

Resenha

Vínculos sonoros, ambientes e rádio: estudos transdisciplinares

MENEZES, J. E. O.; CARDOSO, M. (Orgs.). Comunicação e cultura do ouvir. São Paulo: Plêiade, 2012. 494 p. Disponível em: <http://www.casperlibero.edu.br//rep_arquivos/2013/02/27/1361995614.pdf>.

* Por Natália Constantino Diogo, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero e bolsista da Fapesp. E-mail: naticdi@gmail.com

Com o objetivo de investigar a cultura do ouvir a partir de diversas perspectivas, este livro traz relatos de pesquisas, textos debatidos em eventos acadêmicos e ainda relatos de experimentações. Gerado a partir de trabalhos transdisciplinares desenvolvidos pelo grupo de pesquisa em Comunicação e Cultura do Ouvir, da Faculdade Cásper Líbero, conta também com a valiosa colaboração de autores de diversas outras instituições.

Os textos estão em consonância com a cultura do ouvir e mantêm uma conversa entre si, dentro dos eixos que articulam as três partes do livro: vínculos, ambientes e tendências e perspectivas para o rádio. José Eugenio Menezes, docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e Marcelo Cardoso, docente da Universidade de Santo Amaro e do Centro Universitário Fiam-Faam, são os organizadores da obra que também está disponível, em *Creative Commons*, no portal da Cásper Líbero.

No âmbito da temática *Vínculos*, que reúne textos que abordam as raízes da cultura do ouvir, Menezes abre o livro investigando a importância do ouvir. Aponta, como um desafio contemporâneo, a possibilidade de aprendermos a transitar entre os diversos processos de comunicação e observarmos a importância do estudo dos vínculos sonoros.

Neste sentido, quem também fala em uma escuta atenta e vinculadora é Júlia Lúcia Albano. A pesquisadora considera o papel envolvente e vinculador da voz mediatizada pelo rádio. No entanto, problematiza a saturação de estímulos sensoriais a que estamos submetidos no cotidiano, estímulos estes que causam anestesia e para os quais só o silêncio pode servir como cura. Para tal, o artigo repercute as ideias de Murray Schaffer e Michel Serres.

Eric de Carvalho também articula seu artigo em diálogo com o filósofo francês Michel Serres. Mostra a relevância do sentido do tato como forma de separação entre sujeito e mundo e da pele como uma maneira de carregar a história de vida. Carvalho enfatiza a influência da mídia sobre as identidades culturais do sujeito urbano que integra à sua pele, por meio de tatuagens, as imagens amplamente divulgadas pelos meios de comunicação.

Ainda na primeira parte do livro, a relação entre corpo e mídia é abordada por Luiz Vitral, enquanto que Lídia Zuin discorre sobre a estética militarista na música industrial, Pedro Vaz fala a respeito da representa-

ção do deficiente físico na mídia e Roseli Trevisan sobre o *jingle* como narrativa sonora. Por sua vez, Helena Charro fala sobre a comunicação como vínculo e comunicação como acontecimento, duas distintas perspectivas, por meio da análise de dois diferentes ambientes comunicacionais.

A partir dos processos de vinculação nascem os ambientes. E *Ambientes* é justamente o nome da segunda parte deste livro. Neste contexto, Tatiana Benites busca compreender o processo de comunicação nos pontos de venda através do estudo dos cinco sentidos. A pesquisadora propõe o termo *orquestra sensorial* ao se referir à interação dos sentidos na percepção, neste caso, do ambiente do varejo. Rodrigo Fernandes utiliza uma expressão com um sentido próximo: *jogos orquestrais*. Resgatando a metáfora de orquestra proposta por Winkin e a definição de jogo de Huizinga, o autor pesquisou os vínculos entre o jogo de futebol, as sonoridades resultantes do estádio e as jornadas esportivas em rádios e na internet.

Nesta mesma parte do livro Irineu Guerrini Jr. relata as experiências radiofônicas realizadas por pessoas com transtornos mentais, Sérgio Pinheiro indica como as rádios comunitárias podem funcionar como alternativas à sociedade do espetáculo e Danielle Denny discorre a respeito do ambiente comunicativo de um festival de música, o SWU. Ainda na segunda parte do livro Helena Navarrete escreve sobre os ambientes comunicacionais cultivados no contexto da implantação de um projeto de inclusão social e digital no Uruguai, Raphael Tsvakko discorre sobre nacionalidade e o cultivo dos vínculos comunicacionais no ambiente da internet e Fernanda Patrocínio analisa reportagens da *Folha de S.Paulo* e da Rádio CBN para compreender o conflito entre russos e georgianos pela região da Ossétia do Sul como narrativas contemporâneas.

Nos ambientes vinculadores acontece a comunicação. Por isso, a terceira parte do livro, denominada *Rádio - tendências e perspectivas*, aborda as mudanças do meio rádio no decorrer da história e as transformações no contexto da cultura digital. Esta sessão é inaugurada por um texto de Marcelo Cardoso, um recorte atualizado de sua dissertação de mestrado. O autor analisa o quadro *Conte sua história de São Paulo*, programa da rádio CBN.

Partindo de um breve histórico da radiodifusão e do rádiojornalismo, Nadini Lopes problematiza a necessidade da qualidade técnica, textual e sonora da rádioreportagem e levanta questionamentos sobre as possibilidades do meio a partir do surgimento do webrádio. Já Elisa Marconi enfoca em seu artigo a questão do surgimento e consolidação da faixa jornalística no segmento FM das rádios paulistana.

Enquanto Osório da Silva fala de um importante personagem da narração esportiva, Fiori Gigliotti, Eliane Calixto aborda o programa *Café com o Presidente* criado na gestão do ex-presidente Lula. Outro pesquisador que também analisa um programa de rádio é Luciano Maluly, que, sob as perspectivas do grupo de pesquisa em Jornalismo Popular e Alternativo (Altejor) da Universidade de São Paulo, estuda o *Jornal da Gazeta AM*.

Levando em conta os estudos do alemão Rudolf Arnheim e do canadense Murray Schafer, Paulo Borges faz uma reflexão sobre o ruído no rádiojornalismo. E para finalizar o livro, nada mais condizem-

te do que o artigo de Julio de Paula abordando as perspectivas e reflexões necessárias ao rádio num momento de convergência de diferentes formatos de expressões sonoras e visuais no ambiente da internet.

O conjunto dos estudos dos autores e autoras pode ajudar o leitor a refletir sobre a importância e as possibilidades das pesquisas a respeito da cultura do ouvir na contemporaneidade.

Expediente

CoMtempo

Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero
São Paulo, v.1, n.4, nov. 2013/dez 2013

A revista CoMtempo é uma publicação científica semestral em formato eletrônico do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Faculdade Cásper Líbero. Lançada em novembro de 2009, tem como principal finalidade divulgar a produção acadêmica inédita dos mestrandos e recém mestres de todos os Programas de Pós-graduação em Comunicação do Brasil.

Presidente da Fundação Cásper Líbero

Paulo Camarda

Diretora da Faculdade Cásper Líbero

Tereza Cristina Vitali

Vice-Diretor da Faculdade Cásper Líbero

Wellington Andrade

Coordenador da Pós-Graduação

Dimas Antônio Künsch

Editor

Simonetta Persichetti

Comissão Editorial

Carlos Costa (Faculdade Cásper Líbero) * Luis Mauro de Sá Martino (Faculdade Cásper Líbero) * Maria Goreti Frizzarini (Faculdade Cásper Líbero) * Liráucio Girardi Junior (Faculdade Cásper Líbero) * Edilson Cazeloto (Faculdade Cásper Líbero) * Simonetta Persichetti (Faculdade Cásper Líbero)

Conselho Editorial

Antonio Roberto Chiachiri (Faculdade Cásper Líbero) * Cláudio Novaes Pinto Coelho (Faculdade Cásper Líbero) * Dimas Antonio Künsch (Faculdade Cásper Líbero) * Dulcília Schroeder Buitoni (Faculdade Cásper Líbero) * José Eugenio de Oliveira Menezes (Faculdade Cásper Líbero) * Luís Mauro Sá Martino (Faculdade Cásper Líbero) * Simonetta Persichetti (Faculdade Cásper Líbero)

Projeto Gráfico e Logotipo

Danilo Braga * Marcelo Rodrigues

Revisão de textos

Karen Goulart
Camilla do Vale

Editoração eletrônica

Petrus Lee

Correspondência

Faculdade Cásper Líbero – Pós-graduação
Av. Paulista, 900 – 5º andar
01310-940 – São Paulo (SP) – Brasil
Tel.: (11) 3170.5969 – 3170.5875