

**DISCUSSÕES: A VOZ COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO E
IDENTIDADE PROFISSIONAL**

**DISCUSSIONS: THE VOICE AS AN INSTRUMENT OF COMMUNICATION AND
PROFESSIONAL IDENTITY**

Vanessa Taís Scheffler Ciechowicz,
Universidade Luterana do Brasil, Canoas, RS, Brasil.

doi.org/10.61812/rpea.v1i1.21

RESUMO

Este artigo tem como objetivo trazer discussões sobre as relações entre a voz de um comunicador e a identidade profissional que ela cria. Utiliza-se de referenciais interdisciplinares e assume a característica de pesquisa exploratória, de caráter qualitativo, que se vale de duas vertentes: a bibliográfica e as entrevistas. Busca-se compreender o fenômeno da voz e da oralidade como um instrumento forte e real para a identidade e, portanto, o sucesso de um comunicador e/ou locutor sob uma perspectiva que incorpore a subjetividade, as percepções, os significados e os sentidos construídos social e cultural. Os dados mostram a relação entre qualidade vocal do comunicador e seu sucesso profissional, mesmo que este instrumento de comunicação - a voz - seja tão pouco estudado e mencionado nos âmbitos da comunicação social. Esta pesquisa visa contribuir para o conhecimento sobre o poder que a oralidade e a voz têm dentro da comunicação e qual o real valor a ela atribuído.

Palavras-chave: Voz. Voz profissional. Identidade. Comunicação.

ABSTRACT

This article aims to discuss the relationship between a communicator's voice and the professional identity it creates. It uses interdisciplinary references and assumes a research characteristic, of a qualitative nature, which uses two aspects: the bibliographic and exploratory. The phenomenon of strong and orality is sought to understand and real for the identity and, therefore, the success of a communicator/or speaker from a perspective that incorporates subjectivity, as an instrument of interpretation, the meanings and the meanings constructed social and cultural. The data so professional show communication and its relationship between voice quality, even if this communication instrument studied and your voice - is little studied and mentioned in terms of social communication. This research contributes to the knowledge about the power that orality and voice have within communication and what the real value is attributed to it.

Keywords: Voice. Professional voice. Identity. Communication.

INTRODUÇÃO

Por mais poderosos e competentes que sejam os atuais meios de comunicação tais como a TV, o rádio, os jornais, as revistas e a internet - eles não fizeram com que uma forma de comunicação tão antiga quanto o começo da civilização fosse descartada e suplantada: a

comunicação oral. No bojo da comunicação oral está a oratória, que nada mais é do que a arte de expressar o pensamento com clareza e convicção.

Muitos nomes, entre as dezenas de outros vultos da história da oratória, apontam para o significado do discurso oral, da voz e da comunicação articulada verbalmente. Esta pesquisa propõe-se a retomar e entender esse universo tão pleno de significados, um dos instrumentos primeiros da comunicação, tão usado e, todavia, tão pouco discutido e estudado.

O problema que a pesquisa se propõe responder é qual o papel e a relevância da voz e da oratória na comunicação social.

No que tange à metodologia, o método de abordagem se configura como pesquisa bibliográfica e, quanto ao nível, exploratória. Ela busca recuperar informações disponíveis sobre o tema, desvendar e discutir elementos relativos ao uso e importância da voz humana nos processos de comunicação. O estudo será realizado através de levantamento bibliográfico de textos sobre profissionais contemporâneos da área da comunicação, observando e analisando a importância das suas vozes e eloquência para suas respectivas carreiras.

O objetivo geral da pesquisa é levantar e analisar a importância da oratória e da voz no ato comunicacional. Os objetivos específicos são: (1) Analisar e caracterizar o uso da voz profissional; (2) Identificar a voz como característica de identidade e marca pessoal do comunicador. Este artigo está dividido duas partes, a saber: (1) Comunicação oral: a maneira que é trabalhada a voz profissional, buscando subsídios e construindo conceitos a partir dos autores Marcello e Cybelle de Ipanema (1967), Hélio Sodré (2007), Asa Briggs e Peter Burke (2004) e Silvana Gontijo (2001); (2) A voz como instrumento da comunicação e transformada em identidade e marca pessoal de um comunicador, pesquisa feita em estudos dos autores Luiz Artur Ferraretto (2007), Cyro César (2005), Octavio Augusto Vampré (1979) e Gontijo Teodoro (1980).

COMUNICAÇÃO ORAL: A VOZ PROFISSIONAL

Segundo as fonoaudiólogas da Rede Globo, Leny Kyrillos, Cláudia Cotes e Deborah Feijó, desde que nascemos, a voz se manifesta através do choro, e é através dele que é feita a comunicação da mãe com o filho. Dependendo do tom do choro da criança, da intensidade, a mãe sabe exatamente o que seu filho quer, seja fome, sono, dor e até mesmo o de manhã ou birra.

A voz é a expressão sonora e uma das extensões mais fortes da personalidade de um indivíduo, deixando explícito na forma de como fala a sua maneira de ser e de pensar:

Não há duas vozes iguais. Sua voz é tão individual quanto suas impressões digitais. Sem que você se dê conta, ela transmite seu estado interior, seus sentimentos, sensações e valores. É por isso que sua voz fala bem mais alto do que suas palavras (Kyrillos, Cotes, & Feijó, 2003, p. 19).

Segundo Cyro César (2005, p. 19), a capacidade de conseguir falar corretamente com as pessoas, de conseguir se comunicar e expressar em palavras exatamente o que se está pensando é algo importante para conseguir sucesso na vida social e na vida profissional. Para ele, o uso correto da voz é o caminho mais seguro para conseguir amizades e ganhar status social, e que “não existe voz impossível de ser trabalhada”. O que existe, na realidade, é uma voz treinada ou destreinada”.

Mas o que é mais importante para um bom comunicador? A mensagem? As palavras? O entusiasmo? As expressões gestuais? Ou uma voz bem colocada? Para o professor e autor Luiz Artur Ferraretto (2007), a forma como se fala atribui significado ao texto que certo comunicador está lendo, pois uma mesma frase pode propagar mais de um significado sobre o conteúdo daquele texto. Com um tom irônico, o comunicador fará com que um assunto sério, por exemplo, sobre um escândalo na política, mude completamente de significado.

Ferraretto (2007) também defende que cada profissional tem a sua voz preferida, ou seja, um padrão de emissão vocal e de comportamento que são mais aceitos e mostram-se mais eficientes. Para ele cada ser humano tem uma voz pessoal com formas particulares de articulação que, mesmo dentro dos padrões comuns à maioria das pessoas, se destacam das demais. Para as autoras do livro sobre Técnicas de impostação da voz e comunicação oral, Regina Maria Freire e Leslie Piccolotto Ferreira (1991), existem três tipos de fatores que determinam a formação da voz de um indivíduo: os físicos, os psicoemocionais e os fatores culturais.

Os fatores físicos geralmente provêm de heranças genéticas ou por problemas acarretados por doenças que podem alterar a estrutura vocal com que a pessoa nasceu, mudando desta forma a qualidade vocal.

O fator psicoemocional faz com que a voz tenha ligação direta sobre as emoções e as experiências de vida de cada um. E, para finalizar, o fator cultural reflete na voz através dos grupos sociais em que aquele indivíduo está inserido e as regras culturais que a pessoa obedece, influenciando na maneira como a voz é utilizada pelo indivíduo: a maneira, o jeito que fala, se é mais alto e/ou mais rápido.

A VOZ PROFISSIONAL

A voz profissional é uma forma de comunicação oral utilizada por indivíduos que dela dependem para exercer sua atividade ocupacional. Para caracterizar o uso profissional da voz, há necessidade de que o indivíduo ganhe seu sustento por meio da voz, explica Leslie Piccolotto Ferreira (2004, p.12): “Vários são os profissionais que usam a voz como instrumento de trabalho. O mercado é exigente e manter uma voz flexível, saudável e resistente o diferencia”.

A voz do profissional pode estar envolvida nas atividades artísticas e no trabalho dos comunicadores. A voz na arte se apresenta com os profissionais atores, cantores e dubladores. E nós comunicadores a voz aparece em profissões como advogado, professores, políticos, religiosos e profissionais dos meios de comunicação. Segundo Ferreira (2004), a voz é a expansão do corpo, do pensamento e da ação. Requer consciência, domínio e liberdade. Portanto, é preciso conhecer o instrumento vocal para modificá-lo. O ator, por exemplo, precisa na sua atuação uma voz que expresse a verdade do personagem, seja no teatro, no cinema, na TV.

Estes elementos podem ser arranjados de infinitas formas. As vozes humanas cantadas, do soprano ao baixo, porém, não podem ser comparadas a instrumentos musicais.

A superioridade das primeiras é incontestável, capazes de suscitar emoções indiscutíveis nos ouvintes e transpor as barreiras formais da comunicação que independem até mesmo da compreensão do idioma em que estão sendo cantadas.

Já o dublador, explica Ferreira (2004), requer uma escuta refinada para o emprego preciso da voz e da articulação no processo de interpretação. O dublador, no Brasil, muitas vezes trabalha em condições inapropriadas, nem sempre é prestigiado pelos demais artistas ou reconhecido pelo que faz. Em geral, dotado de recursos vocais naturalmente apropriados, o profissional as adapta às necessidades de seu trabalho.

O advogado, em seu trabalho, requer uma fala direta que possa relatar os fatos com credibilidade. Nesta profissão, a voz tem que ser firme e clara.

Quanto aos políticos, é através da voz que eles exercem sua maior influência e é por meio dela e de toda emoção que é sonorizada por ela, que os seus projetos e ideias passam a ser ouvidos e valorizados. A voz e as expressões faciais e corporais ajudam um político a transmitir o que pensa suas intenções, o que ele realmente é e sente. A demanda vocal do político é grande palestras, debates, programas políticos em rádio, TV, comícios.

Os religiosos em seu trabalho requerem um discurso emotivo para cativar seu público. Nos seus discursos eles buscam sempre abordar a entonação, as ênfases e as pausas, dando ao discurso mais vida.

Segundo Ferreira (2004), estas são algumas das profissões em que é necessário o uso da voz de uma forma especial. Não foi detalhada acima a profissão de professor, que muito necessita de um bom trabalho vocal para conseguir chamar a atenção sobre ele e sobre a matéria. E a maneira como se compartilha conhecimento varia também conforme a idade do aluno.

Segundo Ferreira (2004), um professor de Ensino Infantil deve trabalhar a voz para que seja mais suave. O professor do Ensino Fundamental requer um tom de voz mais firme e rígido. O professor de Ensino Médio deve passar ao seu aluno confiança na voz, empatia. E o professor de Ensino Superior, demonstrar através da voz sua experiência e calma.

PROFISSIONAL DA VOZ LIGADO À COMUNICAÇÃO SOCIAL

Profissional do rádio

Historicamente, o locutor de rádio iniciou suas atividades por ter um padrão vocal mais grave e impostado, e geralmente atuou de maneira intuitiva. Os mais novos, por sua vez, passaram a se basear nos mais antigos, considerando um “modelo” e dificultando o desenvolvimento de um estilo próprio, uma “marca pessoal”. Sobre este fato, Ferraretto (2007, p. 310) conta que hoje as emissoras estão exigindo muito mais clareza, eloquência, do que um “vozeirão dos anos dourados do rádio”. Citando Jobim, Ferraretto (2007, p.310) afirma que “o importante é a comunicação, e não tanto a voz. Para ser um bom locutor é preciso ter comunicação fácil, simples e imediata. Antigamente, ou a pessoa nascia com a voz, ou nada feito”.

Quando se fala sobre a voz de um locutor, deve-se dizer que não existe um padrão definitivo no rádio. Cada profissional deve se adequar ao estilo e aos ouvintes daquela rádio. Os locutores e/ou comunicadores de uma rádio FM jovem, explica Ferraretto (2007, p. 310), vão ter que manter um estilo que transmita a imagem da empresa na programação. Já nas rádios AM, o padrão segue um estilo diferente, geralmente dedicado ao jornalismo, “que poderá preferir uma voz mais grave dentro do que se convencionou como expressão de seriedade”. Assim, com referências geralmente buscadas na prática profissional, vários locutores se destacam por seu estilo próprio e marcante.

Para a leitura de um texto jornalístico, Bittencourt (1989, p. 21) afirma que é necessário ser expressivo sem ser emotivo, pois no momento que se começa a passar emoção, “passa-se o

interior, e automaticamente acrescenta-se alguma coisa ao texto, o que não é função do jornalista”. No jornalismo, a obrigação é passar somente o fato em si, mas a autora explica que um pouco de expressividade da voz do locutor é até permitido, visto que pode ajudar a passar mais confiança ao ouvinte.

O jornalista Jorge Valdés (apud Ferraretto, 2007) descreve oito elementos que ele julga serem essenciais para que o profissional da voz dentro do rádio seja considerado bom locutor. São eles: entender o conteúdo; interpretar o texto; transferir as informações; medir o ritmo da voz; matizar; ser natural; convencer; concluir bem a leitura. Valdés ainda explica que o locutor tem a tarefa de interpretar um texto e transferir a informação ao ouvinte através da locução.

Cada palavra tem um realce próprio. O profissional de microfone precisa matizar o que é dito. Assim, conforme o caso, dá força à expressão, muda o tom ou faz pausas. A voz constitui-se em um instrumento de trabalho que precisa ser utilizado sem exageros. Ser natural, no entanto, não significa deixar de lado a necessidade de convencimento com naturalidade na fala (apud Ferraretto, 2007, p.312).

Profissional da televisão

Apesar de várias semelhanças em termos de atuação nos veículos de rádio e televisão, há uma diferença básica. O trabalho com os recursos vocais assume papel importante nos dois veículos, porém no rádio sua utilização é mais intensa que na televisão.

A presença da imagem na televisão faz com que os repórteres/apresentadores tenham uma preocupação muito maior com os cuidados com a aparência e, segundo Kyrillos, Cotes e Feijó (2003), isso reflete positivamente na voz: evitam cigarro, para garantir beleza e saúde dos dentes, alimentam-se corretamente para não engordar, atentam ao preparo físico e à postura corporal.

A associação voz/imagem na televisão faz com que o profissional assuma a necessidade de se cuidar, já que ele fica completamente exposto. No rádio a realidade é outra: como não está sendo visto, é comum o profissional não se cuidar (saúde geral), peca na falta de postura e expressão corporal. Por menos que pareça, tudo isso se reflete no resultado vocal final. O locutor de rádio deve se destacar pela sua voz que, com diferentes nuances, irá carregar as emoções a serem percebidas pelo ouvinte. “O locutor de notícias não pode transformar a leitura de uma notícia num relato insípido, como querem os ortodoxos do telejornalismo” afirma Gontijo Teodoro (1980, p. 112).

No telejornalismo, a voz precisa ser estável, bem colocada e, ao mesmo tempo, deve transmitir a informação de maneira clara e confiável. Para Teodoro, a voz grave para a TV em geral é a melhor, pois é mais suave e impressiona mais a quem a escuta. Mas é somente a voz aguda, mais metálica e menos suave a ideal para a leitura de notícias, pois é “mais inteligível e alcança com mais facilidade o centro auditivo do ser humano” (Teodoro,1980, p.113).

Ele ressalta que, na TV, a fala vem acompanhada de imagens e, por isso, a voz não precisa ser tão impostada.

VOZ E EMOÇÃO

A ligação entre a emoção e a voz é percebida pela maior parte das pessoas. Para as fonoaudiólogas da Rede Globo, Kyrillos, Cotes e Feijó (2003), basta observar como qualquer ser humano consegue perceber o estado de espírito de uma outra pessoa, a qual ela conhece muito bem, através de um simples “alô” ao telefone. Segundo elas, podem-se disfarçar sentimentos com palavras, mas com a voz jamais. A emoção de um indivíduo pode ser percebida em variações muito sutis das características da fala, na frequência da voz e na velocidade dela.

Com a voz é possível manifestar a personalidade de uma pessoa, pois é através da fala que ela expõe suas emoções.

Explicam as autoras que uma voz rouca, por exemplo, passa a sensação ao ouvinte de um locutor cansado; uma voz monótona sugere falta de emoção, falta de interesse; já uma voz áspera traz a idéia de agressividade; uma voz fluida passa a sensação ao ouvinte de uma voz aveludada, sensual; a voz grave, já citada acima, normalmente é associada a pessoas firmes, confiantes e transmitem autoridade e energia; e a voz aguda, segundo elas, ao contrário da opinião de Gontijo Teodoro (1980), associa-se à dependência e infantilidade.

Cyro César (2005) tem as mesmas opiniões e conclusões a respeito da emoção no som da voz, porém ele relata este fato de forma mais prática, visto ser ele um jornalista da rádio. Ele concorda que cada emoção tem sua voz própria e, sem sombra de dúvidas, o ouvinte consegue identificar a emoção de quem está emitindo a voz.

Este fator não deixa escapar nem os profissionais que trabalham nos departamentos esportivos de rádios e de TV, pois como Ferraretto (2007) lembra, a paixão nacional é o futebol. Com esta temática, surge a discussão sobre haver ou não haver problemas se o narrador é torcedor de algum clube. Acredita-se, em princípio, não haver quaisquer restrições ou problemas em ser torcedor de um time quando se trabalha como locutor de cobertura esportivas

ou como repórteres de TV e rádio. O problema está quando a paixão passa à frente da razão. Segundo Ferraretto (2007, p. 318), muitos profissionais do rádio “contaminam-se com esta perspectiva torcedora”. Alertando sobre este fator, Ruy Carlos Ostermann afirma:

[...] o jornalista esportivo pode torcer pelo clube de seu coração, mas se em algum momento isso transparecer no seu trabalho jornalístico, esse trabalho estará prejudicado. [...] O homem do rádio esportivo deve se emocionar e passar essa emoção para seu público, mas sabendo distinguir a paixão da emoção (apud Ferraretto, 2007, p.318).

A VOZ COMO INSTRUMENTO DA COMUNICAÇÃO: IDENTIDADE E MARCA PESSOAL DE UM COMUNICADOR

Há, na comunicação social, uma estreita relação entre as atividades desse campo profissional e a voz. Sua presença torna-se imprescindível, sobretudo no âmbito do rádio e da televisão.

A VOZ COMO MARCA PESSOAL

Segundo Cyro César (2005), a voz é uma propriedade altamente pessoal de cada ser humano, pois é algo que vem desde o nascimento, é um tipo de “impressão digital sonora”. Entre tantos detalhes que existem para ajudar na diferenciação das vozes, estão o tipo e o timbre de voz pelo qual se é reconhecido.

Pela voz pode-se determinar cultura, local de origem, comportamento, temperamento e traços de personalidade. A voz desenvolve-se com o uso correto das técnicas de locução e com os cuidados constantes e diários no tocante ao desempenho da voz profissional. O aprimoramento de uma bela voz depende, em grande parte, mais de treinamento técnico que de atributos pessoais (César, 2005, p.83).

PROFISSIONAIS QUE FIZERAM DA VOZ SUA IDENTIDADE PESSOAL

Muitos homens e mulheres fizeram história dentro da Comunicação no rádio e na TV. Mas de tantos instrumentos usados para conquistar seus públicos, um dos mais importantes, senão o mais, está ligado diretamente com o material mais primitivo de comunicação, a voz.

Das centenas de comunicadores que fizeram de suas vozes sua marca pessoal, criando, assim, uma identidade da qual o público jamais esquece, estão relacionados, abaixo, alguns.

Quantas vezes já se ouviu a expressão “a voz marcante de Cid Moreira”? E é assim que muitos outros comunicadores são lembrados.

Heron Domingues

Heron Domingues, do histórico Repórter Esso, nasceu em São Gabriel (RS), em 4 de junho de 1924. Transformou-se no mais conhecido radialista do Brasil por acaso. Aos 16 anos, decidiu que queria ser cantor e foi participar de um concurso de calouros na Rádio Gaúcha, em Porto Alegre. Era um domingo do mês de dezembro de 1941, dia escolhido pelos japoneses para bombardear Pearl Harbour, no Havaí. Na ausência do locutor da rádio, o garoto de 16 anos foi colocado à frente dos microfones para dar a notícia em primeira mão. Acabou não participando do concurso, mas saiu da rádio empregado. Em 1944, mudou-se para o Rio de Janeiro e passou a trabalhar na Rádio Nacional, onde, no programa Repórter Esso, transmitia a informação “como se estivesse numa trincheira”, costumava dizer.

Um dos momentos mais peculiares de sua carreira - e que mostra sua empatia com os ouvintes - foi quando aguardava o telegrama que confirmaria o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945. Como se dizia então, ele era “o primeiro a dar as últimas”. Não queria sair da rádio até anunciar a aguardada notícia do fim do conflito. Após passar Natal, Ano-Novo e Páscoa em alerta, seus colegas na época insistiam para que ele fosse descansar em casa. Aceitou o conselho a contragosto e, para sua decepção, foi em casa que o radialista soube do fim da Segunda Guerra - e, pior, através da emissora concorrente. Mas sua credibilidade perante os brasileiros falou mais alto, pois “se o Repórter Esso ainda não deu, não deve ser verdade” dizia a população. “Só depois que sua inconfundível voz foi ao microfone é que a notícia ganhou veracidade” (Revista Isto É, 1999).

Em tom alarmista, o radialista foi o primeiro a noticiar vários fatos históricos nos 33 anos de carreira. Entre eles, o suicídio de Getúlio Vargas; a renúncia de Jânio Quadros; a chegada do homem à Lua; o lançamento da bomba atômica sobre Hiroshima.

Uma das curiosidades sobre Herom Domingues é que ele acreditava que a sua voz era uma dádiva de Deus e não se preocupava em preservá-la. Boêmio, bebia e fumava em excesso. Depois do expediente, era comum lotar a casa de amigos para passar noites adentro conversando. Quando as visitas partiam, virava-se para a esposa, a jornalista Jacyra Domingues e dizia: “Já faz muito tempo que estou em casa, vamos sair para dançar” (Revista Isto É, 1999).

Em 1961, na TV Tupi, tornou-se o primeiro apresentador de TV do Brasil, e em 1972 estreou na TV Globo. Em 1974 anunciou com a voz marcante que tinha, com exclusividade, a

renúncia do ex-presidente americano Richard Nixon, sem imaginar que aquele seria seu último noticiário. Poucas horas depois, amigos acreditam que Domingues foi vencido pela emoção e por esta razão morreu dormindo, vítima de um ataque cardíaco, em 10 de agosto de 1974. Outras curiosidades sobre Heron Domingues vêm de uma equipe médica que estudou sua voz por dez anos. Os resultados foram impressionantes, pois nenhuma alteração foi observada, um fenômeno. “Bebo e fumo em excesso”, disse ele. “Pois continue bebendo e fumando”, aconselharam os médicos.

Gontijo Teodoro

Foi na Rádio Bandeirantes de São Paulo que Gontijo Teodoro começou sua trajetória. A seguir foi para a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, sempre como locutor. O rádio tinha grande importância na época e Gontijo Teodoro foi crescendo e logo passou a apresentador de programas. Cabia a ele anunciar os grandes cantores e as orquestras de até 200 figurantes. Foi nessa época que a televisão foi inaugurada no Rio de Janeiro e, um ano após, em São Paulo. Gontijo foi chamado para a televisão e começou a apresentar "Retratos da Semana", na Televisão Tupi do Rio. Já era jornalista registrado, com uma voz marcante e reconhecida. Foi então que foi escolhido para ser o apresentador do “Repórter Esso”, programa que já existia na rádio e que ia ser inaugurado na televisão. Esse foi o principal programa telejornalístico por muitos e muitos anos, com enorme importância em todo o Brasil. Gontijo ficou à frente do Repórter Esso por 18 anos, 9 meses e 10 dias.

O programa era o verdadeiro Diário Oficial de toda população brasileira. Com sua voz possante e dicção perfeita, Gontijo Teodoro, às 8 horas da noite, em ponto, dava o seu “Boa Noite” e passava a informar só notícias confirmadas. Nunca foi necessário desmentir uma notícia. Não era um programa opinativo, era um jornal inteiramente informativo. Quando o “Repórter Esso” acabou, Gontijo Teodoro teve dificuldade em ser aceito por outra emissora, porque sua voz havia marcado demais. E aí ele começou a diversificar suas atividades. Publicou dois livros: “Você entende de notícias?” e “Jornalismo na TV”. Por vários anos foi também editor do “Jornal Messiânico”, em São Paulo, mas de circulação nacional. No final da vida, apresentava um programa talk-show na Rádio Guanabara do Rio de Janeiro, com entrevistas, comentários e diversidades. Morreu em cinco de setembro de 2003 (Revista Isto É, 1999).

Silvio Santos

Na lista de comunicadores que conseguiram se destacar, entre outros motivos, pela sua voz indiscutivelmente reconhecida, está o “maior comunicador do Brasil”, assim chamado por muitos: Silvio Santos. O talento indiscutível para entreter durante horas a fio o público foi testado desde muito cedo nas ruas. Silvio Santos nasceu em 12 de dezembro de 1935 na Lapa, Rio de Janeiro, filho de um comerciante grego que faliu ao migrar para o Brasil. Aos dez anos passava pela Avenida Rio Branco quando notou que um sujeito conseguia vender, com extrema facilidade, carteiras de plástico para acomodar documentos. Resolveu imitá-lo. Comprou a mesma mercadoria a um custo bem baixo e passou a ser concorrente. Como estratégia, segurava uma das carteiras na mão dizendo que aquela era a última e escondia as demais. “Em seguida, eu dava alguns passos, disfarçava e tirava a outra do bolso. Vendi todas sem demora”, explicou, certa vez. (Revista Isto É, 1999). A perspicácia nunca lhe faltou. Para faturar alguns centavos a mais, chamava a atenção fazendo mágicas. “Engolia” anéis e “puxava” moedas das orelhas dos pedestres. Apesar de promover “espetáculos”, o camelô nunca deixou de ser cauteloso, trabalhando na hora do almoço dos fiscais da prefeitura para escapar de eventual blitz.

Aos 14 anos passou a estudar Contabilidade sem abandonar o palco das calçadas. Prosperou e contratou três “funcionários”. Um ficava de olho no fiscal, outro cuidava do estoque de bugigangas. O terceiro era o coadjuvante que se aproximava da barraca e, como quem não quer nada, tecia elogios rasgados às mercadorias. Tudo combinado, é claro. Ao falante e sorridente Silvio Santos restava a incumbência de conquistar a preferência do público com sua simpatia e lábia.

Ele cumpriu muito bem o seu dever, tanto que, em 1952, chamou a atenção do diretor da fiscalização da prefeitura, um homem severo que gostava de prender camelôs. Certo dia, ele agarrou Silvio Santos pelo braço e o levou para o carro. Assustado, o rapaz de 17 anos protestou: “Sou menor, vocês não podem me prender!” A viatura da polícia estacionou em frente à Rádio Guanabara, onde Silvio foi apresentado a Jorge de Matos, diretor da emissora, que foi imediatamente seduzido pela voz do garoto. “Aqui é o lugar certo para você. Se voltar para as ruas, da próxima vez te levo para o Juizado de Menores”, disse o diretor de fiscalização.

A carreira de Silvio Santos no rádio decolou rapidamente. Depois da Guanabara, ele trabalhou na Rádio Tupi, até que venceu um teste para locutor na Rádio Globo. Um dos concorrentes derrotados foi Chico Anysio. Mas o salário de pouco mais de um conto de réis não era satisfatório e Silvio partiu para São Paulo, em 1961, a fim de concorrer a uma vaga de locução comercial na Rádio Nacional. Foi a partir deste momento que o “O Homem do baú” escreveu realmente seu nome na história da comunicação brasileira, sendo dono de uma

emissora de televisão, o SBT, e nunca abandonando seu lado de comunicador. Com bordões e gargalhadas únicas, conquista públicos de diversas gerações e segundo ele, não pretende parar tão cedo (Revista Isto É, 1999).

Chacrinha

José Abelardo Barbosa de Medeiros, o Chacrinha, não se destacou tanto pela sua voz, que não tinha nada de grandioso, mas sim pela maneira que a usava, fazendo todos ficarem atentos ao que dizia. Dono de grande repertório de piadas picantes, ele as contava nos momentos mais formais. A cada piscar de olhos do público, ele soltava um palavrão, como se fosse a coisa mais natural do mundo. Escandaloso, debochado, excêntrico e que, amedrontando calouros com um simples abacaxi, chegou a dar 60 pontos no Ibope de TV. Não há na história do rádio e da televisão um apresentador que tenha sido mais popular. “Adivinhava o que ia dar certo. Foi assim quando ouviu Roberto Carlos pela primeira vez. Era pura intuição”, disse à Revista Isto É. José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, diretor da Globo durante 30 anos (Revista Isto É, 1999).

Saiu do seu estado natal, Pernambuco e foi para o Rio de Janeiro na década de 40. Tornou-se locutor na Rádio Vera Cruz, mas em uma ocasião ouviu a frase de um chefe: "Sua voz é terrível e você não tem talento para a comunicação". Demitido, deu a volta por cima na Rádio Clube de Niterói, com o Programa O Rei Momo na Chacrinha, que entrava no ar às 11 da noite por ser impróprio para menores. O título esquisito surgiu porque a emissora funcionava numa pequena chácara. Com o passe disputado, pulou de uma emissora para outra, até parar na televisão, em 1957, de onde não saiu mais. “Terezinha, uuuuuhhh!” e “Alô, Alô, dona Raimunda, como vaaaaaaai, vai bem?” Bordões como esse “ele tirava ouvindo as pessoas na rua. A genialidade dele estava em saber que algumas gírias e o palavreado simples do povo podiam fazer sucesso na tevê”, disse em entrevista à Isto É o filho Leleco Barbosa (Revista Isto É, 1999).

Com uma buzina na mão, importunava platéia e telespectadores. Censurado sob a acusação de pornográfico e alienado, respondeu: “Eu sei do que o povo precisa para se divertir”. As denominadas chacetes, que compunham a coreografia de seus programas, eram escolhidas a dedo: "Tem que ser boazuda, ter coxões e peitos grandes, porque homem gosta de magra para casar”, dizia (Revista Isto É, 1999). Mulheres dançando ainda são peça fundamental dos programas de auditório e só reforçam a velha frase de Chacrinha: “Na televisão, nada se cria, tudo se copia”. Quando o produto bacalhau, de um dos patrocinadores do seu programa,

encalhou nas prateleiras, Chacrinha conseguiu reverter a situação usando sua criatividade e simpatia com a platéia. Durante seu programa, virava-se para o auditório e perguntava: “Vocês querem bacalhau?” A plateia disputava a tapas o produto. As vendas explodiram e ele explicou: “Brasileiro adora ganhar um presentinho” (Revista Isto É, 1999).

Chacrinha morreu em 30 de junho de 1988. Cerca de trinta mil pessoas acompanharam o enterro do “Velho Guerreiro”, apelido dado por Gilberto Gil na canção “Aquele abraço”.

Milton Jung

Milton Ferretti Jung nasceu no dia 29 de outubro de 1935, em Caxias do Sul. Começou a carreira profissional na Rádio Canoas. Nessa emissora, atuou como locutor de notícias e de comerciais. Foi então contratado pela Rádio Guaíba em 1958. Além de locutor comercial, passou a narrar jogos de futebol, inclusive três Copas do Mundo: a da Alemanha, em 1974, a da Argentina, em 1978, e a do México, em 1986.

Para Luis Artur Ferraretto, Milton Jung tem a pronúncia mais precisa do Brasil e, ainda, é dono de um recorde: o de ser o locutor que se manteve mais tempo à frente de um mesmo noticiário no rádio brasileiro. Desde 1964 ele é o locutor titular do programa noticioso mais tradicional da Rádio Guaíba: O Correspondente Aplub, depois Renner, Portocred e Correspondente Guaíba.

Tanta história e amor dedicados ao rádio gaúcho lhe renderam muitos prêmios, entre eles o Troféu Destaque Mario Quintana, concedido em 22 de novembro de 2005, pela Câmara de Vereadores da época em Porto Alegre/RS. O vereador que apresentou a proposta foi Cláudio Sebenelo do PSDB, e que para homenagear Jung lembrou Frank Sinatra, que foi reprovado no seu primeiro teste e, mais tarde, acabou se transformando em “The Voice” (a voz), uma voz marcante. Sebenelo (2005) disse na oportunidade.

Marcantes também foram as vozes de Heron Domingues, locutor do Repórter Esso, do Rui Figueira, do Cid Moreira. São vozes fantásticas, como fantástica é a voz do Milton Ferretti Jung, às vezes de forma aveludada; outras de maneira profunda, mas jamais áspera. O Milton é dono de uma voz impecável, marcada pela entonação e pela pronúncia perfeita. É um ator que sabe interpretar a notícia, uma figura marcante. Sua voz é a maior e melhor do Rio Grande do Sul e, há mais de 40 anos, tivemos o privilégio de ouvir.

Na ocasião, o então presidente da câmara, Elói Guimarães, disse que Milton era uma figura única, dono de uma voz privilegiada e “identificada, mesmo por pessoas que não o conhecem através da Rádio Guaíba, uma emissora com um som inconfundível e de grande

credibilidade. Por isso, é justa esta homenagem da cidade ao seu locutor preferido”, acrescentou (Guimarães,2005).

Milton sofreu um derrame quando estava no ar em 21 de junho de 2007. Mas se recuperou e assumiu novamente seu posto como o Correspondente Guaíba.

Flávio Cavalcanti

Flávio Cavalcanti nasceu no dia 15 de janeiro de 1923 no Rio de Janeiro. Quando jovem, já trabalhava no Banco do Brasil. Um dia resolveu testar seu “lado jornalista”. Conseguiu então um emprego no jornal diário “A Manhã”. Sua primeira missão foi fazer plantão no prédio de Getúlio Vargas, que tinha acabado de ser derrubado do poder em 1945. O jeito que arrumou para passar despercebido foi vestindo-se de garçom e fazendo de conta que tinha que entregar uma encomenda a uma vizinha do então ex-presidente. Em seguida, saltou até o apartamento de Getúlio, conversou horas com ele e voltou para a redação com uma reportagem exclusiva (Revista Isto É, 1999).

Na tevê, começou apresentando um programa de entrevistas na TV Tupi. Contratado pela TV Rio, passou depois a apresentar o “Noite de Gala”.

Em uma viagem para Nova York com sua produção, Cavalcanti conseguiu falar com o presidente John Kennedy, convencendo os agentes do FBI. “Imagino o que faria se falasse inglês”, disse JFK, ao final da entrevista (Revista Isto É, 1999). Esse fato lhe rendeu projeção e com isso voltou à Tupi, onde cristalizou “Um instante, maestro!”, “A grande chance” e o “Programa Flávio Cavalcanti”. O júri era composto por pessoas famosas. Uma delas era a atriz Leila Diniz, que certa vez saiu do palco direto para a casa de Flávio em Petrópolis, fugindo dos militares.

Depois de ficar 60 dias afastado pela censura, em 1973, foi suspenso por queixar-se de salários atrasados. Com isso acabou tendo de fazer pequenos trabalhos em emissoras de rádio e montou uma casa noturna em Ipanema. Sem tino empresarial, era roubado pelos próprios funcionários, que colocavam peças inteiras de filé mignon em sacos plásticos, acomodavam tudo no lixo e voltavam no final da madrugada para pegar a carne (Revista Isto É,1999).

Mas se como empresário era um fracasso, como comunicador de massa seu talento era reconhecido. E por conta disso, em 1982, estreou na TV Bandeirantes. Silvio Santos, então, não perdeu a oportunidade e o contratou no mesmo ano. Um homem alto e magro que tirava e colocava os óculos, quebrava discos e chorava diante das câmeras. No dia 22 de maio de 1986,

fez uma rápida entrevista e jogou o dedo indicador para o alto: “Nossos comerciais, por favor!” O intervalo acabou e ele não estava mais lá. Levado para o hospital morreu quatro dias depois.

Haroldo de Souza

Haroldo Joaquim de Souza é paranaense, nascido na cidade de Jacarezinho no dia 10 de dezembro de 1944. Pai de nove filhos com sete mulheres diferentes. Essa é a feição “de uma das mais marcantes e emocionantes vozes do rádio gaúcho” (Ferraretto,2008).

O Magrão, como é chamado pelos colegas e amigos, acreditava, desde criança, que tinha vocação para a locução esportiva. Depois de ganhar um rádio portátil, aos 12 anos, começou a escutar as emissoras do centro do país e a narrar ficticiamente jogos de futebol, principalmente do seu time do coração, o Corinthians. Daí para frente, passou a afirmar: “Um dia eu vou ser locutor esportivo”. Foi ouvindo as frequências paulistas que Haroldo encontrou seus inspiradores, como Pedro Luis e Fiori Gigliotti.

Começou a trabalhar muito cedo, ajudando seu pai no transporte de lenha. É aí que surge a sua primeira profissão: caminhoneiro. Como radialista, iniciou sua carreira na Rádio Castro, na cidade de mesmo nome, como repórter. Mais tarde, participou de um concurso para narrador esportivo na Rádio Alvorada, em Londrina. Entre 32 participantes, ficou em segundo lugar. Num lance de sorte, Haroldo foi chamado por desistência do primeiro colocado. Em 1969, aos 25 anos, ele entrou definitivamente para a profissão.

Haroldo de Souza trabalhou também na Rádio Cultura e Rádio Atalaia, ambas de Maringá, na Rádio Alvorada de Londrina, onde esteve por um grande período e na Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte. A histórica partida de futebol entre Brasil e Inglaterra, disputada na Copa do México, em 1970, é, para ele, um jogo inesquecível. A lembrança se deve pela partida ocorrer em seu primeiro mundial, além do confronto ter sido fundamental para o tri-campeonato do Brasil.

Foi durante a Copa do Mundo de 1974, na Alemanha, que Haroldo recebeu a primeira proposta para trabalhar no Rio Grande do Sul. A mando de Nelson Sirotsky, na época, um dos diretores da Rádio Gaúcha, o comentarista Paulo Santana acompanhou o seu desempenho e o convidou para trabalhar com a equipe. Sua chegada no Estado não foi muito bem vista pelos colegas de profissão, pois era considerado um “forasteiro”.

Na Gaúcha, permaneceu por 17 anos e, como ele mesmo gosta de afirmar, esteve presente em momentos históricos do futebol, como nas copas mundiais de 78, 82, 86 e 90. Narrou, também, o tri-campeonato brasileiro do Inter, na década de 70, e o título mundial do

Grêmio, em 1983. Após o desgaste da relação profissional, em 1991, Haroldo se transferiu para a Rádio Guaíba. Foi o narrador número um da emissora e esteve, pela Guaíba, nas copas de 1994, 1998, 2002 e 2006.

Haroldo de Souza faz parte da história do rádio gaúcho. Sua presença revolucionou o estilo das aberturas das jornadas esportivas, tendo quebrado a monotonia existente em outras épocas. O uso de bordões, a emoção demonstrada em sua voz ao narrar, a irreverência e os assuntos do cotidiano relacionados com o futebol foram criações suas. Essa ousadia deu tão certo que hoje é considerado um dos melhores narradores do Rio Grande do Sul, sendo o mais popular e servindo até de inspiração para novos profissionais. Sua popularidade lhe rendeu uma cadeira na Câmara dos Vereadores de Porto Alegre/RS, mas se engana quem pensa que a carreira política pode substituir a profissão de radialista. “Eu não largar o rádio de jeito nenhum. Só vou largar o rádio quando o rádio largar de mim”, afirma Haroldo, em entrevista concedida ao programa de rádio da PUC/RS.

Nessa mesma entrevista, Haroldo se auto-define dessa forma: “Sou 90% de emoção e 10% de coração, sinceridade absoluta e busca incessante pela felicidade junto às pessoas”.

Armindo Antônio Ranzolin

De Caxias do Sul/RS, Armindo Antônio Ranzolin nasceu em 8 de dezembro de 1937. Com um ano de idade mudou-se para Lajes/SC, onde, ainda jovem, começou a escrever para um jornal local sobre esporte amador. Da infância, Ranzolin mantém vivas as lembranças do Repórter Esso durante a II Guerra Mundial. Com o surgimento da Rádio Nacional, uma grande emissora com alta potência, o menino de Lajes passa a descobrir o mundo através daquela emissora. Ranzolin comenta em entrevista concedida aos alunos de jornalismo da PUC/RS que foram marcantes, naquela época, as radionovelas, o noticiário político que ouvia junto com seu pai e fatos históricos, como o suicídio do presidente Getúlio Vargas.

A Copa do Mundo de 1950, realizada no Brasil, é considerada por Ranzolin como sendo um período de grande significado. Sempre através do rádio, ele acompanhava e se empolgava com os feitos da seleção brasileira até o dia do jogo final. A derrota para o Uruguai em pleno estádio do Maracanã causou uma comoção nacional.

Jornalista e radialista profissional, começou sua carreira como narrador de esportes em 1956, na Rádio Diário da Manhã de Lajes (SC). Ali narrou sua primeira partida de futebol. Morou em Lajes até 1957, antes de ir para Porto Alegre, onde se formou em Ciências Jurídicas e Sociais em 1962, pela Faculdade de Direito da UFRGS.

Em 1959, Ranzolin é aprovado em um teste na Rádio Guaíba, trabalhando durante três meses em uma espécie de estágio. Incentivado por colegas, foi apresentado ao diretor da Rádio Difusora, onde se tornou o principal narrador esportivo entre os anos de 1959 e 1964. Pela Rádio Difusora narrou seu primeiro Gre-Nal em 1961. Começou, então, a ter a oportunidade de narrar grandes jogos. Como curiosidade, Ranzolin destaca também na entrevista na PUC/RS, que naquela época os jogos eram transmitidos por dois narradores que dividiam o campo, metade para cada um, em um sistema que era conhecido como “diagonal”.

Foi em 1969 que ele recebeu o convite para ser o segundo locutor da Rádio Guaíba. O titular na época era Pedro Carneiro Pereira. Segundo Ranzolin os anos em que trabalhou na Rádio Guaíba foram anos muito ricos em sua vida, principalmente profissional. Ingressou na Rádio Gaúcha em 1984, onde permaneceu até se aposentar.

Em 1974 fez sua primeira Copa do Mundo como narrador, completando, em 1994 a sua sexta Copa do Mundo (três na Rádio Guaíba e três na Rádio Gaúcha). Dirigiu a cobertura da Rádio Gaúcha na Copa da França, em 1998. Como âncora de programas jornalísticos, comandou as coberturas de eleições e eventos especiais em todas as emissoras onde atuou, desde 1959.

Como executivo, foi Diretor de programação das Rádios Difusora e Farroupilha de 64 até 68. Foi também superintendente da TV Piratini em 1969 e diretor de programação da Rádio Guaíba entre os anos de 1976 e 1984. Atuou como gerente de programação da Rádio Gaúcha de 1988 a 1992. Sua última função como profissional do rádio e da voz foi como diretor da Rádio Gaúcha e titular do Programa Atualidade desde agosto de 1992 até dezembro de 2007, data de sua aposentadoria com 69 anos de idade (depoimento ao Programa Vozes do Rádio, PUC/RS).

O professor de Rádio, Luis Artur Ferraretto (2008), deixou uma homenagem a Ranzolin em um de seus textos no site “Caros Ouvintes”:

Mas a voz clara e precisa de Armindo Antônio Ranzolin vai seguir presente na memória dos seus ouvintes como o narrador das maiores conquistas do esporte do Rio Grande do Sul, com passagens não só por esta função, mas também por cargos de chefia em emissoras de rádio como a Difusora, a Farroupilha, a Guaíba e a Gaúcha. Afinal, são quase cinco décadas, boa parte deste período como um dos principais nomes das jornadas esportivas do Sul do país. Sou uma destas tantas pessoas que cresceram escutando-o e, por isto, me arrisco aqui a um depoimento inteiramente pessoal e nada jornalístico.

Cid Moreira

É muito difícil encontrar uma pessoa que nunca tenha ouvido o célebre “Boa Noite” do apresentador Cid Moreira, da Rede Globo. Durante 27 anos ele apresentou a todo o Brasil as principais notícias do dia à frente de um dos telejornais mais conhecidos, o Jornal Nacional da Rede Globo. Hoje, sua voz grossa e grave ainda pode ser ouvida pelos telespectadores do Fantástico. Ainda pode-se escutar a voz magnífica de Moreira em CDs que ele lançou, entre os quais uma leitura da Bíblia, com a entonação e eloquência características do jornalista. Estes CDs já venderam mais de 30 milhões de cópias. A utilização da voz como ferramenta profissional começou quando ainda estava à frente do Jornal Nacional fazendo a gravação de Salmos. Em seguida veio o Novo Testamento. Logo depois o apresentador gravou algumas passagens bíblicas mais conhecidas, trabalho que foi vendido juntamente com os principais jornais do País a um preço simbólico de R\$ 3,90. “Nos primeiros CDs havia muita pressa, e eu também não entendia muito bem o que as passagens queriam dizer. Mas hoje, depois de estudar a Bíblia e entender melhor o que foi escrito, o trabalho ficou melhor, com uma boa interpretação”, afirma Moreira (2006).

Sua voz tornou-se sinônimo de notícia. Na época em que apresentava o Jornal Nacional, conta ele, não era como hoje, quando o apresentador participa de todo o processo da reportagem. Segundo Moreira, ele só chegava na TV na hora de apresentar o telejornal. Na transição que requeria a participação do apresentador na produção do telejornal, ele fez os cálculos e viu que não valia a pena o salário que a Globo lhe oferecia a mais pela dedicação exclusiva. Só depois de algum tempo é que Moreira se tornou exclusivo da Rede Globo, sendo autorizado a gravar somente os CDs. Segundo sua esposa, o bom-humor é o que o faz viver tão bem, mesmo com mais de 80 anos de idade. Já a voz, sua marca registrada, é de domínio divino: “Deus cuida da minha voz”, resume ele (Moreira, 2006)

Moreira (2006) explica que para manter a voz sempre perfeita ele já fez de tudo: usou sal marinho, cravo da Índia e gengibre. Sua carreira como locutor começou com ele se candidatando a uma vaga para contador. Ele mesmo relatava que naquela época, ser contador era um grande emprego, trabalhar no Banco do Brasil, por exemplo, era sinônimo de luxo. Pensando nisso, ele se formou em contabilidade. Mas foi em uma festa na residência de um amigo que sua voz foi pela primeira vez admirada. Me pediram para eu falar qualquer coisa no microfone. Tinha mania de imitar alguns locutores da época. Eu nunca imaginei que teria essa marca de Boa Noite do Cid. Mas continuando, eu pedi a esse amigo que falasse com o pai dele para eu fazer um estágio. Fui, cheguei para procurar o sócio dele. Quando ele falou que queria

ouvir a minha voz, o coração disparou. Também afirma que acha um exagero quando as pessoas falam que “se Deus tivesse uma voz, seria a de Cid Moreira” - frase que se tornou um ditado popular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início, diante da proposta de apresentar uma pesquisa sobre a voz como instrumento de comunicação e identidade pessoal de um comunicador, foi possível perceber a relevância da temática.

O jornalista, por exemplo, precisa passar uma notícia de forma clara, juntando técnicas jornalísticas aos outros instrumentos de comunicação. Nos veículos que privilegiam a oralidade, a voz é ferramenta primordial, essencial e basilar. É ela que representa o elo entre locutor e ouvinte, a conexão de universos distintos, o retrato da emoção exata daquilo que se quer transmitir. Impossível imaginar um repórter com uma voz embargada, triste, falando sobre uma nova descoberta médica que irá salvar milhares de vidas, ou informando a queda violenta da bolsa de valores em tom triunfante e voz eufórica.

Com o passar do tempo, privilegia-se a escrita e ocorre um gradativo desinteresse em abordar-se a oralidade, a voz. Talvez por sua naturalidade e uso rotineiro, tornou-se pouco percebida no nosso dia-a-dia. Mas nunca em seus primórdios: ao lado das arengas dos filósofos, das declamações dos reitores e de seus alunos, havia leituras públicas. Os escritores, às vezes até mesmo os imperadores - desde Augusto, em Roma - liam suas obras em público. As obras escritas eram pensadas em função de uma leitura pública e os autores buscavam efeitos de conferencistas de boa voz, terminando, por exemplo, com uma sententia - uma fórmula que despertava a atenção do ouvinte e resumia o que acabava de ser dito, na mais pura tradição oratória. A pesquisa tentou resgatar seus méritos e pioneirismo da oralidade e da voz, devolvendo-lhe o merecido valor.

As elaborações foram baseadas em relatos históricos e de profissionais da voz e da comunicação social. A partir de textos em que diversos autores descrevem questões atinentes à oralidade, à eloquência e ao poder de uma voz marcante e bem trabalhada, foi possível perceber o caráter histórico do processo da voz e seu papel na construção da civilização. É certo que, nas páginas deste artigo, não estudamos, nem tivemos, mesmo, a preocupação de estudar a personalidade, a carreira, a oratória e o poder da voz de todos os grandes nomes da história da comunicação. Como era natural, tivemos que selecionar com ponderação, a fim de que somente

alguns entre os maiores pudessem merecer uma atenção mais profunda, ajudando desta forma a ilustrar e lançar luz sobre esse trabalho.

Assim, a partir dos relatos, pesquisas e dados apresentados, percebemos a importância das mesmas para a compreensão de que o som produzido pelo ser humano - a voz - foi um veículo de comunicação largamente utilizada desde o começo da civilização na Grécia Antiga, passando por Roma, onde tudo se organizava em torno da vontade de fazer da comunicação social uma das figuras centrais da vida cotidiana, com destaque para a oralidade - e até hoje está presente em nossas televisões digitais e rádios de alta frequência.

Para José Paulo de Andrade (apud César, 2005), a voz dentro da comunicação começou a ser desvalorizada e despercebida por causa da televisão.

O advento da televisão acabou com que o rádio tinha de mais sedutor, e não foram poucos os que, tentados pela novidade, previram o seu fim. Esqueceram-se de que a maneira elementar de o ser humano se comunicar é a oralidade. A voz, em seu estado puro, ainda é a mais expressiva forma de comunicação [...]. (Andrade apud César, 2005).

Portanto, o profissional da voz precisa ser confiante, marcante, descrever vivamente as emoções, retratar no palco do espírito os fatos na sonoridade da voz, com alcance e flexibilidade, firmeza, dinamismo e energia. Uma bela voz toca a mente e o coração, declaram Kyrillos, Feijó e Gama (2005). E como pensar diferente ouvindo a voz firme de Milton Jung? Ou comemorar com Haroldo de Souza um gol do clube do coração? Como descrever a informação passada pelas vozes firmes e determinadas dos locutores do Repórter Esso?

Ao atravessar a Antiguidade, permanece e instala-se a voz como força central da vida cotidiana, peça e porção indivisa do complexo contexto que é a comunicação humana.

REFERÊNCIAS

- Bittencourt, A. (1989). Falar bem já não é segredo. Rio de Janeiro: Bloch.
- Briggs, A., Burke, P. (2002). Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- César, C. (2005). Rádio, a mídia da emoção. São Paulo: Summus.
- Ferraretto, L. A. (2007). Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20. Canoas: Ed. Ulbra.
- _____ (2008). Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Dc Luzzatto.
- Ferreira, L. P. (2004). Voz Ativa: falando sobre o profissional da voz. São Paulo: Roca.

Freire, R. M., Piccolotto, L. (1991) Técnicas de Impostação e Comunicação Oral. 3 ed, São Paulo:Loyola.

Gontijo, Silvana (2001). O Mundo Em Comunicação. Rio de Janeiro: Aeroplano.

Ipanema, M. de, Ipanema, C. de. (1976). História da Comunicação. Brasília: Ed. Universidade de Brasília.

Kyrillos, L., Cotes, C., Feijó, D. (2003). Voz e corpo na TV: a fonoaudiologia a serviço da comunicação. São Paulo: Globo.

Queiroz, J. G. de. (1998). Manual Do Orador. Goiânia: Cultura E Qualidade

Sodré, H. (2007) História Universal da Eloquência: discursos que marcaram a história da humanidade.Petrópolis (RJ): Catedral Das Letras.

Teodoro, G. (1980). Jornalismo na TV: uma obra completa escrita pelo famoso locutor da TV brasileira. Rio de Janeiro: Tecnoprint.

Vampré, O. A. (1979) Raízes e Evolução do Rádio e da Televisão. Porto Alegre: Feplam.

Obras Consultadas

Borelli, S. H. S. (Org., 1994). Gêneros Ficcioneis, Produção E Cotidiano Na Cultura Popular De Massa. São Paulo:Intercom.

Borges, R. da S (2002). Rádio: a arte de falar e ouvir. São Paulo: Paulinas.

César, C. (1996). Rádio: Inspiração, Transpiração E Emoção. São Paulo: Ibrasa.

_____. (1990) Como falar no Rádio: prática de locução am/fm. São Paulo: Ibrasa.

Cícero. Orações (1964). Rio de Janeiro-São Paulo: Jackson.

_____. (1956) Os Deveres. São Paulo:Saraiva.

_____. (1996) Da República.São Paulo: Edipro.

Di Franco, C. A. (1996). Jornalismo, Ética e Qualidade. Petrópolis (RJ): Vozes.

Ferreira et al. (1998). Voz Profissional: o profissional da voz. 2 ed. São Paulo.

Goldfeder, M. (1980). Por trás das ondas da rádio nacional. Rio De Janeiro: Paz e Terra.

Kyrillos, L., Feijó, D., Gama, A. C. C. (2005). Fonoaudiologia e Telejornalismo. São Paulo: Revinter.

Lindholm, C. (1990). Carisma: êxtase e perda de identidade na veneração ao lider. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Lins C. A. (1999) Oralidade Texto e História: para ler a história oral. São Paulo: Loyola.

Mcleish, R. (2001) Produção de Rádio: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo:Summus.

Revista Pesquisa em Ação, ISSN 2965-6346

Recife, vol. 1, p. 74 - 95, janeiro-dezembro, 2023

Recebido: abril, 15, 2023; Aprovado: maio, 16, 2023

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editora-chefe: Viviane Rossato Laimer