ a partir da perspectiva de Baitello Junior (1999, p.87), que significa “ter ou criar um elo simbólico ou material, constituir um espaço (ou um território) comum, a base primeira para a comunicação”. Nas relações comunicativas ocorrem processos que, por serem permeados pela cultura, podem gerar maior proximidade ou distância entre os protagonistas vinculados.



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

cultura, expresso por meio do jogo e que pode auxiliar a estreitar os vínculos entre emissora e ouvinte. Foram gravados e ouvidos cinco programas veiculados entre os dias 21 de outubro e 06 de novembro de 2015 de modo que cada dia da semana ficou representado em um dos programas. Para este artigo, entretanto, considerou-se apenas a análise do programa gravado no dia 21 de outubro, uma quarta-feira, por meio do qual se realizou um recorte para demonstrar os elementos que subsidiaram a pesquisa.

A sub-hipótese é de que o jornalismo radiofônico se aproxima cada vez mais de características específicas encontradas em programas de emissoras de rádio, cujo discurso dos comunicadores é denominado de popular e estabelece, assim, vínculos com as audiências por meio de práticas lúdicas contidas em jogos, na distribuição de prêmios, na utilização de longas narrativas e no humor. Entendemos o termo “popular” a partir da pesquisa de Lopes (1988) que abordou a respeito da comunicação estabelecida nos programas dos comunicadores Gil Gomes, Silvio Santos e Zé Bértio, todos com grande audiência e veiculados, na época, pela Rádio Record. Segundo Lopes:

O efeito do discurso é o estabelecimento de uma relação intimista e afetiva entre o comunicador e o ouvinte. Através de uma linguagem coloquial, emotiva, o comunicador cumpre as funções do amigo, do familiar, do conselheiro (LOPES, 1988, p. 120).

A pesquisadora de São Paulo explica, logo no início de sua obra, que analisou “os efeitos ideológicos do discurso radiofônico popular sobre as populações marginais que vivem em ambiente urbano” (LOPES, 1988, p. 7). Lopes caracteriza esta população, procura entender o seu papel dentro da sociedade, cuja estrutura é capitalista, e identifica uma adaptação desta camada à sociedade. O sistema capitalista não é inclusivo por natureza e, portanto, há um modo de vida que mantém um estado de exclusão permanente e, por isso, a comunicação de massa adquire um

“discurso pseudointegrador” para estes ouvintes (LOPES, 1988, p. 21). Nossa abordagem não recorre a análise do discurso, mas entendemos que são aplicáveis a esta pesquisa os parâmetros estabelecidos por Lopes (1988) para classificar as referidas emissoras de rádio e indicar pistas sobre como ocorre a comunicação entre ouvinte e comunicador.

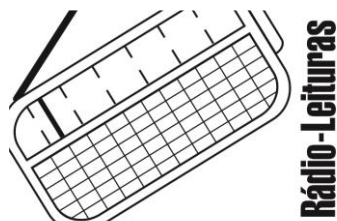
O programa radiofônico

A Rádio Bandeirantes pode ser categorizada como emissora de “rádio informativo”. Ao utilizar o termo, em vez de “radiojornalismo”, optou-se por um conceito adotado por Meditsch (2001). O autor pesquisou a especificidade do meio de comunicação e preferiu afastar-se de possíveis vínculos que o termo “radiojornalismo” tem com os demais *media*. Distanciou-se propositalmente do termo “jornalismo”, que está intimamente marcado pelo conceito que envolve o *medium* impresso.

No dia 27 de abril de 2015 a Rádio Bandeirantes colocou no ar, a partir da cidade de São Paulo, o vespertino jornalístico denominado Rádio Livre, veiculado pela emissora e pelas afiliadas no País, de segunda-feira à sexta-feira entre 14h e 18h, tanto nos ambientes digitais como hertzianos. Em São Paulo o programa é veiculado pela Rádio Bandeirantes AM 840 KHz e pela Frequência Modulada da emissora no 90,9 MHz.

Durante as 3h30 de programa⁴ os jornalistas Luiz Megale e Francisco Prado (na primeira metade), Ana Nery e Paulo Galvão (na metade final), interagem com a audiência: realizam discussões sobre assuntos polêmicos e notícias, mensagens são enviadas por ouvintes pelo aplicativo Whats App (textos ou áudios com vozes),

⁴ O programa nasceu com quatro horas de duração, mas em 29 de fevereiro de 2016 perdeu meia hora para o novo programa *Bastidores do Poder* que entrou no ar em meio às discussões sobre o possível processo de impeachment da, então presidente, Dilma Rousseff e, a poucos meses da realização de eleições em todo o País.



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

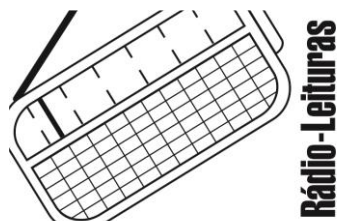
convites à participação para responder perguntas são realizados, há veiculação de trechos de músicas que funcionam como referências culturais e temporais, entre outras ações. Às terças-feiras, por exemplo, um ouvinte é convidado para participar do programa, ao vivo, no estúdio da emissora no bairro do Morumbi, zona sul de São Paulo, quando o assunto abordado tem relação com a profissão exercida pelo ouvinte.

Referencial Teórico

A base teórica desta pesquisa está apoiada na ideia de que o jogo está presente em todas as atividades humanas. Partilhamos da perspectiva do historiador holandês Johan Huizinga (1872 – 1945) de que o jogo é mais do que um fenômeno fisiológico ou ligado a aspectos psicológicos do ser humano porque tem um significado, uma função social e é anterior a raça humana. Para o historiador, os animais também jogam e o fundamento do jogo não está baseado em elementos racionais, mas passa pelo prazer, pelo divertimento, pela alegria etc. Huizinga entende que

(...) o jogo é uma função da vida, mas não é passível de definição exata em termos lógicos, biológicos ou estéticos. O conceito de jogo deve permanecer distinto de todas as outras formas de pensamento através das quais exprimimos a estrutura da vida espiritual e social (HUIZINGA, 2012, p. 10).

Em sua obra *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*, Huizinga analisa diversas civilizações e momentos da História, como os gregos e os romanos, a Idade Média e o Renascimento, para demonstrar como a cultura foi fundamentada em elementos lúdicos. Mesmo em sociedades mais avançadas existe um elo entre a cultura e o jogo e as suas características. O autor identificou nos anos 1930 fatores externos e independentes da cultura que a empurrava na direção do lúdico. O historiador afirmava que os meios de comunicação, aliados à publicidade e à técnica,



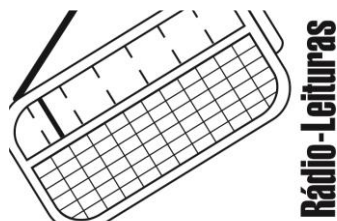
auxiliam a disseminar rapidamente o caráter agonístico nas variadas formas de relacionamento humano.

O espírito de competição também se instaurou na sociedade contemporânea: metas comerciais devem ser batidas pelo trabalhador que se equipara a um esportista à procura de quebra de recordes. Assim, produção e comercialização levam certo elemento esportivo à economia fazendo com que os negócios se transformem em jogo: “Este processo vai ao ponto de algumas das grandes companhias procurarem deliberadamente incutir em seus operários o espírito lúdico, a fim de acelerar a produção. Aqui a tendência se inverte: o jogo se transforma em negócio”. (HUIZINGA, 2012, p. 222)

Huizinga (2012) aponta características fundamentais do jogo como “o fato de ser livre, de ser ele próprio liberdade” (HUIZINGA, 2012, p. 11). Talvez este aspecto possa dar pistas em torno da conexão que se estabelece entre o ouvinte e o programa Rádio Livre que já traz em seu título a ideia de liberdade, de um rádio democrático. O jornalístico apresenta, na abertura, uma vinheta (associação entre texto e música que identifica o início do programa (FERRARETTO, p. 287, 2007)) composta por efeitos - que lembram o som de quando se sintoniza um aparelho de rádio analógico -, mixados com uma música e frases de personalidades que pronunciam a palavra “liberdade” em português, em espanhol e em inglês.

É importante para o ouvinte sentir que por meio do programa há liberdade para expressão e manifestações de opiniões, mesmo sendo limitadas, porque toda participação da audiência passa pelos *gatekeepers* (TRAQUINA, 2005, p. 149), ou seja, os jornalistas que permitirão ou não que aquele conteúdo seja veiculado. Em meio às tensões do cotidiano o ouvinte encontra na mistura entre entretenimento e notícia um ponto de fuga, de faz de conta.

E foi justamente esta fronteira explorada durante o programa veiculado no dia 21 de outubro de 2015, uma quarta-feira, dia em que o personagem Marty McFly, vivido por Michael J. Fox nos filmes da trilogia *De volta para o futuro*, chegaria à Califórnia (EUA) a bordo do DeLorean, misto de carro e máquina do tempo. Segundo o



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

roteiro do filme, nesta data já existiriam carros voadores, skates flutuantes e tênis com ajuste automático aos pés.

Logo na abertura do programa o evento ligado ao cinema foi lembrado com a participação do colunista Mauro Soares que comentou curiosidades sobre o tema como, por exemplo, o fato de o skate voador utilizado pelo ator no filme já estar sendo desenvolvido por duas empresas norte-americanas e, sobre o fato de os carros voadores ainda não terem invadido nossas ruas (ou céus). Os apresentadores lançaram perguntas sobre a temática em questão para que os ouvintes participassem respondendo por meio do aplicativo Whats App para o celular disponibilizado pela emissora. Como em um quiz (também usado pelos comunicadores populares), as possíveis respostas eram apresentadas em alternativas e quando um ouvinte acertava a questão, o operador de áudio veiculava o efeito sonoro caracterizado por pessoas comemorando com gritos e aplausos, algo que quebra a sisudez do jornalismo. Entre a abertura do programa e o fim desta primeira abordagem em torno do tema se passaram 14 minutos e 15 segundos consecutivos, tempo considerado extenso para o rádio.

Em um segundo momento a abordagem em torno do filme foi realizada no quadro *Criança falou, tá falado* que vai ao ar às sextas-feiras, mas, foi antecipado em função da temática do dia. Trata-se de uma enquete gravada na qual as crianças respondem a uma pergunta específica. Antes de entrar no ar, as respostas são editadas e são acrescentados efeitos, fundos musicais, entre outros elementos que auxiliam na estética radiofônica. Neste dia 21 a questão foi: “se você pudesse fazer uma viagem no tempo, para quando você iria e por quê?”.

Observamos aqui um ponto de convergência com a comunicação realizada nas emissoras de discurso popular onde o comunicador-líder lança perguntas esperando conhecer as respostas de sua audiência e que podem até render polêmica durante todo o decorrer do programa. As participações do ouvinte ocorrem por meio dos telefones fixos e móveis - comuns ainda entre audiências populares -, e pelos aplicativos e mídias sociais e permitem que sua voz seja veiculada ao vivo ou gravada.



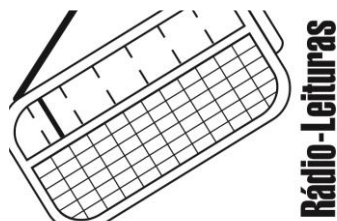
Ao tocar no universo do imaginário do ouvinte, estimulá-lo a participar da programação, todos os envolvidos neste processo de comunicação estão entrelaçados num jogo que traz satisfação a quem o realiza e que o faz para ter satisfação e interromper a realidade cotidiana, entretanto, ele próprio (o jogo) se torna parte desta realidade:

(...) em sua qualidade de distensão regularmente verificada, ele se torna um acompanhamento, um complemento e, em última análise, uma parte integrante da vida em geral. Ornamenta a vida, ampliando-a, e nessa medida torna-se uma necessidade tanto para o indivíduo, como função vital, quanto para a sociedade, devido ao sentido que encerra, à sua significação, a seu valor expressivo, a suas associações espirituais e sociais, em resumo, como função cultural (HUIZINGA, 2012, p. 12).

Tanto o comunicador quanto o jornalista habilmente dialogam com o ouvinte de maneira a estimulá-lo a prolongar o ato de escuta e de engajamento na programação. O espaço e o tempo ocupados pela programação determinam a duração da interação com o ouvinte, mas, apenas para se saber quando se inicia e quando termina o jogo, porque o ouvinte continua o processo de comunicação ao levar para casa, para o trabalho, para a mesa do bar ou no dia seguinte, as discussões e temáticas abordadas no rádio.

Ligar o rádio do carro, de casa, pelo smartphone ou pela internet, se transforma em um ato de extensão desta comunicação que, aqui, é observada como um ato de partilha onde emissor e receptor participam do processo como protagonistas, portanto, afastando-se do significado de comunicação como simples transmissão linear de mensagens. Faz-se alusão ao termo “comunicação orquestral” utilizado pelo antropólogo Yves Winkin⁵ (1998, pp. 21-34): “Em sua qualidade de

⁵ Yves Winkin é professor universitário em Ciências da Informação e Comunicação. Lecionou na Universidade de Liège e ingressou no Conservatório Nacional das Artes e Ofícios, em Paris. O pesquisador belga observa que a comunicação segue um modelo orquestral em oposição ao modelo



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

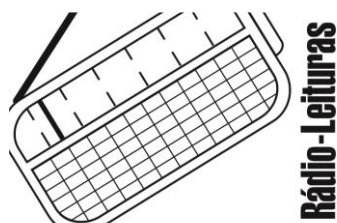
membro de determinada cultura, o ator social faz parte da comunicação, assim como os músicos fazem parte de uma orquestra. Mas nessa vasta orquestra cultural, cada um toca adaptando-se ao outro” (WINKIN, 1998, p. 14). Por isso, compreendemos o processo como fenômeno cultural porque “mesmo depois de o jogo ter chegado ao fim, ele permanece como uma criação nova do espírito, um tesouro a ser conservado pela memória” (HUIZINGA, 2012, p. 12).

Menezes (2010, p. 206) observou, a partir do ano de 2009, que elementos lúdicos da cultura marcavam a programação do jornalismo na Rádio CBN e que envolviam os seus protagonistas: produtores, fontes de informação, jornalistas, radialistas e ouvintes. O pesquisador afirmou, então: “os ouvintes participam em termos de interações técnicas e culturais explícitas por meio de correio eletrônico ou de redes sociais como o Twitter, ou os ouvintes que repercutem, em termos de interação cultural, os temas tratados nas conversas cotidianas” (MENEZES, 2010, p. 206).

O rádio, então, torna-se o lugar delimitado, o terreno de jogo onde se respeitam certas regras, no entanto, de caráter temporário dentro do mundo verdadeiro dos seus participantes, por isso, “cria ordem e é ordem. Introduz na confusão da vida e na imperfeição do mundo uma perfeição temporária e limitada, exige uma ordem suprema e absoluta: a menor desobediência a esta “estraga o jogo”, privando-o de seu caráter próprio e de todo e qualquer valor” (HUIZINGA, 2012, p. 13). Há no jogo uma seriedade, mas, também existe, uma linha tênue que separa o prazer e a alegria de participar do jogo, da tensão ou do arrebatamento. O jogo não exclui totalmente a seriedade. O desafio do jornalista durante este processo é utilizar os elementos lúdicos e, ao mesmo tempo, preservar um dos pilares fundamentais que sustentam o exercício da profissão: a credibilidade.

Ambos, jornalista e comunicador, trafegam pelos limites entre o rigor e a ousadia e utilizam do jogo e seus aspectos lúdicos para seduzir os seus ouvintes. Em

telegráfico. Assim, cada indivíduo participa da comunicação sem, no entanto, ser a origem ou o ponto de chegada. Retoma-se a gênese da palavra comunicação: pôr em comum, estar em relação.

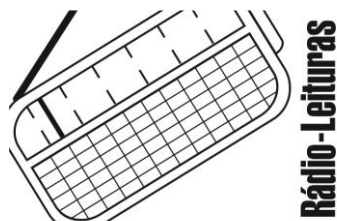


determinado momento do programa analisado, o jornalista Luiz Megale anunciou a entrada da meteorologista com as previsões do tempo, mas, antes, comentou sobre o forte calor que fazia em São Paulo e sobre uma invasão de pernilongos na casa dele:

Olha, no meu bairro, eu moro ali na Vila Ida, na zona oeste, eu nunca vi nada parecido. Parecia que todos os pernilongos de São Paulo estavam concentrados ali na minha janela. Eu ficava com a minha raquetinha [raquete elétrica para matar insetos], parecia o Andre Agassi: pá, pá, a gente se vê no inferno, pernilongo. Vai picar o capeta (...) e quando vem aquele gordão que está cheio de sangue na barriga, [operador de áudio solta efeito de zumbido de mosquito] faz um barulhão (...). (*Grifos nossos*).

O comentário estimulou uma ouvinte a escrever uma mensagem e enviá-la pelo *WhatsApp* contendo uma reclamação sobre a presença de pernilongos em seu bairro. Mesmo entrando no jogo, o ouvinte sabe da seriedade em torno de certos temas abordados e também participa opinando e criticando. Ao participarem deste processo de comunicação os ouvintes criam um sentimento de pertencimento. Criam-se comunidades imaginárias que podem ir além do jogo ou continuar fora do perímetro estabelecido pelo programa jornalístico para serem compartilhadas nos ambientes digitais, por exemplo.

O ritual que marca essa orquestração comunicacional auxilia o processo de vinculação entre seus participantes e a emissora. Menezes (2010, p. 217) observou tal fenômeno no Jornal da CBN e compreendeu que o ritual diário marcado pelas mesmas vozes, dos locutores e dos jornalistas, e pelos procedimentos adotados - quadros, noticiários, vinhetas, entradas de repórteres etc – permitiam a criação de um ambiente que se articulava com a própria vida dos ouvintes e que estava marcado por ritos, datas, eventos, acontecimentos e fatos presentes no programa veiculado: “A repetição dos rituais gera, insistimos, a sensação de segurança, o sentimento de vinculação a uma ou várias comunidades de pertencimento” (Menezes, 2010, p. 217). Portanto, o



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

ritual, aqui, vai além da representação; se transforma em uma “verdadeira participação no próprio ato sagrado” (HUIZINGA, 2012, p. 18), sem, porém, perder sua característica lúdica.

Trata-se de uma festividade, de uma celebração diária onde o ato sagrado de ouvir a programação da emissora culmina em manifestações – podem vir acompanhadas de críticas, reclamações e, até, posicionamentos mais sérios -, porém, representam a alegria, o contentamento do ouvinte participar da programação o que nos mostra as estreitas relações entre a festa e o jogo, como defendeu Huizinga (2012, p. 25):

Ambos implicam uma eliminação da vida cotidiana. Em ambos predominam a alegria, embora não necessariamente, pois também a festa pode ser séria. Ambos são limitados no tempo e no espaço. Em ambos encontramos uma combinação de regras estritas com a mais autêntica liberdade. Em resumo, a festa e o jogo têm em comuns suas características principais.

86

O jogo, a competição e o lúdico

Huizinga (2012) discute a etimologia (estudo da origem e evolução das palavras) de termos ligados ao conceito de “jogo” e suas relações com o lúdico em diversas línguas e entende que o termo está permeado pelas ideias de competição, combate, desafio. A gênese da cultura do homem está intimamente ligada ao lúdico. “Mesmo as atividades que visam à satisfação imediata das necessidades vitais, como por exemplo a caça, tendem a assumir nas sociedades primitivas uma forma lúdica” (HUIZINGA, 2012, p. 53).

Assim, no ambiente que envolve meio de comunicação, ouvinte e produtores de conteúdo há uma competição na qual o resultado não determinará a sobrevivência dos envolvidos, mas os interessa porque gera satisfação no fato de estarem participando, ainda mais quando há espectadores, no caso específico, ouvintes-internautas. O aspecto lúdico está, também, no fato de se tornar integrante de uma

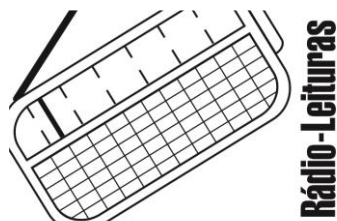
competição onde o conhecimento é testado, onde há um ganhador e parceiros de jogo.

Aqui, vencer pode significar ganhar um prêmio, mas, também, mostrar sua superioridade em relação aos demais participantes. O ouvinte é o escolhido e, por isso, Huizinga afirma que o mais importante “é o desejo de ser melhor que os outros, de ser o primeiro a ser festejado por este fato” (HUIZINGA, 2012, p. 58) e, secundariamente, de conseguir o fruto da vitória que pode ser concreto – um prêmio – ou abstrato, como a honra ou a glória. Há, também, o instinto de luta, o caráter agonístico que o ser humano carrega desde os primórdios e que podemos incluir como um estímulo ao jogo mesmo considerando o fato de que quanto mais complexa e desenvolvida uma cultura, menor é a influência da função agonística sobre seus integrantes.

A cada dia os apresentadores do Rádio Livre lançam mão de uma pergunta relacionada a algum acontecimento que originou uma notícia abordada pelo jornalístico. No dia analisado o âncora Paulo Galvão leu a notícia sobre um monge budista japonês, de 41 anos, que completara em jejum uma prova na qual permaneceu nove dias sem comer, beber e dormir. A tal façanha só havia sido realizada no Japão, até então, por treze pessoas. A informação tem valor-notícia (TRAQUINA, 2005) questionável, mas ganhou repercussão entre os ouvintes por ser tema de fácil assimilação e por fazer parte do cotidiano tal qual ocorre no processo de identificação dos ouvintes com temas veiculados nos programas de discurso popular.

Em função da informação divulgada, foi lançada a pergunta “Qual a maior provação pela qual você já passou?”. Os ouvintes poderiam responder ao questionamento com mensagens de voz pelo Whats App. Após a veiculação de comerciais as mensagens de ouvintes foram veiculadas. Em uma delas, o ouvinte declarou ser sua maior provação ter “aguentado” a sogra por 30 dias na casa dele. Um outro ouvinte, um professor, contou que foi obrigado a ficar calado durante uma semana após uma cirurgia nas cordas vocais.

Os jornalistas-apresentadores Luiz Megale e Paulo Galvão entraram no clima da brincadeira e contaram sobre suas experiências. Galvão narrou sua aventura no meio



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

da Serra do Japi, no Estado de São Paulo, em 1988, quando estava no Exército brasileiro. O tempo dedicado à narração da história do jornalista somou três minutos e quinze segundos. Para que possamos ter uma referência da importância atribuída ao ato de narrar a história, basta comparar o tempo a uma reportagem, formato comum no gênero jornalístico no rádio: com a duração superior a três minutos poderia se utilizar três ou mais sonoras (trechos gravados) de entrevistados.

Durante o Rádio Livre há sorteios de ingressos para peças de teatro, shows e outros tipos de entretenimento, prática, também, adotada com relativa frequência nas emissoras cujo discurso é popular. No dia 21 de outubro um dos sorteios realizados distribuiu ingressos para o show conjunto dos cantores Cauby Peixoto e Ângela Maria que aconteceria no dia seguinte, em São Paulo, em comemoração aos 60 anos de carreira de cada um dos artistas. Para participar do sorteio os ouvintes tinham que enviar e-mails para o correio eletrônico da emissora, rbnoar@band.com.br, com a palavra-chave “angela”. Os quatro primeiros a enviar a mensagem tiveram direito ao prêmio.

Diferente do que Menezes (2010) observou em sua pesquisa sobre o Jornal da CBN – onde os temas relacionados ao futebol permeiam o noticiário em muitos momentos – no Rádio Livre geralmente a temática é abordada precedida pela mensagem de um patrocinador e, portanto, com hora marcada. Em sua maioria, o conteúdo está ligado ao futebol.

Algumas destas abordagens veiculadas no dia 21 podem ser destacadas: a participação do ex-jogador e comentarista esportivo, José Ferreira Neto, no quadro que vai ao ar diariamente denominado *Toque de Craque*; o comentário do narrador esportivo José Silvério e a participação do jornalista e apresentador Milton Neves Filho. Também a participação do jornalista esportivo Claudio Zaidan que abordou, entre outros, os jogos válidos pela fase semifinal da Copa do Brasil e os jogos da Copa Sul-Americana com destaque para a partida entre a Associação Chapecoense de Futebol, de Santa Catarina, e o Club Atlético River Plate, de Buenos Aires. Neste

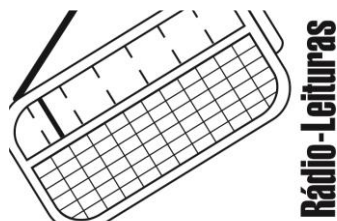
momento os apresentadores expressaram os seus palpites para os jogos da noite num exercício de adivinhação permitido aos jornalistas quando o tema trata de esporte.

Os jornalistas brincaram com o fato em torno do filme *De volta para o Futuro* e com a piada que circulava pela internet sobre o personagem Marty McFly vir do futuro para assistir a Chapecoense vencer a equipe argentina. E dessa forma o conteúdo jornalístico se misturou ao de entretenimento e alimentou uma narrativa permeada por elementos lúdicos.

No mesmo programa houve a prestação de serviços com informações sobre o trânsito na cidade e em rodovias, a operação no sistema de trens metropolitanos, além de outros temas como a ocorrência na qual um policial militar foi acusado de torturar um rapaz suspeito de praticar roubo em uma loja. O caso se transformou numa confusão porque o delegado da Polícia Civil da Delegacia de Itaquera, na zona leste de São Paulo, determinou a prisão do PM acusado. Policiais militares e até o deputado coronel Telhada, vinculado à Polícia Militar, e o deputado Antônio de Olim, delegado da Polícia Civil, foram para o distrito onde houve discussão entre o grupo que queria a liberação do PM e o grupo que defendia a atitude do delegado de mantê-lo preso. A pauta abordada era típica de programas do gênero policial.

Outros assuntos foram tratados durante a programação como a prévia da inflação relativa ao mês de outubro, o aumento no número de bicicletas roubadas desde a expansão das ciclovias na cidade, o desmentido de representantes do Vaticano sobre a possibilidade de o papa Francisco ter apresentado um tumor no cérebro e uma manifestação realizada por parlamentares em Brasília contra o, então presidente da Câmara Federal, Eduardo Cunha.

Assim, as informações encadearam um processo permeado pela cultura que envolveu o ouvinte. Ele percebeu as mensagens, as codificou e transformou a realidade em imagens que passaram a ser realidade novamente: é o jogo que manipula imagens gerando significações (HUIZINGA, 2012, p. 7). O programa analisado contou ainda com a participação de ouvintes que reclamaram do que seria um excesso na realização de comboios de veículos organizados pela Polícia Militar Rodoviária e



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

pela concessionária Ecovias para que o tráfego fluísse em direção ao litoral paulista pelo sistema de rodovias Anchieta-Imigrantes.

Por meio de mensagem de voz veiculada pelo aplicativo Whats App ouvintes reclamaram e disseram que o comboio era uma “palhaçada”, uma “porcaria” e ironizaram a atuação da polícia. Os jornalistas pediram paciência para os ouvintes e lembraram que os comboios são realizados para a segurança do motorista quando há neblina na região. A participação dos ouvintes de forma espontânea nos remete a mais uma característica do jogo: “(...) é uma atividade voluntária. Sujeito a ordens, deixa de ser jogo, podendo no máximo ser uma imitação forçada” (HUIZINGA, 2012, p. 10).

O programa encerrou-se com a notícia sobre os selecionados que participariam da edição 2015 da Semana Internacional de Música de São Paulo. O evento seria realizado na cidade, no mês de dezembro, e reuniria bandas nacionais e estrangeiras. Ao fundo (ou em BG, como se grafa em termos técnicos) uma música auxiliava na estética radiofônica e a contextualizar a informação.

90

Considerações Finais

O programa jornalístico Rádio Livre, por meio dos seus produtores e de seus apresentadores, se constitui em um fenômeno cultural. Como já defendemos, o jogo interrompe a realidade cotidiana, mas acaba por fazer parte desta mesma realidade: mesmo com o término do noticiário radiofônico, o jogo permanece, é repetido e repassado.

O surgimento de ampla quantidade de ferramentas envolvidas na comunicação – especialmente em ambientes digitais – aumentou significativamente a interatividade entre o ouvinte, o rádio e os seus produtores, entretanto, a tecnologia não é a única explicação para a motivação e a intensidade das relações envolvidas neste processo. Como ressaltaram Jenkins, Ford e Green (2014) talvez “nada seja mais humano do que dividir histórias, seja ao pé do fogo ou em “nuvem”, por assim dizer” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 25). O rádio – e os dispositivos que permitem sua transmissão –

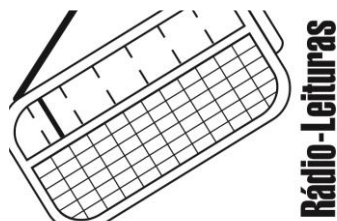


tornam-se os lugares sagrados, os campos de jogo. Nossa vida também é o espaço do lúdico que se manifesta pela e na própria cultura.

O lúdico no jornalismo representa uma abordagem menos racional, mais vinculadora e compreensiva e, portanto, a possibilidade de escapar do cenário onde a gênese do gênero jornalístico está ligada às regras e aos manuais como foi descrito por Künsch (2006, p. 2): “Descartes, Bacon, Galileu e Newton, os pais da ciência moderna, são também de alguma forma pais legítimos do jornalismo”.

Confirmamos nossa sub-hipótese sobre a aproximação do jornalismo radiofônico com características específicas encontradas em programas de emissoras de rádio cujo discurso dos comunicadores é denominado de popular. Por meio de práticas lúdicas contidas em jogos, na distribuição de prêmios, na utilização de longas narrativas, no humor e, sobretudo, na participação do ouvinte, reforçam-se os vínculos e se estabelece uma relação afetiva e mais íntima entre os protagonistas da comunicação (LOPES, 1988). Foi o que, há muitos anos, perceberam de forma empírica Silvio Santos, Gil Gomes, Zé Bértio, Eli Corrêa, Paulo Lopes, Paulo Barboza, entre tantos outros comunicadores de emissoras cujo o discurso é popular: as práticas lúdicas e as narrativas de vida reforçam os vínculos entre ouvintes, produtores, apresentadores e o rádio; envolve os corpos que participam da comunicação.

Trata-se de uma possível alternativa ao enxugamento das equipes de jornalistas e de radialistas nas redações do meio de comunicação eletrônico. Por meio do lúdico ou do racional o ouvinte identifica-se com situações, com histórias de vida, com pessoas e, ao mesmo tempo, se mantém informado. Permite-se aumentar o espaço para narrativas mais longas, para discussões e debates sobre os problemas cotidianos, entretanto, às vezes o conteúdo editorial é reduzido, trocado por uma piada, por uma brincadeira ou por uma história de vida. Portanto, analisar as práticas culturais e seus elementos lúdicos que permeiam o cenário descrito nos ajuda a compreender em vez de nos posicionar contrários ou favoráveis a eles.



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

Referências

BAITELLO JUNIOR, N. **O animal que parou os relógios**: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999.

BAITELLO JUNIOR, N. “Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos”. In: RODRIGUES, D. (org.). **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus, 2008. pp. 95-112.

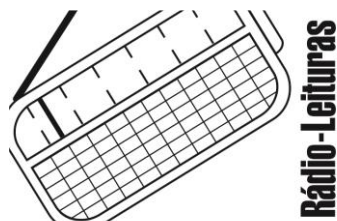
CARDOSO, M. *O jornalismo radiofônico e as narrativas vinculadoras: experiências de emissoras paulistanas*. 2010. 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade Cásper Líbero, São Paulo. 2010. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/mestrado/dissertacoes/o-jornalismo-radiofonico-e-as-narrativas-vinculadoras-experiencias-de-emissoras-paulistanas/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

FERRARETTO, L. A. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens**: O jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2012.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KUNSCH, D. A. (Org.). “Narrativa jornalística e reconstrução do cosmos”. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006. Brasília. Anais. Brasília: INTERCOM, 2006. pp.1-14. Disponível em:



<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1091-2.pdf>>. Acesso em: 2 ago. 2016.

LOPES, M. I. V. **O rádio dos pobres**: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social. São Paulo: Edições Loyola, 1988.

MARCONDES FILHO, C. (org.). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

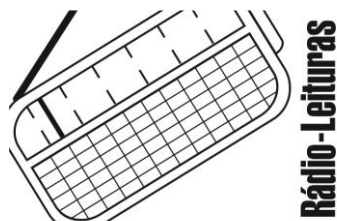
MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, 2001.

MENEZES, J. E.O. CARDOSO, M. **Comunicação e cultura do ouvir** (orgs.) São Paulo: Plêiade, 2012. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/01/Comunica%C3%A7%C3%A3o-e-cultura-do-ouvir.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2016.

MENEZES, J. E. O. “Rádio informativo e ecologia da comunicação: o Jornal da CBN como cenário de vinculação sociocultural”. In: FERRARETTO, L. A.; KLÖCKNER, L. (orgs.). **E o rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. pp. 205-220. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>>. Acesso em: 19 ago. 2016

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. v.1. Florianópolis: Insular, 2005.

WINKIN, Y. **A nova comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papirus, 1998.



O corpo e o lúdico: caminhos para o rádio informativo criar vínculo com o ouvinte

Marcelo Cardoso

Abstract

This paper analyzes the informative radioshow Rádio Livre (“Free Radio”) of Radio Bandeirantes. An empirical description on the radioshow is made, and it is subjected to a theoretical grounding to better understand the journalism at the interface with culture. It is considered that the hypothesis of cultural playful elements are expressed by the game and also help to create bonds between the station and the listener. The sub-hypothesis ponders that the informative radio approaches the radio, whose audience is the popular classes. The perspective of Joahn Huizinga is observed, because to him the game is present in all human activities. In this paper, the Yves Winkin’s concept of Orchestral Communication is embraced. It concludes that all communication starts and ends in the body, as Harry Pross has stated. Through playful practices, as used in popular discourse stations, the bonds between the communication and radio participants are reinforced.

Keywords: Johan Huizinga; Informative Radio; Bonding.

Resumen

Este artículo analiza la noticiosa Radio Libre de la Radio Bandeirantes. Se lleva a cabo una descripción empírica de un programa y se lo somete a una base teórica para comprender el periodismo en su interfaz con la cultura. Se considera la hipótesis de que los elementos lúdicos de la cultura son expresados por los juegos y esos ayudan a crear vínculos entre emisora y oyente. La subhipótesis pondera que la radio informativa se acerca a la radio cuya audiencia está en las camadas más populares. Se observa la perspectiva de Johan Huizinga de que el juego está presente en todas las actividades humanas. Se adopta el concepto de Comunicación Orquestal de Yves Winkin. Se concluye que toda comunicación comienza y termina en el cuerpo, como defiende Harry Pross. A partir de prácticas lúdicas usadas en emisoras de discurso popular, se refuerzan los vínculos entre los participantes de la comunicación y la radio.

Palabras claves: Johan Huizinga; Radio Informativa; Vínculos.