

## **O OUVINTE ESTÉTICO E A POSSIBILIDADE DE UM RADIOJORNALISMO DIONISÍACO: UMA ANÁLISE DO FILME “BOM DIA VIETNÃ”**

THE AESTHETIC LISTENER AND THE POSSIBILITY OF A DIONISIAC  
RADIO JOURNALISM: AN ANALYSIS OF THE MOVIE “GOOD MORNING,  
VIETNAM”

Francisca D’altoé<sup>1</sup>  
*franciscadaltoe@gmail.com*  
Mário Abel Bressan Júnior<sup>2</sup>  
*marioabebj@gmail.com*

### **RESUMO**

No presente artigo busca-se observar como os conceitos criados por Friedrich Nietzsche em relação ao ouvinte estético e ao saber artístico dionisíaco podem ser usados para analisar a relação afetiva entre os locutores de rádio e seus ouvintes. Para isso foi desenvolvida uma revisão bibliográfica do tema e uma análise fílmica de três cenas do filme *Bom Dia Vietnã* (1987), evidenciando a forte relação entre os dois sujeitos do rádio e os escritos do filósofo alemão. Dessa forma, foi possível constatar que o lado sensível da comunicação social se faz presente no radiojornalismo, que desenvolveu com seu público uma relação de proximidade intensa, tornando os locutores mais do que emissores de mensagens e, sim, parte fundamental da construção do sentido.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio. Afetividade. Estética.

### **ABSTRACT**

This article seeks to observe how the concepts created by Friedrich Nietzsche in relation to the aesthetic listener and Dionysian artistic knowledge can be used to analyze an affective relationship between radio broadcasters and their listeners. For this, a bibliographic review of the theme and a film analysis of three scenes from the film “Good, Morning, Vietnã” (1987) were developed, showing a strong relationship between the two subjects on the radio and the writings of the German philosopher. Thus, it was possible to verify that the sensitive side of social communication is present in radio journalism, which produces an intense close relationship with its audience, showing the speakers more than the message emitters but a fundamental part of the construction of meaning.

**KEYWORDS:** Radio. Afetivity. Aesthetics.

## **1 Introdução**

---

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Unisul.

<sup>2</sup> Professor doutor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Unisul

Usando conceitos técnicos, Ferraretto (2001) avalia que o rádio tem a função de emitir ondas eletromagnéticas que podem ser captadas por longas distâncias, essas ondas, segundo o autor, transmitem mensagens para numerosas audiências. Por mais simples que pareça na teoria, na prática essa função ganha infinitas possibilidades. Nem todos os termos técnicos da descrição da máquina seriam capazes de descrever honestamente a quantidade de histórias, vidas e famílias que se sentiram tocadas e pertencentes à sua localidade por meio do vínculo criado entre o emissor e aquele que recebe a mensagem por meio das ondas do rádio, o receptor. A teoria por muito tempo consagrada de Jackoson (2007) volta a ser objeto de análise quando nos questionamos sobre as particularidade do mundo sensível, ligadas à individualidade de cada ser humano e, inegavelmente, conectadas ao ato de realizar qualquer tipo de comunicação.

É importante pensar na relação entre ouvinte e locutor como parte da tríade consagrada: emissor, mensagem e receptor. Porém, para que a comunicação estabelecida entre esses dois sujeitos seja efetiva é necessário utilizar o que Jakobson chamou de código, que seria a língua em comum desses dois personagens. Partindo do pressuposto de que o ouvinte e seu locutor falam o mesmo idioma, a comunicação entre eles não teria nenhum impedimento. Porém, as relações afetivas e imaginadas entre esse ouvinte e esse locutor podem auxiliar na melhor compreensão das mensagens e, muitas vezes, torná-la acessível à realidade de cada local.

Essa relação de proximidade e de afetividade entre o ouvinte e o locutor vem sendo construída desde a década de 1920, quando Ferraretto (2001) avalia que teve início a inserção do rádio entre os veículos de comunicação no Brasil. Nesse primeiro momento, o veículo já possuía o idealismo de um de seus padrinhos brasileiros, Roquette-Pinto. Por essa razão, sua programação tinha forte influência da cultura, da música e da arte. O autor também ressalta que somente em 1930 surgem os primeiros rádio jornais. Como todo veículo de comunicação, o rádio também possuiu sua época de ouro, Kochhann, Freire e Lopez (2011) ressaltam que os anos de 1930 foram especiais para a radiodifusão em nosso país.

Nesse momento o aparelho, que possuía a função técnica de se portar como um receptor das ondas sonoras passa a ser considerado parte da família. Kochhann, Freire e Lopez (2011) pontuam ainda que para as famílias da época reunir-se na sala da residência em torno do rádio para ouvir a informação, a música e o esporte era parte do ritual das casas.

Essa prática era, em certa medida, gerada pelo aparelho valvulado – fixo, pesado e que não girava em torno da vida cotidiana da audiência, mas fazia com que a vida do ouvinte girasse em torno do aparelho. (KOCHHANN, FREIRA E LOPEZ, 2011, p. 5)

A tecnologia evoluiu e, em 1950, trouxe o famoso “radinho de pilha”, que permitia que o locutor falasse diretamente com cada um de seus ouvintes. A partir de então, a televisão passou a ser o aparelho de “consumo familiar” e o rádio teve que se reestruturar para ter um caráter mais individual, tornando a fala do locutor cada vez mais íntima e significativa para cada pessoa. Pensando nisso, é possível perceber que, ao longo da sua história, o rádio vem se estruturando de diferentes formas para manter seu papel social ativo. Entre essas idas e vindas do auge da transmissão radiofônica, podemos perceber que o veículo carrega algumas características marcantes, que fazem com que seja sempre viável se posicionar na vida das sociedades que integra, seja pela sua inevitável função comunicativa ou pela importância que sua companhia gera nas localidades que habita. Zuculoto (2012) destaca que as principais características do rádio são: mobilidade, imediatismo, abrangência e empatia com o locutor. Essa última será estudada mais profundamente durante as páginas deste artigo porque é nela que se firma a posição de um ouvinte estético, como afirmava Nietzsche (1992), e é ela que possibilita a aproximação das pessoas e a problematização da tríade: emissor, mensagem e receptor diante das complexas emoções humanas.

Zuculoto (2012) destaca que a empatia com o locutor é um fator positivo para as emissoras de rádio, já que é por meio dessa afetividade em relação à voz que comunica que muitas audiências acabam sendo fidelizadas. No Brasil, o rádio e seus locutores se apresenta como um personagem social, tornando-se marca cultural de determinadas localidades. Carnele e Dordelles (2015) afirmam que o uso da linguagem coloquial, que faz parte do comportamento do locutor, também fortalece a relação que o veículo de mídia constrói com os costumes, ideais e crenças de seus ouvintes.

Em uma de suas reestruturações, o rádio abraçou a comunidade de tal maneira que se tornou sinônimo de prestação de serviço e, por essa razão, a interatividade entre ouvinte e locutor é algo presente até hoje nos programas de jornalismo e entretenimento. Esse traço peculiar do veículo o transforma não só em um narrador do cotidiano, mas também em personagem ativo das histórias que narra.

A interatividade com o público não é novidade no rádio, “seja por meio do envio de cartas, da participação em programas de auditório, de ligações telefônicas, do contato direto em visitas à emissora ou mais recentemente através das plataformas de comunicação móvel e digital” (LOPEZ, QUADROS, 2015, p. 5). Essa interatividade entre ouvinte e locutor que percorre diferentes momentos da história e utiliza meios cada vez mais modernos de se fazer presente, carrega consigo mais do que a vontade de estar bem informado e, sim, o afeto para com quem informa. Apesar dos aspectos que permeiam essa questão merecerem atenção dos populares e pesquisadores, o emocional é raramente mencionado em pesquisas e artigos no âmbito jornalístico. A afetividade, enquanto parte da construção das notícias, surge de maneira fortemente ligada às representações culturais resguardadas pelas comunidades em relação aos meios de comunicação ao longo dos anos. Maffesoli (2004) defende a relevância dos temas ligados ao universo da sensibilidade do ser humano para a análise plena de conceitos ligados às ciências da comunicação. Para ele, “a sociedade da informação [...] pode até fazer crer que o mais importante são os seus jornais, televisões e rádios, mas no fundo o que conta é a partilha cotidiana e segmentada de emoções e de pequenos acontecimentos” (MAFFESOLI, 2004, p. 5).

A importância em abordar temas relacionando comunicação social e as questões pertencentes ao mundo sensível nos trouxeram até algumas afirmações feitas por Friedrich Nietzsche (1992). Nietzsche afirma existir a diferenciação entre dois tipos de estética, a primeira, denominada apolínea, seria a arte investida das características do deus grego Apolo. Sendo assim, seria voltada para a individualidade, a perfeição e a razão. Enquanto a arte dionisíaca, que carrega a forma do deus Dionísio, traz consigo manifestações que pretendem romper com os princípios do indivíduo e que revelam a natureza do homem. Constantemente associado a embriaguez e a loucura, o deus grego é interpretado pelo autor como sendo capaz de relevar o mais íntimo da ação humana e, dessa forma, podendo ser até mesmo um estado mágico da arte:

A magia do dionisíaco tonar a selar-se e não apenas o laço de pessoa a pessoa, mas também a natureza alheada, inamistosa ou subjugada volta a celebrar a festa da conciliação com o filho perdido, o homem. (NIETZSCHE, 1992, p. 31)

Além disso, no transcorrer das páginas da obra do autor é possível perceber emergir a figura de um ouvinte estético que se permite afetar pela obra de arte, substituindo o ouvinte

crítico, que apenas observa tudo, estando atento aos detalhes e a toda manifestação que possa carregar conceitos que para ele são inaceitáveis. A possibilidade de invadir a natureza humana e transformar os críticos em pessoas sensíveis aos sentimentos apresentados em cena muito possui em comum com trabalho realizado pelo radiojornalismo, que sensibiliza pessoas e aproxima comunidades por meio de abordagens culturalmente significantes e linguisticamente acessíveis.

O que se pretende discutir no presente artigo é de que maneira a definição da estética dionisíaca de Nietzsche (1992) pode corroborar com a relação de afetividade construída entre ouvinte e locutor e ser até mesmo reforçada pelas características do rádio enquanto veículo de informação. Além disso, busca-se perceber qual o papel do ouvinte estético e a possível desconstrução da imobilidade da tríade: emissor, mensagem e receptor frente aos fenômenos sensíveis que perpassam as relações humanas de comunicação. Dessa forma, o objetivo geral do artigo é discutir a interatividade entre ouvinte e locutor no rádio à luz da perspectiva das definições de arte dionisíaca e de ouvintes estéticos feitas por Nietzsche (1992). Toda a análise e problematização das questões que envolvem este artigo serão realizadas utilizando a revisão bibliográfica e a análise fílmica, que para Penafria (2009), significa procurar uma explicação e um esclarecimento sobre o funcionamento de determinado filme, propondo-lhe uma interpretação possível perante seus objetos em cena.

Vamos nos ater em três diferentes cenas distintas da produção “Bom Dia Vietnã”, filme de 1987. Nelas vamos descrever falas e ações que possam nos remeter aos conceitos da linguagem coloquial radiofônica e sua cumplicidade com o ouvinte, a diferenciação do radiojornalismo enquanto fonte dionisíaca da comunicação e a relação de afeto construída entre ouvinte e locutor. Dessa maneira, as cenas serão analisadas por meio do método que Penafria (2009) chama de análise de conteúdo fílmico, que implica em descrever o tema central do filme e, em seguida, fazer a decomposição da história analisando pontos específicos do enredo.

## **2 O ouvinte estético e sua inserção no radiojornalismo**

Na obra “O Nascimento da Tragédia”, Nietzsche (1992) diferencia a arte apolínea, incorporando os conceitos de beleza e buscando sempre atingir a perfeição da arte dionisíaca, que diz respeito ao lado da natureza humana e que está fortemente ligada às emoções. O autor envolve o leitor em uma constante reflexão sobre o seu papel e poder perante as obras de arte.

Dessa maneira, ele busca revalorizar o equilíbrio dessas duas formas de manifestações artísticas. Tendo como exemplo o teatro, Nietzsche chama o espectador de ouvinte e faz distinções sobre a maneira como o comportamento desse ouvinte é alterado ao longo da história.

O ouvinte estético, para o autor, seria aquele que não se prende a críticas perante uma obra de arte, apenas se deixa tomar pelos sentimentos envolvidos na apresentação, é envolvido pelos significados e não procura julgá-los certos ou errados perante os valores da sua sociedade. Para Nietzsche, o ouvinte estético carrega consigo uma apreciação pela arte dionisíaca, aquela que está permanentemente no mundo dos acontecimentos sensíveis ao ser humano.

Estabelecendo parâmetros para validar nossa análise, é imprescindível ter em mente o poder do recurso da audição. O som é um universo particularmente agressivo ao homem, sendo que, como pontua o compositor canadense Murray Schefer (2001), é possível fechar os olhos perante uma imagem que não se apresenta como interessante ao sujeito, mas, não existe a possibilidade de apagar aquilo que foi ouvido. Mesmo que por milésimos de segundo, a audição é implacável, não é possível “desouvir”.

Ao longo da história da radiodifusão, diferentes tipos de ruídos foram incorporados à programação das emissoras. Tendo em mente tal perspectiva, é preciso que se compreenda de que maneira o ser humano capta tais expressões acústicas. Murray Schafer (2001) apresenta as seguintes classificações:

De acordo com suas características físicas (acústica) ou com o modo como são percebidos (psicoacústica); de acordo com sua função e significado (semiótica e semântica); ou de acordo com suas qualidades emocionais ou afetivas (estética). Embora seja hábito tratar essas classificações separadamente, há óbvias limitações para esses estudos isolados (SCHAFER, 2001, p. 189).

Quadros (1999) afirma que o som está ligado às primeiras vivências humanas, desde fetos, já ouvimos e percebemos o mundo à nossa volta por meio dos recursos sonoros. Quando dotados de novas perspectivas auditivas registramos cada palavra ouvida de acordo com as nossas experiências pessoais. A autora pontua que o ato de ouvir é uma constante significação, as palavras ouvidas “no escuro” ganham o sentido que o ouvinte deseja. O mesmo autor ainda ressalta que o rádio tem consigo o poder de lidar com um dos sensores mais primitivos do ser humano, a audição, despertando um retorno à sensibilidade daquilo que é audível e da significação das palavras por meio da escuta ativa. Agrupando esses conceitos com as

definições de Schafer, é possível pensar no radiojornalismo como um lugar comum de diferentes características do som, dotado de possibilidades múltiplas de construção de sentido.

Schafer (2001) vai teorizar sobre um “rádio radical”, esse meio seria capaz de devolver a sanidade para seu ouvinte, que, perdido em meio à população sonora diária, encontra no veículo um ambiente de escuta ativa e reconfortante. Esse conceito de rádio, para o autor, deve priorizar seu ouvinte e a comunidade na qual ele se insere e suas mensagens devem ser repassadas na voz de quem melhor as compreenda.

O rádio precisa da voz humana para dar vida e registrar as infinitas emoções do cotidiano. A locução, para Oliveira et.al. (2012), é o instrumento fundamental do veículo de comunicação que gera comoção e intimidade. Quanto mais familiarizado o ouvinte estiver com a voz do locutor, mais fácil será a produção de imagens e significação das narrativas perpassadas pelo comunicador de rádio. Para Quadros (1999), a voz do locutor desperta no ato de ouvir rádio um exercício de pertencimento.

Através da voz, do sotaque, locutor e ouvinte encontram um espaço de ligação, de vizinhança, revivendo uma espécie de rede construída com tênues vínculos mediatizados, construídos no cotidiano. [...] não importando o quão longe estejam, pois, naquele momento estão todos ali (QUADROS, p. 15, 1999).

Sendo o ouvinte estético de Nietzsche emocionalmente envolvido com o seu objeto artístico, pode-se dizer que, ainda hoje, os ouvintes de rádio mantêm um envolvimento afetivo com o locutor. Para Zuculoto (2012), essas conexões entre emissor e receptor são características que se reforçam pela capacidade do meio de comunicação de atingir todas as camadas da sociedade e chegar até os lugares mais remotos. O rádio está fortemente inserido no cotidiano das comunidades brasileiras, que recebem através de suas ondas notícias e músicas que ajudaram a fortalecer e estabelecer identidades:

Ao ouvir rádio, nos reconhecemos indivíduos pertencentes a coletividades, em diversas esperas da vida cotidiana (moradores uma determinada cidade ou região, torcedores de um time de futebol, fãs de um artista ou estilo musical etc.). Temos acesso a múltiplas visões de mundo, em várias instancias filiando-nos a “comunidades simbólicas” sintonizadas em uma ou mais estações. Estes conteúdos nos ajudam a estabelecer sentimento de pertença e marca frente ao “Outro” (KISCHINHEVISKY, 2009, p. 3 e 4).

Essa sensação de total pertencimento ao recurso audível nos leva a retomar as atribuições que Nietzsche pontua ao seu ouvinte estético, que seria capaz de se entregar ao sentimento perante uma obra de arte. Sendo o radiojornalismo instrumento de informação social e ao mesmo tempo possibilitando a autonomia do receptor para significar palavras e narrativas, seria ele uma representação dionisíaca do jornalismo? O radiojornalismo encontra brechas nos escritos de Jakobson. O que faz com que a mensagem seja recebida e compreendida pelo ouvinte não é apenas o fato dos sujeitos comungarem do conhecimento linguístico, de um mesmo código. As relações afetivas estabelecidas entre ouvinte e locutor podem ser instrumentos que potencializam o entendimento das mensagens.

Tendo em mente que, nas comunidades mais isoladas do país o locutor deixa de ser apenas emissor e se transforma no próprio código, sem o qual o receptor não é capaz de compreender a mensagem. Seja pela dificuldade em desenvolver outro sentido, que não seja a audição, ou pela familiarização com a voz que comunica, que se torna parte ativa do significado da notícia. A representação afetiva e a carga histórica da relação entre ouvinte e locutor atribuem ao radiojornalismo um caráter sensível que nos possibilita também descrever, como pensou Nietzsche: o dionisíaco.

### **3 A afetividade e sua parcela dionisíaca na informação radiofônica**

Tendo como base os escritos de Spinoza (2005) podemos nos referir ao conceito de afeto com duas características: algo que existe para ser representado e que está sempre passível de mudança. Para o autor, nós temos sempre a ideia do que seria o sentimento, mas nunca o sentimento em si. É sempre uma ideia do que é o amor, a esperança e a alegria, e nunca a alegria viva e palpável. Com base na leitura de Spinoza, Oliveira et. Al. (2012) descrevem o afeto como característica do ser humano. Essas sensações ou emoções do afeto podem despertar sentimentos bons e ruins. Entendendo esse conceito, avaliamos que, apesar do traço forte da imprensa mundial sinalizando para a busca, cada vez mais recorrente, de uma informação isenta e imparcial, essa definição pouco se aplica ao jornalismo produzido nas rádios brasileiras. Essa afirmação não busca problematizar as questões políticas e ideológicas da isenção jornalística e, sim, da isenção de sentido da voz de quem comunica. Sabendo que informar por meio de recursos audíveis é estar em sintonia com milhares de pessoas e permitir que elas construam conhecimentos e narrativas a partir daquilo que ouvem, tal ato já se apresenta como parcial, ao

passo que permite diferentes interpretações das notícias ou de qualquer fato apresentado pelas ondas hertzianas.

Quando o ouvinte recebe a mensagens através das ondas do rádio, ela vai sendo significada por meio das suas vivências pessoais e é influenciada pelos mais pequenos nuances da voz do locutor. A maneira como ele se expressa por meio da voz acaba posicionando sua perspectiva de pensamento. Além disso, a utilização do afeto como código que contribui para a compreensão efetiva das mensagens também pode ser entendida como parcialidade na construção das narrativas. De um jeito ou de outro, os dois sujeitos convivem com uma troca de sentidos e emoções que podem interferir na fundamentação da informação. Essa afetividade, como pontua Del Bianco (2018), transforma as palavras do locutor em chamamentos diretos aos seus ouvintes:

O comunicador transforma tudo que diz no rádio em “seu”, “sua”, “é para você”. Mais do que se dirigir aos ouvintes de forma íntima e pessoal, eles transformam uma audiência de anônimos em pessoas conhecidas (DEL BIANCO, p. 119, 2018).

Dessa forma, é possível fazer a comparação do radiojornalismo com as características dionisíacas da arte descritas por Nietzsche (1992). Apesar de derivar dessa concepção enrijecida da construção da notícia, por meio do recurso sonoro, a informação se encontra dispersa e passível de diferentes “imagens acústicas”, como bem reportou McLuhan (2000).

Avaliando essas questões pode-se dizer que o ouvinte estético de Nietzsche (1992) em muito se aproxima do ouvinte do radiojornalismo. Já que ambos estão fortemente relacionados com as questões sensíveis da compreensão e do entendimento.

#### **4 Bom dia, Vietnã e a conexão entre os sujeitos do rádio: análise fílmica de conteúdo**

O filme “Bom Dia Vietnã” desenvolve seu enredo com base na história verídica de Adrian Cronauer, um locutor de rádio militar que com irreverência e bom humor conquista a audiência dos soldados em pleno cenário da Guerra do Vietnã em 1965. Na produção de 1987 são retratados os desafios de um apresentador de rádio que, em busca de informar e divertir seus companheiros de farda, acaba desacatando seus superiores e enfrentando repreensões por conta da sua postura em frente ao microfone. O longa tem direção de Barry Levinson e roteiro

de Mitch Markowits e rendeu ao ator Robin Willians uma indicação ao Oscar de melhor ator por sua atuação como o protagonista, Adrian Cronauer.

Misturando músicas, notícias e humor, o cadete da aeronáutica consegue transformar o seu programa na rádio militar em uma das poucas alegrias que os soldados possuíam. Longe de casa, da família e dos amigos, Cronauer percebe que seu ouvinte precisa de algo mais e é por isso que a sua locução, fora dos padrões estipulados pelo exército, torna-se atrativa para seus ouvintes. O humor empregado na transmissão das notícias e músicas faz com que a audiência lembre-se de que, apesar da guerra, estão todos vivos.

Tendo em mente os conceitos explanados anteriormente, podemos compreender o filme da seguinte maneira: o comunicador compreende seu ouvinte e o auxilia a compreender as notícias e os acontecimentos da maneira mais humanizada e mais irreverente possível para que os soldados consigam ter pequenos momentos de lazer em meio ao ambiente de guerra e tensão.

Tal perspectiva pode ser exemplificada na cena em que o superior de Adrian lhe repreende pela linguagem utilizada em um dos seus programas “como você pode comparar o conflito do Vietnã com uma xícara de *cappuccino*?” (BOM DIA, VIETNÃ, 1987, 20m02s). O questionamento apresentado nesse momento do filme ainda é feito em diversas emissoras de rádio. Será que o coloquialismo do locutor pode auxiliar na fidelização da audiência? Carnele e Dordeles (2015) vão avaliar como positiva essa postura. Para os autores, esse diálogo mental possibilita uma proximidade maior entre ouvinte e locutor. É um artifício utilizado para colocar os dois sujeitos no mesmo tempo e espaço, dividindo os mesmos códigos culturais que lhe permitem compartilhar experiências, e, no caso do longa, enxergar os fatos do cotidiano com humor.

Pensando nas questões que envolvem o radiojornalismo propriamente dito, é possível destacar que não é a notícia que ganha maior valor de compreensão quando veiculada pelo aparelho fonador do locutor, mas é a maneira como o locutor escolhe e articula as palavras que influencia na compreensão da informação jornalística. Em um cenário de guerra e tensão, Cronauer escolhe informar com o auxílio do humor, afinal, muitas vezes ele precisa relatar informações que pouco interferem na rotina e na vida dos seus companheiros, mas que o exército americano deseja que sejam veiculadas.

Dessa forma, a linguagem humorística empregada pelo cadete prende o ouvinte à informação e estimula a compreensão. Tomemos como exemplo uma das locuções diárias que Cronauer fazia relatando as notícias liberadas pela censura dos militares:

A Grã Bretanha reconheceu a condição de ilha de Singapura. Como é que se reconhece uma ilha hein? A gente diz assim: Pera aí, a gente não se conheceu no ano passado no bar mitzvah do Fineman? Você se parece muito com o Havai! A gente não se conheceu no Península Club? (BOM DIA, VIETNÃ, 1987, 41m08s).

Humor, informação e música, é isso que torna o cadete tão popular entre seus ouvintes e também provoca problemas com seus superior, para quem Andrian não está cumprindo seu papel como locutor, mas, sim, denegrindo a imagem do exército americano por meio da sua linguagem informal e de suas músicas modernas. Apesar de toda repreensão que sofre dentro do ambiente de trabalho, entre os ouvintes seu sucesso é assombroso. A rádio militar começa a receber cartas e ligações dos soldados, que a cada dia se tornam ouvintes mais assíduos de Cronauer e ovacionam seu estilo de locução e apresentação jornalística.

A leitura de informação não oficial, as músicas e os comentários sarcásticos levaram Andrian a uma suspensão. Alguns dias sem a voz do locutor levaram milhares de homens a escrever e a telefonar para a rádio das forças armadas. Vendo que os conflitos da guerra ainda eram intensos e tinham chance de piorar consideravelmente, o general Taylor resolve dar uma segunda chance a Cronauer, mas ele se recusa a voltar aos microfones. Seu colega de rádio, Garlick, tenta convencê-lo a retomar seu programa, afirmando que aquele é o único momento de prazer dos soldados. Ainda decidido a parar de apresentar, Andrian fica preso em um engarrafamento de carros. De um lado, ele e seu colega, do outro dezenas de soldados americanos que estão sendo enviados para um dos locais mais perigosos do Vietnã. Na cena, Cronauer é identificado como sendo o rei do rádio. Os soldados riem e pedem para que ele simule um de seus programas. O cadete se entrega e começa a locução participativa, faz perguntas aos soldados e simula uma transmissão ao vivo. Todos querem falar seus nomes e interagir de alguma forma com o locutor, a voz que lhes acompanha todos os dias finalmente ganha um rosto. A alegria dos soldados em conhecer a pessoa com quem mantêm um contato diário por meio do rádio é perceptível e emocionante. Por essa razão, ao fim da cena, percebendo que aquelas pessoas estão se dirigindo para um local do qual talvez nunca voltem com vida, o locutor olha para os homens, agora com os rostos corados de tanto rirem de suas

piadas e comentários, e lhes faz um única orientação. Nesse momento, a voz sempre alegre dá lugar a uma locução triste. A narração acelerada é substituída por uma entonação grave e lenta: “tenham bastante cuidado, eu não vou esquecer de vocês” (BOM DIA VIETNÃ, 1987, 1h23m02s).

Estes três períodos distintos do filme representam as questões que nos propusemos a analisar: a locução do comunicador de rádio no auxílio da construção do sentido, a interpretação diferenciada da notícia no rádio, e a relação de afetividade entre ouvinte e locutor. Dessa maneira é possível perceber que a experiência auditiva dos ouvintes com os programas apresentados pelo cadete foi bem sucedida porque houve uma compreensão sobre as condições do ouvinte e uma estruturação das mensagens para que se tornassem atrativas para o receptor. Ou seja: uma empatia mútua entre os sujeitos da comunicação, possibilitando o sucesso do programa e proporcionando uma relação de afetividade entre ouvinte e locutor.

## **5 Conclusão**

Por fim, as relações sensíveis superam as atribuições enquanto máquina. Não existe isenção na voz humana que comunica, inclusive, o recurso sonoro instiga constantemente a capacidade imaginativa dos seus ouvintes, o que pode possibilitar diferentes interpretações da mesma notícia. Fazendo uma comparação com os escritos de Nietzsche, é possível avaliar o jornalismo como um todo apolíneo e, no meio de toda essa rigidez e busca pela perfeita isenção da notícia, existe o radiojornalismo, fenômeno social que comunga de preceitos culturais da sociedade e que construiu uma história de afeto com sua audiência. O radiojornalismo se apresenta como uma parcela dionisíaca em meio a uma estruturação apolínea de comunicação.

Nesse contexto, pode-se entender que a interatividade entre ouvinte e locutor no rádio pode se servir dos conceitos listados por Nietzsche (1992) para explicar sua carga emocional em segmentos que anteriormente eram puramente críticos. Para o autor, vivenciar uma experiência dionisíaca seria parte de um experimento totalmente sentimental, uma busca pela significação sensível das experiências. Dessa maneira podemos descrever a relação entre ouvinte e locutor como parte de uma vivência dionisíaca da informação, possibilitada pelas atribuições do ouvinte estético em relação à memória afetiva registrada.

A transição do ouvinte crítico para o estético criou, e ainda cria, uma perspectiva de parcialidade. Uma visão que muito se distancia daquela que comumente temos dos veículos

de comunicação e que, talvez, não seja útil para avaliarmos a relevância da individualidade de cada pessoa no momento de construção da abordagem jornalística menos apolínea e mais humana. A percepção das relações emocionais na construção da notícia frente à tríada já consagrada, emissor, mensagem e receptor, faz-se necessária não somente para o estudo do rádio, mas, sim, para a sedimentação de uma comunicação mais social e passível de erro. É necessário que se busque evidenciar a autonomia de significação que cada pessoa possui frente à convergência de mídias e recursos de informação. Além disso, quando levamos em conta que atos fisiológicos simples como entonação, respiração e oralidade podem ser fenômenos de significações, abrimos margens para diálogos sobre a neurolinguística e a compreensão mais eficaz da memória auditiva.

A relação afetiva que foi construída entre esses dois sujeitos: ouvinte e locutor ainda vive. Essa relação já perdeu grande parte do seu mistério. Vivemos com o auxílio de tecnologias que permitem que a fisionomia de um locutor de rádio seja facilmente encontrada nas redes sociais digitais e em outros meios de comunicação instantânea. Apesar disso, a afetividade entre esses dois personagens continua sendo atenuada. O ouvinte, cada vez mais estético, pouco questiona ou imprime sua opinião sobre aquilo que é dito. Porém, muito se emociona, compartilha e cria junto com o seu interlocutor novos sentidos e significados para aquilo que lhe é repassado por meio da audição.

A análise fílmica da produção “Bom Dia Vietnã” responde às perguntas que objetivaram a escrita deste artigo, mostrando que a maneira como o locutor se expressa quando condizente com a realidade de seu ouvinte pode fidelizar sua audiência de maneira simples e eficaz. Tendo em mente que os ouvintes estéticos citados por Nietzsche (1992) ainda estão por aí, a audição continua sendo um campo sensível e constantemente invadido pela emoção. Nessa perspectiva, informar se torna mais fácil quando a empatia com o locutor potencializa as funções de cada sujeito na tríade emissor, mensagem e receptor.

Também nos propusemos a compreender a posição do radiojornalismo como arte e, tomando como exemplo o cenário do filme em que os programas de rádio eram a única fonte de lazer, diversão e distração para os soldados americanos no Vietnã, acreditamos ser possível inseri-lo no campo na estética, tanto no papel que ocupa durante todos os minutos da obra de ficção de 1987, quanto no dia a dia de muitas comunidades no Brasil, onde ouvir rádio é um ato solene e de conexão profunda entre o ouvinte e o locutor e entre o ouvinte e o resto do mundo. Por fim, possuíamos o objetivo de enfatizar a relevância das pesquisas acadêmicas que

discutem as questões que envolvem a comunicação perante suas relações possíveis de afetividade, algo que fica claro no filme e na estrada longa que o rádio vem percorrendo.

O rádio não é feito somente de ondas eletrônicas, da locução de notícias e dos sucessos musicais de cada época. Ele é construído e construtor de relações entre uma voz que fala embriagada de sentido e da imperfeição dionisíaca em direção a um microfone e milhares de ouvintes estéticos que estão atentos a tudo isso e desejam o contato, a interação, e o afeto.

## Referências

BOM DIA VIETNÃ. Estados Unidos. Direção: Barry Levinson. Produção: Harry Benn, Larry Brezner, Mark Johnson e Ben Moses Roteiro: Mitch Markowitz. Intérpretes: **Robin Williams, Tung Thanh Tran, Chintara Sukapatana, Bruno Kirby, Robert Wuhl, J.T. Walsh, Noble Willingham** e outros. Música: Alex North. Direção e Fotografia: Peter Sova. Direção de Arte: Steve Spence. 1987, 1 DVD. (121m, colorido).

DEL BIANCO, Nelia R (org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: INTERCOM, 2012. Disponível em: <[https://issuu.com/portaldejornalismo/docs/e-book\\_radio\\_na\\_era\\_da\\_convergencia\\_01\\_09\\_12](https://issuu.com/portaldejornalismo/docs/e-book_radio_na_era_da_convergencia_01_09_12)>. Acesso em: 13 de novembro de 2018.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Luzzatto, 2001.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura da portabilidade – Novos usos do rádio e sociabilidade em mídia sonora**. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Natal: 2009. Disponível em: <<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/271/241>>. Acesso em: 27 de outubro de 2018.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos**. Guarapuava. VIII Encontro Nacional de História da Mídias, 2011. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro2011/artigos/Radio%20convergencia%20tecnologica%20e%20evolucao%20dos%20dispositivos.pdf>>. Acesso em: 27 de outubro de 2018.

LOPEZ, Debora Cristina; QUADROS, Miriam Redin de. **Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade**. Porto Alegre. Revistas Famecos, mídia, cultura e tecnologia. 2015.

MAFFESOLI, Michel. **A parte do diabo**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões dos homens**. São Paulo: Cultrix, 2000.

NIETZSCHE, Frederich. **O nascimento da tragédia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

OLIVEIRA, Flávia Brandao, et. al. **Afetividade no Rádio: criando laços no ar**. Trabalho apresentado na Divisão temática de Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1924-1.pdf>>. Acesso em: 27 de outubro de 2018.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de filmes – conceitos e metodologia(s)**. Trabalho apresentado no 6º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 10 de novembro de 2018.

QUADROS, Miriam Campos de. **Era uma vez, há muito tempo - o rádio - oralidade e tecnologia no cotidiano globalizado**. In: XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Informatização, Mídia e sociedade: Paradoxos das comunicações no Mundo Globalizado, 1999, Rio de Janeiro. Intercom 99 XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Informatização, Mídia e Sociedade: Paradoxos das comunicações no Mundo Globalizado. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/Universidade Gama Filho, 1999. p. 076-077. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/6771e345cc4b0a19784171f10eba8c27.PDF>>. Acesso em: 27 de outubro de 2018.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar – a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis, 2012.