

# Rádio-Leituras

**Ano V Número I**

**Edição: janeiro – junho 2014**

**ISSN 2179-6033**







# Rádio-Leituras

**A Revista Rádio-Leituras (ISSN: 2179-6033) é uma publicação do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor).**

## **Equipe e Contato**

### *Editores*

Debora Cristina Lopez, Universidade Federal de Ouro Preto

Marcelo Freire, Universidade Federal de Ouro Preto

Nair Prata, Universidade Federal de Ouro Preto

### *Conselho Editorial*

Ada Cristina Machado Silveira, Universidade Federal de Santa Maria

Eduardo Meditsch, Universidade Federal de Santa Catarina

Luciana Mielniczuk, Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Luciano Klöckner, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Luiz Artur Ferraretto, Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Marcelo Kischinhevsky, Universidade Estadual do Rio de Janeiro

María del Pilar Martínez-Costa, Universidad de Navarra

Nelia Rodrigues Del Bianco, Universidade de Brasília

Othon Fernando Jambeiro Barbosa, Universidade Federal da Bahia

Sonia Virgínia Moreira, Universidade Estadual do Rio de Janeiro

### **Pareceristas da edição:**

Ana Baumworcel (UFF)

Cláudia Irene de Quadros (UFPR)

Janderle Rabaioli (UFSM)



# Rádio-Leituras

Marcelo Kischinhevsky (UERJ)

Mirian Redin de Quadros (UFSM)

Mirna Tonus (UFU)

Roscéli Kochhann (Unemat)

## *Projeto Gráfico*

Marcelo Freire, Universidade Federal de Ouro Preto

## *Endereço Postal:*

Universidade Federal de Ouro Preto | Instituto de Ciências Sociais Aplicadas | Revista Rádio-Leituras

A/c Debora Cristina Lopez

Rua do Catete, 166, Centro, Mariana, MG

email: [radioleituras@gmail.com](mailto:radioleituras@gmail.com)

## *Editora:*

FACOS/UFSM

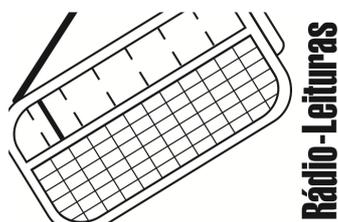
Universidade Federal de Santa Maria

Avenida Roraima, nº 1000

Cidade Universitária

Bairro Camobi

CEP:97105-900 Santa Maria – RS



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

## Sumário

Apresentação - Narrativa e memória. Entretenimento e jornalismo:  
(re)visitando a radiofonia ..... 05

*Debora Cristina Lopez, Marcelo Freire, Nair Prata*

When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future? ..... 08

Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o  
futuro? ..... 23

*Dominique Norbier*

A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do  
Recife ..... 39

*Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha*

Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia  
na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa ..... 56

*Lourival da Cruz Galvão Júnior*

Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital ..... 73

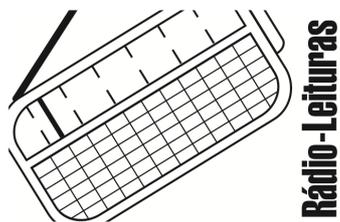
*Maria Mariana Neto Guerreiro*

A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do  
Radioconto “O Lar Vazio” ..... 102

*Vera da Cunha Pasqualin*

O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil ..... 118

*Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes*



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

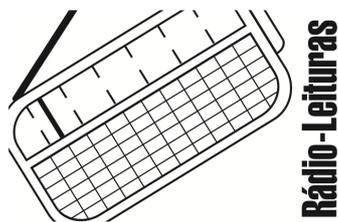
Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's..... 141

Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950..... 164

*José Ricardo Pinto Carvalheiro*

PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste ..... 189

*Miguel Angelo Corrêa*



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

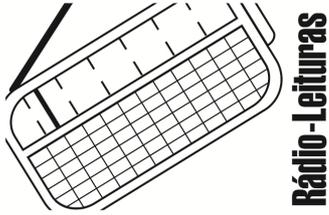
## **Narrativa e memória. Entretenimento e jornalismo: (re)visitando a radiofonia**

No marco dos seus cinco anos de existência, a revista Rádio-Leituras apresenta aos seus leitores uma visita pela radiofonia, guiada por autores inscritos em distintas perspectivas teóricas e que lançam seu olhar sobre o meio refletindo sobre sua caracterização, o jornalismo que produz, sua responsabilidade com o entretenimento e os desafios do ensino.

O primeiro artigo, “When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?” (apresentado também em versão traduzida para o português), de Dominique Norbier, centraliza sua abordagem na participação da audiência a partir do *crowdsourcing* e das redes sociais. A autora desenha um cenário vinculado à convergência, realidade que reverbera também em outros artigos desta edição, demonstrando a força desta questão para a área.

Esta realidade aparece no segundo texto. Em “A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Comercio do Recife”, Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva e Heitor da Costa Lima Rocha estabelecem um diálogo entre os gêneros radiofônicos e as teorias do jornalismo para tentar compreender o processo de construção da notícia no meio, contextualizando-o no cenário da convergência. Para isso, os autores tocam também na questão narrativa, que lhes servem de complementação na construção do texto.

A estrutura da notícia também reside na abordagem de Lourival da Cruz Galvão Júnior em “Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa”. No artigo, o autor apresenta uma discussão fundamental para o futuro do rádio: a relação entre o processo de convergência e a potencialização dos aspectos sensoriais do meio. Assim, parte do estudo de caso da universidade portuguesa para vincular esse



## **Narrativa e memória. Entretenimento e jornalismo: (re)visitando a radiofonia**

Debora Cristina Lopez, Marcelo Freire e Nair Prata

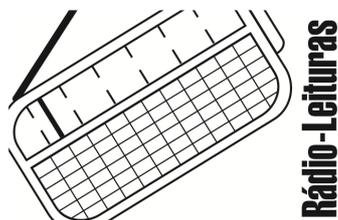
conteúdo às discussões sobre ensino. Maria Mariana Neto Guerreiro compartilha suas preocupações sobre a interface entre o rádio e a educação. No artigo “Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital”<sup>1</sup> o olhar se volta aos hábitos de consumo de rádio por jovens e as possibilidades que oferece para a educação para os meios de comunicação. Para a autora, “A educação para os *media*, neste estudo com enfoque na utilização da rádio, mostra ser cada vez mais necessária para proteger e capacitar os indivíduos, desde idades precoces, na sua utilização dos *media*, que convida cada vez mais à participação”. Entre outras coisas, a educação para o rádio permitiria o desenvolvimento de habilidades orais e expressivas vinculadas ao meio.

A expressividade oral também aparece como protagonista no artigo de Vera da Cunha Pasqualin. Em “A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto ‘O Lar Vazio’” a história, o entretenimento e a construção narrativa se unem para auxiliar na compreensão do fazer midiático. A autora toma como objeto de seu artigo o roteiro da peça radiofônica e sua adaptação para jornal, ambos levados ao público em 1946. Neles, observa as estratégias narrativas adotadas para cativar e envolver a audiência. Os radiocontos aparecem também no texto “O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil”, de Cristina Brandão e Guilherme Moreira Fernandes. Através de uma análise do programa “Contos do Rádio”, os autores identificam modificações na narrativa e formato da dramaturgia radiofônica brasileira, respeitando a trajetória e as características originais do gênero em sua observação.

Este olhar sobre a história do rádio, seu vínculo com a audiência e a importância dele na sociedade é apresentado também por José Ricardo Pinto Carvalheiro em “Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930’s to the 1950’s” (publicado nesta edição também em versão traduzida). Utilizando uma abordagem biográfica, apresenta a relação do rádio

---

<sup>1</sup> Com o objetivo de preservar a autoria, os editores optaram por manter a redação original de português de Portugal no artigo.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

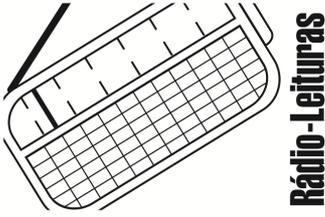
com as mulheres a partir da memória das entrevistadas. Os resultados são analisados à luz do contexto sociopolítico do período e permitem ao autor realizar inferências sobre o papel do rádio como personagem da vida das mulheres do período. Completando os artigos da edição, Miguel Angelo Corrêa escreve “PRI-7: Acheugas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste”. Nele, retoma a história da primeira emissora de Campo Grande (MS), a atual Difusora Pantanal AM 1240 kHz, relacionando-a com a perspectiva de oralidade na transmissão da cultura de Paul Zumthor.

Dos primórdios do meio às suas perspectivas e desafios para o futuro, os artigos desta edição refletem sobre o conteúdo radiofônico, as estratégias adotadas e o papel que exerce na sociedade. Seja ontem ou hoje, seja no jornalismo ou entretenimento, seja no ensino sobre a produção ou sobre o consumo do rádio as pesquisas se relacionam e se complementam, conduzindo-nos a uma (re)visitação do campo e de sua complexidade.

Boa leitura!

Debora Cristina Lopez, Marcelo Freire e Nair Prata

*Editores*



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier<sup>1</sup>

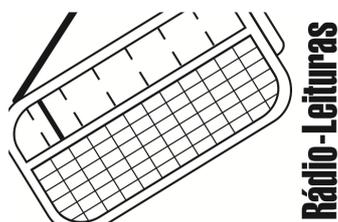
### Abstract

Audience participation is evolving. On the other hand, digital technologies also provide the means for listeners to create and develop content. This behavior leads to the concept of participative radio based on crowdsourcing, enhancing the opportunities for listeners' participation. But another tool, the social networks, also helps to shape new modalities for audience participation. Besides the vertical connection between radio stations and listeners, they establish a horizontal connection between their members. Such a horizontal connection creates a living entity made of listeners. This living entity is participative, active, connected, communicating and intelligent at the opposite of passive mass audience. But this collective intelligence will in turn open the door to new kind of structures such as collective and collaborative projects which structure is not only horizontal but also moving, evolving, or even discontinuous in time or in space because it is spread among all its the participants. We can find in this trend a development of grassroots participation and content appropriation by the audiences. Such a development is made possible and easier by digital technologies combining crowdsourcing and connection through the social networks.

**Keywords:** crowdsourcing, social networks, webradios

---

<sup>1</sup> The author is lecturer in economics and logistics at the University of Nice Sophia Antipolis (I.U.T. de Nice), have a Ph.D. in economics on the topic of innovation (« The Innovative Process and its Development) and recently applied the research topic to the digital technologies paradigm and specifically to the field of radio broadcasting in order to study the changes and adaptations occurred in this sector as well as the new forms of radio that emerged in consequence, especially radio webcasting.  
Email: [dominique.norbier@gmail.com](mailto:dominique.norbier@gmail.com)



## Introduction

Audience participation is not a new phenomenon in the radio landscape. But participation modalities evolve with the state of technology. From mails, phone, SMS, emails, forums, blogs, and finally to social networks, it extends over multiple platforms that allow radio stations to be permanently connected with their listeners and to establish a two-way relationship, encouraging listeners to more and more involvement and interaction.

On the other hand, technology also provides the means for listeners to create new radio content or to appropriate existing one, to change and develop them by bringing their own contribution and then seek to broadcast these new content.

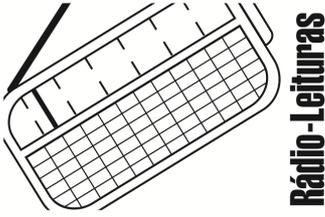
This behavior leads to the concept of participative radio based on crowdsourcing or radio made by its listeners. They can choose content either by personalization or by voting for content to be broadcasted. They can also produce content like podcasts, for example, which will then be diffused.

The idea of crowdsourcing consists in submitting a task, a problem or a question to a group of people, not necessarily connected together, in order for them to provide a solution. Crowdsourcing offers also the possibility to divide a project into elementary tasks performed by each participant so that each one, bringing his individual contribution to the joint project, would operate like a collective intelligence. Internet is indeed the ideal ground for this kind of collaboration.

But the Internet is also the location of social networks that establish a horizontal connection between members.

What happens then when both concepts of crowdsourcing and social networks come together?

What happens when listeners who are also content producers are interconnected via social networks?



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

What happens when the vertical connection that links the radio to its listeners/producers is completed with a horizontal connection between listeners/producers?

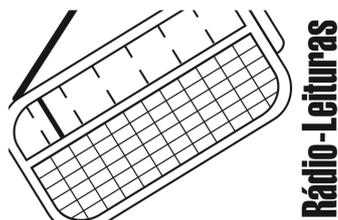
The aspect that will interest us here is the combination of these two concepts, both coming from the digital paradigm: crowdsourcing and social networks. The goal is to see how they can shape new models of radio.

We will study how social networks provide a collective and collaborative individual participation shaping a model of crowdsourced radio different from the vertical structure that we usually know. This model implements a collective intelligence that appears in the context of a participatory networked economy and of a convergence culture.

### 1. The Importance Of Social Networks And Crowdsourcing

A first study (Living and Learning with New Media, 2008) shows significant results in the use of online social networks. Moreover, it also describes a networked participative economy. An important fact with online social networks is that they allow continuing a social network already set up in real life. This allows the network organization to continue and to perpetuate even when its members are not physically in the presence of each other. Clearly, the entry into the digital paradigm and the use of the new technologies that this paradigm offers, gives the opportunity to develop the social behavior of individuals. This is a purely social activity. This opportunity is called "friendship-driven practices" by the authors of the study.

Beside friendship-driven practices there is also an "interest-driven online activity". This activity implies a research activity and/or production of knowledge or digital content. These content are then shared between peers in order to receive feedback. This practice expands the social network to people outside the local



environment. Participants are rewarded with skills and reputation (the study cited here)

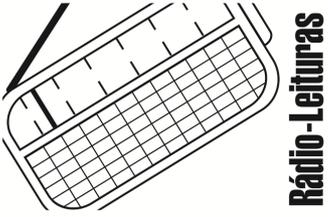
Two characteristics seem important here. The first one relates to the constitution of the social network. Firstly, we find the will to extend the real network on the internet. This shows the commitment to this mode of operation and the desire to continue to share and exchange even when people who belong to this network are not physically present. On the other hand we find the use of online social networks, not for the purpose of socialization, but for a creative or productive purpose. This shows that users appropriate technical means in order to change their way of interacting with the media. They were passive media consumers, they become active participants who are able to produce and propose content.

The second one is precisely the concept of participation: the social mode of operation is similar to the one in primitive societies described by Marcel Mauss in "the gift economy". The models described are based on the exchange of gifts. Similarly, in our case, the participants offer their time when they are involved in content production, and when they disseminate the content they receive a form of social recognition of their skills enabling them to assert their place in the network.

The question that lies behind these two types of behavior (friendship-driven practices and interest-driven practices) is what would happen if these two activities were conducted jointly. That is, the resulting network would allow the continuation of social activity through production and sharing of the created content. The productive activity would be the engine or the medium of the social activity. This study clearly shows the entry in a networked economy participatory described by Henry Jenkins.

At the same time, a study from the EBU "Public Radio and New Media Platform" focused on four European markets (UK, France, Germany, Sweden) and the USA highlights several trends:

- The decline of radio listening via broadcast AM/FM among the younger generations



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

- The growth of audio streaming especially when it is personalized and interactive like Pandora in the USA or Spotify in Europe. For example Pandora accounts for more than 50% of weekly online hours while Spotify follows the same trend in Europe where in Sweden it is more popular among young generations than public and commercial radio stations.
- Mobile listening through smartphones, radio and mobile apps is growing, either for interactive music services or radio listening
- The growing link between social networks and radio listening as the younger generations increasingly access radio via social networks such as Facebook, MySpace, Twitter and YouTube.

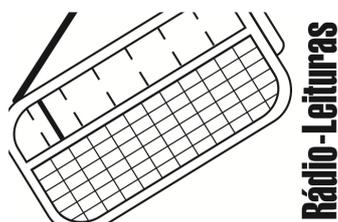
Moreover, among the winning strategies identified by this study three are interesting as far as participation and social networks are concerned :

- Take advantage of user-generated content and the “collective mind” of the listeners.
- Make creative and experimental use of social media
- Community building

So the attention is focused on listeners (their capacity to produce content and their will to be active listeners offering user-generated content) and community building (social media and collective mind).

From the results of this study we can link the popularity of music streaming services (new listening patterns) with crowdsourcing (user generated content) and community (collective mind).

Thus the two important concepts here are, firstly, the emphasis on audience participation in content production that is relying on user generated content and secondly the fact to build a community (community building). It becomes important to unite listeners around, creating a collective mind. A collective intelligence is emerging



behind this project. A collective intelligence is an entity defined by Pierre Levy as a group of individuals each of them possessing a part of the resources or knowledge. These fragmented inputs are put together in the realization of a collective project. This is what we end up by extending the analysis and by considering these two strategies together: a collective intelligence that implements the means to produce / distribute content, that is community generated content or crowdsourcing by a collective mind.

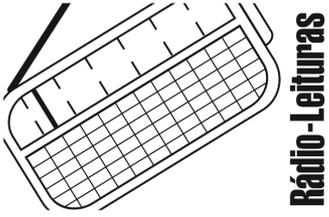
Crowdsourcing is the act of using mass collaboration enabled by Web 2.0 technologies. It can be defined as the act of delegating to a group of people (the crowd) a task that was formerly performed by specific individuals. The activity can be pursued individually as well as by groups of individuals. These groups then constitute an online community that will provide solutions. These are distributed problem-solving and / or production models. Crowdsourcing is clearly linked to the interest-driven practices highlighted in "Leaving and Learning with New Media."

We are in a crowdsourced model when production involves audiences to create and offer content but also when they are asked to participate in the creation of a program by voting for proposals made to them. Listeners can for example vote for individual songs that will form a global musical program. These are two crowdsourcing strategies from the four identified by Jeff Howes, croudvoting and crowdcreation respectively.

Crowdsourcing is clearly linked to the interest-driven practices put in evidence in Leaving and Learning with New Media. Here we want to present a few examples of crowdsourcing. These models show how it is possible to embed crowdsourcing models to traditional radio models. We will see that it can implement the strategies identified in "Public Radio and New Media Platforms i.e. take advantage of user-generated content and of the collective mind of the listeners and community building.

#### *- Listener Driven Radio*

Listener Driven Radio is a crowdsourced service where listeners control a station's playlist by voting online. Using Listener Driven Radio, listeners request a song,



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

they can also rate songs online and that input is used to automatically change over-the-air programming. The program constantly absorbs listener input, song votes, and comments on music, and automatically adapts radio station programming in real-time.

Listeners help to shape the sound of the radio station and in general the sound of radio station with which it partners. For example, Clear Channel Communications, CBS, Citadel Media, Harvard Broadcasting, and a number of major broadcasters in the USA, Canada, and Europe are using Listener Driven Radio's technology to give audiences the ability to influence on-air programming.

### - *BYO.fm*

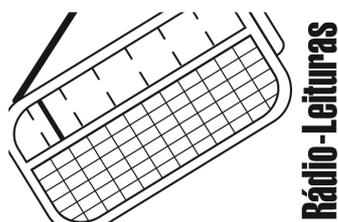
BYO.fm - for "Bring Your Own" - streams music that listeners already own, and add in a customizable selection of news, sports, and weather reports, and even a choice of voice announcers, to create personalized online radio stations.

### - *Jelli*

Jelli is a crowdsourced radio platform. The service evolves entirely around a playlist of songs managed by users in real time. It allows listeners to determine a radio show's or station's musical programming by interacting online. Listeners request music, and vote songs "up" or "down," online. The songs with the most votes are broadcasted. Jelli was born as an online service only, but it now partners with broadcast radio station offering crowdsourcing component.

### - *Kyouradio*

In 2005, San Francisco's 1550 KYCY, an AM station, became KYourRadio, a podcast-based station. Podcasters are invited to submit content for broadcasting. The station plan is to get all its programming from podcasts. The station is broadcasted in



the San Francisco area on 1550 KYCY-AM, and streamed worldwide via [kyouradio.com](http://kyouradio.com). But KYouRadio only rebroadcast podcasts meaning that it is not possible to download podcasts.

These examples highlight the following points:

- Models are vertical to the extent that they show either a bottom up or a top down strategy.

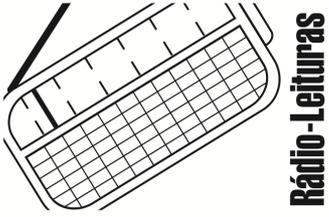
It is bottom up when listeners upload podcasts that are rebroadcasted by radio as in the case of KYouRadio. This is also what happens in the case of BYO.fm as listeners offer their own music.

It is top down when the audience choose the program from a selection proposed by the radio, as it is the case with Listener Driven Radio, when listeners ask a particular kind of music. But the strategy becomes bottom up as soon as listeners are asked to vote. The vote here is equivalent to offer content as in the case of podcasts with KYouRadio.

The same applies to Jelli which follows a logic both top-down ad bottom-up. It is top-down since the playlist is chosen and by the radio station and listeners ask the content they want from this selection and it is bottom up when listeners express their opinion on the currently broadcasted choice by voting. Voting gives them the power to change the program.

- However, the models are not explicitly set on a horizontal connection between listeners. The link is still vertical in that the connection is made between the radio station and each of the individual participants, but listeners are not related with one another.

Certainly, there is a community of listeners but we can not yet speak of a collective intelligence because the choice is made by the aggregation of votes, so by the majority, from an external body. Certainly, each participant possesses a small part of the resources and information of the overall content, but they are not connected.



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

They form a community of listeners who actively participates in the development or choice of programming but at this stage it is not yet fully exploited because participation is still individual. The members of the community cannot interact with one another and act collectively.

It is nevertheless an attempt to build a community, but we must now proceed to use this community. We have just seen the contribution of crowdsourcing in the sense that crowdsourcing can build a community. Now we focus on the contribution of social networks that will allow making a full use of this community and using it at the best of its possibilities.

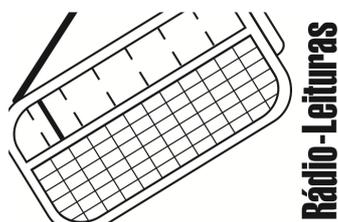
### 2. The Contribution Of Social Networks

We have just seen that crowdsourcing creates a community of active and participative listeners and that interaction takes place through a vertical connection between this community and the radio station that uses its contribution. The online social networks will add to this vertical link a horizontal connection between the members of the community. This link will enable them to interact with each other and with the program to which they contribute.

Specifically, the contribution of online social networks is characterized by the possibility to share content within a community of listeners. It also enables a simultaneous and collective listening among the group and a collective interaction during the listening experience.

Sharing content is similar to distribution of content within a community of listeners. In this context each member can share what it is listening to with the others and the others can reciprocally add content they want to share. At the same time this sharing contributes to create a shared playlist, i.e. the production of a collective global content. Examples:

- *Facebook Connect*



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

Facebook Connect is a set of applications from Facebook that enables Facebook members to log onto third-party websites, applications, mobile devices and gaming systems with their Facebook identity. While logged in, users can connect with friends and post information and updates to their Facebook profile.

Applied to radio stations Facebook Connect enable listeners to share what they like or what they are listening to and it hence contributes to create a first attempt of collective experience.

Last.fm has already added Facebook Connect. This system allows users to link their Facebook accounts to Last.fm. Users are able to import artists they've "Liked" on Facebook into their Last.fm collections. The service also offers a "Friend Finder" tool which adds the ability to create and expand the social network.

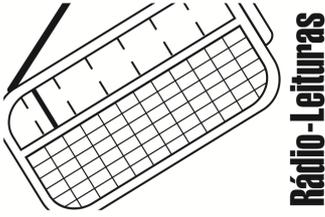
17

- *Twitter & Rdio :*

On December 2010 when Twitter expanded its integrations with third-party multimedia services it also offered a link with Rdio. Rdio is an online music subscription service created by Skype founders Niklas Zennström and Janus Friis. When a subscriber tweets out a song, Rdio members can listen to the full-length song. The other Twitter users can hear thirty second song previews. It is also possible to share music with "friends" by linking the Twitter account to Ping.

- MOG, a subscription music service that offers on-demand music features as well as customizable web radio streams, has added a Facebook integration to its beta HTML5 web player. Facebook integration recommends new music to users based on what artists they have "liked" on the social network.

These examples relate primarily to online music services but they help to identify that it is possible, thanks to social networks, to create a community of listeners based on shared content.



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

Up to that point social networks helps building a collective listening experience. However, the other members' listening experience is still time delayed. In a first stage a listener chooses content, then it shares this content with other members who can, in a second stage listen to it. The process is repeated till a collective content in the form of a shared playlist is created. The content is created collectively and shared or distributed but it is never listened to simultaneously.

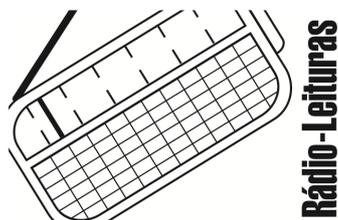
Other examples show that it is possible to create a collective listening experience that is at the same time simultaneous, as it happens with a radio program.

- Spotify and Facebook have partnered to deliver a music streaming service on the social networking website (May 2011) Users will be able to stream Spotify's music library via Facebook. As It is hosted on Facebook, the music service will include a function that lets Facebook users listen to music simultaneously with their friends over the social network.

An alternative to the partnership with social networks is to evolve into a social network. This is what happens with Pandora. Pandora, the online music streaming service based on the genome project, chooses for each user content that are close to what these users have been listening to. Pandora started with music but it is expanding beyond as it has been offering, since May 2011, personalised comedy streams (through the "comedy genome project") with the opportunity in the long term, to include also sports, talk, news and other forms of content.

The new Pandora's web site emphasizes social features and allows users to comment and share content through Pandora much more easily. They can also see, via a music feed, what their friends are listening to on Pandora (like Rdio's social features, or Facebook's news feed). So Pandora is becoming a social network.

Previously we have seen that Jelli allows users to select the programming by voting for content to be broadcasted. During the broadcast, they can still affect real-time programming by voting for the continuation or discontinuation of the broadcast.



Jelli also allows participants to build communities that can collectively choose programming through their vote. Jelli provides these communities with a chat room where the members can socialize, share their opinion, express comments, lobby for their favorite songs or organize a playlist created and controlled collectively by the community.

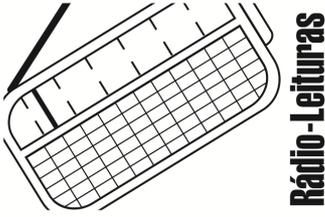
Up to that point we have seen that crowdsourcing and social networks lead to the creation of a community acting like a collective intelligence in the way that all its members are linked and can interact with one another in order to produce collectively a global content. This content can share among the community's members who can also listen to it simultaneously.

But such a community is disseminated and not properly structured. The last stage would end up in the constitution of a place, be it virtual, showing a formal structure and rules.

### **3. Crowdsourcing, Social Networks And Virtual Places**

A listening room is a virtual space where people gather to play and listen to music. Each participant, each one in his turn, chose the music it likes and plays it to the other listeners who can express comments and vote for what they are listening to. There are many examples that show up the same characteristics and the same operating mode like for example [turntable.fm](http://turntable.fm), [Rolling.fm](http://rolling.fm), [Listening Room](http://listeningroom.fm) or [Outloud.fm](http://outloud.fm).

The first feature one notices is the ability to collectively listen to the program, untill now these services allowed to share a selection of music with peers but not to listen to it simultaneously and collectively. It was possible to transmit a selection of content but each member was only able to listen to it individually and moreover the listening was time delayed.



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

The collective listening experience is now possible because the participants are linked together and form a social network. More precisely, the listening room is a social network that allows participants to be virtually in the presence of each other.

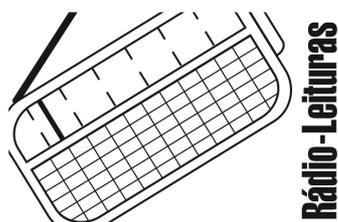
This feature is new not only for music listening sites but also for patterns of radio structures where listening is certainly simultaneous but where listeners are not connected and cannot communicate with each other, the structure remains vertical. Clearly, this feature comes from the contribution of social networks.

The second characteristic is that the program is created collectively by the individual participation of each user. Indeed each participant brings to the listening room the music he likes and submits it to the others by playing it. This is repeated every time a player takes his turn. Thus, each individual contribution helps to form the collective content.

The interesting aspect is the absence of a higher authority that decides what will be released as it happens in the crowdsourced model of radio that we already know in which content producers submit their production and a decision-making body at a higher level decides which content will be broadcasted. It is a vertical model that separates production and distribution.

Here, the model is horizontal. This means that on the one hand there is no separation between production and dissemination. The participant whose turn it is to play music proposes a song (or content, in a more elaborated version) and by this single act is also the one who decides to broadcast it.

Moreover, on a global level the community members propose and decide, produce and broadcast. In addition all participants are on the same level as everyone takes its turn and everyone can comment and rate what it is listening to, thus contributing to the choice of the overall program. All these participants are connected to each other horizontally through social networks.



Another significant feature is the way the program is developed. Such a program is built with small individual contributions, each one bringing its own resources to the collective project. We obtain here what Pierre Levy calls a collective intelligence. A community where each one owns a part of the resources, music in this case, needed to produce the overall objective. So we find the realization of the issue mentioned earlier on the combination of social and productive activities within the same network.

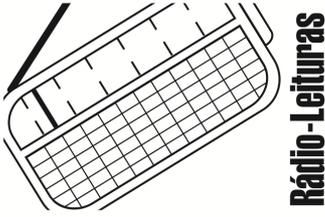
## Conclusion

Of course we will not assert that online streaming services or online listening rooms are radios. But these models are the result of a combination between the use of social networks to connect users and crowdsourcing and they lead to a horizontal structure, a network made up of users in which individuals collaborate in the collective content production and distribution. Moreover, these models share some characteristics with radio: collective and simultaneous listening, a community of listeners connected to the radio station but now each listeners belonging to the community is connected with the others through social networks.

It is the reason why it could be worth considering extending and applying these patterns to other contents than music. This could lead to new patterns of radio structures, networks of listener-producer-broadcasters of content and program based on crowdsourcing.

The creation of a living entity made of listeners, participative, active, connected, communicating and intelligent at the opposite of passive mass audiences and also different from individual listeners requesting or offering personalized content, but still isolated.

Will this entity still need the kind or Radio model that we already know it? Will it not depart from that classical model to create a new one more similar to its own



## When Crowdsourcing Meets Social Networks: a Return to the Future?

Dominique Norbier

image? A collective and collaborative project which structure is horizontal but also moving, evolving, or even discontinuous because it would be disseminated among all the participants, but at the same time connected on the Internet through the social networks?

We can see in this trend of internet radios or internet broadcasting the ideas of grassroots participation and appropriation of contents that had sprouted with the « radios libres » in France in the 80s for example and that digital technologies, combining crowdsourcing and connection through the social networks, make now possible and easier. This movement was seen as changing the future of radio because it involved a break with the old model. Are we, then, back to the future?

### References

BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks**. How Production Transforms Markets and Freedom. Yale University Press, New Haven and London, 2006.

HOWES, Jeff. The rise of crowdsourcing. **Wired**, June 2006

JENKINS, Henry. **Fans, Bloggers and Gamers**. New York University Press, 2006.

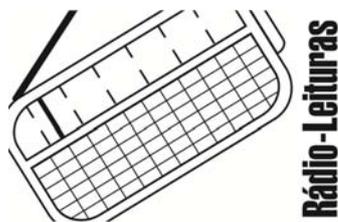
JENKINS, Henry. **Convergence Culture** – Where Old and New Media Collide. New York University Press, 2006.

LEVY, Pierre. **L'intelligence collective**. Pour une anthropologie du cyberspace. Paris. La Découverte, 1994.

MAUSS, Marcel. (1925) **Essai sur le don**. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques, Introduction de Florence Weber, Quadrige/Presses universitaires de France, 2007.

Living and Learning with New Media. **Mac Arthur Foundation**, 2008.

Public Radio and New Media Platforms. **EBU-UER, European Broadcasting Union**, 2011.



## Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?

Dominique Norbier<sup>1</sup>

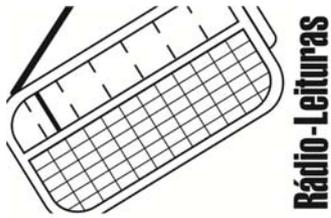
### Resumo

A participação da audiência está evoluindo. Em paralelo, as tecnologias digitais também possibilitaram que os ouvintes pudessem criar e veicular conteúdo. Esse comportamento leva ao conceito de rádio colaborativa baseada em crowdsourcing, ampliando a possibilidade de participação dos ouvintes. Porém outra ferramenta, as redes sociais, também ajudam a formar novas modalidades de participação das audiências. Além da conexão verticalizada entre emissoras de rádio e ouvintes, ela estabelece uma conexão horizontal entre os seus membros. Essa conexão horizontal é uma entidade viva feita de ouvintes que é participativa, ativa, conectada, comunicativa e inteligente ao invés de uma massa passiva. Contudo, essa inteligência coletiva vai abrir o caminho para novos tipos de estrutura como as dos projetos coletivos e colaborativos cujas estruturas não são apenas horizontais, mas são dinâmicas, evoluem, mesmo de forma não contínua no espaço e tempo porque espalham-se entre todos os seus participantes. Nós podemos identificar nesta tendência a consolidação da participação e da apropriação dos conteúdos pela audiência. Essa consolidação é possibilitada e facilitada pelas tecnologias digitais combinadas com o crowdsourcing e a conexões feitas por meio das redes sociais

**Keywords:** crowdsourcing, redes sociais, webrádios

---

<sup>1</sup> A autora é professora de economia e logística na University of Nice Sophia Antipolis (I.U.T. de Nice), é Doutora em economia com foco em inovação (“O processo inovativo e seu desenvolvimento”) e recentemente aplica a pesquisa ao paradigma das tecnologias digitais ao campo da radiodifusão com propósito de estudar as mudanças e adaptações ocorridas no setor, assim como as novas formas de rádio que emergem como consequência, especialmente o webcasting radiofônico. Email: [dominique.norbier@gmail.com](mailto:dominique.norbier@gmail.com)



## Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?

Dominique Norbier

### Introdução

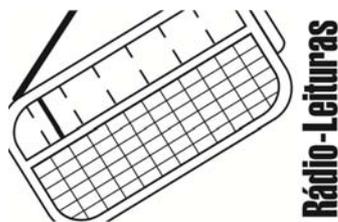
A participação da audiência não é um fenômeno novo no cenário do rádio, mas as modalidades participativas envolvem um novo tipo de tecnologia. Desde cartas, telefone, SMS, emails, fóruns, blogs e, finalmente, redes sociais, isso se espalha por múltiplas plataformas que permitem as emissoras de rádio estarem permanentemente conectadas com a sua audiência e possibilita que o estabelecimento de uma relação bilateral, encorajando-os a interagirem e se envolverem mais e mais.

Por outro lado, a tecnologia também oferece ferramentas para que os ouvintes criem novos conteúdos radiofônicos. Ou ainda que se apropriem dos já existentes, trazendo mudanças ou melhorias com as suas contribuições e procurem como transmitir esse novo conteúdo.

Esse comportamento leva ao conceito de rádio participativo baseado no crowdsourcing ou rádio feito pelos ouvintes. Eles podem escolher conteúdo tanto por personalização quanto por votação do conteúdo a ser transmitido. Eles podem também materiais como podcasts, por exemplo, que pode ser difundidos.

A ideia de crowdsourcing consiste em submeter uma tarefa, problema ou questão a um grupo de pessoas, não necessariamente associadas, a fim de que eles encontrem uma solução. Crowdsourcing oferece também a possibilidade de dividir um projeto em tarefas simples executadas por cada participante para que assim cada um deles traga sua contribuição individual para o projeto, podendo operar como uma inteligência coletiva.

A internet é, de fato, o terreno ideal para esse tipo de colaboração. Mas a internet é também o local em que as redes sociais estabelecem uma conexão horizontal entre os membros. O que acontece quando ambos os conceitos de crowdsourcing e redes sociais se encontram? O que acontece quando os ouvintes que também produzem conteúdo estão interconectados por uma rede social? O que



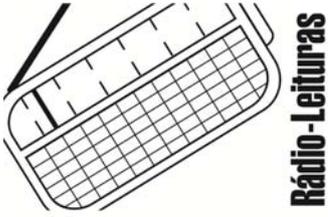
acontece quando a conexão vertical que liga rádio e ouvintes é complementada com um conexão horizontal entre público e produtores?

O aspecto que vai nos interessar aqui é a combinação desses dois conceitos, ambos vindos do paradigma digital: crowdsourcing e redes sociais. O objetivo é ver como eles formam novos modelos de rádio. Nós vamos estudar como redes sociais possibilitam uma participação coletiva e colaborativa na formatação de um modelo de rádio crowdsourced diferente de uma estrutura vertical que nós conhecemos. Esse modelo implementa uma inteligência coletiva que aparece no contexto da economia da participação em rede e da cultura da convergência.

### **1. A Importância das redes sociais e do crowdsourcing**

Um primeiro estudo (Living and Learning with New Media, 2008) mostra resultados significativos no uso de redes sociais online. Além disso, ela descreve uma economia participativa em rede. Um fato importante sobre as redes sociais online é que elas permitem a continuidade de uma rede social já criada na vida real. Isso permite um estrutura em rede continue e se perpetue mesmo quando seus membros não estão fisicamente presença um dos outros. Claro que a passagem para o paradigma digital e o uso das novas tecnologias que essa paradigma oferece dão a oportunidade do desenvolvimento dos comportamento dos indivíduos. Essa é um atividade puramente social e essa oportunidade é chamada, pelo autores do estudo, de "práticas direcionadas pelas amizades".

Além das práticas direcionadas pelas amizades, existem também as "atividades direcionadas por interesses online". Essa atividade implica na pesquisa de atividades e/ou produção de conhecimento ou conteúdo digital. Esse conteúdo são então compartilhando entre os pares a fim de obter um feedback. Essas práticas expandem a rede social para fora do ambiente local. Participantes são recompensados com habilidades e reputação (no estudo citado anteriormente).



## **Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?**

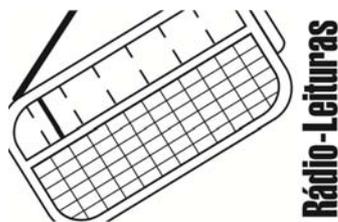
Dominique Norbier

Duas características parecem importantes aqui. A primeira está relacionada com a constituição da rede social. Inicialmente, nos encontramos a vontade de estender as redes reais na internet. Isso mostra o comprometimento a esse modo de operação e o desejo de continuar a compartilhar e intercambiar mesmo quando as pessoas que pertencem a essa rede não estão fisicamente presentes. Por outro lado, encontramos o uso das redes sociais não para um fim de socialização, mas para um propósito criativo ou produtivo. Mostrando assim que os usuários se apropriam dos meios técnicos para mudar a forma de interagir com a mídia. Eles eram consumidores passivos que se tornaram participantes ativos que são aptos a produzir e propor conteúdos.

A segunda é precisamente o conceito de participação: o modo de operação social é similar ao das sociedades primitivas descrito por Marcel Mauss em "The Gift Economy". Os modelos citados são baseados na troca de presentes. Da mesma forma, neste caso, os participantes oferecem seu tempo quando estão envolvidos na produção de conteúdo e quando eles disseminam material recebido há uma forma de reconhecimento social de suas habilidade que os capacita a reafirmar o seu local na rede.

A questão que permanece entre esses dois tipos de comportamento (práticas direcionadas por amizades e práticas direcionadas por interesses) é o que aconteceria se essas duas atividades fossem conduzidas juntamente. Isto é, a rede resultante poderia permitir a continuação das atividades sociais por meio da produção e compartilhamento do conteúdo criado. A atividade produtiva seria o motor ou o meio da atividade social.

Esse estudo claramente mostra o acesso a uma economia participativa em rede como descrito por Henry James. Ao mesmo tempo, um estudo do EBU "Rádio Pública e a Plataforma das Nova Mídias" focada em quatro mercados europeus (Reino Unido, França, Alemanha e Suécia) e nos EUA destaca várias tendências:



- A queda da audiência do rádio por transmissão AM/FM entre as gerações mais novas;

- O crescimento do streaming de áudio, principalmente quando é personalizado e interativo como o Pandora, nos EUA, e Spotify, na Europa. Por exemplo, o Pandora contabiliza em mais de 50% dos usuários o acesso semanal à ferramenta. O Spotify segue a mesma tendência na Europa, na Suécia é mais popular nas gerações mais novas do que as emissoras públicas e comerciais.

- Audiência móvel através de smartphones, em rádio e aplicativos móveis, está crescendo tanto para serviços interativos de música quanto para ouvir rádio.

- O crescimento da ligação entre redes sociais e audição de rádio é proporcional ao aumento do acesso das novas gerações à rádios via redes sociais como Facebook, My Space, Twitter e You Tube.

Além disso, entre as estratégias de sucesso identificadas por esse estudo, três são interessantes no que diz respeito a redes sociais e participação:

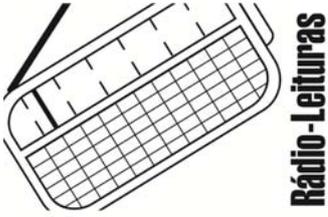
- Tire vantagem do conteúdo gerado pelos usuários e ideário coletivo dos ouvintes.

- Use de forma criativa e experimental a mídia social

- Construa comunidades

Então a atenção estará focada nos ouvintes (na capacidade deles produzirem conteúdo e de serem ouvintes ativos oferecendo conteúdo gerado por eles) e construção de comunidades (mídia social e pensamento coletivo). Pelos resultados deste estudo nos podemos vincular a popularidade dos serviços de streaming de música (novos padrões de audiência) com o crowdsourcing (conteúdo gerado por usuários) e comunidades (pensamento coletivo).

Por isso, os dois conceitos importantes aqui são, primeiramente, a ênfase na participação da audiência na produção de conteúdo para contar com esse tipo de conteúdo e depois pelo fato disso construir uma comunidade (construção de



## **Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?**

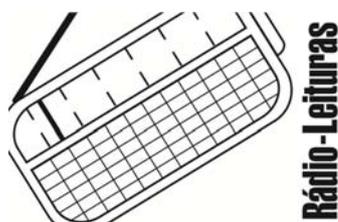
Dominique Norbier

comunidades). Isso se torna importante para unir os ouvintes, criando uma mentalidade coletiva. A inteligência coletiva emerge por detrás deste processo. Uma inteligência coletiva é uma entidade definida por Pierre Levy como um grupo de indivíduos em que cada um deles processa um parte dos seus recursos ou conhecimento. Essas partes fragmentadas são reunidas para a realização de uma projeto conjunto. Isso é o que nós temos ao expandir a análise e considerar as duas estratégias juntas: uma inteligência coletiva que implementa as formas de produzir / distribuir conteúdo, o que é um conteúdo gerado pela comunidade ou o crowdsourcing de uma mente coletiva.

Crowdsourcing é uma ação de uso da colaboração em massa possibilitada pelas tecnologias da web 2.0. Ela pode ser definida pelo ato de delegar ao um grupo de pessoas (crowd) uma tarefa que era realizada por um indivíduos específicos. Essa atividade pode ser buscada individualmente assim como por grupos de indivíduos. Esse grupos constituem uma comunidade online que vai chegar as soluções. Esse é o modelo de solução de problemas e produção distribuída. Crowdsourcing está claramente ligada às praticas direcionadas por interesses destacadas em "Leaving and Learning with New Media".

Nós estamos em um modelo baseado em crowdsourcing quando a produção estimula a audiência a criar e oferecer mas também quando eles são chamados a participar na criação de um programa através da eleição das propostas feitas por eles. Ouvintes podem, por exemplo, votar em canções individuais que irão formar um programa geral de música. Esses são dois exemplos das quatros de estratégias de crowdsourcing identificadas por Jeff Howes, crowdvoting e crowdcreation respectivamente.

Abaixo nos queremos apresentar alguns exemplos de crowdsourcing. Esses modelos mostram como é possível inserir o modelo de crowdsourcing no modelo das rádios tradicionais. Nós veremos que podem ser implementadas as estratégias identificadas em "Public Radio and New Media Plataforms" isto é, tirar vantagem do



conteúdo gerado pelo usuário, da mentalidade coletiva dos ouvintes e da construção de comunidades. Exemplos:

*- Radio dirigida pelo ouvinte (Listener Driven Radio)*

A "Rádio dirigida pelo ouvinte" é um serviço de crowdsourcing onde os ouvintes controlam o repertório da emissora votando online. Usando o formato de "Radio dirigida pelo ouvinte", o público pode pedir uma música e avaliar as canções. Essa informação é utilizada automaticamente para mudar a programação que vai para o ar. O programa constantemente colhe as informações da audiência, faixas votadas, e comentários sobre as músicas para adaptar a programação da emissora em "tempo real".

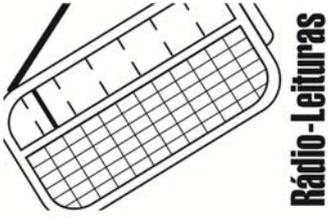
O público ajuda a moldar o som de uma estação musical e em geral o som desta rádio com cada um dos seus parceiros. Por exemplo, Clear Channel Communications, CBS, Citadel Media, Harvard Broadcasting e um grande número de emissoras importantes nos EUA, Canadá e Europa usam a tecnologia de "Rádio dirigida pelo ouvinte" para dar ao público a possibilidade de influenciar a programação que vai para ar.

*- BYO.fm*

BYO.fm para "Traga a sua própria" (Bring Your Own em inglês) - transmite música que os ouvintes já possuem e adiciona uma seleção customizável de matérias jornalísticas, esportivas e meteorológicas e até permite escolher as vozes dos anunciantes para criar estações de rádio online personalizadas.

*- Jelli*

Jelli é uma plataforma de rádio com crowdsourcing. O serviço funciona integralmente através do gerenciamento em tempo das listas de execução de música pelos usuários. Isso permite que os ouvintes determinem um programa de rádio ou a



## Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?

Dominique Norbier

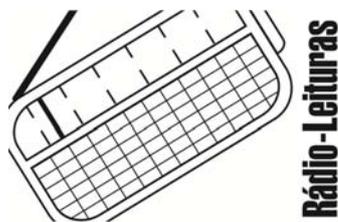
programação de uma estação através da interação online. Ouvintes pedem as músicas e votam online nela de forma positiva ou negativa. As canções mais votadas são transmitidas. Jelli nasceu como um serviço apenas online, mas agora tem parcerias com rádio tradicionais que oferecem um componente de crowdsourcing.

### - *Kyouradio*

Em 2005, a KYCY 1550 de San Francisco, uma emissora AM, tornou-se a KYouRadio, uma estação baseada em podcasts. Os produtores de podcast foram convidados a submeter conteúdo para a transmissão. O plano da emissora era ocupar toda a programação com os podcasts. A transmissão da estação alcança a área de San Francisco na 1550 KYCY-AM e transmite mundialmente através do [kyouradio.com](http://kyouradio.com). Porém a KYouRadio apenas retransmite os podcasts assim não é possível fazer download do seu conteúdo.

Destes exemplos destaco os seguintes pontos:

- Estes modelos são verticais para mostrar a extensão tanto de uma estratégia de "cima para baixo" quanto uma estratégia de "baixo para cima". É de "baixo para cima" quando os ouvintes fazem upload dos podcasts que são retransmitidos pela rádio como no caso da KYouRadio. Isso também acontece no caso da BYO.fm quando os ouvintes oferecem suas próprias músicas. É de "cima para baixo" quando a audiência escolhe uma programação a partir de uma seleção proposta pela rádio, como no caso da "Rádio dirigida pelo ouvinte", quando os ouvintes pedem por uma tipo específico de música. Contudo torna-se de "baixo para cima" assim que a audiência é pedida para votar. O voto aqui é equivalente a oferecer conteúdo como no dos podcasts da KYouRadio. O mesmo se aplica a Jelli que segue ambas lógicas de "cima para baixo" e de "baixo para cima". É de "cima para baixo" quando a partir de um repertório pré-definido pela rádio os ouvintes escolhem o que eles querem daquela seleção e é de "baixo para cima" quando o público expressa a sua opinião

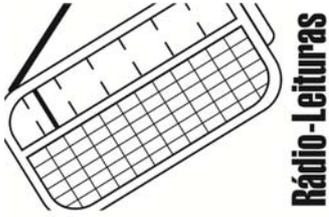


sobre o que está atualmente sendo transmitido a partir da escolha por voto. Essa votação dá a eles o poder de mudar a programação.

- Entretanto, os modelos não são explicitamente horizontais na conexão entre os ouvintes. O link permanece vertical naquela conexão que é feita entre a estação de rádio e cada um dos participantes individualmente, mas não ouvintes não estão se relacionando entre eles. Certamente, existe uma comunidade de ouvintes mas nos não podemos falar ainda em inteligência coletiva porque a escolha é feita pelo reunião dos votos, então são resultado da escolha de uma maioria, um corpo externo. Certamente, cada participante possui uma pequena parte dos recursos e da informação do conteúdo total, mas eles não estão interligados. Eles formam uma comunidade de ouvintes que ativamente participa do desenvolvimento e da escolha da programação mas neste estágio isso não é plenamente alcançado porque a participação ainda é individual. Os membros da comunidade não podem interagir uns com os outros nem agir coletivamente.

## **2. A contribuição das redes sociais**

Nos acabamos de ver como o crowdsourcing cria uma comunidade de ouvintes ativos e participativos e que essa interação acontece através de uma conexão vertical entre essa comunidade e a emissora de rádio que faz uso das contribuições. A rede social online vai adicionar ao link vertical um link horizontal entre os membros da comunidade. Essa ligação vai viabilizar a interação entre eles e com o programa que eles colaboram. Especificamente, a colaboração nos redes sociais digitais é caracterizada pela possibilidade de compartilhar conteúdo dentro da comunidade de ouvintes. Isso também permite um audição coletiva e simultânea entre os ouvintes e a interação durante essa experiência. Exemplos:



## Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?

Dominique Norbier

### - Facebook Connect

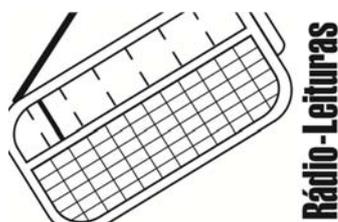
O Facebook Connect é um conjunto de aplicações do Facebook que permite que os seus utilizadores entrem em websites, aplicações, dispositivos móveis e jogos de terceiros com a sua identidade do Facebook. Quando logado, o utilizador pode-se conectar com os seus amigos, publicar informações e atualizar o seu perfil. Aplicado às emissoras de rádio, o Facebook Connect permite que os ouvintes compartilhem o que estão ouvindo ou que gostam e isso, consequentemente, contribuiu para a primeira tentativa de criar uma experiência coletiva. A Last.fm já disponibiliza o Facebook Connect. Esse sistema permite que os utilizadores vinculem as contas do Facebook e da Last.fm. Os utilizadores também podem importar os artistas que eles curtiram no Facebook para suas coleções do Last.fm. O serviço também oferece uma ferramenta de localização de amigos que possibilita criar e expandir a rede social.

### - Twitter e Rdio

Em dezembro de 2010 quando o Twitter expandiu sua integração com serviços de mídia de terceiros também foi possível se vincular ao Rdio. Rdio é um serviço de assinatura de música online criado pelos fundadores do Skype Niklas Zennström e Janus Friis. Quando os assinantes tuitam sobre uma canção, os membros do Rdio podem ouvir a música inteira. Os demais utilizadores do Twitter podem ouvir uma prévia da faixa de 30 segundos. É possível também compartilhar música com os "amigos" vinculando a conta do Twitter ao Rdio.

### - MOG

MOG é um serviço de assinatura de música que oferece recursos sob demanda assim com transmissão de webrádios customizáveis, já integrou ao Facebook o seu player de música em HTML5. A integração ao Facebook gera a recomendação de novas músicas aos utilizadores baseados em quais artistas eles "curtiram" na rede social.



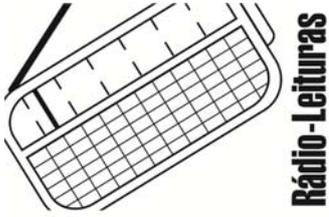
Esses exemplos se relacionam principalmente aos serviços online de música mas eles ajudam a identificar que é possível, graças as redes sociais, criar comunidades de ouvintes baseadas no conteúdo compartilhado. Até este ponto, as redes sociais ajudam na construção de uma experiência de audição coletiva. Entretanto, a audição dos outros membros ainda acontece de forma assíncrona. Em um primeiro estágio o ouvinte escolhe o conteúdo então ele compartilha para os outros membros que pode em um segundo estágio ouvir. Esse processo é repetido até que o conteúdo coletivo torne-se uma lista de músicas compartilhada. O conteúdo é criado coletivamente e compartilhado ou distribuído mas nunca é ouvido simultaneamente.

Outros exemplos mostram que é possível criar uma experiência coletiva de escuta que é ao mesmo tempo simultânea como se acontecesse em um programa de rádio.

- Spotify e Facebook fizeram uma parceria para oferecer um serviço de transmissão de música inserido em um site de rede social (maio/2011). Os usuários podem consumir música a partir da biblioteca musical do Spotify através do Facebook, o serviço de música vai incluir uma função que possibilita que outros usuários da rede social possam ouvir simultaneamente a música com os seus amigos no próprio site.

Uma alternativa a parceria com as redes sociais é transformar-se em uma. Isso é o que acontece com o Pandora. Ele é uma serviço de transmissão de música online baseado no Projeto Genoma que escolhe para cada usuário conteúdos próximos ao que ele tem ouvido. O Pandora começou com música mas está expandido para além do que vem oferecendo, desde maio de 2011, transmitindo programas de comédias (através do Projeto Genoma Comédia) com a possibilidade de a longo prazo incluir, esportes, entrevistas, notícias e outras formas de conteúdo.

O novo site do Pandora enfatiza os recursos sociais e permite que os usuários comentem e compartilhem conteúdo pela Pandora de forma mais fácil. Ele pode também ver, através do feed de música o que os seus amigos estão ouvindo no



## Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?

Dominique Norbier

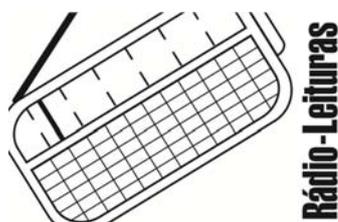
Pandora (como os recursos sociais do Rdio ou os feed de notícias do Facebook). Assim o Pandora está se tornando uma rede social.

Anteriormente nos vimos como o Jelli permite que os seus usuários possam selecionar a programação por meio da votação do conteúdo veiculado. Durante a transmissão, ele ainda podem influenciar em tempo real a programação votando pela interrupção ou continuidade da programação. Jelli também permite que os participantes possam construir comunidades que possibilitem escolher coletivamente a programação por meio das votações. Nestas comunidades é possível em uma sala de bate papo que os membros socializem, compartilhem suas opiniões, emitam comentários, façam campanha a favor das suas músicas favoritas ou organizem playlists criados e controlados coletivamente pela comunidade.

Até agora nos vimos que o crowdsourcing e as redes sociais levam a criação de uma comunidade agindo como uma inteligência coletiva de forma que todos os seus membros estão ligados a podem interagir uns com os outros a fim de produzir coletivamente um conteúdo global. Esse conteúdo pode ser compartilhado entre os membros da comunidade que podem também ouvi-lo simultaneamente. O último estágio levaria a constituição de um local, possivelmente virtual, mostrando uma estrutura formal e suas normas.

### 3. Crowdsourcing, redes sociais e locais virtuais

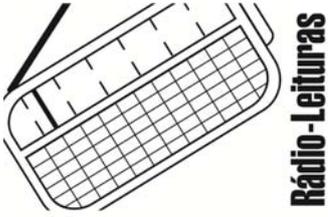
Uma sala de audição é um espaço virtual onde as pessoas se reúnem para tocar e escutar música. Cada participante, um por vez, escolhe a música que gosta em toca para os outros ouvintes que podem emitir comentários e votar no que estão escutando. Existem vários exemplos que mostram as mesmas características e a mesma forma de operar como acontece com a [turntable.fm](#), [Rolling.fm](#), [Listening Room](#) ou [Outloud.fm](#). A primeira característica que é percebida é a habilidade de coletivamente escutar um programa, até agora esses serviços permitem o compartilhamento de uma



seleção musical com os pares mas não a audição simultaneamente e coletivamente. Era possível transmitir a seleção de conteúdo mas cada membro só poderia ouvir individualmente e além disso a audição é assíncrona. A experiência de audição coletiva é agora possível porque os participantes estão ligados a uma rede social que permite que eles estejam virtualmente na presença um dos outros.

Esse recurso não existe apenas em sites de ouvintes de música mas também nas estruturas radiofônicas onde a audição é certamente simultânea mas os ouvintes não estão conectados e não podem ser comunicar uns com os outros, a estrutura permanece vertical. Claramente esse recurso vem com a contribuição das redes sociais. A segunda característica é que o programa é criado coletivamente pela participação de cada um dos usuários. De fato, cada participante traz para a sala de audição a música que ele gosta e a submete aos demais. Isso se repete cada vez que o usuário participa. Cada contribuição individual ajuda o conteúdo coletivo. O aspecto interessante é a ausência de uma autoridade superior que decide o que vai ser lançado com acontece no modelo de crowdsourcing de rádio que conhecemos em que o conteúdo é apresentado pelo produtores de conteúdo a um grupo de pessoas responsáveis pela tomada de decisões e o aquele com a posição hierárquica mais alta decide o que é ou não transmitido. Esse é um modelo vertical que separa produção e distribuição.

Quando o modelo é horizontal isso significa que de um lado não há separação entre produção e disseminação. Os participantes que tocam uma música (ou conteúdo em uma versão mais elaborada) propõem essa canção e com essa simples ação são também que decide se ela será transmitida. Além disso, em um nível global a comunidade de membros propõe e decide, produz e transmite. Todos os participantes estão no mesmo patamar a partir do momento em que todos, um de cada vez, podem comentar e classificar o que estão ouvindo, assim contribuindo com a escolha geral do programa. Todos esses participantes estão conectados uns aos outros horizontalmente através das redes sociais. Outro recurso significativo é a forma com o programa é



## Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?

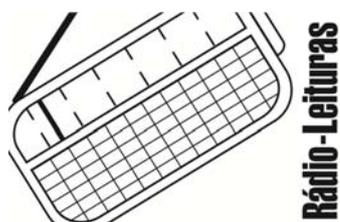
Dominique Norbier

desenvolvido. Tal tipo de programa é construído com pequenas contribuições individuais, cada uma é construída com recursos individuais que são agregados ao projeto coletivo. Nos obtemos assim o que Pierre Levy chama de inteligência coletiva. Uma comunidade onde cada um possui parte dos recursos, música neste caso, necessários para alcançar um objetivo maior. Então nos alcançamos o ponto apresentado anteriormente com a combinação entre social e atividades produtivas dentro da mesma rede.

### Conclusão

Claro que não estamos afirmando que serviços de transmissão de música online e as salas de audição virtuais são rádios. Contudo, estes modelos são resultados do uso das redes sociais para reunir usuários e o crowdsourcing e levam a um modelo de estrutura horizontal, uma rede feita de usuários em que cada um deles colabora individualmente na produção e distribuição de um conteúdo coletivo. Além disso, esses modelos compartilham algumas características com o rádio: audição coletiva e simultânea, uma comunidade de ouvintes conectadas a emissora de rádio mas agora cada um destes ouvintes pertence a uma comunidade que estão ligada aos outros através das redes sociais.

Essa é a razão porque pode valer a pena considerar a extensão e aplicabilidade destes padrões em outros conteúdos além da música. Isso poderia levar a novos padrões de estrutura das rádios, redes de ouvintes-produtores-transmissores de conteúdo e programas baseados no crowdsourcing. A criação de uma entidade viva feita de ouvintes, participativa, ativa, conectada, comunicativa e inteligência ao contrário de um público passivo dos meios de comunicação de massa e também diferente dos ouvintes individuais demandando e oferecendo conteúdo personalizado que permanecem isolados.



Será que essa entidade vai precisar do modelo de rádio que já conhecemos? Ela não vai partir do modelo clássico para criar um novo mais parecido com a sua própria imagem? Um projeto coletivo e colaborativo cuja a estrutura é horizontal e dinâmica, que evolui, e pode ser até mesmo descontínua porque poderia ser disseminada entre todos os seus participantes mas ao mesmo tempo é conectada a internet através das redes sociais?

Nos podemos ver essa tendência rádios online ou na transmissão de ideias arraigadas na participação e apropriação de conteúdos que tinham brotado, por exemplo, com as "rádios livres" na França dos anos 1980 e que as tecnologias digitais combinadas com o crowdsourcing e a conexão por redes sociais agora é possível e mais fácil. Esse movimento foi visto como uma mudança no futuro da rádio porque envolve uma ruptura com o modelo anterior. Estamos então de volta para o futuro?

### Referências bibliográficas

BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks**. How Production Transforms Markets and Freedom. Yale University Press, New Haven and London, 2006.

HOWES, Jeff. The rise of crowdsourcing. **Wired**, June 2006

JENKINS, Henry. **Fans, Bloggers and Gamers**. New York University Press, 2006.

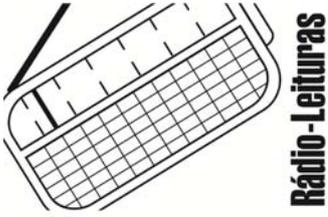
JENKINS, Henry. **Convergence Culture** – Where Old and New Media Collide. New York University Press, 2006.

LEVY, Pierre. **L'intelligence collective**. Pour une anthropologie du cyberspace. Paris. La Découverte, 1994.

MAUSS, Marcel. (1925) **Essai sur le don**. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques, Introduction de Florence Weber, Quadrige/Presses universitaires de France, 2007.

Living and Learning with New Media. **Mac Arthur Foundation**, 2008.

Public Radio and New Media Platforms. **EBU-UER, European Broadcasting Union**, 2011.



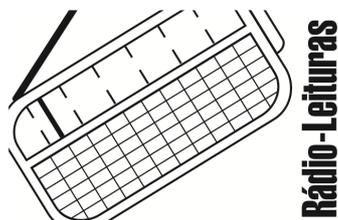
## Quando o Crowdsourcing encontra as redes sociais: um retorno para o futuro?

Dominique Norbier

### Resumen

La participación de la audiencia está mejorando. Por otro lado, las tecnologías digitales también ofrecen maneras para los oyentes crearen y desarrollaren contenido. Este comportamiento lleva al concepto de radio participativa basada en el crowdsourcing, aumento las oportunidades para la participación de la audiencia. Otra herramienta, las redes sociales, también ayuda a diseñar nuevas modalidades para la participación de la audiencia. Además de la conexión vertical entre las radios y sus oyentes, pueden establecer una conexión horizontal entre sus integrantes. Esta conexión horizontal crea una entidad viva hecha de oyentes. Tal entidad es participativa, activa, conectada, comunicativa e inteligente, el contrario de la audiencia pasiva. Pero esa inteligencia colectiva abrirá la puerta a un nuevo tipo de estructura, como proyectos colaborativos y colectivos que se organizan no solamente en eje horizontal, pero en movimiento, en progresión o mismo en discontinuidad en el tiempo y en el espacio porque se acerca de todos los participantes. Podemos encontrar esta tendencia en el desarrollo de la participación de base y de la apropiación de contenido por la audiencia. Tal desenvolvimiento es posible y facilitado por las tecnologías digitales combinando el crowdsourcing e las conexiones por redes sociales.

**Palabras Clave:** crowdsourcing, redes sociales, webrádios



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

## A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Comercio do Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva<sup>1</sup>

Heitor da Costa Lima Rocha<sup>2</sup>

### Resumo

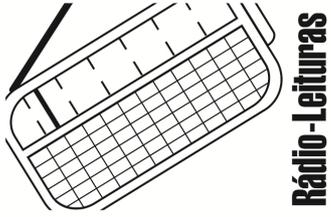
Este trabalho discute as mudanças na construção da reportagem no rádio no contexto das novas tecnologias disponíveis tomando como objeto de análise as rotinas dos jornalistas que atuam na Rádio Jornal do Comercio, com sede no Recife (Pernambuco, Brasil), suas relações com as fontes e novas formas de narrativa. Para isso, retomamos os conceitos de gêneros radiofônicos e as discussões de teoria do jornalismo no contexto do rádio. Trata-se de uma revisão bibliográfica dos referidos temas e uma primeira aproximação entre os estudos de radiojornalismo e convergência midiática. O estudo está centrado em autores das teorias do jornalismo, do rádio e nas abordagens atuais em torno da comunicação e convergência.

**Palavras-chave:** Gêneros radiofônicos; Radiojornalismo; Reportagem

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com a dissertação A Construção da notícia no Rádio e as nova rotinas produtivas: um estudo da Rádio Jornal do Comercio. Especialista em Ciência Política pela Universidade Católica de Pernambuco. Graduada em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco. Professora e História da Radiodifusão da Universidade Maurício de Nassau – Campus Recife. E-mail: [karoline.fernandes@gmail.com](mailto:karoline.fernandes@gmail.com)

<sup>2</sup> Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social, Coordenador do curso de Jornalismo e membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Orientador da dissertação A Construção da notícia no Rádio e as nova rotinas produtivas: um estudo da Rádio Jornal do Comercio (UFPE). E-mail: [hclrocha@gmail.com](mailto:hclrocha@gmail.com)



# A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

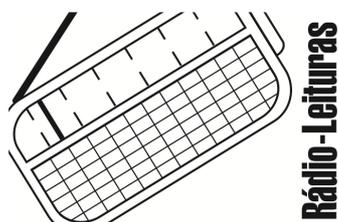
## 1. Introdução

Produzir uma notícia ou uma reportagem, em qualquer veículo de comunicação, tem se tornado cada vez mais uma atividade complexa, diante da pluralidade de pontos de vista, que, através da internet e redes sociais, potencializam essa “avalanche” informativa para o leitor/ouvinte/usuário. Este talvez seja um dos maiores desafios do jornalismo contemporâneo, cujos *valores-notícia* e rotinas produtivas se modificam a uma velocidade sem precedentes desde que estes foram estabelecidos na cultura organizacional da classe jornalística. Construir uma notícia, em tempos de mídia pós-massiva, requer um difícil condensamento de sentidos diferentes em uma estrutura mínima e dotada de lógica, e ainda, dentro de um modelo liberal de imprensa que classifica o jornalismo como uma profissão cognoscitiva que requer uma forte especialização na *narração direta, e sem mediações, do que se considera que seja a “realidade”* (ALSINA, 2009).

Este texto foi desenvolvido a partir dos seguintes procedimentos metodológicos: a) observação participante, a partir do acompanhamento das rotinas produtivas na Rádio Jornal do Commercio (Recife, PE, Brasil); b) análise qualitativa de conteúdo. O trabalho está dividido em quatro etapas, além desta introdução. Inicialmente, é apresentado um breve panorama do rádio e sua centralidade na construção da realidade do cidadão brasileiro. A pesquisa discute o estado da arte em torno dos Gêneros Jornalísticos a partir de uma perspectiva do rádio, em especial, a reportagem. Na sequência, são apresentados os dados da análise qualitativa que servem de base para este artigo.

## 2. A centralidade do rádio na construção da realidade

Segundo o paradigma proposto por teóricos como Daniel Bell (1973), a humanidade vive hoje a era chamada de Sociedade do Conhecimento, cuja dinâmica está baseada no uso compartilhado de recursos, na construção coletiva de



conhecimento, na interação livre de restrições de espaço e tempo e na valorização do direito à informação, às tecnologias de informação e comunicação e à educação, como um bem comum. Inseridos em uma realidade pós-industrial, os indivíduos também acabam se tornando dependentes da informação rápida, através principalmente da mídia. Neste contexto, o rádio passa por um processo de readequação com relação ao seu conceito, através das possibilidades da Internet e tecnologias móveis. O veículo agora permite novas interpretações acerca do próprio conceito que caracteriza este *media*, formas de fruição, linguagens, narrativas e ganho de audiência, em um ambiente de convergência.

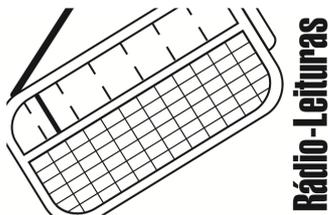
No auge dos seus 91 anos de existência, o rádio ainda é um veículo de grande penetração no Brasil, de baixo custo e de poderoso alcance, não perdendo espaço para a TV aberta, TV por assinatura ou Internet, conforme apontou, em artigo, o presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Daniel Pimentel Slavierro:

Hoje, o rádio está presente em nove entre dez domicílios. Todavia, não foram poucas as vezes que se anunciou a morte do rádio, com a chegada da televisão aberta, da TV por assinatura e da internet. Mas o rádio provou sua força, soube se adaptar e valorizar atributos como instantaneidade, interatividade, mobilidade e a proximidade com o cidadão. Eis seu grande diferencial: um conteúdo de qualidade produzido com credibilidade. O rádio ganhou aliados para expandir seu alcance, como o telefone celular, o *iPod*, o MP4 e o *tablet*. Das pessoas entre 12 e 75 anos, 8%, ou 4,2 milhões, escutaram rádio pela internet no último mês. O percentual vai a 11% entre jovens de 12 a 24 anos. Se, de um lado, a popularização da internet e das novas mídias amplia a concorrência, de outro temos certeza de que permitem que o rádio vá mais longe, conquiste mais ouvintes, atraia novos anunciantes.

Estatísticas do Instituto de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>3</sup> divulgadas em 2011, apresentam um panorama curioso com relação ao número de aparelhos em domicílios

---

<sup>3</sup> O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE se constitui no principal provedor de dados e informações do Brasil, que atendem às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil,



## A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

brasileiros. De acordo com o levantamento da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad)<sup>4</sup>, que ouviu 358.919 pessoas em 146.207 domicílios, o rádio estava presente, em 2009, em 87,8% dos lares. Em 2011, essa porcentagem caiu para 83,4%, uma redução de 0,6%, tendo sido o rádio, conforme apontou o estudo, o único bem cuja posse apresentou queda, em contraponto à televisão, fogão, filtro de água, geladeira, freezer, máquina de lavar roupas, DVD, carro e motocicleta. Nélia R. Del Bianco (2012) comenta que pesquisas de mídia do Ibope indicam que a audiência média do rádio FM é de 15% da população e 3% para o AM. Considerado o volume total de ouvintes nos 13 mercados com pesquisas regulares do Ibope, chega-se a um número aproximado em 11 milhões de ouvintes por minuto, em uma audiência segmentada entre as 380 rádios AM e FM existentes nas praças abrangidas pela medição. Dados da Ipsos Estudo Marplan EGM de 2010<sup>5</sup> apontam que os índices mais baixos de escuta estão entre jovens de 20 a 29 anos, processo que ocorre, em sua maioria, pela Internet, enquanto o consumo de AM continua estagnado na faixa etária de 45 a 49 anos. O segmento de classe C ainda é o que mais escuta rádio segundo este estudo. No entanto, com a expansão das novas tecnologias, o rádio conquista uma audiência que ainda não é computada pelas pesquisas tradicionais, embora alguns estudos tentem aproximar algum entendimento em torno da audiência a partir da internet e suas novas possibilidades.

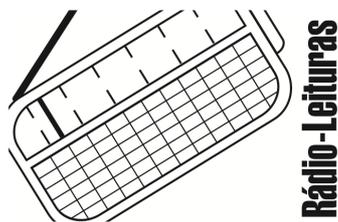
No entanto, a julgar pela população do país, estimada pelo IBGE em 195,2 milhões, (dados de 2011), pode-se dizer que o aparelho está presente em 51,4 milhões

---

bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal. Fonte: Portal do IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/disseminacao/eventos/missao/instituicao.shtm>

<sup>4</sup> A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) investiga dados sobre população, migração, educação, emprego, família, domicílios e rendimento. Resultados da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD), realizada anualmente pelo IBGE, relativas à TIC (Telefones Fixos e Celulares, Microcomputadores, Internet, Rádio e Televisão). Disponível em: <http://www.teleco.com.br/pnad.asp>. Acesso em 22 de junho de 2013.

<sup>5</sup> Mídia Dados Brasil 2011, Grupo de Mídia de São Paulo (in DEL BIANCO, 2012).

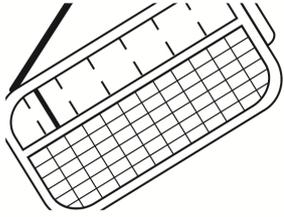


de casas – uma audiência ainda enérgica, e que tende a superar o pessimismo apocalíptico que sempre perseguiu o rádio, desde o surgimento da televisão. Para autores contemporâneos como Ferraretto (2007), apesar de não existirem, ainda, dados suficientes para antever como o veículo, até então consolidado enquanto *media* de massa, enfrentará as transformações que vêm por aí, depois de iniciada, na década de 1990, uma nova fase histórica, influenciada pela disseminação da Internet, pode-se fazer algumas projeções positivas.

No atual estágio de convergência, há que se repensar, do ponto de vista teórico e prático, como se configuram atualmente as características que sempre fizeram parte do veículo rádio: imediatismo, instantaneidade, linguagem oral, penetração geográfica, mobilidade de emissão e recepção, sensorialidade, aliadas a um baixo custo de produção e recepção. Dentro deste contexto, o rádio brasileiro toma para si reflexões com relação ao material informativo veiculado e ao profissional que produzirá este conteúdo, que requer uma adequação às demandas da sociedade moderna, aos anseios da população e à busca, enfim, do rádio *realmente democrático*, conforme preconizou Brecht (1932).

### **2.1. Os gêneros jornalísticos no rádio**

A análise em torno dos gêneros tem se tornado cada vez mais popular, segundo assinala Bhatia (1997 *apud* PRATA, 2009). O autor destaca que esse estudo não se restringe mais a um pequeno grupo de pesquisadores, mas tem se tornado muito mais amplo do que jamais foi imaginado. No entanto, seu debate com relação à prática jornalística não é novo entre os estudiosos brasileiros. Basta ouvir a programação das rádios para tentar compreender o quanto a perspectiva dos gêneros é importante no estudo dessa mídia. Uma abordagem mais empírica dos gêneros tende a tratá-los como “categorias” que norteiam a própria relação do veículo com a audiência; como “categorias” a partir das quais se decide o que se quer consumir no rádio e até o controle institucional da programação. Tratar de gêneros radiofônicos, nesse tipo de



## **A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife**

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

abordagem, limita-se a tratar de classificações orientadas geralmente pelo conteúdo, que nos permitam identificar certos tipos de programas antes ou enquanto entramos em contato com eles.

Em função da práxis profissional, a questão dos gêneros midiáticos sempre fez parte da agenda acadêmica da comunicação social brasileira, sendo intelectuais como Alceu Amoroso Lima, Barbosa Lima Sobrinho ou Antônio Olinto representantes desta vanguarda a debater sua natureza e especificidades, na metade do século XX, conforme anota José Marques de Melo.

Com relação ao gênero “informação midiática”, este pode ser definido a partir do tipo de dispositivo e traz especificações para o texto, de acordo com o suporte midiático (imprensa, rádio, televisão). Isto permite distinguir, por exemplo, uma entrevista radiofônica de uma entrevista televisionada pela simples presença da imagem nesta última e suas múltiplas incidências nos papéis desempenhados pelo entrevistador e entrevistado (CHARAUDEAU, 2012, p. 207).

### **2.2 Classificações tradicionais dos gêneros radiofônicos**

Especificamente com relação ao rádio, os avanços que se verificam sobre os gêneros jornalísticos não se observam nos estudos realizados sobre o meio. Clóvis Reis (2010, p. 57) constata que, de fato, ainda são insipientes os trabalhos que tenham como foco exclusivo os gêneros radiofônicos. Lembra o autor que Martínez-Costa e Herrera (2005) apontam um “estancamento de tais pesquisas, observando que na atualidade os estudos priorizam aspectos relativos à programação, produção e tecnologia de transmissão”. Barbosa Filho (2003) propõe a separação entre os gêneros: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e especial. O jornalístico, por sua vez, apresenta-se por meio de diversos formatos, tais como: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica. Em

contraponto, Clóvis observa que tal modelo agrupa, numa mesma categoria, tanto estruturas classificadas como gêneros quanto produtos definidos como programas. Para ele, os gêneros constituem “modalidades de construção da mensagem, enquanto os programas são um conjunto de conteúdos com uma organização própria, diferenciada, horário e duração previamente determinados” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 58).

Entre as conceituações as quais Barbosa Filho se debruça, a de Mauro Wolf (2003) tende a se adequar ao objetivo deste artigo:

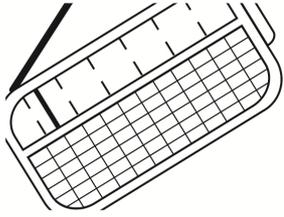
Pode-se dizer que o gênero produz um sentido que interfere diretamente no conteúdo da matéria jornalística por meio de sua forma genérica de narrar o texto, é ele que possibilita ao “redator, ao repórter e ao editor uma linguagem comum, uma forma expressiva, linguística e não-linguística, de se comunicar”. Funciona como instrumento de criação na produção profissional e industrializada da informação ao fornecer pautas precisas, que possibilitam a decodificação da informação pelo leitor. Enfim, os gêneros “[...] se entendem como sistemas de regras aos quais se faz referências (implícita ou explícita) para realizar processos comunicativos, seja do ponto de vista da produção ou da recepção” (BARBOSA FILHO *apud* WOLF, 2003, p. 58 -59).

Apesar da contribuição científica para a área, o autor não faz uma aproximação empírica, no sentido de encontrar e sistematizar a ocorrência dos gêneros e formatos no rádio brasileiro. Considerando apenas o gênero jornalístico, Barbosa Filho classifica as seguintes modalidades, conforme resume a pesquisadora Janine Marques (2009)<sup>6</sup>:

- 1) nota (informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso);
- 2) notícia (modulo básico da informação);
- 3) boletim (pequeno programa informativo, com, no máximo, cinco minutos de duração, distribuído ao longo da programação e constituído por notas e

---

<sup>6</sup> LUCHT P. J. Marques. Gêneros jornalísticos no Rádio. Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3205-1.pdf>. Acesso em : 23 de dez de 2012.



## **A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife**

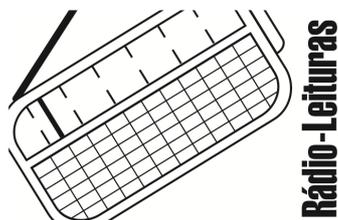
Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

notícias e, às vezes, por pequenas entrevistas e reportagens); 4) reportagem (amplia o caráter minimalista do jornalismo narrado); 5) entrevista (uma das principais fontes de coleta de informação, está presente direta ou indiretamente, na maioria das matérias jornalísticas), 6) comentário (cria ritmo e amplia o cenário sonoro do receptor, visto que propicia a presença de diferentes vozes na programação), 7) editorial (é o anúncio de opinião não-personalizada e retrata o ponto de vista da instituição radiofônica), 8) crônica (tem relação direta com a atualidade e ligação com uma circunstância favorável. Transita entre a fronteira entre jornalismo e literatura), 9) radiojornal (congrega e produz outros formatos jornalísticos, como as notas, notícias, reportagens, comentários e crônicas) 10) documentário jornalístico, 11) mesas-redondas ou debates (são espaços de discussão coletiva em que os participantes apresentam ideias diferenciadas entre si), 12) programa policial (tem como objetivo cobrir os acontecimentos e fatos policiais, por meio de reportagens, entrevistas, comentários e notícias), 13) programa esportivo (é a divulgação, cobertura e análise dos eventos esportivos. Veiculado no formato de notícias, comentários, reportagens, entrevistas, mesas-redondas), e 14) divulgação técnico-científica (tem a função de divulgar e, conseqüentemente, informar a sociedade sobre o mundo da ciência, com roteiros apropriados e linguagem que seja acessível à maioria da população).

### **3. Reportagem: conceitos e narrativas possíveis**

Este artigo parte do pressuposto de que a reportagem é o gênero mais importante do jornalismo. A definição deste formato jornalístico nas pesquisas acadêmicas brasileiras remonta aos anos de 1960, através dos estudos do jornalista pernambucano Luiz Beltrão, o primeiro doutor em Comunicação Social do país. O autor do termo “Folkcomunicação” iniciou as discussões sobre conceitos e classificações dos gêneros no jornalismo impresso e, na busca pela sistematização das pesquisas em jornalismo, subdividiu as produções de impresso em informativo, interpretativo e opinativo.

Dentro de um ambiente de convergência digital, a atividade da reportagem aplicada ao rádio passa atualmente por um momento de readequação: precisa se reinventar para se diferenciar frente às outras mídias. Neste sentido, o funcionamento



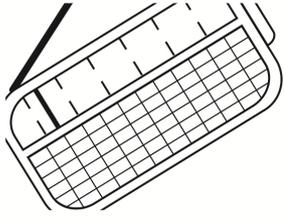
de uma rádio jornalística envolve uma ampla gama de agentes que se complementam entre si para cumprir sua função de informar o ouvinte a partir da produção de conteúdo plural, conforme argumenta o âncora do programa CBN São Paulo Milton Jung (2005, p.114):

É na reportagem que o jornalismo se diferencia, levanta a notícia, investiga fatos, encontra novidades, gera polêmica e esclarece o ouvinte. Fora dela, sobra pouco do ponto de vista da criação, quase tudo se resume a cópia. O repórter é a síntese do jornalismo, nele se personifica o profissional que vive em busca da informação. Função que não é exercida apenas por aquele que está na rua, microfone em punho, à caça de histórias interessantes para serem contadas.

No veículo rádio, a concepção do noticiário, seja nas laudas da produção ou nos textos das reportagens, obedece, conforme registro nos principais manuais de radiojornalismo, critérios já sacramentados, como textos curtos, sempre na ordem direta, tempo de duração dos flashes de aproximadamente 1'30", entre outras características. A linguagem coloquial e fatores como o imediatismo e a mobilidade são outros elementos que distinguem a narrativa radiofônica das existentes nos outros veículos. Isto se isolarmos, neste primeiro momento, a linguagem digital, que provoca novas reflexões sobre o significado de rádio.

Marcelo Parada (2000), autor do manual *Rádio: 24 horas de jornalismo*, orienta que, em uma rádio jornalística, todos os funcionários são repórteres, desde o dono da emissora, até quem não está diretamente ligado à função de produzir e captar notícias. Embora no rádio os programas tenham hora certa para começar e terminar, o espaço – ou o tempo – disponível para veicular notícia é de 24 horas.

Nas inserções ao vivo, cabe ao repórter buscar reunir, sempre que possível, o maior número de dados sobre a ocorrência que irá presenciar e transmitir “consultando o “Arquivo” e assim reunindo elementos de que se valerá quando a seqüência de fatos for interrompida ou intervierem outros fatores na transmissão que o obriguem a improvisar fora da trama central” (ANDRADE LIMA, 1970, p.107). Em



## A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife

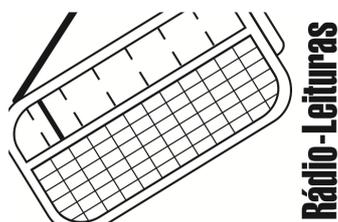
Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

uma transmissão de um júri, por exemplo, o repórter de rádio pode, depois de esgotar seu estoque de informações sobre o caso, apelar para outros julgamentos semelhantes ou referir detalhes não expostos pelos advogados. É curioso observar a orientação da autora com relação à postura do repórter ao entrar na programação ao vivo: “as primeiras palavras do repórter são de saudação à audiência, entrando logo na exposição do motivo pelo qual se realiza aquela emissão; assinala-se o local de onde se está emitindo com a descrição do ambiente”.

É pertinente destacar como a recorrência ao “Arquivo” pelo repórter, citado por Andrade Lima (1970) assumiu características distintas com o acesso à internet a partir de um *smartphone*. Enquanto, em outros tempos, a memória dos fatos, a contextualização da notícia por parte do repórter de rádio dependia, principalmente, da experiência individual do jornalista na construção do texto, hoje, percebe-se que o acesso aos textos disponíveis em portais de informação e agências *on line* de notícias, tornou a narrativa radiofônica mais homogênea. Na pesquisa realizada na redação da Rádio Jornal do Commercio, sediada em Recife, para a dissertação *A Construção da Notícia no Rádio e as novas rotinas produtivas*, desenvolvida dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE), foram ouvidos sete jornalistas que desempenham a função de repórter. Todos responderam, em questionário, que utilizam sempre a web, os *releases* e fontes (pessoas) para construir o discurso radiofônico. Um questionamento que se levanta é com relação à influência do acesso aos textos na Internet na formatação final da notícia pelo repórter.

### 4. A reportagem na Rádio Jornal do Commercio

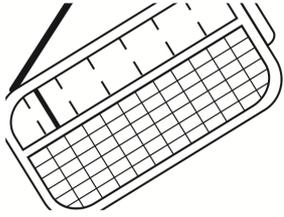
Neste tópico o estudo se volta para a realidade do campo jornalístico da *Rádio Jornal*. A evolução tecnológica mudou o fazer jornalístico nos últimos 30 anos, como lembra o coordenador de Jornalismo da emissora, Carlos Morais, que começou na



emissora em 1987, como repórter da editoria de Polícia. “No começo, ainda sem internet e telefone celular, a notícia era buscada literalmente na rua. No dia a dia, num contato direto com as fontes (um tipo de olho no olho). Muitas vezes as entradas ao vivo eram feitas pelo telefone orelhão” (MORAIS, 2013). Com relação às pautas dos repórteres, que são definidas, no horário da manhã, por volta das 6h30, os critérios de noticiabilidade, conforme afirmou o Gerente de Produção de Notícias, são escolhidos levando-se em consideração a “*ética, proximidade, amplitude, novidade*, seguindo a linha editorial da empresa e perfil da rádio, e mais diretamente de cada programa. Sempre afinado com a produção de cada programa”. Embora a linha editorial seja definida para todo o Sistema Jornal do Commercio (SJCC), Carlos Morais pondera que os programas têm perfis próprios definidos por cada apresentador.

Na escolha de profissionais da equipe de jornalismo, a seleção tanto de profissionais quanto de estagiários é feita a partir de uma avaliação considerada criteriosa pelo gerente, coordenada pelo departamento de Recursos Humanos do SJCC, com participação dos gestores de conteúdo de cada empresa do grupo (Rádio Jornal, Jornal do Commercio, Portal NE 10 e TV Jornal). Todos precisam ter formação em radialismo ou jornalismo. Não há um manual de redação próprio ou adotado a partir de alguma publicação oficial para nortear o texto radiofônico, como destaca Carlos Morais, a respeito dos profissionais que atuam na Rádio Jornal. Ele reconhece que, além das vantagens das tecnologias na construção da notícia, o uso da internet também provocou mudanças na forma de apurar e conceber o produto jornalístico dos repórteres:

O estilo deve seguir os critérios da notícia, mas cada repórter deve ter seu estilo próprio de como bem informar e contextualizar a matéria. O processo de adaptação é diário e amplo, não só da empresa, mas dos próprios profissionais. A visão é multimídia, pois o rádio passou a ter imagem com o advento da internet. As matérias passaram a ter além do áudio (do rádio) imagem, com fotos e até vídeos postados no site. Uma maior interação com o ouvinte/internauta. Hoje, ele não apenas ouve, mas participa e interage cada vez mais, o que termina por humanizar a programação. O advento das novas tecnologias tem trazido mais agilidade, qualidade e melhor conteúdo para o veículo. Os antigos gravadores e até aqueles digitais foram substituídos por celulares e *iPhones* super



## **A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife**

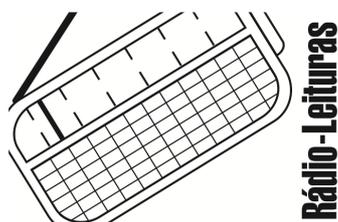
Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

modernos, com acesso a internet. Uma crítica: o mau uso da internet tem deixado alguns profissionais acomodados, sem aquela tensão de ir para a rua, sentir o cheiro e vivenciar a notícia na rua, numa realidade singular. E não apenas levantar, produzir e contextualizar a matéria internamente ou com pouco contato direto com as fontes e com o dia a dia da rua. (MORAIS, 2013).

O autor de uma das reportagens analisadas anteriormente, o estudante de jornalismo Pedro da Hora, era estagiário da emissora no período da pesquisa. Questionado sobre as técnicas de redação que leva em consideração, o universitário afirmou que segue um estilo “o mais direto possível. Usando, primeiro, o sujeito da oração. E falando primeiro os fatos mais importantes da notícia”. É necessário destacar, a partir do depoimento deste entrevistado, como o papel da universidade na formação dos estudantes e as formas de assimilação de conhecimento prático ainda estão distantes de um jornalismo de maior qualidade. Pedro da Hora iniciou a entrevista respondendo sobre como aprendeu técnicas de redação do texto radiofônico e em seguida respondeu questões sobre satisfação quanto à profissão. Ele revelou que não considera o trabalho precarizado apenas no veículo rádio e que as tarefas aumentaram diante do contexto tecnológico. As respostas foram descritas em texto corrido.

O aprendizado das técnicas aconteceu de modo indutivo (...) Alguns repórteres e locutores me deram umas dicas, mas por iniciativa deles mesmo. Tive umas "aulas" rápidas e me ensinaram a manusear o iPhone e o gravador. (...) Um texto de rádio deve ser direto, de modo que facilite a compreensão do ouvinte. (...) Deve ser curto, mas, ao mesmo tempo, precisa trazer toda a notícia, sem deixar margem de dúvidas para o ouvinte, já que ele não poderá ouvir novamente o flash ou matéria (pelo menos se for veiculada apenas na maneira tradicional). (JÚNIOR. 2013).

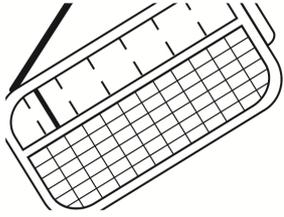
Em outro trecho da entrevista, o estagiário destaca o quanto é freqüente o fator “falta de tempo” na rotina produtiva do profissional que atua no radiojornalismo e de que maneira este curto *dead line* afeta diretamente na qualidade da informação. Muitas vezes a falta de experiência (com raras exceções, os atuais repórteres e



produtores da Rádio Jornal tem abaixo dos 30 anos) está relacionada à superficialidade que, frequentemente, se faz presente na notícia do rádio, sem que o texto radiofônico contemple questões mais agudas ou mesmo, quando as afirmações das fontes não são checadas em tempo de verificação da pertinência das respostas dadas (STEP CZYNSKI apud FILHO, 2009, p.63-64). Embora o jornalismo seja uma profissão que exige cada vez mais competências e conhecimento em cada vez mais domínios, a realidade é que os profissionais que estão ingressando no veículo rádio ainda enfrentam, de maneira mais intensa, um contexto mais complexo no *newsmaking*. Para a audiência, as perdas do sistema informativo cedem terreno para a distração, o espetáculo, a transformação da notícia em mais um entretenimento pueril e sem conseqüências. Trabalhando mais, ganhando o mesmo salário para exercer funções acumuladas e sofrendo as pressões de tempo, os jornalistas estão construindo uma notícia que não corresponde, atualmente, à excelência almejada pela profissão. Embora autores citados nos capítulos anteriores classifiquem o rádio como um veículo cuja tendência prioritária seja a análise das grandes questões da sociedade, a prática que se constata no radiojornalismo ainda não explora esse paradigma, preservando a lógica tradicional da velocidade, da popularização e o expurgo da reflexão.

## 5 Considerações finais

A Rádio Jornal do Commercio faz parte da história do próprio rádio pernambucano, sendo a emissora de maior alcance de público do seu gênero (AM) e um dos ícones da memória cultural do estado. O comunicador Geraldo Freire, com 60 anos de atuação no meio radiofônico, também integra este “patrimônio”, representando parte desta memória. Este trabalho busca uma primeira aproximação em torno das rotinas produtivas do radiojornalismo para identificar como a notícia é construída no veículo, e qual a sua centralidade na formação de uma massa crítica na sociedade atual. Para isso, foram analisadas também as linguagens utilizadas nas reportagens realizadas pelos jornalistas da emissora. A partir desta breve análise,



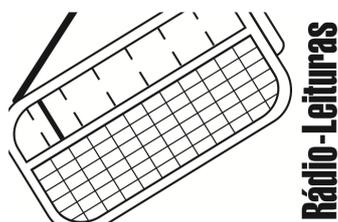
## **A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife**

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

pode-se entender que as reportagens construídas tendem a ser apenas informativas, com a colaboração de um número restrito de fontes, contribuindo pouco para a formação crítica da audiência frente a certos temas. As linguagens e narrativas utilizadas no rádio não seguem uma normativa adequada frente às novas demandas do jornalismo contemporâneo, se configurando como um modelo em construção. Além disso, as pressões e constrangimentos dentro da cultura organizacional influenciam diretamente na construção da notícia no rádio. Observa-se ainda que as notícias são construídas a partir de fontes que muitas vezes possuem credibilidade comprometida; posicionamentos de porta-vozes institucionais, nem sempre são confrontados com outros dados, de modo que a informação final veiculada acaba reproduzindo um discurso que mantém uma determinada estrutura de poder existente na ordem institucional da sociedade. É necessário destacar que a amostra da produção analisada pela pesquisa leva em consideração o conteúdo jornalístico do programa de maior audiência da Rádio Jornal (Super Manhã). Outros programas de conteúdo informativo (dentro e fora desta emissora) apresentam características distintas, razão pela qual não se pode afirmar categoricamente que todo o conteúdo referente à produção jornalística do rádio local se apresente com as características destacadas no estudo. A decisão por este tipo de amostra se deu em função da possibilidade de abreviar o tempo na coleta de dados. Apesar deste benefício, este tipo de amostra impossibilita a generalização dos resultados obtidos. O estudo, portanto é restrito ao ambiente da emissora Rádio Jornal do Commercio. Apesar dessa limitação, as informações obtidas representam indicadores úteis na avaliação da referida associação, atuando como uma base de dados para pesquisas subsequentes mais aprofundadas sobre o tema.

### **Referências bibliográficas**

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis. RJ, Vozes, 2009.



BELL, D. (1976). Vers la société postindustrielle. Paris: Laffont. In MATTOS, Fernando. **Sociedade pós-industrial e sociedade informacional**: apontamentos de uma revisão bibliográfica. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/340/522>

BRECHT, B. Teorias do Rádio (1932). In: MEDITSCH, E. (org), **Teorias do Rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

DEL BIANCO, R. Nélia. Rádio e o cenário da convergência tecnológica. In: Del Bianco (org). **O Rádio na Era da Convergência**. Coleção GP's E-books vol. 5. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora Intercom. São Paulo: 2012. Arquivo em pdf.

FERNANDES, Karoline. **A Construção da notícia no Rádio e as novas rotinas produtivas**: um estudo da Rádio Jornal do Commercio. Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (2014).

FERRARETTO, Luiz Artur. O rádio e as formas do seu uso no início do século do XXI: uma abordagem histórica. In: Magnoni, Antônio Francisco & Carvalho, Juliano Maurício. Orgs. **O Novo Rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. Senac: São Paulo, 2010.

JÚNIOR, Pedro Fernando de Menezes. **Entrevista concedida à autora** em 14 de janeiro de 2014. Recife, 2014.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Ed.Contexto, 2005.

LIMA, Zita de Andrade. **Princípios e técnica de radiojornalismo**. Brasília: Icinform, 1970.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo:Paulus, 2005.

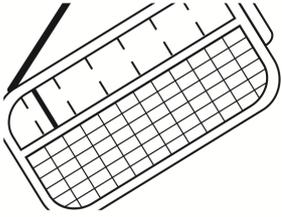
MARCONDES FILHO, Ciro. **O desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MELO, José Marques de. **Teorias do Jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MORAIS, Carlos Aberto Silveira de. **Entrevista concedida à autora** em 14 de janeiro de 2014. Recife, 2014.

PARADA, Marcelo. **Rádio**: 24 horas de jornalismo. São Paulo: Panda Books, 2000.

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. 2ª Ed. Florianópolis: Insular, 2009.



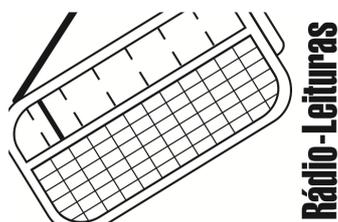
**Rádio-Leituras**

## **A reportagem no radiojornalismo: o modelo da Rádio Jornal do Commercio do Recife**

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, Heitor da Costa Lima Rocha

REIS, Clóvis. Identificação e Classificação dos gêneros jornalísticos no rádio a partir das características da linguagem radiofônica. In: Melo, José Marques de; Laurindo, Roseméri, Assis, Francisco (Orgs). **Gêneros Jornalísticos: teoria e práxis**. Blumenau: Edifurb, 2012.

SLAVIERRO, Daniel Pimentel. Os 90 anos do rádio Brasileiro. Publicado na seção Opinião, do **Jornal Folha de São Paulo**, em 25 de setembro de 2012. Disponível em <http://www.abert.org.br/site/index.php?/biblioteca/artigos-abert/os-90-anos-do-radio-brasileiro.html>. Acesso em: 12 de dez de 2012.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

## Abstract

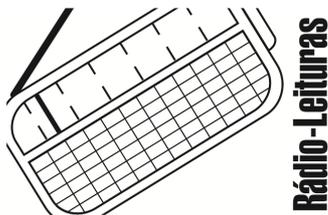
This paper discusses the changes in the construction of reporting on the radio in the context of new technologies available taking as object of analysis routines of journalists which works at Radio Jornal do Commercio, based in Recife (Pernambuco, Brazil), their relationships with sources and new forms of narrative. For this, we resumed the concepts of radio genres and discussions of theory in the context of radio journalism. This is a literature review of these issues and a first approximation between studies radio journalism and media convergence. The study focuses on authors of the theories of journalism, radio and current approaches around communication and convergence.

**Keywords:** Radio genres; Radio journalism; Reporting.

## Resumen

Este documento analiza los cambios en la construcción de la presentación de informes en la radio, en el contexto de las nuevas tecnologías disponibles que tienen el objeto de rutinas de análisis de periodistas Wich obras en Radio Jornal do Commercio, con sede en Recife (Pernambuco, Brasil), sus relaciones con las fuentes y nuevas formas de narración. Para ello, retomamos los conceptos de géneros radiofónicos y discusiones de la teoría en el contexto del periodismo radiofónico. Esta es una revisión de la literatura sobre estos temas y la primera aproximación entre los estudios de periodismo de radio y convergencia de medios. El estudio se centra en los autores de las teorías del periodismo, la radio y los enfoques actuales alrededor de la comunicación y la convergencia.

**Palabras Clave:** Géneros Radiofónicos; Periodismo Radiofónico; Reportaje.



## **Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**

Lourival da Cruz Galvão Júnior

### **Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**

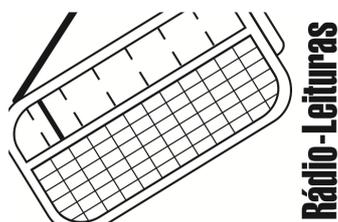
Lourival da Cruz Galvão Júnior<sup>1</sup>

#### **Resumo**

A incorporação das tecnologias digitais na sociedade e o processo de convergência das mídias têm levado o rádio contemporâneo a adotar uma postura diferenciada no tocante à produção e à veiculação dos conteúdos, que se libertam das ondas eletromagnéticas para se tornarem também disponíveis no ciberespaço. No caso do jornalismo, experiências relacionadas à formação universitária buscam ressaltar aspectos da linguagem radiofônica, como a capacidade de estimular nos indivíduos a criação de “diálogos mentais” sobre aquilo que foi noticiado, seja de maneira analógica ou digital. Em Portugal, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH/UNL), atividades que ressaltam esse aspecto sensorial são promovidas na disciplina Atelier de Jornalismo Radiofônico, ministrada no curso de Licenciatura em Comunicação Social. As ações de caráter teórico/práticas acompanhadas durante o primeiro semestre de 2013 revelaram que, mesmo com recursos laboratoriais escassos à produção radiofônica jornalística, empregaram-se as tecnologias digitais disponíveis

---

<sup>1</sup> Professor assistente do Departamento de Comunicação Social da Universidade de Taubaté – UNITAU, leciona diversas disciplinas dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, com destaque às vinculadas ao rádio. É também doutorando do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), área de concentração III - Interfaces Sociais da Comunicação, da Linha de Pesquisa Comunicação e Educação. Pesquisador do grupo de Pesquisa Cibernética Pedagógica / Laboratório de Linguagens Digitais (CNPq) do CCA/ECA/USP, e do NUPEC - Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da Universidade de Taubaté – UNITAU, realizou pesquisa sobre a formação em Radiojornalismo e a convergência midiática no curso de Licenciatura em Comunicação Social da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH/UNL), Portugal, entre setembro a novembro de 2013. Mestre em Linguística Aplicada pela UNITAU (2001) é graduado em Jornalismo pela mesma Instituição (1994). Email: [galvaojr@uol.com.br](mailto:galvaojr@uol.com.br)



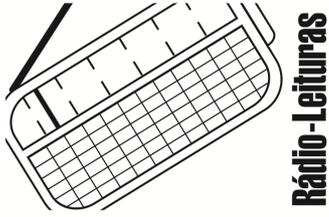
para potencializar os aspectos sensoriais dos conteúdos sonoros, adequando-os ao novo ambiente convergente no qual o jornalismo está inserido.

**Palavras-chave:** Rádio; Jornalismo; Formação; Convergência; Tecnologias Digitais; Linguagem

A comunicação vive a era das tecnologias digitais e da convergência das mídias. Não se trata de um momento extemporâneo, mas definitivo à sociedade, que parece não conceber mais o cotidiano sem os *gadgets* que permitem quase tudo. Para se comunicar, depende-se cada vez mais de *smartphones*, *tablets*, *notebooks* e computadores, aparatos que potencializam o acesso à informação. Graças a esses e outros dispositivos tecnológicos, a captação, a elaboração, a transmissão e a recepção dos conteúdos comunicacionais progressivamente deixam a conformação analógica para tornarem-se digitais. A cada momento espera-se por uma tecnologia que ocupará o lugar daquela que outrora foi inovação e, agora, é obsolescência. Instaurou-se um ciclo irrevogável que exige um novo repensar sobre como preparar, hoje, os comunicadores que atuarão em um futuro muito próximo.

No Brasil, esse cenário tem sido um dos fatores que motivaram a reformulação curricular das habilitações em Comunicação Social. O curso de Jornalismo foi o primeiro a estabelecer novas diretrizes curriculares, conforme resolução nº 1 do Ministério da Educação publicada no Diário Oficial da União, no dia 27 de setembro de 2013. Busca-se, em medidas deste tipo, promover a formação de profissionais críticos e aptos a atender o interesse coletivo, e não às expectativas mercadológicas ou classistas que descaracterizam a essência social do trabalho jornalístico.

Em outros países há também ações que demonstram preocupação em formar jornalistas críticos quanto a seu papel na sociedade. Exemplo disso é o trabalho realizado em Portugal na disciplina *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, ministrada aos alunos do curso de Licenciatura em Comunicação Social da Faculdade de Ciências



## Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa

Lourival da Cruz Galvão Júnior

Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH/UNL)<sup>2</sup>, objeto de estudo que motivou a elaboração deste texto.

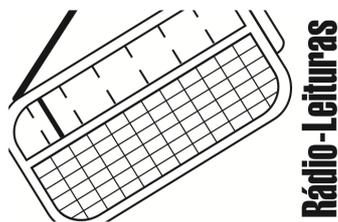
Observou-se, nas aulas ministradas da faculdade lusitana, que a presença das tecnologias digitais e o processo de convergência das mídias são tratados de maneira a não se afastarem das características peculiares à radiodifusão, como a geração de estímulos sensoriais capazes de deflagrar, nos indivíduos, a reflexão sobre o que é noticiado. Antes de tratar das ações empreendidas na FCSH/UNL é oportuno abordar o aspecto sensorial do rádio que estabelece, por intermédio de seus conteúdos sonoros, elementos comunicacionais que promovem no cérebro os mais diversificados significados.

Considerado como componente indispensável à radiodifusão, o som tem a capacidade de estimular na mente concepções particulares sobre algo que é difundido. Ortriwano (1985, p. 80) chama de *diálogo mental* essa peculiaridade que merece ser observada e priorizada na formação em Radiojornalismo<sup>3</sup>. Pelo som são estabelecidos significados baseados no repertório de conhecimentos dos indivíduos e, por consequência, promove-se a significação daquilo que foi dito ou narrado, oportunizando uma reflexão aguçada e profunda dos assuntos tratados. Esse

---

<sup>2</sup> Realizei nessa instituição, entre setembro a novembro de 2013, parte de minha pesquisa de doutoramento no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Na ocasião, analisei a inserção das tecnologias digitais e da convergência no processo de formação dos jornalistas que atuarão no rádio em Portugal. Utilizei, como recorte analítico, as ações empreendidas no *Atelier de Jornalismo Radiofônico*. Meus estudos foram viabilizados pelo Programa de Bolsas de Mobilidade Internacional Santander e pelo convênio de cooperação científica entre a FCSH/UNL e a ECA/USP, por intermédio do Grupo Cibernética Pedagógica – Laboratório de Linguagens Digitais, do qual faço parte.

<sup>3</sup> Nos cursos de jornalismo, o termo Radiojornalismo refere-se à disciplina que capacita alunos a coletar, produzir e difundir conteúdos noticiosos pelo rádio. Considera-se o *Atelier de Jornalismo Radiofônico* da FCSH/UNL análogo ao Radiojornalismo devido à similaridade das ações teórico/práticas existentes entre ambas as disciplinas.



acontecimento é decorrente da capacidade sensorial humana de ter “despertada a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais” (*op. cit.*, p. 80).

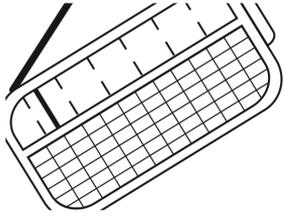
O envolvimento pode até chegar ao ponto de o ouvinte estabelecer, na mente, algo semelhante a uma conversa presencial com o emissor da mensagem transmitida pelas ondas do rádio. Nos demais meios, revela-se também a ocorrência de estímulos sensoriais, mas de nuances limitadas. No caso da televisão, a predominância da imagem e o papel coadjuvante do conteúdo sonoro limitam a imaginação, enquanto nos meios impressos o estímulo sensorial se mantém contido, uma vez que depende da composição gráfica, do repertório de conhecimentos do leitor e das inferências que ele fará no decorrer da decodificação dos signos verbais escritos.

Apesar de não fazer citação direta às tecnologias digitais, Ortriwano demonstra preocupação com a prevalência dos audiovisuais ao rebater o ditado popular “uma imagem vale por mil palavras”, ainda muito recorrente na atualidade. “O rádio realmente usa mil palavras para criar uma imagem, que vão permitir que se criem muito mais do que mil imagens mentais. Orson Welles e sua transmissão de *A Guerra dos Mundos*, realizada em 1938, já provou isso concretamente” (*op. cit.*, p. 81).

Desde as primeiras transmissões hertzianas<sup>4</sup>, o rádio destaca-se devido à sua capacidade sensorial. A internet e as tecnologias digitais potencializaram a mensagem radiofônica, que não somente dispõe de maior teor informativo, como também teve amplificada a disseminação dos conteúdos sonoros entre os mais diversos públicos. A convergência midiática, entendida como ação relacionada ao “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 27), é o aspecto decorrente dessa nova realidade.

---

<sup>4</sup> O termo faz referência a Heinrich Hertz (1857-1894), que “construiu um aparelho com o qual confirmou a existência das ondas eletromagnéticas” (COSTELLA, 1984, p. 149). Pelas ondas hertzianas foi possível transmitir inicialmente o código Morse e, posteriormente, o som.



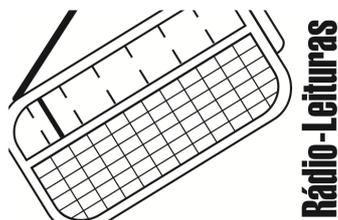
## **Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**

Lourival da Cruz Galvão Júnior

Ressalta-se, contudo, que a convergência caracteriza-se como palavra definidora das atuais transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais e como ação efetiva que não depende necessariamente de aparatos tecnológicos sofisticados, pois ocorre “nos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (ibidem). Na concepção de Jenkins, os agentes receptores (sejam eles ouvintes, espectadores de televisão, internautas ou leitores) assumem o papel de seres vinculados a um processo coletivo de consumo, baseado nas interações diárias dentro de uma cultura de convergência. Ele considera, neste sentido, que a circulação dos conteúdos por meio de diferentes sistemas midiáticos, administrativos de mídias concorrentes e de fronteiras nacionais depende fortemente da participação ativa de pessoas que são consumidoras (ibidem).

A convergência atua como estimuladora de uma transformação cultural na medida em que os indivíduos, no papel de consumidores, são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. No rádio, a convergência possibilita ampliar a disseminação dos conteúdos, que podem se tornar mais abundantes, acessíveis e abrangentes. Se no passado o rádio foi privilegiado pela audiência analógica, tornando-se presente nos lares, nos locais de trabalho e de lazer, entre outros, o atual momento propicia, ao meio, condições antes inimagináveis. Ao tratar da internet como o lugar central nos palcos de discussão da sociedade, Ortriwano (1998, p. 28) enfatiza que esse espaço virtual torna-se meio para diferentes manipulações radiofônicas, servindo de suporte para transmissões normais, plataforma de emissoras virtuais e *radio on demand*.

Apesar do novo cenário, o conteúdo sonoro do rádio propagado no meio analógico ou no suporte digital continuará agindo nas mentes humanas da mesma maneira. Isso ocorrerá porque o som, ao ser absorvido pelo indivíduo, gera condições de alta ou de baixa estimulação. O estímulo é considerado baixo se os conteúdos não tem o propósito de mobilizar a audiência, ou seja, o som apenas possibilita momentos de lazer e de descontração, como no caso da transmissão musical. Porém, o estímulo é

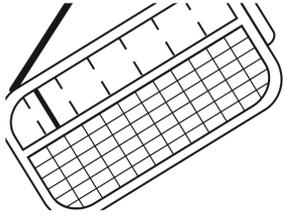


compreendido como alto quando aquilo que é transmitido tem a função mobilizar, ou seja, busca prender a atenção do ouvinte levando à reflexão, como no caso do Radiojornalismo (ORTRIWANO, 1985, p. 29).

O rádio, assim como a televisão e as mídias impressas, busca na internet a complementaridade dos conteúdos com o propósito de possibilitar aos indivíduos uma experiência de alta mobilização. Inicialmente, a internet serviu de plataforma complementar para disponibilização, seja em totalidade ou em parte, de conteúdos sonoros que antes eram transmitidos de forma analógica somente pelas ondas eletromagnéticas, permitindo aos ouvintes um acesso diferenciado àquele que era vigente. Hoje, a internet permite o estabelecimento de ações convergentes que agregam, aos conteúdos sonoros radiofônicos, novos significados expressos em imagens e textos dos mais diversos gêneros.

No Brasil, um expressivo número de emissoras de rádio divulga, em suas programações sonoras, a posse de uma *homepage* na internet. Todavia, nota-se um uso diversificado das potencialidades desta ferramenta digital devido às questões relacionadas à usabilidade que estabelece, a partir de um conjunto de características, um determinado grau de interação entre o usuário e o conteúdo disponível. A usabilidade não se condiciona apenas ao conhecimento da configuração da arquitetura de um *site*, mas a compreensão de que este ambiente virtual detém dispositivos que permitem uma interação efetiva (Ferrari, 2004, p. 60-63).

No caso das *homepages*, a usabilidade permite ao usuário completar as tarefas solicitadas de maneira funcional, tornando-se, neste sentido, um campo de interação que serve de ponte entre computadores e os indivíduos. Prata (2009, p 38-39) considera que essas páginas assumem a função de “porta que recebe o internauta”, sendo compostas por uma diversidade de elementos que tem o intuito de estabelecer processos interativos com o público. A internet, que possibilita a existência desse suporte digital convergente, onde se estabelecem a disseminação dos variados conteúdos, configura-se como canal de comunicação horizontal de custo acessível e de



## **Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**

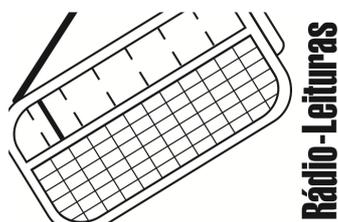
Lourival da Cruz Galvão Júnior

acesso não controlado, tanto de um para um quanto de um para muitos. O meio virtual detém um potencial extraordinário para fins de expressão dos direitos dos cidadãos e da comunicação dos valores humanos, capacidade que insere os indivíduos em uma “ágora pública” onde é permitido expressar inquietações e opiniões e partilhar conhecimento (CASTELLS, 2003, p. 129-162).

Com a internet, o rádio pode permitir ao ouvinte/internauta contornar a cultura global para atingir sua identidade local. Por esse meio é facultado a um determinado indivíduo a possibilidade de acesso adicional (em áudio, vídeo ou texto) a acontecimentos de sua localidade natal mesmo estando do outro lado do mundo. Outra situação de complementaridade entre rádio e internet é a preocupação com a emissão digital de áudio que oferece uma recepção de alta qualidade, livre das interferências comuns às rádios analógicas. Há também a facilidade no manuseio dos aparelhos receptores que ainda ganham um leque de ferramentas digitais complementares ao conteúdo sonoro.

Há, no ambiente digital, outro fenômeno relacionado à busca pela complementaridade entre rádio e internet: o surgimento de plataformas digitais concorrentes denominadas *Webrádios*, emissoras que, ao optarem pela operação na internet, viram-se libertas da condição de dependentes das concessões governamentais necessárias para atuação no atual campo analógico ou de uma definição ainda pouco precisa de quando e como vigorará, no país, o sistema de transmissão radiofônico digital. Evidencia-se, assim, uma “transição entre o modelo hertziano e o digital via web: o modo hertziano com presença na internet” (PRATA, 2009, p 58-59).

As *Webrádios* diferem-se das emissoras convencionais devido ao fato de as primeiras serem acessadas apenas por intermédio de uma URL - *Uniform Resource Locator*, “um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas”. O citado endereço encontra-se em uma *homepage* distinta, que no caso da *Webrádio* serve como alicerce principal dos

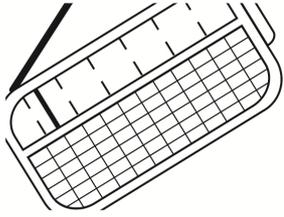


conteúdos sonoros. Os ouvintes/internautas dispõem ainda de aplicativos que visam estender, aos *smartphones* e *tablets*, os conteúdos virtuais sonoros antes acessados apenas pelos computadores. A transmissão radiofônica hertziana não depende dessa circunstância, uma vez que se apoia apenas na transmissão e recepção analógica das ondas eletromagnéticas. Neste tipo de condição, o som deve ter sentido próprio, sem ter a necessidade de apoiar-se em textos ou imagens como elementos complementares, conforme sugere as *Webrádios*.

Ainda no tocante às *homepages* é oportuno lembrar que as páginas das rádios abrigam elementos virtuais que atuam de forma complementar a transmissão da mensagem sonora, como fotos, textos escritos, animações gráficas e vídeos. Nesses espaços, o ouvinte/internauta busca os sons de sua emissora e tem ainda a oportunidade de conferir dados adicionais e variados, como sobre o programa transmitido e o assunto veiculado.

É nessa nova ambiência marcada pela internet, tecnologias digitais e convergência de conteúdos que se insere a formação em Radiojornalismo. Trata-se de um novo e amplo campo no qual estão inseridos os atores responsáveis pela prospecção, elaboração e difusão noticiosa no rádio: fontes, jornalistas, ouvintes. Esses indivíduos representam, hoje, papéis diferenciados daqueles vivenciados pelo rádio no passado, que deixa progressivamente de ser um meio controlado por agentes produtores distantes e inacessíveis, que permitem aos agentes receptores ouvir e imaginar.

No Radiojornalismo, o entendimento dessa nova realidade serve de elemento transformador de paradigmas estabelecidos em formas, em conteúdos e em linguagens que ainda pertencem a um rádio analógico, em vias de transformação. O Radiojornalismo mantém-se presente e atuante na sociedade, inserindo-se no novo universo digital por intermédio de plataformas virtuais que criam novidades ainda pouco exploradas. A formação de profissionais que atuarão neste segmento deve ater-se a esse novo cenário midiático sem, contudo, descaracterizar o rádio.

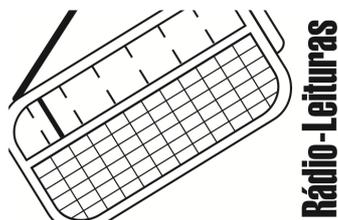


## **Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**

Lourival da Cruz Galvão Júnior

É compreensível entender que os avanços tecnológicos digitais geram significativos ganhos à produção radiojornalística, inicialmente com a informatização do processo produtivo a partir da transposição da redação mecânica para a digitalização dos textos, depois com o uso da internet como base de pesquisa e de convergência midiática e, mais tarde, com a informatização do produto que saiu do suporte físico das fitas magnéticas para ocupar o espaço virtual dos arquivos em MP3. É notório observar também que a formação em Radiojornalismo se beneficia da nova realidade ao dispor de aparatos digitais voltados às ações de cunho pedagógico. Muitos laboratórios de informática contam, por exemplo, com computadores dotados de softwares de edição digital de áudio, enquanto os laboratórios de rádio trocaram os gravadores de rolo e as cartucheiras por equipamentos digitais atualizados.

No âmbito das tecnologias digitais, o Radiojornalismo pode usufruir de todas as características desse meio, ampliando as fronteiras da universalidade, da periodicidade, da atualidade e da difusão dos conteúdos sonoros. No contexto da convergência, o Radiojornalismo contemporâneo consolida-se como meio hipermediático, onde há multiplicidade de estratégias narrativas que conjugam a construção de conteúdo sonoro com a produção em linguagem multimídia. “O rádio multimídia e multiplataforma demanda do jornalista uma nova postura perante a notícia, e a adoção de ferramentas e técnicas de apuração variadas” (LOPEZ, 2011, p. 126). Apesar de inserir-se numa condição promissora, a formação dos jornalistas que atuarão no rádio sofre, dentre outros entraves, com a falta de interesse dos alunos, que tendem a dar preferência aos meios impressos e às novidades digitais vigentes, bem como a falta de incentivo das próprias instituições educacionais. “Algumas de nossas melhores escolas de jornalismo consideram o rádio como um mero acessório, quase um enfeite, merecedor de uma mísera disciplina perdida no currículo e não levada muito a sério” (MEDITSCH, 2001, p. 2). Merece ainda observância o alerta sobre a necessidade em formar profissionais cientes de seu papel para atuar no meio radiofônico, seja ele analógico ou digital. “Os repórteres, via de regra, precisam estar



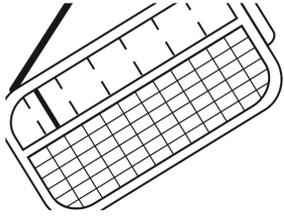
preparados para trabalhar com todo e qualquer tipo de assunto, em prejuízo da qualidade da informação a ser apresentada ao público” (ORTRIWANO, 1985, p. 99).

Considera-se, assim, imprescindível estimular a reflexão sobre a formação nessa área, sem esquecer-se das características que tornam o rádio um meio democrático, versátil e de grande expressão popular, independentemente do suporte e das condições de produção e transmissão dos conteúdos sonoros, como faz a disciplina *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, ministrada na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH/UNL), a primeira a criar uma Licenciatura em Comunicação Social em Portugal. Criado em 1979, esse inovador centro de saber estimulou, naquele país, a formação jornalística a partir do ensino de viés acadêmico, que antes era relegado às entidades classistas (MENDES, 2012). Na atualidade, a licenciatura em Ciências da Comunicação abrange as áreas de Jornalismo, Comunicação, Cultura e Artes, Comunicação Estratégica e Cinema e Televisão. Durante o curso escolhido, que tem duração de seis semestres, o aluno deve cumprir 180 créditos, sendo 120 realizados no programa de disciplinas obrigatórias, 30 no quadro de opções condicionadas e 30 créditos realizados em opções livres ou em um grupo menor de outra área científica. No tocante ao Jornalismo, a grade curricular oferece 29 disciplinas, sendo 20 obrigatórias e nove optativas (ou condicionadas) <sup>5</sup>.

O *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, que compõe o rol de disciplinas optativas, teve em 2013 pouco mais de 20 alunos inscritos. Segundo o programa de ensino, busca-se destacar as especificidades da ação jornalística no meio radiofônico visando tornar o estudante apto a elaborar textos de caráter sonoro e a editar reportagens a partir de *softwares* de edição de áudio adotados por rádios portuguesas. Observou-se, neste quesito, o uso em sala de aula do software *Audacity*, com download disponibilizado gratuitamente na internet. Uma apresentação sobre como manusear esse programa foi feita no transcorrer da disciplina pela coordenadora técnica da FCSH/UNL, Mariana Escudeiro.

---

<sup>5</sup> [http://www.unl.pt/guia/2013/fcsh/UNLGI\\_getCurso?curso=4021](http://www.unl.pt/guia/2013/fcsh/UNLGI_getCurso?curso=4021)



## **Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**

Lourival da Cruz Galvão Júnior

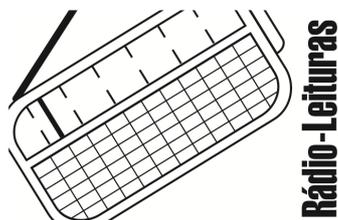
O conteúdo programático do *Atelier* trata do som enquanto elemento essencial à reportagem radiofônica, discute as pequenas reportagens, as notícias elaboradas durante o semestre e analisa o papel social do jornalista e dos conteúdos informativos das rádios portuguesas. Compara também o jornalismo praticado no rádio e nos outros meios clássicos e acompanha os trabalhos teóricos e práticos que envolvem produção, apresentação e discussão de reportagens feitas pelos alunos.

Ministradas em 2013 pelo Prof. Dr. Pedro Coelho<sup>6</sup>, as aulas do *Atelier* aconteceram às terças-feiras, das 8 às 11 horas da manhã, com intervalo de 15 minutos iniciado a partir das 9h45. Essa divisão horária é usada como estratégia para, no primeiro segmento, apresentar conceitos teóricos sobre o jornalismo no rádio. O segundo horário destina-se às ações práticas, baseadas na produção de textos e de reportagens que objetivam contemplar o conteúdo teórico. As aulas ocorreram em uma sala dotada de computadores conectados à internet e de equipamentos de projeção de vídeo e áudio. Tal estrutura compensa, em parte, a falta de um laboratório específico para a produção de conteúdos radiofônicos, que são elaborados pelos alunos em seus próprios equipamentos ou nos computadores disponibilizados pela FCSH, sob orientação de um profissional da instituição.

No *Atelier*, a avaliação dos estudantes baseia-se na produção e na apresentação de trabalhos, sendo que pelo menos duas dessas atividades práticas, que valem 30% da nota final, são elaboradas individualmente. Outros 30% são atribuídos aos trabalhos teóricos feitos em sala e os 40% restantes vem de uma grande reportagem radiofônica, com duração de 5 a 7 minutos, produzida no final do semestre. Não são aplicadas provas dissertativas escritas ou outra forma de avaliação documental de fundo teórico.

---

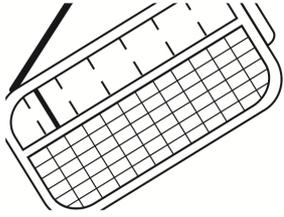
<sup>6</sup> Pedro Manuel Rouxinol Samina Coelho é Doutor em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH-UNL), onde também fez mestrado e licenciatura em Comunicação Social. Jornalista desde 1988 atua como repórter especial de televisão da SIC do programa “Grande Reportagem”. Na UNL, ocupa a categoria de professor “Assistente Convidado”. Mais detalhes em



Porém, como parte da avaliação, os alunos são submetidos a uma prova oral de 15 minutos sobre o quadro conceitual associado à ação jornalística em rádio.

Na primeira aula do primeiro semestre de 2013 foram apresentadas as estratégias relacionadas à metodologia de ensino que, posteriormente, recebeu o acréscimo da produção e veiculação em sala do material radiofônico jornalístico a partir de entrevistas e reportagens. Esse propósito evidenciou que não há preocupação em atender às demandas do mercado local e, sim, estimular uma reflexão teórica aplicada à ação jornalística. As atividades práticas priorizaram uma produção empírica desvinculada à aplicação de técnicas específicas para o veículo. O propósito foi possibilitar aos alunos a percepção das noções da narrativa radiofônica a partir da elaboração de textos vindos de outras plataformas. Na primeira atividade prática utilizou-se, para esse fim, uma matéria internacional extraída de um *site* Português e, na segunda aula, exibiu-se um vídeo *Youtube* referente a uma notícia de cunho esportivo. A primeira atividade foi feita individualmente sendo, a segunda, executada em grupo. Cada trabalho foi finalizado com a apresentação oral dos textos retrabalhados a partir da linguagem jornalística radiofônica. Nessas ocasiões, o docente debateu com os alunos a relação entre o conteúdo teórico e os trabalhos práticos realizados, aproveitando também para tratar da locução, com ênfase à configuração do texto à pronúncia portuguesa.

As aulas seguintes intercalaram abordagens teóricas e práticas que focalizaram a especificidade do jornalismo radiofônico, com exercícios práticos para a aplicação dos conceitos. Um trabalho em grupo propôs a seleção de reportagens emitidas pelas rádios Antena 1 e TSF, com a apresentação e discussão, em sala de aula, dos conteúdos transmitidos pelas emissoras. Nesse momento houve a introdução ao conceito de reportagem radiofônica, bem como os elementos relativos à narrativa no rádio. Os aspectos sensoriais presentes no rádio foram destacados nessa discussão, assim como nos trabalhos práticos seguintes que foram voltados, inicialmente, à captação de áudios, que trataram da transcrição de conteúdos sonoros e da definição



## **Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa**

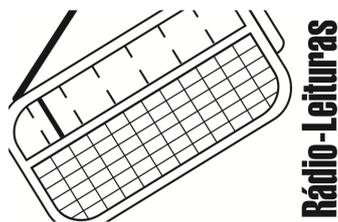
Lourival da Cruz Galvão Júnior

dos ambientes onde eles ocorreram. O conteúdo teórico discutiu, por sua vez, a especificidade do jornalismo de proximidade e da missão social do jornalismo. Nas aulas seguintes, essas ações foram complementadas pela apresentação e discussão dos planos de reportagem desenvolvidos pelos alunos e a discussão das primeiras pequenas reportagens individuais, feitas a partir da aplicação dos conceitos mostrados nas aulas.

Outra atividade prática foi audição crítica, com debate em sala, de duas reportagens radiofônicas selecionadas pelos alunos. No campo teórico foram tratados os gêneros radiofônicos, a reportagem e a construção de uma notícia a partir das reportagens analisadas no trabalho de grupo. Ainda sobre a entrevista radiofônica, o foco foi os diferentes gêneros e a análise crítica de exemplos de reportagens radiofônicas e entrevistas obtidas em emissoras portuguesas. Seguiram-se, às últimas aulas, apresentação, discussão e avaliação dos trabalhos teóricos dos grupos formados pelos alunos, culminando na avaliação das grandes reportagens radiofônicas.

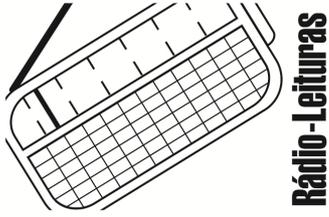
Em todos os trabalhos práticos notou-se o firme propósito de evidenciar o aspecto sensorial do conteúdo radiofônico. Os sons captados nos ambientes onde os fatos foram prospectados atuaram de forma convergente ao texto previamente elaborado, criando um conteúdo radiofônico de viés jornalístico rico em detalhes que tem o nítido propósito de deflagrar, na mente, visões dos episódios que são narrados. Essas ações não se desvincularam do conteúdo teórico, que se tornou mais amplo por não se limitar às abordagens de especificidades relativas ao processo de produção jornalístico para o rádio. A inexistência de um laboratório para produção dos conteúdos radiofônicos não interferiu na qualidade dos trabalhos elaborados pelos alunos, que se usaram dos recursos tecnológicos disponíveis para a realização das atividades.

As atividades promovidas pelo *Atelier de Jornalismo Radiofônico* revelaram que pensar o Radiojornalismo de uma maneira diferente é um desafio suscitado pelo atual ambiente facilitador da convergência de conteúdos e do uso das tecnologias digitais. A



experiência lusitana revelou uma condição similar àquela apresentada por Mario Kaplún em *Uma pedagogía de la comunicación* (2010), que destacou o trabalho do educador Célestin Freinet, responsável por promover no sul da França, em 1924, mudanças no sistema educativo no qual seus alunos estavam submetidos. Essas ações buscaram suprimir o ensino repressivo, mecânico e dissociado da vida cotidiana a partir de soluções que levaram em conta não somente as dificuldades estruturais, mas também e os problemas de saúde do educador que, durante a primeira guerra mundial atuou como soldado e sofreu, no campo de batalha, ferimentos nos pulmões. Graças à aquisição de uma pequena impressora manual, simples e barata, Freinet implantou um periódico escolar dotado de um conteúdo que era apreendido, investigado e vivido pelos estudantes. A exigência pelo rigor, clareza e precisão das informações publicadas no periódico fez com que os alunos passassem, por iniciativa própria, a se reunir para discutir os artigos, fazer entrevistas, cálculos, ler e analisar as notícias veiculadas por outros órgãos da imprensa oficial da cidade. Rapidamente a experiência chegou às outras escolas francesas, que solicitaram à Freinet seu assessoramento para desenvolver o mesmo método (*op. cit.*, p. 43-46).

Superar o esquema da classe frontal, na qual o aluno se vê como um ser passivo e reduzido a um receptáculo de conhecimento – alusão metafórica de Kaplún ao modelo bancário de Paulo Freire (*op. cit.*, p. 49-50), é um dos problemas a serem enfrentados atualmente no ambiente escolar. As práticas de Freinet, bem como os esforços empreendidos no *Atelier de Jornalismo Radiofônico*, apontam para duas premissas básicas que servem de eixos à proposta formulada por Kaplún. A primeira trata da apropriação do conhecimento que é catalisada quando os estudantes são instituídos e potencializados como emissores, e não como receptores. A segunda entende que educar é envolver-se em um processo constituído por múltiplas interações, sendo que um sistema será tanto mais educativo quanto mais rica for à trama de fluxos comunicacionais colocados à disposição dos estudantes (*op. cit.*, p. 60-61). Considera-se, assim, a força da construção coletiva dos saberes, condição que permite crer na



Rádio-Leituras

## Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa

Lourival da Cruz Galvão Júnior

possibilidade de pensar no futuro hoje, visando desenvolver um estudo da formação em Radiojornalismo na era da convergência das mídias.

### Referências bibliográficas

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2002.

COSTELLA, Fernando A. **Comunicação do grito ao satélite**. São Paulo: Mantiqueira, 1984.

FERRARI, Poliana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KAPLUN, Mario. Uma pedagogía de la comunicaci3n. In: **Educomunicaci3n**. Más Allá Del 2.0. Barcelona: Gedisa, 2010.

LOPEZ, Débora C. **Radiojornalismo hipermidiático**: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info. Disponível em: <[www.casperlibero.edu.br/rep\\_arquivos/2011/06/20/1308597720.pdf](http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2011/06/20/1308597720.pdf)>. Acesso em: 29/04/2013.

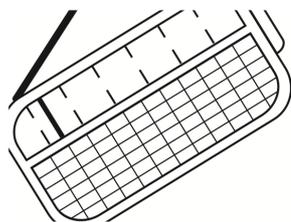
MEDITSCH, Eduardo. O ensino do Radiojornalismo em tempo de internet. Comunicação ao Núcleo de Mídia Sonora do 24º **Intercom** - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001.

MENDES, Renato. **Os jornalistas e a primeira licenciatura em Comunicação Social em Portugal**. Lisboa: Escritório Editora, 2012.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 2. ed., 1985.

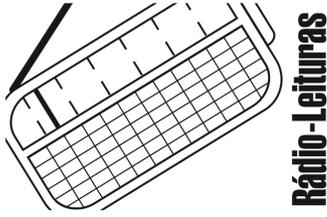
\_\_\_\_\_. Interatividade entre rosas e espinhos. In: **Revista Novos Olhares**: São Paulo, Eca/USP. Ano 1, no 2, 2o semestre de 1998, pp. 13-30.

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2009.



**Rádio-Leituras**

Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>



## Atelier de Jornalismo Radiofônico: a promoção do aspecto sensorial da notícia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa

Lourival da Cruz Galvão Júnior

### Abstract

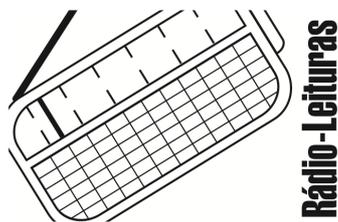
The incorporation of digital technologies in society and the process of media convergence have led contemporary radio to adopt a different position with respect to the production and placement of contents, which emit electromagnetic waves to become also available in cyberspace. In the case of journalism, experiences related to university education seek to highlight aspects of radio language, such as the ability to stimulate individuals in the creation of "mental dialogues" on what was reported, either analog or digital manner. In Portugal, the Faculty of Social and Human Sciences of the New University of Lisbon (FCSH / UNL), sensory activities that highlight this aspect of discipline are promoted on Radio Journalism Workshop, taught in Bachelor's Degree in Social Communication. The actions of theoretical/practical monitored during the first half of 2013 character revealed that even with the meager journalistic radio production laboratory resources were employed digital technologies available to enhance the sensory aspects of audio content, adapting them to the new converged environment in which journalism is inserted.

**Keywords:** Radio, Journalism, Training, Convergence, Digital Technologies, Language

### Resumen

La incorporación de las tecnologías digitales en la sociedad y el proceso de convergencia de los medios han llevado la radio contemporánea a adoptar una posición diferente con respecto a la producción y colocación de contenidos, que emiten ondas de radio para convertirse también en el ciberespacio. En el caso del periodismo, las experiencias relacionadas con la educación universitaria buscan resaltar los aspectos de lenguaje radiofónico, como la capacidad de estimular los individuos en la creación de "diálogos mentales" en lo que se informó, ya sea analógica o de forma digital. En Portugal, la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Nueva de Lisboa (FCSH / UNL), actividades sensoriales buscan resaltar este aspecto de la disciplina Atelier del Radio Periodismo, impartido en Licenciatura en Comunicación Social. Las acciones del teórico/práctico de seguimiento durante el primer semestre de 2013 revelaron que, incluso con los escasos recursos periodísticos de radio de producción de laboratorio se emplearon tecnologías digitales disponibles para mejorar los aspectos sensoriales de contenido de audio, adaptándolas al nuevo entorno de convergencia en el que se inserta el periodismo.

**Palabras Clave:** Tecnologías de la Radio, Periodismo, Formación, Convergencia, Digital, Lenguaje



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro<sup>1</sup>

### Resumo

Este artigo discute as potencialidades da rádio para crianças e jovens, explorando dois projectos distintos, em ambiente escolar e em ambiente extra-escola. Na aliança entre a rádio e a internet, os hábitos de consumo dos jovens e a ligação da escola com os media e, mais especificamente, com a rádio são analisados, destacando as capacidades da rádio em ambiente digital para o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de capacidades de comunicação e expressão das crianças e jovens participantes.

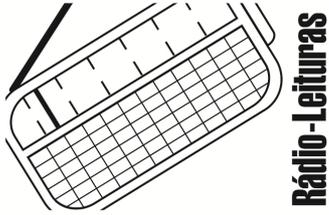
**Palavras-chave:** Rádio; Internet; Educação para os media

A rádio caracteriza-se por ser um fenómeno cultural de massas enraizado na nossa vida quotidiana e que se torna incontornável para a informação, o entretenimento e a música (OLIVEIRA, 2013). É o meio de comunicação cuja criatividade se serve do poder da palavra e em que a experiência do ouvir é o trunfo numa sociedade absorvida pela imagem.

Na tentativa de integrar o panorama digital, a rádio alia-se à internet criando plataformas digitais que assegurem a divulgação dos seus conteúdos e reformulando a relação que estabelece com os ouvintes, que agora também adoptam o papel de usuários.

---

<sup>1</sup> Licenciada em Comunicação Social e Cultural pela Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica de Lisboa. Mestranda em Ciências da Comunicação na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Concluiu tese de mestrado sobre 'As Potencialidades Educativas da Rádio para Crianças e Jovens'. Email: mariananeto.g@gmail.com



## **Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital**

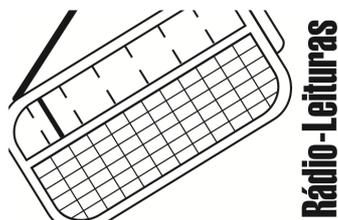
Maria Mariana Neto Guerreiro

O papel de destaque da internet, aliada aos meios de comunicação, desperta o interesse para a educação para os *media* e a pertinência da sua discussão em relação às crianças e jovens. A par da actualidade deste tema, surgem projectos e iniciativas que pretendem utilizar os recursos cedidos pelos meios de comunicação e internet para potenciar o acesso a um conhecimento informado. Alguns deles utilizam a rádio, em ambiente digital, com o intuito de reforçar e estimular o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de capacidades de comunicação e expressão das crianças e jovens participantes. Este meio de comunicação, aliado ao digital, torna-se de fácil acesso e custo, o que permite um investimento relativamente baixo para a execução dos projectos.

Primeiramente o presente artigo tem por objectivo analisar a estrutura da rádio e as alterações provocadas pela convergência com a internet. De seguida é feita uma breve análise sobre o público jovem e seus hábitos de consumo em relação à rádio e às suas plataformas *online*. O segundo momento do artigo reflecte sobre a relação estabelecida entre a rádio e a educação revisitando iniciativas pioneiras no que diz respeito à utilização da rádio enquanto ferramenta educacional. A apresentação dos projectos, que foram alvo de estudo para este trabalho, dá origem à análise de resultados, onde as entrevistas e grupos de foco são exploradas sob a óptica das competências técnicas e sociais que foram desenvolvidas pelos participantes.

### **1. Rádio e internet – mudanças instituídas pela convergência**

Se tivermos em consideração a dimensão comunicativa, expressiva e difusora da rádio, é possível entender a linguagem radiofónica como sendo o conjunto constituído pelos códigos simbólicos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio (BALSEBRE, 2005 apud PORTELA, 2006, p.26). A palavra é um elemento fundamental quando falamos em rádio, principalmente quando falamos em notícia, em jornalismo de informação. Segundo Rosental Alves (2005 apud PORTELA, 2006, p.28), a palavra em rádio deve ser reforçada através de uma programação que



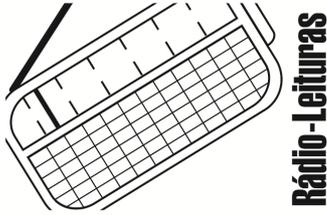
contrarie o caminho mais fácil, que é o de deixar a música ocupar a maior parcela da programação. Assim, a palavra em rádio tem uma dupla função, servindo de veículo através do qual é transmitida a informação (seja através do noticiário ou de outro formato) e de elo de ligação entre os vários momentos de uma emissão.

Por sua vez, a música em rádio é entendida como meio indutor de criatividade e imaginação que conduz o ouvinte a uma experiência sensorial integral (PORTELA, 2006). A música pode surgir de duas maneiras: como um conteúdo programático, apresentando-se em forma de canção; ou como separador, efeito sonoro que sinaliza o início, o fim ou a mudança de assunto num programa informativo (BONIXE, 2009 apud TERESO, 2012, p.15).

Por outro lado, o silêncio surge em rádio como elemento contrastante que permite a interpretação de todos os outros. É utilizado para marcar o ritmo na leitura de um texto ou para deixar em aberto um pensamento criando uma sensação de *suspense* e abrindo a porta ao imaginário do ouvinte para que este “não seja um receptor passivo e crie a sua própria cenografia num espaço infinito de escuridão” (BAUMWORCEL, 2005 apud PORTELA, 2006, p.28).

A rádio é, neste sentido, o “mais democrático” dos meios de comunicação de massa (KLOCKNER; BRAGANÇA, 2011 apud TERESO, 2012, p.18) por ser um meio de comunicação de fácil acesso e de utilização bastante barata, quer seja feita da maneira mais tradicional através do receptor analógico, quer seja escutada através da televisão, do telemóvel e outros dispositivos móveis ou do computador com ligação à internet. Pela sua desenvoltura, a rádio não requer aparelho específico de transmissão nem lugar ou circunstância concreta para ser escutada; pelo contrário, vai acompanhando o nosso dia-a-dia, vai-se moldando aos nossos horários e ao ritmo da vida em sociedade.

Por isso, a reflexão da rádio contemporânea decorre de uma análise que combina o analógico com o digital. Perante esta nova era e com a diversidade de ferramentas disponibilizadas pela internet, a rádio sofre várias alterações, principalmente em relação ao seu modelo comunicacional passando de um modelo



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

unidireccional e vertical para outro bidireccional e horizontal em que a audiência é activa e interactiva (CORDEIRO, 2010, p.70).

O processo de fusão da internet com a rádio pode ser dividido em três fases, segundo Cebrián Herreros (2008 apud PACHECO, 2010, p.7). Uma primeira fase em que as emissoras criavam *sites* e não procuravam grandes mudanças na programação hertziana; uma segunda fase em que a rádio começou a introduzir alguns elementos característicos da *web* como os *links*; e uma terceira fase em que a rádio passa a produzir conteúdos próprios para o *online*.

Outra aspecto que espelha as vantagens da ligação da rádio à internet passa pela criação das estações de rádio *online* não estar sujeita a qualquer tipo de autorizações fazendo com que a difusão radiofónica se estenda em larga escala. Surgem assim as *webrádios*: “A rádio passa a oferecer serviços que unem o som, elementos escritos e visuais e junta-se a outros *media* para estar presente e responder às solicitações do consumidor multimédia” (CORDEIRO, 2004 apud PACHECO, 2010, p.7).

Em suma, na internet, a rádio reúne música, informação e publicidade, em paralelo com outros componentes como animações, imagens estáticas ou em movimento. Para além de armazenar conteúdos e conceder à rádio a possibilidade de emitir apenas para o *online*, “a internet é, ela própria, um meio que pode servir de emissão e de recepção de rádio, influenciando outros dois elementos do processo comunicativo: a mensagem e o *feedback*” (MENESES, 2007, p.3).

### 2. Os Jovens e a rádio

Perante as recentes mudanças vividas pela rádio, torna-se importante analisar que alterações se registaram na relação que os jovens estabelecem com o meio de comunicação em questão. No presente trabalho, adoptamos a concepção de criança e jovem seguindo a obra de Jean Piaget. O investigador divide os estádios cognitivos em quatro faixas etárias diferentes: até aos dois anos estamos perante o sensório-motor;

dos dois aos sete sob a influência do pré-operatório; dos sete aos 12 perante as operações concretas; e, da adolescência em diante, presenciemos as operações formais (PONTE, 2012, p. 35). Partindo desta definição de Piaget, e sem ignorar que a Convenção sobre os Direitos da Criança alarga a idade até aos 18 anos, adoptamos, para o estudo em questão, os 12 anos idade inicial onde vai incidir o nosso estudo sobre crianças e jovens.

Na sociedade multimédia aumenta a percentagem de jovens que têm acesso à internet e que usufruem das novas tecnologias. A migração dos públicos jovens da rádio para outras tecnologias e plataformas está directamente relacionada com o crescimento do mercado tecnológico e com a oferta vasta de alternativas à escuta de música através da rádio:

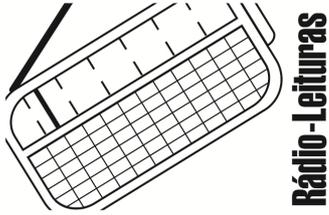
Com a popularização de aparelhos que reproduzem música digital (*mp3 players*, celulares, etc.), a facilidade de acesso a qualquer música via *download* na internet, somada ao crescente número de *webrádios*, coloca as emissoras de rádio convencional em uma complicada situação (CARDOSO; ROCHA, 2011, p.169).

77

Para os autores Herschmann e Kischinhevsky (2008, apud CARDOSO; ROCHA, 2011, p.172) existe uma razão para a rádio estar a perder vitalidade:

a reconfiguração das indústrias do rádio e da música causa impacto directo sobre o campo da cultura. Embora os *podcasts* e as *webrádios* ainda constituam uma fracção do mercado, representam a face mais visível de um processo de transformação da mídia sonora, redesenhando os circuitos de produção, veiculação e consumo de música popular massiva e da informação radiofónica.

É plausível afirmar, perante o avanço tecnológico e as alterações sofridas pelo panorama musical, que os públicos mais jovens – que na sua maioria estavam sintonizados às rádios musicais – estão agora a encontrar alternativas para satisfazer os seus consumos de música e de informação. As causas que conduzem à perda das audiências mais jovens estão relacionadas com a existência de novos suportes mais atractivos e convergentes (iPod e telemóveis) e com a facilidade de personalização musical através da internet. Também as estações e a sua estrutura não contribuem



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

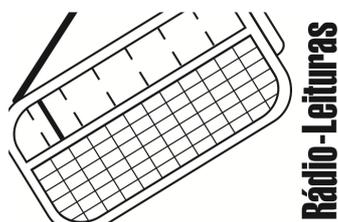
pelo excesso de publicidade e pela falta de programações adaptadas aos interesses destas audiências (MENESES, 2011, p.73).

“Em casa, na rua, no trabalho, no lazer, na mochila de um adolescente, os *gadgets* nos lembram como o mundo está ficando cada vez menor, mas também de infinitas perspectivas e múltiplos cenários, em toda a sua ambivalência e fragmentação” (ROCHA; PEREIRA, 2009 apud CARDOSO; ROCHA, 2011, p.183).

### 3. A rádio e a educação

A rádio acaba por competir para tornar a educação para os *media* num projecto inovador e integrado nos programas escolares. Com o ingresso da rádio no ciberespaço, as possibilidades de diversificar os seus serviços, os seus conteúdos e as suas emissões tornam-se maiores e mais proveitosas. Como vimos, a rádio encontrou na internet a possibilidade de ganhar outra temporalidade com a disponibilização de arquivos multimédia e com a alteração da sua flexibilidade horária. Como consequência, alterou a relação com os seus ouvintes/utilizadores ([SearesSOARES, 1999](#)).

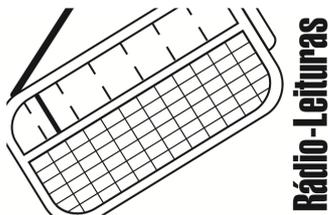
Tendo em consideração que a educação para os *media* se trata “de um conjunto de competências (e processos da respectiva aquisição) relativas ao acesso, uso esclarecido e análise crítica (interpretação) dos media” ([PereiraPEREIRA, 2010 cit. por apud SilveiraSILVEIRA, 2011, p.:798](#)), a educação tem vindo a tirar partido e a investir nesta nova funcionalidade da rádio, até porque a sua introdução na educação traz vantagens como o incentivo à leitura e produção de textos para as emissões, o desenvolvimento da oralidade e da narrativa, a possibilidade de pesquisa e capacidade de selecção, o uso informado de novas tecnologias, o fomento de uma capacidade comunicativa e de reflexão crítica e a criação de uma nova relação entre aluno, professor e comunidade educativa baseada na troca de informação e conhecimento ([Junior-JUNIOR; e CoutinhoCOUTINHO, 2008, p.:104-105](#)).



O aluno pode ter agora um papel activo e interveniente na produção de conteúdos e na escolha da própria programação, deixando de ser apenas um receptor activo no que toca à partilha da sua opinião mas fazendo também parte do processo. A utilização da rádio como ferramenta educacional apresenta vantagens significativas no que diz respeito à adopção de novas estratégias, como explica Girardot (apud GONNET, 2007, p.115):

Ninguém duvida do seguinte: para estimular nos nossos alunos o desejo e a necessidade de falar, nada pode superar o valor das situações reais de comunicação. E a rádio, instrumento de comunicação oral por excelência, constitui, de facto, um dos suportes melhor adaptados; pela possibilidade de desenvolvimento que sugere, ela potencia situações de expressão e de comunicação autênticas e motivantes (Girardot cit. por Gonnet, 2007:115).

Os projectos de rádio na *web* com fins educativos começaram por volta da década de 90, a partir de projectos que estavam ligados à transmissão hertziana (TEIXEIRA; SILVA, 2009, p.5729). Alguns destes projectos merecem destaque pelo seu carácter vanguardista no que toca a aliar a rádio à educação. Em Itália, a *Scuola Radio Elettra di Torino* caracteriza-se pela auto-instrução: na plataforma da rádio *web*, o estudante tem acesso a conteúdos indispensáveis à sua aprendizagem e possibilidade de contacto com os tutores. Em 2005, no México, foi criada a *Edusat Radio* com o apoio da Direcção Geral de Televisão Educativa, com o objectivo de desenvolver projectos de rádio e de televisão na internet que apostam no crescimento da cultura mediática do país. Espanha é um país de destaque no que toca a projectos de rádio, já que conta com um vasto número de emissoras de carácter educativo, formativo, universitário e vários projectos de rádio na internet. A *Fundación Radio ECCA*, formada em 1965, é uma organização privada e sem fins lucrativos que baseia o seu sistema de ensino em três passos: material impresso, aula de rádio (presencial ou *online*) e orientação/tutoria. Também o Ministério da Educação Espanhol possui na sua página *online* um espaço dedicado aos *media* e, no caso da rádio, disponibiliza informação que vai desde a história da rádio até à montagem de uma emissora na escola, propostas de actividades, entre outros.



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

O Brasil, país de destaque no que concerne à utilização da rádio como ferramenta educativa, possui, entre muitas outras, a *Rádio web UFPA*, um canal de divulgação de actividades científicas e académicas da Universidade Federal do Pará. Esta rádio está mais direccionada para a informação, e possui uma base de dados onde os alunos podem pesquisar, aceder e fazer o *download* de palestras e entrevistas sobre os mais variados temas.

Em Portugal, a *Rádio Universitária do Minho (RUM)* ganhou destaque por possuir uma diversidade de conteúdos que iguala a diversidade do seu público. Existe desde 1989 e a partir de 2006 começou a emitir na *web* com uma oferta de programação que contempla áreas dedicadas ao jornalismo, às temáticas educativo-culturais e de entretenimento. A RUM conta com duas interfaces: o *website* e a emissão *online*. A emissão *online* é uma alternativa à emissão tradicional e que, acompanhada do site, dá aos seus ouvintes/utilizadores uma vasta panóplia de assuntos na área da cultura, educação, ciência, economia, política, notícias, informações locais, entrevistas e reportagens. Adoptando uma vertente educativa, disponibiliza ainda plataformas onde os professores e investigadores podem depositar os seus trabalhos científicos, disponibilizar as aulas em *podcast*, deixar informações sobre leituras, exames, eventos académicos e também estimular o debate através do lançamento de temas no fórum de discussão (TEIXEIRA; SILVA, 2009, p.5729-5734).

Ainda que pouco conhecidas do público, as experiências de rádio nas escolas e em espaços de educação não-formal são prova da capacidade participativa e interventiva dos jovens e, conseqüentemente, também de interesse pedagógico ligado a essas práticas. Jacques Gonnet (2007, p.114) explicita, no caso das rádios escolares, as três configurações abrangidas pelo termo: 1) sonorização interna que se caracteriza por possuir um estúdio de produção, que pode ir de um nível muito básico (micro e amplificador) a um nível mais completo (semelhante ao equipamento das rádios profissionais) de onde são realizadas as emissões que são difundidas do interior da escola através de altifalantes; 2) a rádio em meio escolar ou rádio associativa, que está sediada na própria escola e que beneficia de uma autorização de emissão assim como

de um subsídio de apoio, tendo de, em contrapartida, cumprir certos requisitos garantindo tempos de difusão importantes que podem, muitas vezes, abranger as férias; 3) uma categoria entre as duas anteriores é constituída por um estúdio de produção de que a escola dispõe e uma rádio local, que associada à rádio escolar, garante a transmissão das emissões, seja de forma regular ou não.

Quando se fala de rádio no meio escolar, é possível enumerar práticas e vantagens que surgem deste tipo de projectos: o trabalho de expressão que inclui a respiração, a dicção, projecção e tom; o desenvolvimento da capacidade comunicativa dos alunos; a investigação e exploração de documentos; o desenvolvimento de um sentimento crítico e de avaliação (GONNET, 2007, p.116).

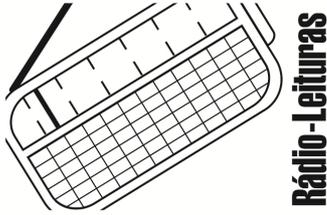
É também necessário referir que a gestão de uma rádio em espaço escolar exige uma real motivação pois enfrenta condicionantes como a movimentação dos alunos, a coordenação estreita entre a rádio e o horário escolar, e o tempo lectivo e a sua rigidez de horários (GONNET, 2007, p.116).

A rádio em contexto educacional, projecto que está a ganhar mais visibilidade, aparenta ter duas maneiras possíveis de se expressar no espaço escolar. Por um lado, é utilizada, no âmbito da educação para os *media*, como objecto de estudo em sala de aula; por outro, é o projecto e o verdadeiro veículo de aprendizagem.

#### **4. Apresentação dos projectos analisados**

Para a realização desta investigação foram seleccionados dois contextos que proporcionam uma visão mais abrangente da realidade que se pretende explorar. A utilização da rádio é ponto comum, sendo que um dos projectos está inserido em ambiente escolar, num contexto de educação formal, e o outro está inserido num contexto educacional mais informal e voltado para a inclusão social e a cidadania.

O projecto RadioActive Europe, financiado pela Comissão Europeia através do programa de Aprendizagem ao Longo da Vida, procura desenvolver e implementar uma plataforma na internet para uma rádio pan-europeia, incorporando a ferramenta



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

de web 2.0, ligada a metodologias pedagógicas inovadoras a desenvolver junto de comunidades juvenis em contexto de semi-exclusão, com o objectivo de abordar assuntos de inclusão e cidadania activa de uma forma original e estimulante. Em Portugal, o projecto está presente em Coimbra e no Porto, e conta com três centros do Projecto Escolhas<sup>2</sup> em que desenvolvem as suas actividades – Metas e Catapulta no Porto e Trampolim em Coimbra. O trabalho com este projecto cingiu-se ao centro Metas, na cidade do Porto.

O outro projecto em análise, Projecto Rádio e TV Escolas, conta com o apoio da Divisão de Juventude da Câmara Municipal de Cascais, na sua vertente de Comunicação e Informação. As escolas do município podem candidatar-se ao projecto conjuntamente com a implementação de um circuito interno de informação, em estreita ligação com a Geração C<sup>3</sup>. O projecto consiste em criar estúdios de rádio/televisão nas escolas, apoiar a criação de estruturas que permitam uma gestão autónoma dos equipamentos pelas escolas e estruturar o *site* de divulgação de conteúdos. Esta iniciativa pretende capacitar as escolas de uma rede local de informação e assegurar, através da Rede Lojas Geração C, a criação de pólos difusores de informação com uma participação activa por parte dos jovens do município. Os objectivos passam por difundir informação de âmbito escolar e Geração C, estimular a troca de informações entre as escolas e a rede de lojas Geração C, divulgar os projectos e actividades dos jovens e promover uma formação ao nível da comunicação de forma a qualificar as equipas dos projectos. O trabalho com este projecto abarcou duas das escolas do município: Escola Secundária Ibn Mucana e Escola Secundária Frei Gonçalo de Azevedo.

O quadro seguinte apresenta as orientações metodológicas que nortearam o trabalho com os projectos.

---

2 Programa governamental nacional que tem por objectivo a integração de crianças e jovens de contextos socioeconómicos vulneráveis promovendo a coesão social e a igualdade de oportunidades. In: <http://www.programaescolhas.pt/apresentacao>

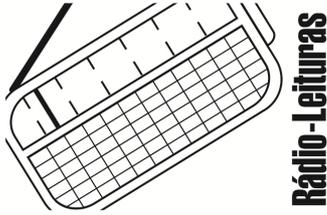
3 Divisão de Juventude da Câmara Municipal de Cascais.

**Quadro I: Participantes nos Projectos entrevistados**

	<b>Projecto Rádio e TV nas Escolas</b>	<b>Projecto RadioActive 101</b>
<b>Entrevistas</b>		Renato e José (entrevista colectiva) - Centro Metas Jonas - Centro Metas
Escola Secundária Ibn Mucana	Rosário Valente- professora e coordenadora da TRIM (Televisão e rádio Ibn Mucana)	
Escola Secundária Frei Gonçalo de Azevedo	João Pinto- aluno e coordenador da RTA	
<i>Geração C</i> , Câmara Municipal de Cascais	João e Sílvia- apoiam o desenvolvimento do projecto	
<b>Grupos de foco</b> Escola Secundária Ibn Mucana	GF1: Joana (17 anos), Rodrigo (15 anos), Raquel (15 anos). GF2: Maria (15 anos), Mafalda (18 anos), Inês (18 anos), Bruno (17 anos). GF3: Joana (12 anos), Duarte (12 anos), Tiago (12 anos), Inês (12 anos), Miguel (12 anos), Margarida (12 anos), Matilde (12 anos).	

Para a análise qualitativa dos documentos verbais recolhidos, foi utilizado o programa de análise de conteúdo MAXqda. Um programa de análise de conteúdo que se desenrola em três fases: a pré-análise, a exploração do material e a o tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2006 apud MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011, p.735).

Depois de sintetizadas as ideias principais provenientes do material recolhido, a fase da exploração torna-se crucial pois pressupõe a elaboração de categorias de análise: codificação (BARDIN, 2006 apud MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011, p.735). As categorias de análise seleccionadas para o estudo com os projectos prendem-se com as competências técnicas e sociais adquiridas através do uso educacional da rádio.



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

### 5. Análise de resultados: competências técnicas e sociais

Esta secção tem como objectivo, através da análise das entrevistas e grupos de foco realizados, demonstrar que é possível as crianças e jovens adquirirem competências técnicas e sociais através do uso e produção de rádio, seja em contexto escolar ou extra-escolar, como explica Assumpção (1995, p.15 apud GOMES, 2008, p.10):

O Rádio já é uma escola. Ele tem o dom de transformar a vida em sonoridade, penetrando não apenas no pensamento do ouvinte, mas naquilo que ele tem de sensibilidade. Decodificando as mensagens radiofônicas o ouvinte elabora idéias, cria imagens, produz fantasias, enriquece o espírito, modifica ou consolida comportamentos.

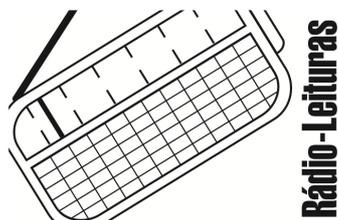
Como é espelho dos projectos em estudo, podemos afirmar que o investimento na comunicação e, conseqüentemente, na educação para os *media* se realiza “tanto nos ambientes voltados para programas escolares formais, quanto naqueles dedicados ao desenvolvimento de acções não formais de educação, como nas emissoras de rádio e de televisão educativas” (SOARES, 1999, s/p).

#### 5.1. Competências técnicas

Segundo Gonnet (2007, p.116):

Quando se fala de rádio no meio escolar, somos surpreendidos pelo leque de potenciais derivações. Citemos, de memória, alguns exemplos de práticas integradas: trabalho de expressão (respiração, elocução, dicção, tom, leitura); técnica de conversão; exploração de documentos; improvisação; crítica e avaliação.

Todos os entrevistados e os membros dos grupos de foco fizeram referência, de uma maneira ou de outra, a competências técnicas adquiridas através da participação nos projectos em análise. No *RadioActive 101*, Jonas salienta a oportunidade dada pelo

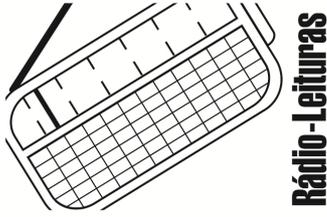


projecto aos jovens para terem contacto com materiais a que de outro modo, poderiam não ter acesso: “Eles aprendem também a mexer em coisas que, se calhar, não tinham oportunidade de mexer em outra ocasião. Por exemplo, nós através deste projecto conseguimos receber material que se calhar não tínhamos (...) e estamos a ter formações”. Por sua vez, Renato explica como os jovens desenvolvem capacidades através da participação nestes projectos: “Os jovens, primeiro, com este tipo de iniciativa e actividades como é a rádio adquirem ferramentas mais técnicas, mais de conhecimento de programas, de edição, de montagem e tudo mais”. Acrescenta que se empenham para fazer algo que cativa as pessoas e que seja interessante: “Acho que esta brincadeira, estes ‘joguinhos’ de cortar e colar, fica interessante na rádio assim com os miúdos. Dá trabalho, dá, mas fica no ouvido e as pessoas têm gostado, felizmente as pessoas têm gostado”. José é quem mais contacto tem com a parte técnica da rádio: “Na rádio o meu papel é edição técnica, ou seja, tudo o que é gravado, tudo o que é posto no programa passa pelas minhas mãos para ser editado e para ser nivelado e essas coisas todas técnicas”.

Não menos importante, é todo o trabalho de reportagem, edição, locução, etc., o qual requer:

uma divisão equilibrada do trabalho e o cumprimento das tarefas e atribuições individuais, contribuindo para o desenvolvimento de competências de natureza organizacional, de gestão de tempo, meios e recursos, importantes para o desempenho académico e para a participação na vida social e profissional futura (LEAL, 2010, p.11).

Bruno, da Escola Secundária Ibn Mucana, explica que, na rádio: “desenvolvemos competências e capacidades que não têm nada a ver com aquilo que estamos a dar nas aulas. Às vezes é resolver problemas na edição ou fazer uma entrevista, andar a correr de um lado para o outro e tentar resolver os problemas, se combinámos com uma pessoa ou com outra uma reportagem, esse tipo de situações que provavelmente vão acontecer no mundo do trabalho, nós vemo-nos, na nossa



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

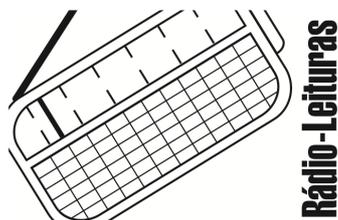
Maria Mariana Neto Guerreiro

escola, numa situação em que nas aulas nunca tínhamos possibilidade de o fazer. Eu acho que é nesse sentido a grande vantagem”.

Para além de tomarem contacto com novos materiais de trabalho, os alunos ainda se preparam para situações a que podem vir a estar expostos, como explica Maria, da mesma escola. “O que me motivou a vir para cá também foi o facto de eu ver o trabalho deles em anos anteriores e ter vontade de aprender. Eu pessoalmente não tenho, não percebo muito de computadores e editar filmes e assim e entrei cá mesmo por esse motivo, para tentar aprender porque eu sei que isto vai servir para o resto da minha vida”.

Uma vez que a TRIM – Televisão e Rádio Escola Secundária Ibn Mucana, também faz trabalhos para a televisão da escola, os alunos não aprendem somente a trabalhar com programas de edição de som mas também com programas de edição de imagem pois fazem, frequentemente, vídeos para o canal que possuem no *Youtube*. Mesmo que a rádio não seja uma actividade curricular, os alunos recorrem à TRIM para a execução de certos trabalhos com uma vertente mais técnica. Raquel observa: “Se não tivesse a técnica, se não soubesse mexer nas coisas que estão cá, não sabia fazer o vídeo”.

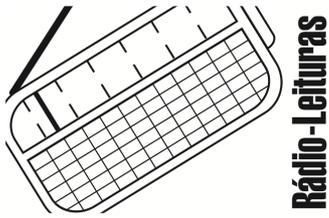
A TRIM abarca alunos do segundo ciclo ao ensino secundário (sendo que apenas fazem parte deste estudo alunos de 3º ciclo e ensino secundário). Os mais velhos fazem sempre um esforço para que os mais novos se integrem e comecem a aprender, desde cedo, como funcionar com o equipamento e com os programas de edição. Joana explica como se processa a dinâmica de aprendizagem: “nós vamos sempre dividindo, uns que estão cá há mais tempo com os mais novos para eles irem aprendendo, tipo estagiário que vai aprendendo enquanto nós vamos fazendo e depois damos uma oportunidade para eles irem experimentando também”. Os alunos, nesta rádio escolar, lidam com equipamentos como câmaras, microfones, programas de edição de imagem e som, mesas de mistura, computadores, entre outros.



Na Escola Frei Gonçalo de Azevedo a dinâmica da rádio é diferente visto que o seu coordenador é João Pinto, aluno da escola: “O porquê de este ano ter aceitado o convite de ser coordenador da rádio? Foi também com essa base de se eu não estou quem é que vai ficar? Os restantes colegas saíram todos ou quase todos... portanto, há só dois ou três que se mantiveram que já estavam o ano passado, houve aquela necessidade de ‘mas espera lá aquele trabalho todo que eu fiz durante o ano passado, este ano é tudo novo, vai tudo por água abaixo outra vez? Assim não pode ser, por isso vou aceitar o convite que me foi feito, vou ficar mais um ano”.

Sendo coordenador, João tem todo um trabalho de formação com a sua equipa: “Marcamos horas portanto, no dia, vamos pensar na segunda-feira vou ter lá alguém que não está habituado, portanto o que é que eu faço? Venho à segunda-feira, estou com ele aqueles três intervalos mesmo tendo aulas estou cá o dia inteiro, durante os três intervalos, está sempre acompanhado, portanto o que é que eu acabo por fazer? Acabo por lhe fazer uma primeira introdução para ele perceber o que é que deve dizer, os pontos básicos, acabámos de ouvir uma música, indicar o nome da música que acabámos de ouvir, identificar sempre as pessoas que estão neste momento na rádio, portanto ‘hoje, segunda-feira, estamos com João Pinto e Tiago Guerreiro, estivemos a ouvir isto e aquilo e vamos ficar agora com a música’, portanto naquele espaço em que acaba uma e começa outra há sempre todo este trabalho que, nestes dias que eles estão a aprender, eu faço todo esse trabalho de lhe explicar e de lhe dizer o que é que ele vai introduzir”.

Para além deste trabalho de formação dos colegas, João também organiza as grelhas de programação da rádio e fichas técnicas, género de actas, onde fica escrito quem esteve na rádio e que trabalho efectuou. João explica: “vou sempre ao encontro de programações de uma rádio que já está bem estruturada, que se tem as informações ao acesso de todos acho que nós podemos agarrar, não usar o que eles têm lá, mas agarrar e compor de acordo com a nossa necessidade”.



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

As mesas de mistura e os programas de edição são aquilo de que João fala com mais entusiasmo, explicando como funcionam as ligações da mesa, os diferentes microfones e a passagem dos diversos elementos para os computadores. Foi possível reparar que a mesa de mistura tem botões “trancados” com fita-cola, técnica que João arranhou para facilitar aos colegas o manuseamento da mesa e das suas diversas funcionalidades delimitando assim as posições dos diferentes botões.

Falando das vantagens dos jovens que participam neste tipo de projectos, Rosário Valente sublinha que, hoje em dia, se torna cada vez mais importante que os jovens invistam na sua formação como condição para se destacarem: “qualquer situação para marcar a diferença... Os jovens, hoje em dia, têm de marcar a diferença, isso é importante e são alunos que estando neste clube têm mais acesso, por exemplo, a *workshops*, portanto já têm algum estímulo, e podem fazer *workshops* de voz promovidos pela Câmara, os *workshops* técnicos, tudo e mais alguma coisa de comunicação, a escrita criativa”.

Na Escola Secundária Ibn Mucana, crianças mais novas que participaram no grupo de foco quando confrontadas com o que as motivou a quererem fazer parte da TRIM explicaram que foi sobretudo para aprender coisas novas e para pôr música nos intervalos: “Porque é fixe, gostamos de nos exprimirmos e de aprender novas coisas. Temos oportunidade de ter coisas que os nossos pais não tiveram. Temos aprendido algumas coisas, temos oportunidade de fazer entrevistas e de pôr músicas no intervalo; era para pôr a música, conhecer novas pessoas, para depois entrar nos projectos que eles fazem”. Ainda sobre a experiência que têm na rádio dizem que já aprenderam a trabalhar com programas de edição e que já aprenderam a exprimir-se: “Aprendemos a conviver; a entrevistar; a falar diante da câmara; aprendemos a não ter medo de nos exprimirmos”.

A entrevista à Geração C, entidade que apoia o desenvolvimento do *Projecto Rádio e TV Escolas*, deu-nos uma visão institucional. Abordando questões semelhantes às que foram feitas aos restantes entrevistados, João Santos evidencia a necessidade

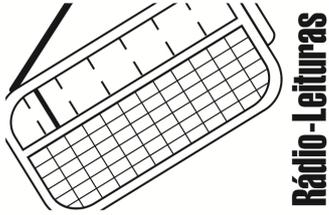
de renovar os grupos neste tipo de projectos, explicando que estavam a pensar convidar alguns jovens para irem dar formação às escolas que ainda estão com o projecto em fase embrionária: “Temos falado muito na possibilidade de alguns alunos irem a outras escolas ajudar, o caso do João, o caso do Bruno também, e portanto são miúdos que sempre se disponibilizaram a fazê-lo e que também esta relação que existe entre escolas e entre alunos também acho que é um benefício”.

Perante estes excertos de testemunhos, é possível concluir que existem capacidades que estes jovens desenvolvem, a par da participação nestes projectos que lhes proporcionam material e experiências às quais não teriam acesso de outra maneira. Fazendo um apanho do que foi mencionado pelos entrevistados, podemos afirmar que, em relação às competências técnicas, os jovens aprendem a trabalhar com programas de edição de som e imagem, aprendem a fazer grelhas de programação e a estruturar um programa de rádio, têm acesso a material e formação que não teriam sem estarem inseridos nos projectos e têm a possibilidade de fazer parte de um clube, de um projecto, que lhes proporciona experiências enriquecedoras até para o futuro.

## **5.2. Competências sociais**

A construção da cidadania começa pelo respeito pela diversidade de opiniões, saber ouvir e saber decidir colectivamente é, portanto, condição de participação. Nas rádios escolares, a pauta é construída no colectivo e, no exercício da sua construção, a ação dialógica torna-se elemento fundamental (FREIRE, 1995, p.81 apud DIEGUES, 2010, p.40).

Um projecto de rádio, desenvolvido ao nível escolar ou em contexto extra escola, conduz os jovens a uma reflexão activa sobre o papel que desempenham perante a comunidade “evidencia-se, entre outros aspectos, a participação como mecanismo de transformação de crianças em cidadãos críticos e reflexivos” (DIEGUES, 2010, p.40). Para além disso, também as relações que se constroem “entre a escola e a



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

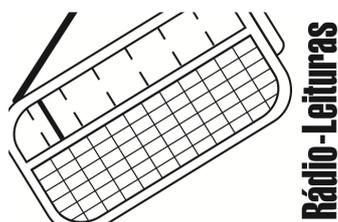
Maria Mariana Neto Guerreiro

comunidade, entre o aluno e os pares, professores, responsáveis da comunidade e anónimos, convida ao respeito pelo outro, à consciência cívica e à participação democrática e responsável” (LEAL, 2010, p.12).

Renato, do projecto *RadioActive 101*, fala-nos sobre o pensamento que norteia o trabalho no centro: “eu sozinho não faço a rádio mas todos fazemos a rádio”. Partindo deste pensamento, nota, tem que existir toda uma organização que permita que as coisas sejam feitas com método e com a participação de todos: “adquirem um bocadinho de trabalho em equipa (...) então eles têm de trabalhar em grupo, têm de pensar em temas, temas esses que têm de ser abordados nos programas, pensar nos conteúdos, falar com pessoas para gravar, arranjar sítios para gravar, ter a noção do material que é preciso para fazer a gravação, acho que isso tudo são mais-valias para estes miúdos que, normalmente, não têm acesso a este tipo de material e a este tipo de trabalho”.

José também refere a importância da ocupação dos tempos livres com actividades que sejam criativas e que estimulem os jovens: “acho que a coisa mais importante é que eles realmente estão a fazer alguma coisa, não estão parados a fazer asneiras ou a procurar confusão com alguém, estão interessados a fazer algo que realmente lhes dá prazer porque, apesar de aprenderem coisas novas, eles gostam daquilo que estão a fazer e muitas vezes vêm, se calhar, uma profissão no futuro a fazer algo daquilo e então ajuda um bocado por esse lado, é uma nova porta que se abre para eles”.

A coisa mais importante, na visão de José, em relação aos programas que realizam, é a seriedade e o carinho que põem em cada emissão: “Acho que a coisa mais importante, para além de a gente fazer estes programas, nós somos fieis ouvintes, ou seja, a gente no dia-a-dia, a gente ouve rádio, ouve música, e então tem uma ideia de como se faz as coisas mesmo que a gente não tenha nenhuma experiência, a gente no subconsciente vai adquirindo um bocado essas ferramentas e então a gente vai ouvindo programas de rádio e emissões ao longo do dia no carro ou



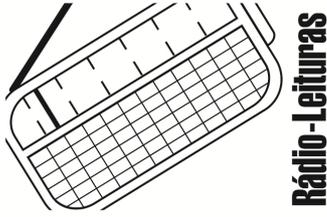
assim e então o que a gente procurou foi fazer algo que fosse agradável de toda a gente ouvir mas, acima de tudo, que nos desse prazer a nós fazer e poder dizer assim ‘Não, isto é o nosso trabalho e por acaso está bem feito’. Não quero ser egocêntrico acerca do nosso trabalho aqui mas a questão é a gente poder dizer assim ‘A gente gosta disto mas, acima de tudo, as outras pessoas também gostam’ e acho que o prazer de fazer alguma coisa é no fim poder receber os elogios e ouvir os *feedbacks* das pessoas”.

Também Jonas chama a atenção para uma questão bastante pertinente no que toca ao projecto *RadioActive 101*, que é a importância destes jovens darem a sua opinião e exprimirem os seus pensamentos livremente: “têm visibilidade para tudo o que eles queiram fazer e têm voz também, eles próprios, eles conseguem fazer-se ouvir, ou seja, conseguem dar a perspectiva deles”. Sendo que o enfoque deste projecto se centra na aplicação de metodologias inovadoras junto de comunidades de jovens em contextos semi-excluídos, importa explorar as capacidades comunicativas e expressivas na execução dos programas, como explica o jovem: “Eles não estão habituados a dar a sua perspectiva, por isso é que eles eram um bocado acanhados, quando eu lhes fazia a pergunta eles tinham um bocado de receio do que haviam de dizer”, “vai mesmo pela visibilidade que eles têm porque eles, até há pouco, nós já fizemos muita coisa e muita coisa boa aqui mas nunca tivemos a visibilidade que, se calhar, esperávamos e é um bocado por aí”.

Cavalcante (s.d, p.6) destaca:

Esta mídia (o rádio) proporciona uma nova relação no processo educativo entre professores e alunos, afastando a perspectiva de ensino focado no papel do professor como mero transmissor de conhecimentos, mas possibilitando que este sujeito também aprenda numa relação interativa com alunos, colegas e os sujeitos da comunidade em geral.

Testemunha disto é João, aluno coordenador da RTA, que aponta como contributos da rádio a ligação que permite estabelecer não só com a comunidade

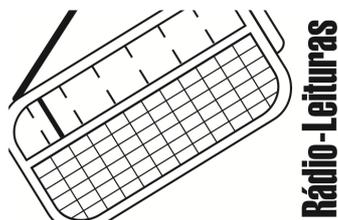


## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

escolar em geral mas também com entidades exteriores à escola: “Até hoje o que é que a rádio me tem dado? Tem dado muita experiência, muita ligação com a escola, até com elementos que não fazem parte da escola, são de outros locais, de outros programas”. Também a Mafalda, ex-aluna da Escola Secundária Ibn Mucana, explica a relação entre os membros da TRIM e a professora Rosário Valente: “Nós costumamos dizer que a professora Rosário é a nossa mãe porque, para além de passarmos imenso tempo aqui a trabalhar e ela estar connosco muitas das vezes, para além de também ela trabalhar connosco e fazer edição de vídeo de vez em quando, desse tempo todo que passamos com ela, eu acho que é seguro dizer que qualquer um de nós, que se precisarmos de alguma coisa, a primeira pessoa a quem podemos, que sabemos que podemos recorrer é à professora Rosário porque como é que eu hei-de explicar? Este tempo todo que nós cá estivemos, nós crescemos, não só em termos de rádio, em termos de edição de imagens, mesmo em termos pessoais, toda a gente aqui teve de crescer de alguma maneira e ela acompanhou-nos sempre nesse processo e é família mesmo, é diferente dos outros professores”. Outros alunos da Escola Secundária Ibn Mucana, mais novos, também explicam que, na TRIM, o seu comportamento é diferente do que têm nas aulas: “Podemos falar quando quisermos, podemos tratar as pessoas por tu. A relação com o professor é mais casual”. Até a professora faz referência a esta ligação que estabelece com os alunos apontando-a como um ponto positivo nestes projectos: “aqui há um espírito familiar muito grande, eles até por brincadeira chamam-me mãe, há um aluno meu que já acabou e que veio fazer uma visita e entrou na sala ‘então mãe posso entrar?’ e os meus alunos começaram todos a olhar para mim ‘Mãe?!’ porque, de facto, há aqui uma... tem que haver, tem que haver uma ligação porque nós estamos aqui muitas horas”.

Jacques Gonnet aponta duas maneiras distintas de construir um meio de comunicação escolar. Uma delas passa pela iniciativa dos estudantes em quererem exprimir as suas opiniões e participar activamente na comunidade escolar: “com a autonomia que lhes é dada para a produção, os alunos têm de aferir que conteúdos

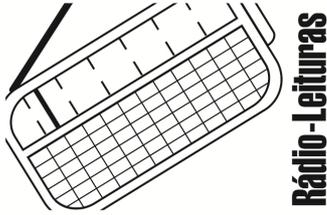


explorar, os temas que atraem a comunidade escolar e criar espaços de discussão e troca de ideias” (GONNET, 2007, p.96). Assim sendo, o jovem coordenador da RTA, explica como é gerido o trabalho na rádio da escola: “há sempre, digamos, um trabalho de casa de pensar o que é que vamos fazer no dia a seguir, todos temos *Facebook*, todos temos telemóveis. (...) Sempre um trabalho em casa e um trabalho em grupo”. E em relação aos temas explorados, evoca a importância de atingir toda a comunidade escolar: “temos mesmo um programa (...) o ‘*Notícias em Alta*’ que falamos sobre acontecimentos em Portugal e no mundo (...) acontecimentos, alterações no Ministério da Educação, falamos também da greve dos professores, porque pronto acabamos por estar a transmitir para a comunidade mas a comunidade não é só os alunos, é também professores e funcionários”.

Na Escola Secundária Ibn Mucana, Joana fala da rubrica criada pela TRIM- *Fala por ti* - que tem como objectivo dar voz aos alunos e tratar problemas da actualidade e do interesse comum: “Nós vamos abordar vários temas que são um problema na sociedade neste momento. O primeiro problema em que falámos foi sobre a crise (...) e nós entrevistámos professores, entrevistámos alunos da escola, dos mais ‘novinhos’ aos mais velhos, e inclusive também a nossa turma de economia para saber se têm andado a aprender, o que é que já aprenderam e o que eles nos têm a dizer sobre isso”.

A dinâmica de uma rádio escolar ou em contexto extra-escolar subentende a criação e o desenvolvimento de capacidades que são tomadas como obrigatórias no que toca ao trabalho em grupo e à dedicação exigida por este tipo de projectos, como explica Sara Leal (2010, p.11):

O trabalho em equipa é de resto uma das dimensões relevantes na criação e dinamização de um projecto de rádio escolar. Não se faz radiojornalismo sozinho. É um projecto gerado no seio de um grupo e diariamente alimentado por esse grupo ou subgrupos. As tomadas de decisão (escolha dos assuntos, convidados, constituição de equipas, definição de procedimentos de pesquisa e recolha de informação, etc.) são acções de natureza colectiva e requerem a análise e sugestões de todos os intervenientes.



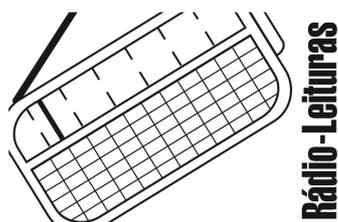
## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

Rosário aponta algumas competências que acredita que os jovens não conseguem desenvolver se não estivessem integrados neste tipo de projectos: “em termos dessas competências, do saber estar, do saber ouvir, do espírito de equipa, do esforço, de saberem que as coisas não aparecem por nada, do espírito de sacrifício, isto eles só têm aqui”. Bruno, da Escola Secundária Ibn Mucana, faz referência à importância de aprender a trabalhar em grupo e da autogestão para ter sucesso neste tipo de projectos: “é um lado da educação que passa muito por nós, nós temos de aprender a fazer muitas das coisas sozinhos, principalmente a trabalhar em equipa, que parece muito fácil fazer trabalhos de grupo, que é a única coisa que fazemos nas aulas normais, mas que é bastante complicado tentarmos coordenar-nos uns aos outros”. Devido ao seu papel de coordenador, João vê-se muitas vezes a ocupar o papel também de formador para os membros mais recentes da RTA: “Acabo por lhe fazer uma primeira introdução para ele perceber o que é que deve dizer, os pontos básicos, acabámos de ouvir uma música, indicar o nome da música que acabámos de ouvir, identificar sempre as pessoas que estão neste momento na rádio (...), há sempre todo este trabalho que, nestes dias que eles estão a aprender, eu faço todo esse trabalho de lhe explicar e de lhe dizer o que é que ele vai introduzir”.

Nestas duas escolas do concelho de Cascais, existe uma preocupação em incluir os alunos neste tipo de projectos e afastá-los de outras situações menos proveitosas, como está patente nas palavras de Rosário: “é preciso algo que motive os alunos para não estarem noutros sítios, daí que eu às vezes diga aquelas coisas do ‘devias era ir para a TRIM’, porque enquanto estão aqui estão a trabalhar, estão a conviver, estão a aprender e não estão com outras situações de risco, que nós consideramos situações de risco, e acabam por fugir um bocadinho a isso, isso é importante, é muito importante, e de facto é inovador”.

Perante este levantamento de testemunhos recolhidos a partir das entrevistas e dos grupos de foco realizados podemos dizer que os jovens que frequentam este tipo



de projectos aprendem a trabalhar em grupo, a delinear e a atingir metas de trabalho, a conviver e a repartir tarefas, a fazer aquilo de que gostam com dedicação e a investir na sua formação enquanto alunos e enquanto futuros profissionais. Acima de tudo, os alunos adquirem a sua voz, a sua liberdade, perante a comunidade escolar, perante os colegas e amigos e transformam-se em cidadãos activos da realidade em que estão inseridos.

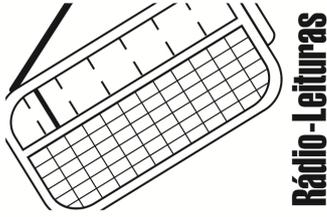
A união entre a Comunicação e a Educação se faz importante, sobretudo, por ser potencial agente de cidadania, representando um espaço de participação efetiva, onde o conhecimento ocorre de maneira não hierarquizada. Nesse ambiente protagonizado pelos alunos, a troca de experiência contribui para o desenvolvimento de um ser humano mais crítico, bem como para a re-elaboração de conhecimentos já adquiridos (CARIAS *et al.*, 2012, p.1).

## Considerações finais

95

A rádio na internet oferece, de facto, “um amplo conjunto de potencialidades” ao utilizador, já não mero ouvinte, diz Paula Cordeiro (2004). Assim, o conceito de rádio na internet pode ser entendido como uma resposta às exigências da sociedade tecnológica e do ouvinte-utilizador. Estas facilidades da rádio nas condições do digital também se evidenciam no que toca ao tipo de projectos como os analisados no estudo, pois principalmente o baixo custo é aliciante para projectos que dependem de financiamentos incertos. Também a possibilidade de emitir *online* e de divulgar os projectos através das redes sociais ou até de uma página *web* são factores que permitem o empoderamento deste tipo de rádios, já que amplificam o seu alcance e permitem estabelecer pontes com as culturas juvenis.

Em relação ao público jovem, a internet facilitou o acesso ao mundo musical, ao *download*, à criação de webrádios, factores que afectam directamente as emissoras de rádio hertziana. O público jovem que consome rádio é activo e migratório, “demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação” (CARDOSO; ROCHA, 2011, p.184). Neste estudo, encontrámos jovens que



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

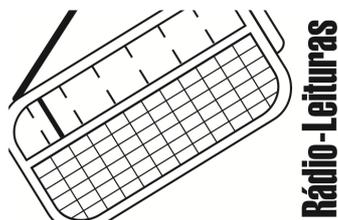
Maria Mariana Neto Guerreiro

consideravam a rádio um meio de comunicação importante mas que, quando se fala em hábitos de consumo, estes surgem directamente relacionados com a música.

A educação para os *media*, neste estudo com enfoque na utilização da rádio, mostra ser cada vez mais necessária para proteger e capacitar os indivíduos, desde idades precoces, na sua utilização dos *media*, que convida cada vez mais à participação. Também no nosso estudo encontramos agentes convencidos da importância crucial de projectos que estimulem o contacto dos jovens com os meios de comunicação social, que possibilitem aos jovens gerar novos conhecimentos e aumentar o seu 'currículo' e ainda que invistam numa vertente mais prática que crie bases para oportunidades futuras.

Dada a importância de transformar os jovens em produtores e criadores de *media*, a escola tem vindo a tirar partido e a beneficiar desta nova funcionalidade da rádio que, aliada à internet, facilita os processos de produção e divulgação de conteúdos e diminui os custos relativos à sua implementação. Não é possível, no entanto, afirmar que a escola é a única entidade a desempenhar um papel crucial no desenvolvimento destes projectos. Também várias entidades, nacionais e internacionais, apoiam projectos para a educação para os *media* e desenvolvem-nos em centros comunitários e/ou centros de jovens onde se pretende, tal como no *RadioActive*, implementar medidas que contribuíssem para aumentar o nível de educação e empregabilidade de jovens em situações de risco e exclusão social.

Os resultados obtidos justificam a pertinência de estudar estas questões junto das escolas, dos centros e das suas crianças e jovens. Em relação às competências, podemos apontar como valências do uso educacional da rádio a aquisição de técnicas e ferramentas provenientes dos programas que utilizam na rádio; a aprendizagem, muitas vezes, é de cariz autodidacta e daí surge a formação de jovens estimulados e com espírito de sacrifício, a entreatajuda e o espírito de equipa que contribui para o empoderamento da relação entre os jovens, colegas e comunidade; a motivação e satisfação fruto da visibilidade que os projectos proporcionam ao seu trabalho; a



pertinência dos temas tratados como ponto importante para a integração na comunidade ou no ambiente escolar; e a aquisição de conhecimentos na área dos *media* que lhes permite a elaboração de entrevistas, de reportagens ou de notícias e que, por conseguinte, ajuda a desenvolver capacidades orais e expressivas associadas à prática jornalística em rádio.

### Referências bibliográficas

CARDOSO, R., ROCHA, C.M. A relação do público jovem com a rádio na actualidade. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, vol. 8, n. 22, p. 167-186. 2011. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/225>. Acesso em: 1 Out. 2013.

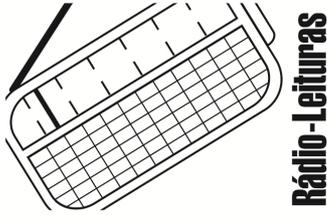
CARIAS, L., CILIÃO, M., MAIA, A. Nas ondas da antena 23: a rádio escola e as suas interferências na formação dos alunos do Colégio de Aplicação João XXII. In: **INTERCOM- sociedade brasileira de estudos interdisciplinares de comunicação**, 17º Congresso de Ciências da Comunicação, 2012, Região Sudeste – Ouro Preto. p. 1-14. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-0927-1.pdf>. Acesso em: 27 Nov. 2013.

CAVALCANTE, L. (s.d). **Mídia na educação**: o rádio no processo educativo. Pesquisa em educação: desenvolvimento, ética e responsabilidade social. Disponível em: <http://dmd2.webfactional.com/media/anais/MIDIA-NA-EDUCACAO---O-RADIO-NO-PROCESSO-EDUCATIVO.pdf>. Acesso em: 1 Nov. 2013.

CORDEIRO, P. **A rádio e as indústrias culturais**: estratégias de programação na transição para o digital. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.

CORDEIRO, P. Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio. Resumo do trabalho desenvolvido para apresentação no **2º Congresso Ibérico de Comunicação**, 2004, Covilhã. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>. Acesso em: 26 Set. 2013.

DIEGUES, V. **Educomunicação**: produção e utilização de podcasts na dinamização de uma webrádio, 2010. 207 f. Tese (Mestre em Educação)- Instituto de Educação, Universidade do Minho, 2010. Disponível em:



## Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital

Maria Mariana Neto Guerreiro

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/13667/1/Tese.pdf>. Acesso em: 8 Nov. 2013.

GONNET, J. **Educação para os Media**: As controvérsias fecundas. Porto: Porto Editora, 2007.

JUNIOR, J., COUTINHO, C. Rádio e Tv na Web: vantagens pedagógicas e dinâmicas na utilização em contexto educativo. **TEIAS**: Rio de Janeiro, ano 9, nº17, p. 101-109. Jan/Jun 2008. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7964/1/Radio%20e%20TV.pdf>. Acesso em: 25 Out. 2013.

LEAL, S. Encontros com a Rádio: Um espaço de cidadania e trabalho com o oral e o escrito na escola. In: **2º Encontro Nacional Os Mass Media e a Escola – Ondas Rádio**. 2010, Ponta Delgada, Açores. p. 1-14. Disponível em: <https://repositorio.uac.pt/bitstream/10400.3/647/1/Encontros%20com%20a%20R%C3%A1dio%20um%20espa%C3%A7o%20de%20cidadania%20e%20trabalho%20-%20com%20o%20oral%20e%20o%20escrito%20na%20escola.pdf>. Acesso em: 8 Nov. 2013.

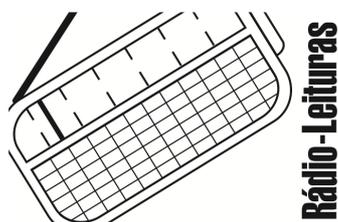
MENESES, J.P. **Internet**: Possibilidades e ameaças para a rádio musical. 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf>. Acesso em: 2 Out. 2013.

MENESES, J.P. Os jovens e a rádio (em Portugal): Uma geração perdida?. **Observatorio (OBS\*) Journal**, vol.5, nº2, p. 053-078. 2011. Disponível em: [http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1646-59542011000200004](http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542011000200004). Acesso em: 1 Out. 2013.

MOZZATO, A., GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **RAC**, v.15, p.731-747, Jul/Ago. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n4/a10v15n4.pdf>. Acesso em: 30 Nov. 2013.

OLIVEIRA, M. A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir. **Revista da Cultura Audiovisual**, v.40, p.71-87. 2013. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/59951>. Acesso em: 23 Ago. 2013.

PACHECO, M. **A rádio na internet**: do “on air” para o “online”. Estudo de caso do Serviço Público e o caminho para o futuro. 2010. 109 f. Trabalho de Projecto de Mestrado (Mestre em Novos Media e Práticas Web) - Faculdade de Ciências Sociais e



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2010. Disponível em: <http://run.unl.pt/handle/10362/4661>. Acesso em: 5 Jun. 2013.

PONTE, C. **Crianças e Media**. Pesquisa internacional e contexto português do século XIX à actualidade. Imprensa de Ciências Sociais, Lisboa, 2012.

PORTELA, P. **Rádio na internet em Portugal**: A abertura à participação num meio em mudança. 2006. 158 f. Dissertação de Mestrado (Mestre em Ciências da Comunicação) - Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, 2006. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/6251>. Acesso em: 5 Jun. 2013.

SILVEIRA, A. A Educação para os Media: uma abordagem teórica acerca do conceito e da sua aplicação no contexto educativo. In: **Actas do 1º Congresso Nacional “Literacia, Media e Cidadania”**. Braga, Março 2011, Centro de estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho. p 1-14. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/lmc/article/view/513>. Acesso em: 21 Out. 2013.

SOARES, I., O. Comunicação/Educação: Emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais. **Contacto**: Revista brasileira de comunicação, arte e educação, nº2, p.19-74, 1999. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/140.pdf>. Acesso em: 10 Nov. 2013.

TEIXEIRA, M., SILVA, B. Experiências do rádio na educação online. In: **Actas do 10º Congresso Internacional Galego- Português de Psicopedagogia**. Universidade do Minho, 2009. Braga. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9967/1/EXPERI%25C3%258ANCIALAS%2520DO%2520R%25C3%2581DIO%2520NA%2520EDUCA%25C3%2587%25C3%2583O%2520ONLINE.pdf>. Acesso em: 22 Out. 2013.

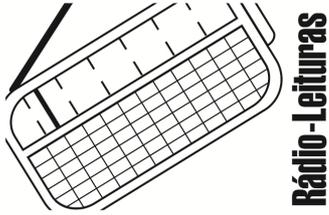
TERESO, R. **O diálogo entre a rádio e a internet na informação da Antena 1**. 2012. 125 f. Relatório de Estágio (Mestre em Jornalismo) - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2012. Disponível em: <http://run.unl.pt/handle/10362/9052>. Acesso em: 25 Ago. 2013.

## Webgrafia

<http://pt.radioactive101.eu/>. Acesso em: 14 Nov. 2013.

[http://www.geracaoc.com/conteudo.aspx?lang=pt&id\\_object=562&name=Radio-e-TV nas-Escolas](http://www.geracaoc.com/conteudo.aspx?lang=pt&id_object=562&name=Radio-e-TV nas-Escolas). Acesso em: 14 Nov. 2013.

<http://www.scuolaradioelettra.it/>. Acesso em: 25 Out. 2013.



## **Rádio: Potencialidades Educativas em Ambiente Digital**

Maria Mariana Neto Guerreiro

<http://www.televisioneducativa.gob.mx/index.php/quienes-somos/red-edusat>. Acesso em: 25 Out. 2013.

[http://www.radioecca.org/\\_index.php](http://www.radioecca.org/_index.php). Acesso em: 25 Out. 2013.

<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque9/index.html>. Acesso em: 25 Out. 2013.

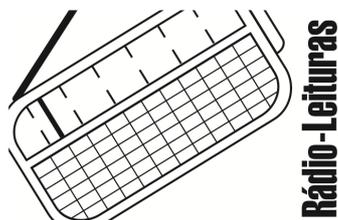
<http://www.radio.ufpa.br/>. Acesso em: 25 Out. 2013.

<http://www.rum.pt/>. Acesso em: 25 Out. 2013.

[www.ruc.pt](http://www.ruc.pt). Acesso em: 25 Out. 2013.

[www.universidade.fm](http://www.universidade.fm). Acesso em: 25 Out. 2013.

<http://www.programaescolhas.pt/apresentacao>. Acesso em: 14 Nov. 2013.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

### **Abstract**

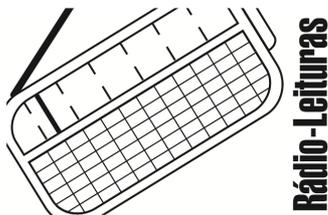
This article discusses the potential of radio for children and young people, exploring two distinct projects in school and extra-school environment. The alliance between the radio and the internet, the consumer habits of young people and the school's relationship with the media and, more specifically, with the radio are analyzed, highlighting the capabilities of radio in the digital environment for the development or improvement of skills of communication and expression of children and young people who are participating.

**Keywords:** Radio; Internet; Media education

### **Resumen**

Este artículo analiza el potencial de la radio para niños y jóvenes, explorando dos proyectos diferentes en el entorno escolar y en extra-escuela. La alianza entre la radio y la internet, los hábitos de consumo de los jóvenes y la relación de la escuela con los medios de comunicación y, más concretamente, con el radio, se analizan destacando la capacidad de la radio, en el entorno digital, para el desarrollo o mejora de las destrezas de comunicación y de expresión de los niños y jóvenes participantes.

**Palabras Clave:** Radio; Internet; Educación para los medios



## A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”

Vera da Cunha Pasqualin

### A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”

Vera da Cunha Pasqualin<sup>1</sup>

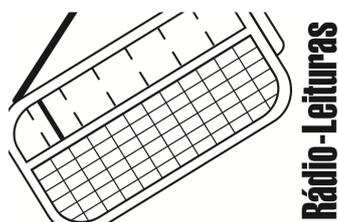
#### Resumo

O presente artigo apresentará roteiros da peça radiofônica “O Lar Vazio”, escrita e dirigida por José Medina em 1946, e permitirá a análise sobre o uso da linguagem em dois meios em que foi divulgada: rádio e jornal. José Medina foi um importante produtor paulista que, durante a primeira metade do século XX, atuou em cinema, pintura, fotografia, teatro e jornal e dedicou a maior parte da sua vida profissional emprestando seu talento ao rádio. Originalmente, a peça apresentada neste artigo foi irradiada pela Rádio Cruzeiro do Sul, de São Paulo e, meses mais tarde, o mesmo roteiro foi adaptado para ser publicado na coluna “Rádio”, mantida por José Medina no Jornal de São Paulo. Através de sua leitura, serão desvendados os detalhes poéticos que visam cativar e envolver os ouvintes / leitores, além de promover uma breve pincelada sobre o consumo de obras de entretenimento e o fetiche pelos produtos. As teorias utilizadas terão como base os pensamentos trazidos por João Anzanello Carraschoza, Erick Felinto, Olgária Matos, Marshall McLuhan, além de outros pensadores que ajudam a compreender o fazer midiático.

**Palavras-chave:** rádio; José Medina; roteiro

---

<sup>1</sup> Mestranda do PPGCOM-ESPM, em Comunicação e Práticas de Consumo. Possui graduação em Comunicação Social pela ESPM-SP (1996). Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Entretenimento, Linha de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Memória. Participa da Pesquisa Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis, com apoio do CNPq (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES N. 18/2012 –Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas) em desenvolvimento junto ao PPGCOM-ESPM, sob coordenação da Profa Dra Mônica Rebecca Ferrari Nunes. É bolsista de pesquisa em comunicação editorial da Revista Comunicação Mídia e Consumo, revista científica do PPGCOM-ESPM. E-mail: [vpasqualin@gmail.com](mailto:vpasqualin@gmail.com)



## Considerações Iniciais

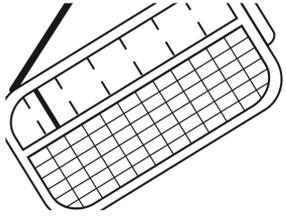
A cena cultural paulistana teve a contribuição de um artista que transitou entre distintas linguagens para expressar seus sentimentos e dar sentido, por vezes por encomenda, a propósitos variados. Estamos falando de José Medina, que sempre expôs seus sentimentos através de desenhos e pinturas e atreveu-se a experimentar novas tecnologias como as recém surgidas artes da fotografia e do cinema, já no final da década de 1910, quando rodou seu primeiro filme.

Nota-se que, na trajetória de José Medina, formou-se uma trama de expressões que explora as peculiaridades de cada linguagem. Das imagens estáticas das fotografias, pinturas e desenhos, pulou para as performances ao vivo no teatro amador. A junção das artes cênicas com as artes visuais permitiu o mergulho na arte cinematográfica, com o auxílio fundamental do consumo voraz de literatura e música deste autor e pelo seu olhar atento para a vida cotidiana que pulsava na capital paulista.

O cinema permitiu o trânsito entre a linguagem visual em movimento, intercortado por breves diálogos escritos em letreiros para dar ênfase à história contada. Nesta experiência do cinema mudo, a contribuição dos elementos sonoros era construída pela trilha acompanhada ao piano durante as exibições nos cinematógrafos, ou pela imaginação do próprio espectador que podia criar em sua mente o som da campainha da porta ao ver o mocinho do filme chegar à casa da namorada com um ramalhete de rosas.

Anos mais tarde, já com a vivência múltipla e variada no campo das artes e tendo emprestado seu talento para as empresas anunciantes ávidas por peças publicitárias para promover seus produtos, Medina passou a dedicar-se ao rádio e a analisar o mercado da comunicação. O trânsito entre as linguagens tornou-se parte do seu cotidiano e do seu fazer midiático.

É neste contexto, dos tempos investidos por Medina em rádio, que vamos jogar as luzes dos holofotes deste artigo, ao analisar uma peça radiofônica que foi ao ar



## **A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”**

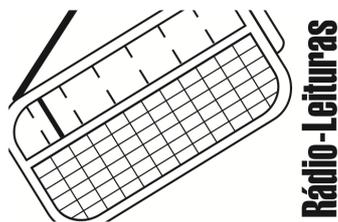
Vera da Cunha Pasqualin

pelas ondas da Rádio Cruzeiro do Sul, no dia 18 de julho de 1946, um quinta-feira, no programa “Romance Condensado”, que trazia textos de autoria de José Medina. A adaptação deste mesmo roteiro foi publicada no Jornal de São Paulo, em dezembro do mesmo ano, na coluna “Rádio”, que Medina mantinha neste periódico. O texto escolhido tem o título de “O Lar Vazio” e conta a história de um artista plástico que acabara de ganhar o prêmio de um salão da artes com uma tela onde retratava a alegria e harmonia do seu lar, ao lado da mulher amada. Porém, sua esposa o abandonou e fugiu com outro homem, levando o artista a destruir sua obra em pleno salão de artes e a criar outra pintura, com a mesma estrutura da obra vencedora, porém com elementos contrastantes ao sentimento exposto nos tempos em que acreditava na fidelidade da esposa.

### **1. Alguns segredos revelados**

Para nos auxiliar na análise da peça escolhida, será feita uma apresentação de alguns elementos que compõem a estrutura do roteiro. Vale ressaltar que o material ora estudado tem por base roteiros radiofônicos em papel, sem o apoio de gravações em áudio da obra como fora executada no rádio.

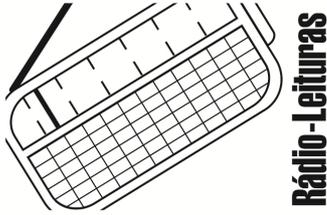
A peça radiofônica é coletiva, à medida que é composta por escolhas e interpretações da equipe envolvida. O autor do roteiro sugere o tom e a temperatura da peça, porém a execução e escolha final ficam à cargo dos radioatores e dos técnicos e contrarregistas que atuam na obra. No roteiro da peça “O Lar Vazio”, Medina escreve ao técnico *Sobe e desce música mais ou menos fúnebre, mas não Marcha Fúnebre*. Ao fazer este pedido, o autor dá liberdade ao técnico para a escolha da música, que irá interferir na obra final, porém a temperatura da trama é indicada e dada pelo criador do radioconto.



Já a experiência da movimentação de câmera experimentada por Medina nos tempos em que escrevia e dirigia cinema, pode ser observada nos movimentos dentro do estúdio de rádio, ao indicar que o contrarregra dispare o som de campainhas, passos, portas que se abrem e fecham e ao pedir que os radioatores iniciem as suas falas com um movimento de aproximação do microfone ou afastando-se dele conforme o momento da cena.

Outro recurso utilizado por Medina no roteiro analisado neste artigo é o uso de arpejos ou voos de abelhas para simbolizar a transição entre épocas distintas da história retratada, conjugada ao pedido para que o radioator fizesse uma voz de “moço” ou de “velho” para marcar a fase da vida do personagem em cena. Salta aos olhos, também, a variedade de recomendação aos intérpretes usando termos como *rindo, abraçando, cínico, brando fingindo ternura, vacilante, terno, comovido, rápido e confidencial, profundamente abatido, espanto, risada irônica, alucinado, seco, entusiasmo, lembrando, sorrindo, suspira, emocionado, quase chorando*. Estas indicações ajudam na construção da cena na imaginação do radiouvinte que não pode se utilizar da imagem para saber se o personagem está expressando alegria, tristeza, solidão, entusiasmo, ternura, aflição ou qualquer outro sentimento visível no rosto do ator.

As pausas também são enfatizadas no roteiro e ajudam a dar ritmo à trama. Como bem lembrado por João Carrascoza em uma de suas aulas no PPGCOM-ESPM em 2013, *a língua oficial do homem é o silêncio e tudo que é importante é intercortado por ele*. No roteiro de rádio, as pausas, os silêncios, o volume e as nuances formam a construção da magia da obra apresentada. Importante também lembrar que os roteiros de peças radiofônicas nesta época eram abruptamente interrompidos por intervalos comerciais, pausas para publicidade do anunciante patrocinador do programa. Desta forma, o papel do responsável pela técnica era vital para voltar ao tom correto no momento da retomada do texto após o término da peça publicitária. Os elementos sonoros apresentados pela técnica como a música, os arpejos e os



## A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”

Vera da Cunha Pasqualin

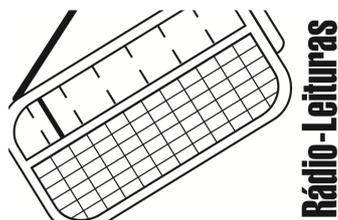
truques traziam de volta o ouvinte para a história com a audácia e coragem como se não tivesse existido a pausa invasiva da publicidade que interrompia com agressividade a obra apresentada. Por vezes, a peça publicitária dialogava com a obra apresentada, porém, no roteiro de “O Lar Vazio”, não se tem esta informação.

Recorremos então a Marshall McLuhan (1995) que fala sobre a impossibilidade de analisar o conteúdo sem considerar o meio em que acontece. Para McLuhan, o meio é a própria mensagem e completa seu pensamento ao dizer que

a luz elétrica é informação pura. É algo assim como um meio sem mensagem, a menos que seja usada para explicitar algum anúncio verbal ou algum nome. Este fato, característico de todos os veículos, significa que o “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo. Se alguém perguntar, “Qual é o conteúdo da fala?”, necessário se torna dizer: “É um processo de pensamento, real, não-verbal em si mesmo.” (McLUHAN, 1974, p. 22)

Desta forma, ao analisarmos os roteiros deixados por Medina, percebemos que o próprio roteiro, é também mensagem.

Nota-se, ainda, que os textos de autoria de José Medina trafegam entre o apolíneo e o dionisíaco, uma vez que sugerem imagens que serão criadas nas mentes dos ouvintes a partir de elementos previamente alojados em suas memórias, porém fazendo uso de um discurso, por vezes, óbvio e direto. A sonoridade age como verbal na construção da realidade através de todos os elementos que compõem a obra radiofônica. Os roteiros de Medina eram fluidos e leves a ponto de conduzir o radiouvinte pela história narrada, como se fora um homem enamorado que levasse sua companheira pela mão para um passeio vespertino.



## 2. O som impresso nos tipos do jornal

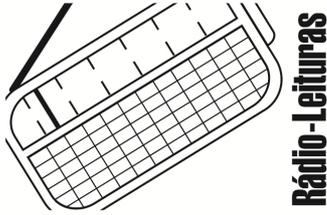
A coluna *Rádio*, escrita por José Medina no Jornal de São Paulo, era utilizada para difundir textos de sua autoria sobre o meio Rádio e sobre o campo da comunicação em geral. Por vezes, chegava a utilizar o suporte impresso para publicar roteiros de peças de rádio, porém com um formato que incluía as marcações técnicas e indicações para os radioatores que a interpretariam. Neste caso, entretanto, a interpretação caberia, exclusivamente, ao leitor do texto impresso no periódico. O roteiro da peça “O Lar Vazio”, que havia sido irradiado pela Rádio Cruzeiro do Sul em Julho de 1946, foi publicado em quatro sequências durante o mês de dezembro do mesmo ano, sendo chamado pelo autor de “Radioconto”.

Não se pode supor que os leitores de jornal tivessem o conhecimento técnico para saber interpretar as marcações de um roteiro radiofônico ou o hábito de ler conteúdos com este formato, porém estas obras eram assim publicadas, com frequência, na coluna analisada e acompanhadas pelos leitores/ouvintes. De certa maneira, ao publicar os roteiros desta forma, Medina acabava por aproximar o público do universo radiofônico e promover uma maior intimidade com este meio.

Contudo, por conhecer as diferenças entre os meios em que transitava, Medina fazia pequenos ajustes de linguagem ao publicar em jornal os roteiros que eram antes produzidos para rádio, alterando marcas de pontuação, suavizando as marcações técnicas, porém mantendo o formato de roteiro.

A análise destas obras pode passar pelo que Erick Felinto (2006) explica sobre as materialidades da comunicação.

Falar em “materialidade da comunicação” significa ter em mente que todo ato de comunicação exige a presença de um suporte material para efetivar-se. Que os atos comunicacionais envolvam necessariamente a intervenção de *materialidades, significantes* ou *meios* pode parecer-nos uma ideia já tão assentada e natural que indigna de menção. Mas é precisamente essa naturalidade que acaba



## A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”

Vera da Cunha Pasqualin

por *ocultar* diversos aspectos e consequências importantes das materialidades na comunicação – tais como a ideia de que a materialidade do meio de transmissão influencia e até certo ponto determina a estruturação da mensagem comunicacional. (FELINTO, 2006, p. 36-37)

Esta possibilidade de interpretação torna-se viável por conta da materialidade onde está difundida. Os roteiros publicados em jornal na coluna de Medina não informavam o nome dos radioatores que interpretariam as peças, o que oferecia a liberdade interpretativa dos leitores para imaginar os personagens com as vozes dos radioatores de sua preferência (ou mesmo com as suas próprias vozes), no caso dos leitores não terem ouvido a mesma peça já irradiada anteriormente.

No caso do radioconto “O Lar Vazio”, publicado no periódico paulistano, nota-se a adaptação para facilitar a compreensão dos leitores, a exemplo da indicação *arpejo rápido para mudança de cenário*, enquanto no roteiro para execução no rádio, constava apenas *arpejo rápido*. Ou ainda, em outro trecho, *voe de abelha para decorrência de tempo*, ao passo que aparece apenas *voe de abelha* no roteiro de rádio. Além disso, a marcação de interpretação para os radioatores também apresenta pequenas alterações que podem fazer diferença na compreensão do texto pelos leitores do Jornal de São Paulo. Em uma das cenas, o tom sugerido no roteiro de rádio aparece como *muito comovido*, já no jornal, está grafado apenas *frio*. Por ter sido publicado cinco meses depois da apresentação na Rádio Cruzeiro do Sul, pode-se supor que José Medina teve tempo para lapidar melhor a escrita, fazendo uso de uma linguagem um pouco mais elaborada para publicar no jornal impresso.

### 3. Detalhes íntimos revelados em pinceladas

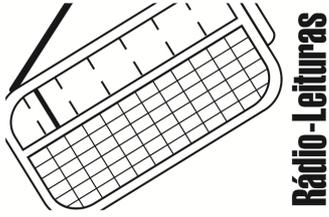
O roteiro escolhido para ser analisado neste texto oferece elementos interessantes sobre a busca dos detalhes na poética. Vamos nos ater apenas às descrições feitas das duas telas pintadas pelo artista plástico do enredo, o Sr. Novais. Lembramos que o artista pintou dois quadros, sendo um produzido em tempos de glória em seu casamento com a mulher amada e o segundo após a grande decepção e desgosto ao descobrir a traição de sua esposa. As duas obras tiveram títulos de “O Lar” e “O Lar Vazio”, respectivamente. Na primeira, toda alegria e leveza são representados, como descrito a seguir:

ARMANDO O quadro representa uma sala ampla e cheia de sol, que entrava por uma janela aberta sobre um jardim. Junto à janela estava uma mulher loura toda vestida de branco, tendo ao colo um cachorrinho lulu com o qual brincava. Junto a ela, sentado numa poltrona, o marido que sorria feliz. No fundo, por onde penetrava a luz do sol, uma mesinha sobre a qual havia um recipiente com frutas e dois copos com vinho. No amplo retângulo azul do fundo, viam-se umas pequenas nuvens muito brancas e alguns fragmentos de uma trepadeira que parecia querer entrar pela janela para apreciar aquela paz divina do lar.

ALCIDES Não há dúvida que pela descrição que você acaba de fazer, aquele quadro devia ser uma maravilha!

ARMANDO Era uma tela que causava uma estranha sensação de bem estar, muito propícia à bondade. Porque era o reflexo vivo de um lar feliz. Os rostos das personagens tinham a expressão tranquila e serena de Novais e sua esposa. Tudo quanto estava reproduzido no quadro: assim como os móveis, as decorações e até a própria trepadeira, que espiava pela janela, eram cousas muito familiares ao pintor. E de fato era assim que corria a vida conjugal de Novais. (MEDINA, 1946, p. 3)

A descrição inteira é leve e com toques que levam o radiouvinte a imaginar um quadro com muita luz, alegre e que transmite harmonia e paz. Já o quadro seguinte,



## A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”

Vera da Cunha Pasqualin

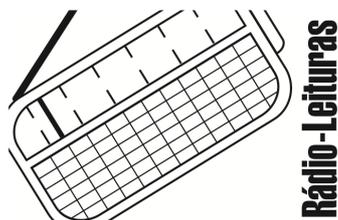
“O Lar Vazio”, é descrito com referências à obra anterior, porém contrastando seu tom com sentimentos antagônicos.

ARMANDO O ambiente é o mesmo do quadro “O Lar”, mas nesse quadro de agora, a janela está fechada e através das vidraças percebe-se apenas a monotonia de um céu cinzento. E espiando, pela janela, o esqueleto de uma trepadeira seca. Sobre a mesinha: um copo de água e uma côdea de pão. O cachorrinho lulu dorme sobre a poltrona em que no outro quadro estava sentado o homem que representava o próprio Novais. Ao fundo, uma porta entreaberta e nada mais. O homem risonho e a mulher loura desapareceram. (MEDINA, 1946, p. 9)

Percebe-se que a expressão visceral do segundo quadro expõe o profundo sentimento de dor e vazio deixado pela ausência e traição da mulher outrora amada. A amargura tomou conta do peito do pintor que conseguiu expressar com tintas a sua dor e emocionou, tanto quanto o outro quadro, os críticos e colecionadores de artes.

Nos detalhes descritos é possível enxergar com os olhos do coração o momento sentimental vivido pelo artista que criou tal obra. As taças de vinho, que antes celebravam o amor, deram lugar ao copo de água, sem graça, sem gosto, líquido que não celebra. A trepadeira que ambicionava compartilhar o momento de felicidade do casal estava seca, sem vida. O cão de estimação, que brincava no colo de sua dona, agora não tinha mais o afago dos seus amigos humanos. A janela aberta representava a abertura da alma dos habitantes do lar retratado, enquanto o fechamento da mesma vidraça na última obra demonstra que o artista está cerrado para o mundo, amargurado, isolado, triste, sombrio.

Falando em sentimentos, podemos tomar o conceito de “casa” exposto por Gaston Bachelard em sua obra “A Poética do Espaço”. O autor nos diz que *a casa é um corpo de imagens que dão ao homem razões ou ilusões de estabilidade* (2008:36) e segue seu discurso explorando os espaços contidos dentro e fora da *casa*. Já segundo



as palavras de Walter Benjamin, *para o homem privado, o interior da residência representa o universo. Nele se reúne o longínquo e o pretérito. O seu salon é um camarote no teatro do mundo.* (1991:37). A representação da mesma sala de estar em dois momentos opostos nas duas telas descritas, tem a força extrema de exibir de forma exacerbada a intimidade do pintor.

Relembrando as palavras de Carrascoza,

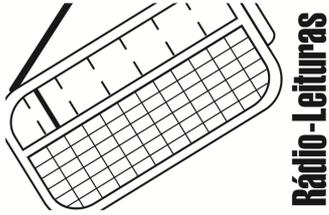
A vida é desprovida de forma. Cabe ao artista delinear, seja qual for seu modo de expressão, os traços de seu universo pessoal, valendo-se do detalhe para lhe dar verossimilhança, e, no caso da prosa ficcional, atrair o leitor para que ele “veja” as suas partes mais brilhantes. (CARRASCOZA, 2012, p. 104)

Estes detalhes ajudam a construir a imagem de um segundo quadro mais sombrio que o primeiro, com menos luz e cores, porém com igual força de sentimentos. A transição entre um quadro e outro, motivada por uma dor arrebatadora fez com que o impacto no espectador da nova obra fosse comparável ao toque sutil que atraiu os olhos da obra leve e suave, exposta outrora no salão de artes, porém, com uma carga oposta de sentimentos.

111

#### **4. Consumindo simbolismos**

Falar em consumo é também falar sobre os hábitos e costumes de uma sociedade. Sobre este aspecto, os roteiros de José Medina podem nos ajudar a desvendar um pouco sobre os paulistanos e paulistanas que consumiam seus produtos de entretenimento e conteúdos jornalísticos. Perceber as nuances escondidas nos roteiros são como a figura do caleidoscópio sugerida por Carrascoza para se analisar o consumo na vida cotidiana.



## A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”

Vera da Cunha Pasqualin

Nesse contexto, como se observando um caleidoscópio, percebemos efeitos de luz que desaparecem se o giramos, e reaparecem com outros matizes se de novo o movemos. Então, algo que se supõe ausente está, em verdade, ali, presente, à sombra. Daí emerge, imediatamente, o tema dos não-ditos discursivos, tão importantes quanto os ditos. (CARRASCOZA, inédito, p. 13)

No capítulo dedicado ao entrelaçamento entre propaganda e política da obra “Tramas publicitárias. Narrativas ilustradas de momentos marcantes da publicidade”, os autores Carrascoza e Santarelli (2009: 43-65) evidenciam a importância que o rádio e os jornais tiveram na época da Segunda Grande Guerra. O papel destes meios de comunicação não aparece apenas como informativo, porém também serve como anestésico e oferece um tom de padrão de comportamento para enfrentar as mazelas da vida.

Retornando ao roteiro de “O Lar Vazio”, nota-se que a história fala sobre o encantamento dos colecionadores que querem, a todo custo, adquirir a obra de arte pintada pelo artista frustrado, que se recusa terminantemente a vender sua tela emblemática.

ARMANDO (...) “O Lar Vazio”. Aliás um grande trabalho do Novais. Aliás, parece que muitos colecionadores e até o próprio governo quis adquirir aquele quadro. Mas o Novais nunca se decidiu a vendê-lo. (MEDINA, 1946, p. 2)

Como lembrado por Carrascoza (2012:106) ao citar um das obras de Tolstoi sobre a arte, evidencia-se o contágio que a obra de arte pode promover em quem a “consome” e é fortalecido de acordo com a *singularidade do sentimento e sinceridade do artista, da maior clareza da transmissão do sentimento*. A obra prima do Sr. Novais, artista protagonista do roteiro de José Medina, conseguiu contagiar os colecionadores justamente por ter tido esta força de expressão, sinceridade de sentimentos, por ter exposto as feridas de sua alma na tela.

ARMANDO Uma maravilha! O Novais pôs toda a sua alma de artista naquele quadro! É uma concepção sublime! Deu-lhe o título de “O Lar Vazio”. Pois é esse o tal quadro que fez tanto sucesso e que o Novais recusou-se terminantemente a vender! Adivinha-se naquela tela o silêncio e o abandono! Posso garantir que é a melhor obra de pintura contemporânea. (MEDINA, 1946, p. 9)

Porém, o fetiche que cativou os colecionadores está intimamente ligado à aura, como descrita por Walter Benjamin em seus pensamentos. A obra de arte única, sem reprodutibilidade, onde está contida toda a magia da expressão do artista, em cada pincelada.

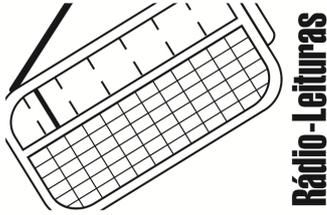
ARMANDO Como já disse a você o Novais teve muitas propostas para a compra do quadro, inclusive da própria pinacoteca nacional. Mas ele se recusa sempre a vendê-lo. Um dia perguntei a ele porque não vendia o quadro e ele respondeu-me....

(...)

NOVAIS (EMOCIONADO) Eu vou explicar. A felicidade é um dom que não temos o direito de reservar somente para nós. Deve servir de exemplo para todos. Porém... as feridas que nos causam as grandes dores morais, temos obrigação de escondê-las para o mundo. Esse quadro representa as feridas que ainda não deixaram de sangrar no meu coração.

(...)

NOVAIS Sendo assim, esse quadro só pode interessar a mim e a mais ninguém! (QUASE CHORANDO) Nele eu exteriorizei toda a minha infelicidade!... É o espelho onde se reflete toda a minha dor!... Todo o meu sofrimento e toda a minha amargura!... Portanto, somente eu o compreendo em toda a sua plenitude!... Essa é a história do meu ÚLTIMO QUADRO. Você que foi meu íntimo amigo sabe perfeitamente que no tempo em que eu era feliz, fui bastante vaidoso ao perceber que a glória vinha ao meu encontro. Mas agora que me vejo completamente infeliz e desgraçado, embora pareça um paradoxo, eu sinto um grande orgulho da minha dor imensa! É por isso que não quero de forma alguma me desfazer desse quadro enquanto viver! (MEDINA, 1946, p. 10)



## A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”

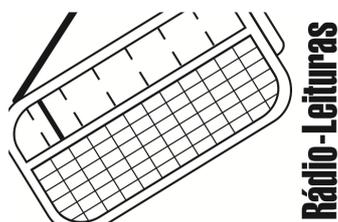
Vera da Cunha Pasqualin

A tela em questão, “O Lar Vazio”, consegue despertar o interesse dos colecionadores pela sua força, entretanto tem uma representatividade ainda mais avassaladora para o artista que a pintou, justamente por simbolizar um momento de profunda amargura e tristeza, pela decepção amorosa que o abateu. Por mais que os colecionadores que a ambicionam consigam sentir esta dor ao observar a composição e uso de cores, luz e formas, não terão a mesma dimensão que o próprio artista, que passa a utilizar a própria criação como objeto de contemplação para tratar a sua dor. *A mercadoria pode ser comparada ao fetiche do primitivo, objeto de admiração e de temor, no qual o selvagem encarna o seu Deus. Esse fetiche é transformado em “obra de arte” para que os mortos não retornem para perturbar o cérebro dos vivos.* (MATOS, 2008, p.18).

O consumo está presente, não apenas na intenção dos colecionadores de arte que desejam ter a tela retratada, porém também no consumo do rádio e do jornal como entretenimento e informação e para, de certa forma, inserir o cidadão no contexto social em que vivem e estimular, ainda mais, outros tipos de consumo. Trata-se de uma lógica lembrada por Carrascoza ao dizer que *é a sociedade capitalista, por meio da indústria cultural, que orienta o indivíduo para o melhor uso de seu tempo.* (CARRASCOZA, 2008, p. 223).

### Considerações em processo

Como colocado por Cecília Almeida Salles, em sua obra “Gesto Inacabado” (2004), por vezes surgem trajetórias lineares nos labirintos, sem curvas e mistérios escondidos, que distorcem a lógica do ato criador. A trajetória profissional de José Medina permite uma série de reflexões a respeito do ato criador que pode ser trazido ao tempo presente através da pesquisa de mestrado que está em curso. São estes os



elementos que continuarão a ser explorados sobre a poética da linguagem, para entender a magia que se promove através de seus conteúdos e técnicas.

Considerando que a mídia e o consumo também são parte da formação cotidiana da sociedade, seguiremos, pois, mergulhando neste mar de memórias e explorando a magia e os mitos que habitam o imaginário, com a rica contribuição de José Medina em busca dos detalhes escondidos por trás de sua obra.

### Referências bibliográficas

BACHELARD, Gaston. **A Poética do Espaço**. Tradução Antonio de Pádua Danesi. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

BENJAMIN, Walter. “Paris, Capital do Século XIX”. In: KOTHE, Flávio (Org). **Walter Benjamin**. São Paulo: Ática, 1991.

CARRASCOZA, João Anzanello. A cena de consumo. Um detalhe da estética publicitária. In: ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander. (Org.). **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. 1ed. Porto Alegre: Sulinas, 2012.

\_\_\_\_\_. **Literatura e consumo**: um leitura do clássico Vidas Secas. (inédito).

\_\_\_\_\_. “Publicidade: o sonho do consumo e a realidade da produção”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.) **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Editora Atlas. 2008.

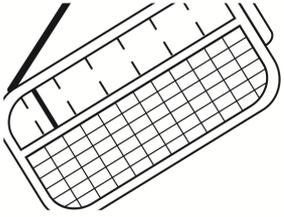
\_\_\_\_\_; SANTARELLI, Christiane. **Tramas publicitárias**. Narrativas ilustradas de momentos marcantes da publicidade. São Paulo: Ática, 2009.

FELINTO, Erick. **Passeando no labirinto**: ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

MATOS, Olgária. “A cena primitiva – capitalismo e fetiche em Walter Benjamin”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.) **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Editora Atlas. 2008.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MEDINA, José. **O Lar Vazio**. Rádio Cruzeiro do Sul, São Paulo, 18 jul. 1946. Romance Condensado. 1 Roteiro.



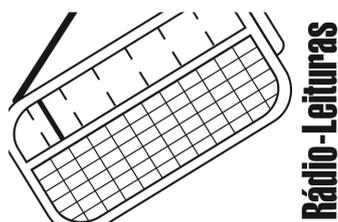
**Rádio-Leituras**

## **A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”**

Vera da Cunha Pasqualin

\_\_\_\_\_. **Radioconto:** O lar vazio. Jornal de São Paulo, São Paulo. 1946. Rádio.

SALLES, Cecília Almeida. **Gesto Inacabado:** processo de criação artística. São Paulo: FAPESP: Annablume, 2004.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

## Abstract

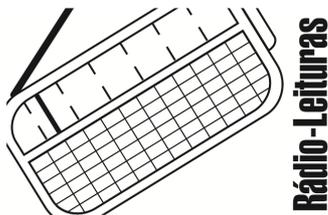
This article presents the scripts of radio act "O Lar Vazio", written and directed by José Medina in 1946, and will allow the analysis of the use of language in two ways in which was published: radio and newspaper. José Medina was a major producer paulista who, during the first half of the 20th century, worked on cinema, painting, photography, theater and newspaper and devoted most of his professional life by providing his talent to the radio. Originally, the part presented in this article was irradiated by Radio Cruzeiro do Sul, Sao Paulo and, months later, the same script was adapted to be published in the column "Radio", maintained by Jose Medina in the Jornal de Sao Paulo. Through their reading, will unveil the poetic details that aim to attract and involve the listeners / readers, in addition to promoting a brief brushstroke on the consumption of works of entertainment and the fetish by products. The theories used will be based on the thoughts brought by João Anzanello Carrascoza, Erick Felinto, Olgária Matos, Marshall McLuhan, in addition to other thinkers that help to understand the media.

**Keywords:** radio; José Medina; script

## Resumen

Este artículo presenta los guiones de la pieza radiofónica "O Lar Vazio", escrita y dirigida por José Medina en el año 1946, y permitirá el análisis de la utilización del lenguaje en dos formas en que fue publicado: la radio y el periódico. José Medina fue un importante productor paulista que, durante la primera mitad del siglo 20, ha trabajado en cine, pintura, fotografía, teatro y periódico y dedicó la mayor parte de su vida profesional por prestar su talento a la radio. Originalmente, la pieza presentada en este artículo fue irradiada por Radio Cruzeiro do Sul, de Sao Paulo y, meses más tarde, el mismo guión fue adaptado para ser publicado en la columna "Radio", mantenida por José Medina en el Jornal de Sao Paulo. A través de su lectura, se dará a conocer los detalles poéticos que tienen como objetivo atraer a los oyentes / lectores, además de promover una breve pincelada sobre el consumo de las obras de entretenimiento y el fetiche por productos. Las teorías se utilizaran como base el pensamiento de João Anzanello Carrascoza, Erick Felinto, Olgária Matos, Marshall McLuhan, además de otros pensadores que ayudan a entender la producción de la media.

**Palabras Clave:** radio; José Medina; guión



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

### O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão<sup>1</sup>

Guilherme Moreira Fernandes<sup>2</sup>

#### Resumo

Este artigo tem como objetivo principal resgatar a memória e a atualidade do radiodrama no Brasil. Realizamos um estudo histórico do desenvolvimento e consolidação, especialmente no período áureo do rádio dramático (1930 a 1950), registramos o seu declínio e chegamos à retomada da dramatização radiofônica presente na programação da Rádio MEC, especialmente no programa “Contos no Rádio”. Constatamos que houve uma modificação na narrativa e modificações no formato, contudo o gênero permanece vivo.

**Palavras-chave:** Radiodrama, Radioteatro, Radionovela, Rádio MEC

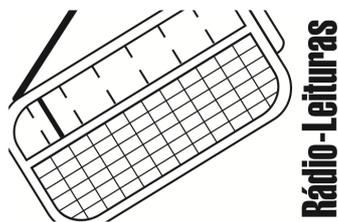
#### Introdução

Não temos hoje, como no passado, programas específicos de radioteatros, radionovelas ou radiosseriados, mas ainda restam fragmentos dessa dramatização radiofônica. O gênero dramático adaptado ao rádio pode ser percebido até mesmo em pequenos anúncios comerciais. A publicidade dramatizada está presente em emissoras AMs e FMs. A todo instante somos tocados por comerciais que reproduzem pequenos

---

<sup>1</sup> Professora adjunta da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Coordenadora do curso de pós-graduação lato sensu em “Televisão, Cinema e Mídias Digitais”. Mestre e Doutora em Teatro pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNI-RIO). E-mail: [cristinabrandao49@yahoo.com.br](mailto:cristinabrandao49@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor do curso de pós-graduação lato sensu em “Televisão, Cinema e Mídia Digitais”. Mestre em Comunicação pelo PPGCOM-UFJF. E-mail: [gui\\_facom@hotmail.com](mailto:gui_facom@hotmail.com)



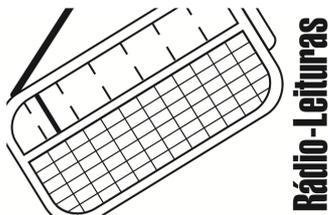
quadros dramatizados – imitam situações de nosso dia a dia para melhor vender o produto anunciado. Não raras vezes, usam jingles, ou seja, criam (ou adaptam) uma música específica para anunciar o produto. Se a programação das emissoras, salvo raras exceções, não investe mais no radiodrama, o profissional de marketing não esqueceu o jogo persuasivo deste formato junto ao ouvinte. Publicitários retomam os princípios básicos do rádio dramatizado: a radiodramatização quebra a monotonia do discurso narrativo e movimenta a imaginação do receptor. Ela alcança bons níveis quando oferece imagens auditivas, sugere situações e cenas com efeitos sonoros, estimulando situações palpáveis.

Ao teorizar sobre a linguagem radiofônica, Armand Balsebre (2005) chama-nos atenção para a utilização da música e efeitos sonoros numa produção de enunciados significantes como signos substitutivos de uma determinada ideia expressiva ou uma narrativa que “pode superar, muitas vezes o próprio sentido simbólico e conotativo da palavra” (BALSEBRE, 2005, p. 329). Para o autor, o simbolismo de uma música descritiva estimula a produção imaginativo-visual de paisagens ou situações de tensão dramática. A mensagem humaniza-se e o público se sente mais tocado pela cena dramática.

Para Lopez Vigil (1997), o gênero dramático

nos resulta un género tan próximo, tan familiar, porque imita a vida, recrea situaciones que hemos vivido o que quisiéramos vivir. Desde las máscaras africanas hasta los niños calzando los zapatos de los papás, el hombre se descubre como un animal de imitación. Repetimos lo que vemos. Lo reinventemos. Nos desdoblamos. Nos disfrazamos. A todos nos encanta actuar y ver actuar. El género dramático atrae como el espejo, tanto para los actores como para los actuados, porque en las vidas ajenas reflejamos la nuestra. Quién no se ha derretido ante un Albertico Limonta, quién no necesita llorar sobre el hombro de Mamá Dolores. (LOPEZ VIGIL, 1997, p. 140).

Nas universidades, as experiências com a radiodramatização são constantes: em alguns currículos do curso de Comunicação os alunos podem escolher entre as disciplinas opcionais, a do Radioteatro, como acontece na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Em 1999, um grupo de alunos criou o seriado *Besame Mucho*, que se



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

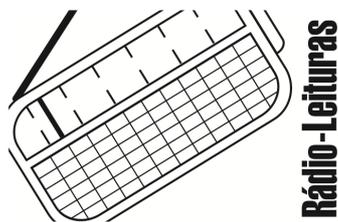
Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

estendeu até o ano 2000. A comédia romântica protagonizada por um casal proporcionou um estudo detalhado das possibilidades da aplicação do gênero dramático a um veículo eletrônico. Durante o Seminário de Iniciação Artística da UFJF, realizado em abril daquele ano, foi possível avaliar a boa receptividade da radiodramatização pelo público acadêmico. Os episódios do *Besame Mucho* passaram a ser transmitidos às quartas-feiras, entre meio-dia e uma hora da tarde, na frequência 87,9 FM da Rádio Universitária da Universidade Federal de Juiz de Fora. A experiência resultou ainda no projeto de conclusão de curso do aluno Odirlei Costa dos Santos (2000) – *Nas Ondas de Besame Mucho: a revitalização da dramatização radiofônica* – e na apresentação oral e minicurso sobre as possibilidades do rádio dramatizado no IX Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, em 2002, e também durante o XII Congresso de Comunicação da Região Sudeste (Intercom Sudeste), em 2007.

Nesse artigo, contudo, além do resgate histórico do período áureo do radiodrama, pretendemos analisar as atuais produções radiodramatizadas com o título *Contos do Rádio*, irradiadas pela Rádio MEC, no Rio de Janeiro, em cadeia com as demais rádios do grupo EBC– Empresa Brasil de Comunicação. A produção, a nosso ver, constitui um *fato de memória* que não quer ser esquecido pelo público e nem por seus produtores. Andreas Huyssen (2000) expõe:

Um dos fenômenos culturais e políticos mais surpreendentes dos anos recentes é a emergência da memória como uma das preocupações culturais e políticas centrais das sociedades ocidentais. Esse fenômeno caracteriza uma volta ao passado que contrasta totalmente com o privilégio dado ao futuro, que tanto caracterizou as primeiras décadas da modernidade do século XX. (HUYSSSEN, 2000, p. 9).

Embora o professor alemão tenha pensado sobretudo no cenário europeu e, especialmente, na rememoração do holocausto, podemos fazer uma aproximação com o cenário brasileiro e, também, pensar na memória afetiva. A dramaturgia radiofônica ainda tem força para conquistar novas audiências que não vivenciaram a “época de

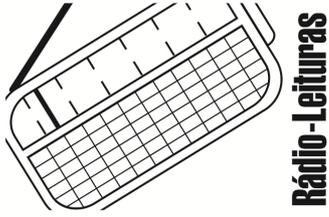


ouro” do gênero, cujo retorno é sempre marcado em referência à época de seu apogeu. Neste texto, iremos retomar a história da dramaturgia radiofônica e seu momento atual com as produções da Rádio MEC.

## 1. O passado da radiofonia dramática

O teatro radiofônico foi estabelecido na Inglaterra em 1924, com as primeiras transmissões de radiodramas, e, sucessivamente, na França e em outros países. Outro fato de que se tem notícia é que o primeiro texto didático de Bertold Brecht, *O voo sobre o oceano*, foi escrito para o rádio, com o objetivo de modificar a programação. Brecht escreveu *Propostas ao diretor de rádio*, texto publicado em 1927, onde propõe a democratização do *medium*, aconselhando a transmissão de obras exclusivamente destinadas a esse tipo de expressão. O autor defende o romance radiofônico, entendido como uma linguagem nova e surpreendente, rigorosa, capaz de extraordinário vigor narrativo. (PEIXOTO, 1980)

Em meados da década de 1930, o aparelho de rádio tornava-se um bem de consumo popular na sociedade americana. Em 1934, 90% das famílias norte-americanas já possuíam seu aparelho e o rádio passava a ser explorado em toda a sua potencialidade como veículo de irradiação de histórias seriadas. No início, tratava-se de dramas com curta duração (15 minutos), apresentados, diariamente, no horário diurno. *Painted Dreams* foi lançado em 1930, seguida de *Today Children*, que inaugurava toda uma época de sucesso da chamada *soap opera* (ópera de sabão), isto é, o radioteatro patrocinado pelos fabricantes de sabonete, dentifrícios, perfumarias etc. Firms como a Procter and Gamble, a Colgate Palmolive e a Lever Brothers começaram a produzir as *soap operas* para vender seus produtos às donas de casa. Estas grandes patrocinadoras contratavam escritores, radioatores e praticamente alugavam horários oferecidos pelas empresas radiofônicas pra divulgarem as óperas de sabão. Estes radiodramas priorizavam assuntos como a mulher solitária, problemas no casamento, a saga de famílias etc. (PEIXOTO,1980)



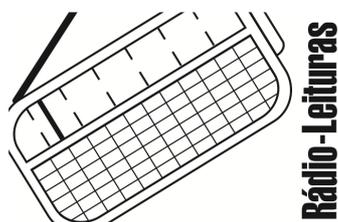
## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

Enquanto as *soap operas* eram dramas veiculados em formato de seriado, a radionovela, isto é, o drama em capítulos, seria uma invenção cubana. Segundo Reynaldo Gonzáles (1988), autor de radionovelas em Cuba, seu país parece ter sido realmente o primeiro a investir nesse gênero radiofônico. Desde o início da década de 1930 várias experiências dramáticas estavam sendo tentadas ali, em particular o radioteatro. Félix Caignet irradiava, em 1934, em Santiago de Cuba, as histórias de Chan Li Po, inspiradas no detetive chino-americano Charlie Chan, reeditando um tipo de suspense folhetinesco. Mas é por volta de 1935 que começam a florescer as radionovelas em Havana. O sucesso desta nova dramaturgia era grande o que obrigou o escritor a mudar seu estilo para o melodrama e, entre muitos roteiros, escreveu *Los Angeles de la Calle* e *El Derecho de Nacer*.

Mas por que Cuba? Existem muitas raízes para que isso ocorra lá, explica Renato Ortiz (1989): concentrava-se no país um sistema radiofônico avançado devido à sua proximidade com grandes centros, como Miami, e o interesse do capital americano em expandir fronteiras, exportando técnicas de programação. Na década de 1920, os aficionados do rádio em Cuba tinham por hábito ouvir as rádios americanas. As primeiras ideias para a organização comercial das rádios foram introduzidas pelas agências de publicidade. Em 1933, Cuba já figurava entre os países de grandes redes de radiodifusão, (após Estados Unidos e Canadá), contando com técnicos especializados e pessoal artístico. Dentro desse contexto é que surgem as radionovelas patrocinadas por fábricas de sabão cubanas – Crusellas e Savatés – e depois, Colgate/Palmolive e Procters and Gamble, como acontecia nos Estados Unidos com as *soap operas*. Havana emerge assim como o polo de produção do gênero e durante muitos anos exportaria seus libretos de radionovelas para toda a América Latina.

No Brasil, desde os anos 1930 convivemos com o gênero dramático aplicado ao rádio. Numa breve garimpagem nas anotações da cronologia do rádio em São Paulo, Rio de Janeiro e outros estados onde emissoras proliferaram na década de 1930, Luiz Maranhão Filho (1999) afirma que foi nessa fase que se desenvolveu a



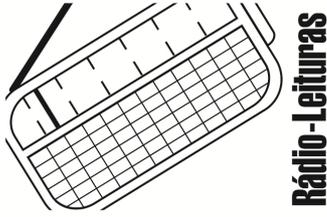
necessidade de adequação dos textos dramáticos ao meio radiofônico. Na verdade, os textos encenados nos palcos de teatro requeriam adendos e explicações agora que se colocavam diante dos microfones.

Não é fácil provar quem teria sido o pioneiro nesta área, mas a imprensa registrou trabalhos em radioteatro que reuniram nomes como Otávio Gabus Mendes, José Medina, Sebastião Arruda, Manoel Durães, Walter Durst (em São Paulo); Olavo de Barros, Plácido Ferreira, Vitor Costa, Cleson Guimarães, Cordélia Ferreira (no Rio de Janeiro); Luis Maranhão, Poliana e Vicente Cunha (em Pernambuco). (MARANHÃO FILHO, 1999, p. 134).

O primeiro momento da radiodramaturgia brasileira foi marcado pelo formato do esquete, original do teatro de variedades e identificado por sua curta duração e humor. Eram famosas as cortinas cômicas explorando o novo meio eletrônico ou ainda a produção de cenas de comédia utilizando-se um mesmo humorista para diferentes personagens ou vozes. (PERDIGÃO, 2003).

O período mais fértil do radioteatro, também chamado de período aéreo, começaria em 1932, quando o rádio passaria a se estruturar como uma organização empresarial estável, no governo de Getúlio Vargas, que alterou a legislação para a radiodifusão, permitindo a publicidade (até então proibida no rádio), a princípio fixada em 10% da programação diária. Temos aí, um rádio comercial, dando saltos na oferta de programas ao seu público. Nesta época, muitas operetas foram irradiadas ao público pelo *Teatro de Operetas*, de João Celestino e Arnaldo Coutinho. (BRANDÃO, 2005). Os pioneiros foram Carlos da Veiga Lima, Gilberto de Andrade e Oduvaldo Vianna.

O radioteatro foi bastante difundido nos anos 1930 e fazia sucesso em quase todas as emissoras brasileiras, até que a radionovela se instalou no País, em 1941. Entre os mais importantes programas de radioteatro estavam o *Teatro Manoel Durães*, as “domingueiras” da rádio Record de São Paulo (o primeiro, na capital paulista, a levar ao ar um teatro semanal em três atos), o *Grande Teatro Tupi*, dirigido por Otávio Gabus Mendes (na Tupi de SP), o *Teatro pelos Ares*, de Cordélia Ferreira, na Mayrink



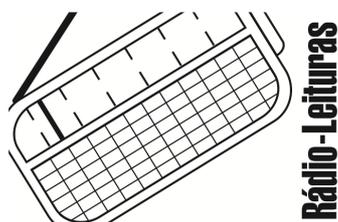
## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

Veiga, o *Teatro Musicado*, com peças e esquetes (com Lamartine Babo, Barbosa Júnior e Ismênia dos Santos) e o *Teatro em Casa*, de Celso Guimarães, na Rádio Nacional. (BRANDÃO, 2005).

Para Brandão (2005) o radioteatro antecipava algumas características do seu sucessor, o teleteatro. A primeira seria a apresentação de originais da dramaturgia; a segunda, a permanência de um *cast* fixo de atores. No *Teatro em Casa*, por exemplo, atuavam, constantemente, radioatores como Ismênia dos Santos, Abigail Maia, Iris de Oliveira, Eugênia Brazão, Violeta Ferraz, Emília e Abel Pêra, Armando Duval, Altivo Diniz, Antônio Laio, Celso Guimarães, Manoel Pêra, Mesquitinha e Paulo Ferraz. Por último, os textos sofriam uma adaptação para que melhor se enquadrassem ao esquema do rádio e atingissem comunicabilidade com o ouvinte. (BRANDÃO, 2005 p. 43).

O cinema hollywoodiano foi uma fonte de influência para a ficção radiofônica. Especialmente dele derivou-se o *Cinema em Casa*, da Rádio Difusora de São Paulo, radioteatro idealizado inicialmente por Otávio Gabus Mendes e Ivani Ribeiro, foi depois assumido por Walter George Durst. Sua técnica consistia em transpor para o rádio *scripts* de filmes (utilização adequada das vozes, música, ruídos recursos de sonoplastia e contrarregra em geral). A sonoplastia, aliada à própria trilha original da película cinematográfica, inventava infinitos efeitos sonoros, recriando o espetáculo cinematográfico através da linguagem radiofônica. O radioteatro, enriquecido com sonoplastia e música, caracterizando-se como a essência da arte radiofônica, preparava os estúdios para o seu maior gênero dialógico: a radionovela. O rádio brasileiro ganharia um dos mais atraentes derivados do radioteatro, a história seriada – formato introduzido pelo dramaturgo Oduvaldo Vianna, autor da primeira radionovela genuinamente brasileira: *Predestinada*. O dramaturgo morava com sua mulher Deocélia na Argentina onde, em 1939, aceitou o convite para orientar a filmagem de sua peça *Amor* em versão para o espanhol. Na capital portenha ele tomaria conhecimento das radionovelas que já eram populares por lá.



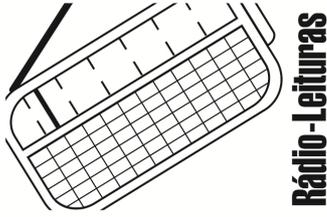
Na Rádio *El Mundo*, convidado por Carmem Valdez, Oduvaldo começou a escrever radionovelas.(...) Em 1940, voltou ao Brasil oferecendo todo um pacote de *scripts* a várias emissoras do Rio e São Paulo, sem um mínimo resultado. Naquela época ninguém acreditava na receptividade que as radionovelas teriam mais tarde. Meses depois aceitou convite para dirigir a Rádio São Paulo, lançando naquela emissora o gênero que o consagraria. A rádio São Paulo passou a apresentar novelas nos três períodos, chegando a ter no ar, diariamente, nove novelas. A primeira radionovela lançada por O. Viana no Brasil foi *Predestinada*, em 16 de setembro de 1941. (COSTA, 2007, p. 61).

Jeanette Costa (2007) nos informa que a Rádio Nacional e Rádio São Paulo disputam o pioneirismo do lançamento da primeira radionovela brasileira. Nos registros históricos consta que a Nacional se antecipou ao lançar em 5 de junho de 1941, *Em Busca da Felicidade*, radionovela do cubano Leandro Blanco, adaptada por Gilberto Martins. Mas *A Predestinada* teria sido realmente a primeira radionovela escrita por um autor brasileiro. Durante os anos 1940 e metade dos 1950, as radionovelas imperaram como gênero de maior sucesso no rádio brasileiro, ofuscando o radioteatro que entrava em fase de declínio.

## 2. O rádio e seus formatos de programas

O rádio tem formatos distintos para atingir o ouvinte. Numa visão geral, os formatos de programas podem ser divididos entre os musicais e os falados. Dentre estes últimos, ao quais vamos nos ater, temos três maneiras distintas de escrita: em forma de monólogo, de diálogo e de drama.

Os monólogos constituem o tipo mais comum. Sua forma mais encontrada hoje é a crônica, o comentário ou até mesmo uma “conversa fiada”. São formas que oferecem menor dificuldade de produção, mas que, por outro lado, são mais monótonas e limitadas. Já os diálogos implicam na inclusão de duas ou mais vozes. Dentro desse tipo de formato radiofônico estão incluídos programas como entrevistas, mesas-redondas, diálogo didático e outros, que oferecem mais atrativos e interesse,

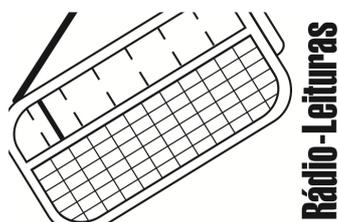


## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

pela variedade de vozes e pelo intercâmbio de opiniões diversas. O discurso dialogado abre diferentes facetas em muitos aspectos, principalmente no radiodrama.

Os formatos dramatizados poderiam, assim como o de diálogos, apresentar a utilização de várias vozes, mas têm características próprias que fazem deles uma categoria à parte. Sua principal particularidade é desenvolver uma história, uma anedota, uma situação concreta com personagens dramáticos. Podemos saber que, neste caso, estamos diante de um radiodrama. Suponhamos a ocorrência de um assalto. É possível sobre o mesmo fato produzir duas emissões radiofônicas: uma em forma de reportagem, com entrevistas, e outra em forma de radiodrama, em que se reconstitui a notícia utilizando-se a interpretação de atores ou radialistas. Os programas dramatizados são considerados os mais atrativos em virtude de sua estrutura dinâmica de comunicação. Contudo, sabemos que esses tipos de programas são os mais difíceis de serem realizados, por exigem estrutura de dramatização e domínio das técnicas de composição radiofônica: devem contar com atores, musicalização, montagem e roteiros. Mario Kaplún (1979), em *Producción de Programas de Radio*, estabeleceu doze formatos de programa radiofônicos, como noticiários, comentários, entrevistas, radorrevista, etc. Entre eles, está o que ele denomina de “radiodrama” – aquele que lida com a ficção ou histórias baseadas em fatos reais. Neste caso, no lugar do locutor narrando uma história, os personagens falam por si mesmos. O autor subdivide o radiodrama em três modalidades: 1) o unitário – quando a ação começa e termina numa única emissão, como o que acontece em uma peça de teatro. A peça radiofônica constitui uma unidade em si, na forma de um conjunto; pode-se organizar um programa com base em radioteatro. Como gênero literário, equivale a um conto. 2) o seriado – parcela-se em episódios e em cada um existirá uma trama diferente, que pode ser seguida e compreendida sem a necessidade de haver escutado as anteriores, havendo, entretanto, um personagem central ou um grupo de personagens que são o fio condutor e permanecem na continuação da série - por vezes são a estrutura e a temática da série que lhe dão tal caráter. 3) a radionovela – é a novela clássica, em muitos capítulos, com uma trama

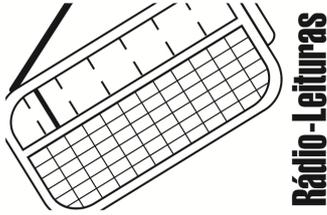


em sequência, aqui existindo a necessidade de escutá-la por completo, pois há continuidade do enredo, dificultando o acompanhamento. (KAPLÚN, 1979, p. 128).

Atualmente verificamos uma grande mistura em os gêneros dramáticos no rádio, embora ainda possamos adotar esta classificação proposta por Kaplún. Sobressai-se ainda neste contexto a emergência do documentário radiofônico e do docudrama (ou dramadoc, dependendo do caso). O documentário radiofônico, em nosso ponto de vista, é um gênero híbrido e está entre o gênero informativo (grandes reportagens) e o dramático, quando é realizada uma dramatização contendo exclusivamente informações verídicas. O docudrama e o dramadoc podem conter também informações ficcionais, distanciando assim do documentário. Também são comuns as esquetes (quadros cômicos de curta duração) e o sociodrama, dramatizações realizadas a partir de um fato real, seja de cunho jornalístico ou de testemunho (no caso de emissoras religiosas/gospel).

Se na década de 1940/1950 as radionovelas se aproximavam das atuais telenovelas no que tange ao número de capítulos, atualmente verificamos que as radionovelas perderam duas grandes características: além de serem cada vez mais reduzidas (geralmente não alcançam a marca de dez capítulos), deixaram de ser diárias. O fato de geralmente não serem diárias certamente contribuiu para o insucesso, uma vez que é necessário acompanhar a maioria dos capítulos para uma compreensão global da obra.

A partir da popularização da televisão na década de 1960 e o sucesso das telenovelas, a dramaturgia radiofônica entrou em franco declínio. Houve uma grande migração de atores e autores do rádio para a televisão. Com a crescente abrangência da audiência televisiva, os anunciantes migraram para o novo meio e, gradativamente, foram deixando de patrocinar novelas radiofônicas. Mesmo assim, emissoras como a Rádio Nacional, continuaram a produzir, mesmo sem o impacto de outrora. Nas décadas de 1980 e 1990 houve uma quase extinção do formato radionovela, contudo, vez ou outra apareciam peças adaptadas para o rádio. Foi também nesta época que as propagandas veiculadas no rádio passaram a cada vez mais utilizar elementos



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

dramatúrgicos. A partir dos anos 2000, ocasionados sobretudo pela “memória afetiva” diversas emissoras começaram a produzir radionovelas e radioteatros, contudo de forma esporádica e não sequencial.

Albano da Silva (1999, p. 33-35) aponta a gradativa queda de investimentos publicitários que o rádio sofreu a partir da emergência e consolidação da televisão. Se na década de 1960 é registrado basicamente um empate técnico no investimento publicitário neste dois veículos, o mais não vai acontecer nos anos posteriores<sup>3</sup>.

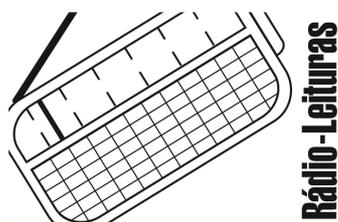
De 1962 a 1978, a participação do rádio no mercado publicitário caiu de 23,6% para 8%, enquanto a televisão, dez anos após sua implantação, comemorava o aumento de 24,7% para 56,2%, tornando-se a mídia preferencial, posição que tem dominado até os dias atuais, entre o rádio e demais mídias. (ALBANO DA SILVA, 1999, p. 34).

Lia Calabre (2007), igualmente aponta que foi o fator publicitário o responsável pelo fim da era das radionovelas:

O custo da produção das radionovelas era muito alto e pôde ser mantido enquanto as verbas de publicidade afluíam em grande quantidade para o rádio. Com o crescimento da televisão ocorreu um fenômeno de migração dos patrocinadores para o novo veículo. As verbas publicitárias não cresceram na mesma proporção que a multiplicação do número de emissoras de rádio e de televisão. A falta de recursos financeiros foi, em grande parte, responsável pelo abandono do gênero radionovela pelo rádio. Ao longo da década de 1960, algumas emissoras ainda mantinham alguns horários de radionovelas ou de programas de radioteatro. Mas na década de 1970 o gênero desapareceu, apesar de algumas tentativas isoladas de reativá-lo. Da época de ouro das radionovelas restam as memórias dos pioneiros, as histórias contadas nos corredores. (CALABRE, 2007, p. 81-82).

---

<sup>3</sup> É importante deixar claro que estamos nos referindo apenas à queda do mercado publicitário e consequentemente da produção radiodramatúrgica (tidas como caras). A emergência da televisão como veículo não fez o rádio perder sua popularidade. As radionovelas pararam de ser exibidas não por falta de ouvintes, mas sim por escassez de recursos financeiros.



Apontamos o programa “Contos no Rádio”, da Rádio MEC, como exemplo para entendermos o retorno da radiodramaturgia e sua nova função social, especialmente no que tange a modificação de seu formato.

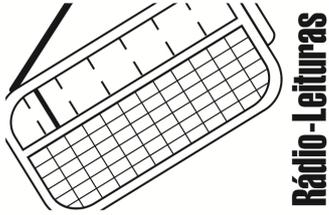
### 3. Contos no Rádio

O rádio totalmente dialógico – sustentado por efeitos de sonoplastia que tornam possível a produção imaginária de cenografias sonoras, ambientes onde a música cria atmosfera ou provoca determinadas emoções no ouvinte, com sonoridade que pode definir o caráter de uma personagem e até mesmo expressar estados de ânimo – é uma fórmula que tem dado certo em emissões como veremos nos *Contos no Rádio*.

Não estamos mais na época de ouro do rádio dramatizado e dos efeitos sonoros realizados pelos contrarregras em grandes estúdios, como fazia Edmo do Vale na Rádio Nacional (SAROLDI e MOREIRA, 1984), mas ainda podemos perceber resquícios desse formato que persistem no gosto dos ouvintes e daqueles que ainda produzem radiodrama. Acreditamos que apenas o culto à memória possa trazer à tona programas como *Contos no Rádio* exibidos pelo EBC, produção da Rádio MEC no Rio de Janeiro. Na visão de Andreas Huyssen (2000)

O enfoque sobre a memória é energizado subliminarmente pelo desejo de nos ancorar em um mundo caracterizado por uma crescente instabilidade do tempo e pela fraturamento do espaço vivido. Ao mesmo tempo, sabemos que tais estratégias de rememoração podem afinal ser, elas mesmas, transitória e incompletas. (HUYSSSEN, 2000, p. 20).

Acreditamos também que o retorno à radiodramatização pode ser percebido como uma estratégia de rememoração, sabemos que grande parte dos ouvintes hoje sequer sabe que essa prática existiu e que foi muito popular nos anos áureos do rádio. A este respeito, inclusive, Mônica Kaseker (2012, p. 42), trazendo à baila o conceito de



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

Pierre Bourdieu, aponta que o *habitus*<sup>4</sup> é um conhecimento adquirido, um capital que possui dentro de si agentes que se apropriam de crenças, jogos de linguagem, aspectos materiais e históricos para criar uma relação dialética entre sujeito e sociedade. E é exatamente por cada *habitus* possuir sua própria essência e autonomia, mais precisamente no espaço familiar, que há a possibilidade de cruzamento de gostos, experiências estéticas e inter-relações entre estes campos, mesmo em diferentes gerações que acompanham o rádio e seus programas.

Já abordamos que a dramatização pode ser encarada como inerente à linguagem radiofônica, justamente pelo apelo às emoções. Esta é a proposta do núcleo de radiodramaturgia da Rádio MEC. Ali, desenvolvem-se de forma híbrida, alguns formatos típicos do radiodrama. A radionovela, o radioteatro e o documentário radiofônico se misturam e se desdobram em diversos produtos. Ao mesmo tempo em que se busca o entretenimento, pretende-se passar informações, agindo de forma educativa, algumas vezes até em caráter instrucional, como uma radioaula<sup>5</sup>.

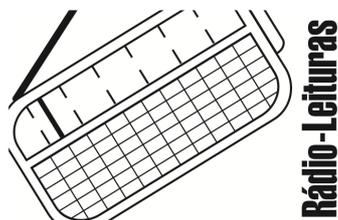
Os custos de produção, responsável pelo grande hiato no tocante à produção do radiodrama não é mais um “vilão”. As novas ferramentas tecnológicas podem ser aliadas às novas produções. José Alencar Diniz (2009), a este respeito, argumenta a favor do retorno das radionovelas:

A radionovela tem tudo para voltar a ser um gênero popularizado, isso porque as novas ferramentas tecnológicas permitem a redução

---

<sup>4</sup> Bourdieu (2009) concebe o *habitus* como: “O princípio unificador e gerador de todas as práticas e, em particular, destas orientações comumente descritas como ‘escolhas’ da ‘vocação’, e muitas vezes consideradas efeitos da ‘tomada de consciência’, não é outra coisa senão o *habitus*, sistema de disposições inconscientes que constitui o produto da interiorização das estruturas objetivas e que, enquanto lugar geométrico dos determinismos objetivos e de uma determinação, do futuro objetivo e das esperanças subjetivas, tende a produzir práticas e, por esta via, carreiras objetivamente ajustadas às estruturas objetivas”. (BOURDIEU, 2009, p. 201-202).

<sup>5</sup> O exemplo mais famoso neste aspecto remete à televisão, como os “Telecursos” da Canal Futura. Embora existam radioaulas, elas não são comuns. No programa sobre o voto feminino fica clara a mistura de gênero, ora com características do radioteatro, ora do radiodocumentário (docudrama).



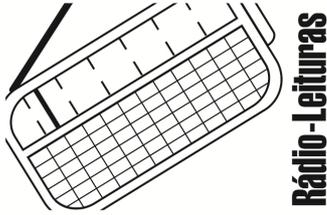
Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

substancial no custo de produção. As músicas e efeitos sonoros podem ser facilmente criadas em computadores, sintetizadores e *samplers*. Além da interatividade, os meios digitais podem oferecer outros atrativos ao ouvinte, como: informações sobre a história, as personagens, o elenco, além de fotos dos radioatores e vídeos das gravações. (DINIZ, 2009, p. 126).

*Contos no Rádio* estreou em abril de 2011, e vai ao ar as segundas-feiras, sob direção e coordenação de Marília Martins e é exibido nas rádios MEC e Nacional do Rio de Janeiro. São ouvidos ainda em Brasília, Alto Solimões, Tocantins e Amazônia, todas as emissoras ligadas à EBC. Conversamos com Marília Martins para saber a verdadeira motivação da retomada do radioteatro. Ao questionarmos o fato de ainda hoje haver interesse pelo radioteatro, Martins nos confirmou:

O interesse pela radioteatralidade se deve a essa forma dialógica que soma narrativa e sonoridade. Esta especificidade traz experiências ao ouvinte, que se equipara, em determinada medida, ao prazer da leitura de um texto, que possibilita o ouvinte/leitor criar suas próprias imagens subjetivas. *Contos do Rádio* resgata a vocação dessas emissoras para a criação artística no âmbito da dramaturgia. (MARTINS, 2013, s/p).

Em geral, os ouvintes mandam elogios, críticas e sugestões para o e-mail da Central de Ouvintes da Rádio MEC AM e fazem comentários na rede social Facebook. O que vai exatamente ao encontro do pensamento de Kaseker, ao falar da discussão "rádio e a interação dos ouvintes" com as novas formas de recepção na contemporaneidade é bem clara ao colocar que as novas formas dialógicas se pautam na troca constante de experiências e imaginários compartilhados pelo rádio e aqueles que o consomem. O pensamento de Kaseker conflui para aquilo que Nélia Del Bianco (2012), também comentando sobre a convergência midiática, entende como um processo de bricolagem, novos nexos e hibridações produzidas nessa constante "sobrevivência" radiofônica para além de uma mera "mudança tecnológica". Del Bianco (2012, p.17) diz que tal convergência: "É um processo cultural a considerar que o fluxo de conteúdo que perpassa múltiplos suportes e mercados midiáticos e os consumidores migram de um comportamento de espectadores passivos para uma



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

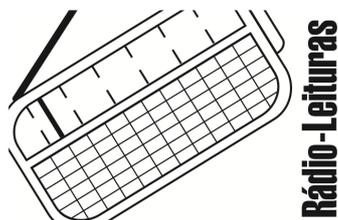
cultura mais participativa [...]”. E completa afirmando que esse processo: “Representa uma nova maneira de interagir com meios tradicionais, estabelecendo um outro patamar de cultura de relacionamento com o público”

Na escolha dos textos, Marília Martins observa:

Selecionamos os textos originais, a maioria de autores nacionais (os mais recentes adaptados foram de Arthur Azevedo, Humberto de Campos e Lima Barreto). Para a adaptação, observamos a teatralidade de cada texto. Analisando as possibilidades de diálogos, caracterização das personagens, possibilidades de vozes narrativas, musicalidade dos textos, incluindo as atmosferas sonoras que possibilitam explorarmos a radio-teatralidade de cada obra. Atualmente, o Núcleo de Radio-dramaturgia EBC, conta com 6 atores fixos. Recebemos também atores convidados, que fazem participações especiais. (MARTINS, 2013, s/p).

Além dos contos de grandes autores da literatura brasileira, a equipe da Rádio MEC realizou dramatizações de roteiros disponíveis no site *Drama Diário*, onde estão postados contos como uma espécie de dramaturgia em série, em que os sete autores vão atualizando o site com textos inédito, diariamente. Lá, em vez de cenas curtas, com temas pré-definidos, os autores se lançam ao desafio da continuidade. Um capítulo por semana, sete histórias diferentes, podendo resultar num roteiro de cinema, uma novela, um seriado, ou até mesmo numa peça de teatro. Entre os autores estão Renata Mizrahi, Camilo Pellegrini, Rodrigo de Roure e Henrique Tavares.

Outras dramatizações são feitas para fins específicos, como comemorações para datas especiais. Anunciada como radionovela, *Vivendo o sonho*, produzida pela Rádio Nacional da Amazônia, é na verdade um docudrama unitário que contou o sonho de Tia Alice de ter uma rádio com características locais. Na verdade, a personagem estava contando a história da Rádio Nacional da Amazônia e também destacando a importância de emissoras de cunho regional, justamente pela característica de aproximar as notícias do mundo dos ouvintes. O mesmo processo aconteceu na Rádio Nacional de Brasília, em capítulos, com a história *Mudando vidas, fazendo história*, que utilizou recursos do docudrama, como a reprodução do discurso



do presidente Juscelino Kubitschek e sonora com os cantores presentes no evento, como Néelson Gonçalves e Ângela Maria.

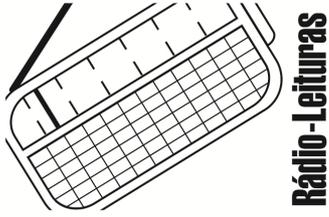
Anunciado como radionovela, a emissora transmitiu também *80 anos de voto feminino no Brasil*, um gênero híbrido, que mistura ficção e informações históricas sem recorrer a fontes informativas históricas (como é comum nos docudramas). Dividido em dois capítulos, a dramatização mostrou a árdua luta da mulher para conquistar o direito ao voto e a história de Carlota Pereira de Queirós, a primeira mulher a votar e também a primeira mulher a ocupar uma cadeira no Legislativo, como deputada.

Um exemplo do uso da dramatização radiofônica como prestação de serviço é a radionovela em cinco capítulos *Chamas da Terra*, cujo foco principal é a prevenção à queimada. Neste caso, o recurso de radioaula não foi utilizado. A trama abordava a história romântica de João e Maria e o triângulo amoroso com Lourdes. *Chamas da Terra*, *80 anos de voto feminino no Brasil*, *Mudando vidas, fazendo história* e *Vivendo o sonho* foram produzidas por Artemiza Azevedo. O aniversário de Brasília foi comemorado pela radionovela em cinco capítulos *Brasília: o coração do Brasil*. Estas e outras histórias estão disponíveis no site: <http://radioagencianacional.ebc.com.br/categoria/radionovelas>.

Embora à época da pesquisa de Diniz (2009) o “Contos no Rádio” ainda não fosse uma realidade, o pesquisador fez um importante apontamento no tocante à diferenciação das radionovelas produzidas na atualidade (presente) daquelas que ouvimos mais meio século atrás. Houve uma grande guinada no foco. Se antes as radionovelas (assim como as atuais telenovelas) visavam sobretudo o entretenimento através da emoção e de suas raízes melodramáticas e folhetinescas, as atuais são sobretudo informativas<sup>6</sup>. De acordo com o pesquisador:

---

<sup>6</sup> Como dados empíricos, Diniz apresenta informa: “A Rádio Câmara de Brasília, por exemplo, leva ao ar, em 2006, a radionovela Na ponta do lápis. O folhetim sonoro ensina como a população pode fiscalizar o orçamento da União endereçado aos estados e municípios. Em 2007, transmite a peça Caminho das Águas. A trama gira em torno dos malefícios provocados em uma comunidade ribeirinha por causa da poluição das águas e do desmatamento. Para amenizar as enchentes e as doenças, os moradores se



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

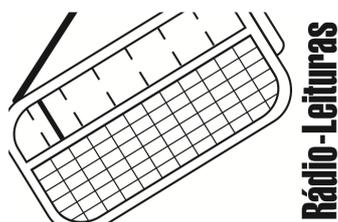
A proposta das radionovelas veiculadas em emissoras públicas é bem diferente das levadas ao ar nos anos dourados do rádio brasileiro. Elas atendem ao desejo de muitos pesquisadores, como Mario Kaplún, de produzir folhetins para promover a educação e despertar a cidadania. Isso é feito através de temáticas que tratam de direitos e deveres constitucionais, preservação ambiental, questões de saúde pública, fiscalização das contas do governo, entre outras abordagens. (DINIZ, 2009, p. 126-127).

De todas as inferências e informações levantadas por Kaseker (2012), duas delas chamam muito atenção: a ideia do rádio como paisagem sonora e a experiência estética radiofônica no ambiente doméstico. Neste momento a escuta do rádio permanece como atividade secundária durante uma tarefa doméstica ou como modo de descanso, “preenchendo” o espaço do lar daqueles que acompanham o rádio e seus programas, especialmente os que tratam de dramatização. O rádio é visto como um “personagem” presente nos cômodos da casa que ora resiste, ora adapta-se às inovações. Sempre perpassando, nos distintos modos de escuta, por todas as três gerações.

Além disso, Kaseker (2012) contrapõe as três gerações estudadas em sua obra a partir de uma interessante visão da atitude e modos de escuta de cada época e indivíduo. Depreende-se dos resultados mostrados pela pesquisadora, que a primeira geração, por ter vivido de perto o auge das emissoras de rádio no país, ainda possui um forte sentimento de “pertencimento” à escuta radiofônica como meio de informação, entretenimento, religiosidade e, até mesmo, como alternativa ao resgate da memória auditiva de músicas e programas de seu tempo (como o exemplo do programa informativo “Voz do Brasil”, no ar e em cadeia nacional desde 1935). Já a segunda geração, mesmo tendo um acesso mais contínuo às rádios em casa e com a flexibilidade da escuta em carros, ainda assim, permanece mais acostumada à presença da televisão e à sensação de modernidade que o aparelho trouxe aos lares

---

unem para preservar o meio ambiente. A tarefa, entretanto, não é fácil, isso porque há muitos interesses em jogo, principalmente, o econômico. Mesmo assim, a comunidade passa a denunciar os crimes ambientais e melhora as condições do local”. (DINIZ, 2009, p. 127).

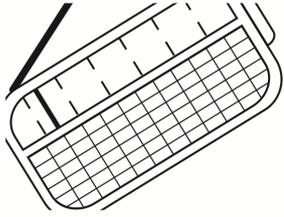


logo no início da implantação das emissoras no Brasil. A terceira geração, por sua vez, é explicitamente multimidiática, ou seja, transita entre a televisão, o rádio, o celular, o computador, os jornais e as revistas, mas vê na internet o espaço ideal onde as possibilidades de convergências de todos os outros meios de comunicação podem ser efetivamente realizadas. O rádio para esta última geração já não possui a equivalência da carga emocional que possuía para as outras duas gerações anteriores: ele é mais um canal de informação ou conhecimento e, às vezes, não o principal. Mas nessa geração o poder do "contar" histórias ainda surte efeito: a narrativa dramatizada mesmo tendo um contexto distinto dos anos de ouro do rádio, ainda assim, permanece viva e latente na vida das novas gerações.

### **Considerações Finais**

Podemos anotar a favor da dramatização radiofônica (seriados, radionovelas, paródias, adaptações de contos e lendas, crônicas policiais, humor etc.) as seguintes vantagens:

- 1) Atrai vivamente o ouvinte, assegurando maior variedade evitando a monotonia e a distração de quem ouve;
- 2) Movimenta a imaginação do receptor, alcançando bons níveis quando oferece "imagens auditivas", sugere situações e cenas com efeitos de sonoplastia e música;
- 3) Estimula situações concretas, quase palpáveis. A mensagem se humaniza e o público se sente mais tocado pelos problemas que afetam a maioria das pessoas e que são temas do radiodrama;
- 4) Quanto mais humano for o texto, tanto maiores as possibilidades de atingir maior público;
- 5) O ouvinte identifica-se com as situações e os personagens, estabelecendo uma situação de empatia;
- 6) O público sente que, de certa forma, participa do tema abordado;
- 7) Mobiliza a inteligência do ouvinte, que vai vivenciando todo o processo e julgando as situações apresentadas.



## **O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil**

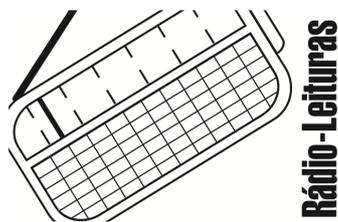
Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

Os programas de radiodrama exigem recursos para a produção, e, como dissemos, foram reduzidos na programação das rádios, contrastando com décadas passadas. Ao comentar a obra de Balsebre sobre o rádio, Ana Baumworcel, nos lembra que aquele espanhol reclama que a comunicação e expressão radiofônica tem sido alterada pela homogeneização de gêneros e formatos ao ponto de grupos de multimídia segmentarem seu público oferecendo uma programação especializada para atender a um consumo imediato. Isso, valorizou o rádio voltado para a informação e o serviço mas, produzem, em menor escala, o rádio-arte. Informação, músicas, serviços, compra e venda de mercadorias “têm desvalorizado a função expressiva e estética do meio, acarretando inclusive, o desaparecimento do gênero que mais contribuiu para a estruturação de um código genuíno de expressão: o radiodrama” (BAUMWORCEL, 2005, p. 338).

Os serviços de radiodifusão deveriam rever seus critérios na elaboração de programas, uma vez que pouco vale ter uma emissora muito potente se os programas que irradia são pobres e pouco interessantes.

O que ouvimos muito no rádio, hoje em dia, são esquetes e paródias de humor, o que não é uma novidade, pois desde sua instalação no Brasil, na década de 20 o rádio teve seu lado sério e cômico. O humor no radioteatro é um gênero difícil e a maioria dos quadros atuais tem seguido caminhos pobres e de qualidade duvidosa, com vícios de conteúdo, chanchadas grosseiras e de mau gosto. É raro encontrar quem faça humor com autêntica graça, como no antigo PRK-30. Hoje, as piadas no rádio são breves, contam com poucos atores. Muito comum no rádio são também os quadros de polícia dramatizados, usando a sátira social e o humor irreverente. O segmento gospel/cristão também utiliza bastante a dramatização como forma de envolver os fiéis.

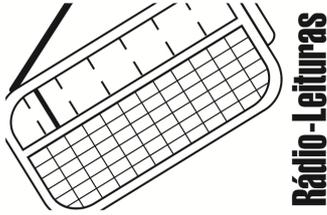
Na contramão, as produções desenvolvidas pela Rádio MEC retomam a tradição das produções desenvolvidas na década de ouro do rádio, uma memória afetiva que compraz seus ouvintes. Trazem de volta as adaptações dos grandes clássicos da literatura, sem deixar de lado os roteiros desenvolvidos pela nova geração,



como acontece com as adaptações retiradas do site *Drama Diário*. Contudo, diferentemente de outrora as produções da Rádio MEC se distanciam das veiculadas pelas rádio em seu período áureo por dois fatores: 1) o número de capítulos; 2) a função social da dramaturgia. No primeiro fator, percebemos que dos mais de 200 capítulos que uma radionovela alcançava, hoje não passa de dez. A Rádio MEC geralmente produz radionovelas com apenas cinco capítulos. A função emotiva/lacrimajante das antigas radionovelas deu lugar a produções mais engajadas com a informação e a rememoração de fatos.

### Referências bibliográficas

- ALBANO DA SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira. **Rádio**: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 1999.
- BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo. (org.). **Teorias do Rádio**: Textos e Contextos. vol.1. Florianópolis, Insular, 2005.
- BAUMWORCEL, Ana. Armand Balsebre e a teoria Expressiva do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo. (org.). **Teorias do Rádio**: Textos e Contextos. vol.1. Florianópolis, Insular, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectivas, 2009.
- BRANDÃO, Cristina. Do radioteatro ao teleteatro. In: \_\_\_\_\_. **O Grande Teatro Tupi do Rio de Janeiro**: o teleteatro e suas múltiplas faces. Juiz de Fora: Ed. UFJF; Op.com, 2005. p. 41-65.
- CALABRE, Lia. No tempo das radionovelas. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 29, n. 49, p. 65-83, 2º sem. 2007
- COSTA, Jeanette Ferreira da. Trajetória artística inovadora de Oduvaldo Vianna. In: CARMO, Laura (org). **Oduvaldo Vianna, Herança de Ódio**. Rio de Janeiro: Edições Casa Rui Barbosa, 2007.
- DEL BIANCO, Nélia. Rádio e o cenário da convergência tecnológica. In: \_\_\_\_\_. (org.). **O rádio brasileiro na era da convergência midiática**. São Paulo: INTERCOM, 2012. p. 16-37.



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

DINIZ, José Alencar. **A recriação dos gêneros eletrônicos analógico-digitais:** radionovela, telenovela e webnovela. 2009. 254f. Tese de Doutorado (Doutorado em Comunicação Social). Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

GONZALEZ, Reynaldo. **Llorar es un placer.** Habana: Editorial Letras, 1988.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória:** arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

KAPLÚN, Mario. **Producción de programas de radio:** El guión, la realización. Quito: Ciespal, 1978.

KASEKER, Mônica Panis. **Modos de ouvir:** A escuta do rádio ao longo de três gerações. Curitiba: Editora Champagnat, 2012.

LOPEZ VIGIL, José Ignacio. **Manual urgente para Radialistas Apasionados.** Quito: Amarc; CIESPAL, 1997.

MARANHÃO FILHO, Luiz. Modelo matricial para a retomada do radioteatro. In: DEL BIANCO, Nélia R.; MOREIRA, Sônia V. **Rádio no Brasil:** tendências e perspectivas. Rio de Janeiro: Ed. UERJ; Brasília: UnB, 1999. p. 131-141.

MARTINS, Marília. **A radio-dramaturgia da Rádio MEC.** Entrevista concedida por e-mail a Maria Cristina Brandão de Faria. Abril de 2013.

ORTIZ, Renato. Evolução histórica da telenovela. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia H. S.; RAMOS, José Mario O. **Telenovela:** história e produção. São Paulo: brasiliense: 1989. p. 11-54.

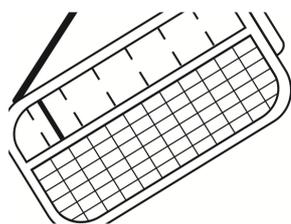
PEIXOTO, Fernando. Descobrimo o que já estava descoberto. In: SPERBER, George Bernard (org). **Introdução à Peça Radiofônica.** São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1980.

PERDIGÃO, Paulo. **No ar, PRK -30.** Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

SANTOS, Odirlei Costa dos. **Nas ondas de “Besame Mucho”:** a revitalização da dramaturgia radiofônica (Monografia de Graduação). Graduação em Comunicação Social. Juiz de Fora: UFJF, 2000.

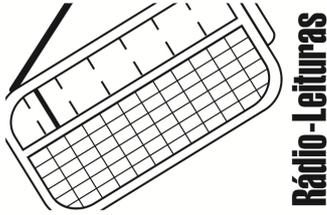
SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio Nacional:** o Brasil em sintonia. Rio de Janeiro: Funarte, 1984.

SPERBER, George Bernard (org.). **Introdução à peça radiofônica.** São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária Ltda, 1980.



**Rádio-Leituras**

Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>



## O Passado e o Presente da Dramaturgia Radiofônica no Brasil

Cristina Brandão, Guilherme Moreira Fernandes

### Abstract

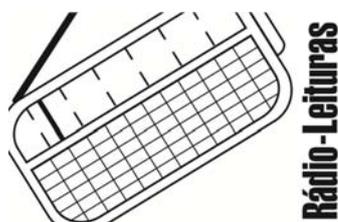
This article has the main objective to recall the memory and the actualities of radio drama in Brazil. We have realized a historic study of the development and consolidation, specially at the golden age of the dramatic radio (from 1930 until 1950), we have registered its decline and recapture of the radio dramatization that is present in Rádio MEC programming, specially at the program “Contos no Rádio”. We have found a change at the narrative and modifications in the format, although the genre keeps alive.

**Keywords:** Radiodrama. Radio theater. Radionovela (*Soap Opera*). Rádio MEC

### Resumen

Este artículo tiene como principal objetivo recuperar la memoria y actualidad del radiodrama en Brasil. Para ello realizamos un estudio histórico sobre su desarrollo y consolidación, especialmente en el período áureo del radio- drama (1930 a 1950), registramos su declive y hasta que se retoma la dramatización radiofónica en la programación de Radio MEC, especialmente en el programa “Contos no Radio”. Constatamos que, aunque hubo transformaciones en la narrativa y en el formato, el género permanece vivo.

**Palabras Clave:** Radiodrama. Radioteatro; radionovela; Radio MEC



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's<sup>1</sup>

José Ricardo Pinto Carvalheiro<sup>2</sup>

### Abstract

The popularization of radio broadcasting in Portugal coincided with the starting decades of the New State dictatorship (1930-74). From the 1930's to the 1950's, there were considerable changes in the ways common people from a scarcely literate country could experience the world, but it was also a time of ideological supervision within a country under relative isolation. In this context, the specificity of women as radio audiences has to be placed into an atmosphere of traditionalism towards gender roles. How was, then, the reception of the new media in the home? Did radio reception set new challenges to patriarchy or did it reinforce traditional conceptions of women? The article draws on qualitative research with elder women from Lisbon, presenting data focusing on their memories of radio use in everyday contexts.

**Keywords:** Radio; Reception; Women; Portugal; Dictatorship

141

### 1. New State's regime and the women

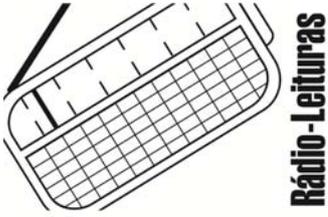
Approaching early radio and its reception by Portuguese women requires a contextualisation of the country's dictatorial regime and its social framework. In Portugal there has been, previous to the 48-year dictatorship in the 20<sup>th</sup> century,<sup>3</sup> a long hierarchical tradition of corporatism, deeply embedded in social institutions which can be characterized by a value system based on widespread acceptance of

---

<sup>1</sup> This work is funded by FEDER through Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE and by Portuguese National Funds by FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia within the research project PTDC/CCI-COM/119014/2010.

<sup>2</sup> Profesor at Universidade da Beira Interior, Communication and Arts Department, Portugal; Researcher at LabCom/Laboratório de Comunicação Online; Has a master degree in Sociology and a PhD em Communication Sciences. Email: [jose.carvalheiro@labcom.ubi.pt](mailto:jose.carvalheiro@labcom.ubi.pt)

<sup>3</sup> A military dictatorship, since 1926, and then the New State regime from 1930 until 1974.



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

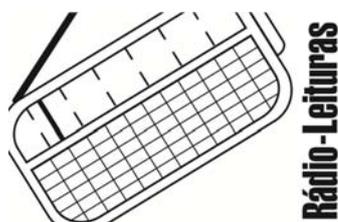
José Ricardo Pinto Carvalheiro

hierarchy, elitism, organicism and authority. "Stratification and differentiation not only exist but also are presumed to be right, necessary and not to be challenged" (WIARDA, 1979: p. 93).

Upon this tradition, Salazar's dictatorship feared communism above all things but also disliked capitalism and consumerism as forms of a materialistic perversion that should be fought against (LUCENA, 1979). Standing against liberalism and individualism, a key idea of the regime was that each person had its own place. The regime aimed at maintaining a rigidly segmented and hierarchical social body whose inner boundaries should not be crossed.

Thus, differently from other European dictatorship regimes of the same period, such as the Italian fascism, Portuguese New State was a movement inspired in the past and committed to preserve the values and social structure of an agrarian society. The regime's propaganda proposed an idyllic rural model. One of its mottos was: *Deus, Pátria e Família* (God, Nation and Family). In 1930, half of the total labour force worked in agriculture; three quarters of the active population was male; the general illiteracy rate was 62%, and illiterate women made up to 70% of adult females; the birth rate was 29.6 per thousand inhabitants, almost the double of United Kingdom's (16.3).

Among the corporatist traits there was the traditional patriarchal family. At this level, New State was a reaction against the previous period known as First Republic (1910-1926), which was also a patriarchal regime that denied incorporation of women in political citizenship, but allowed discussion in the urban public sphere by feminists and opened routes for female education. This first wave feminism was a modernist project committed to human self-fulfilment and enlightenment of women, looking for equality between sexes, trying to make its route within the liberal rhetoric of Republicanism and taking chance of the 19<sup>th</sup> century trend towards individual autonomy.



New State's anti-modernistic essence stood fiercely against these liberalistic and individualistic trends in what concerned to gender roles, both in the public sphere and in the private realm of family life.<sup>4</sup> Salazar's corporatist ideas rejected the abstract concept of citizen, and conceived individuals as part of 'natural groups' that form society. The regime's ideology thus prescribed constrained roles for the woman in labour, in education, and especially defined her as an element of the family. For Salazar, women's work outside the household was corrosive for family unit, potentially releasing bonds between its members and eroding a whole conception of common life. Women's celebrated role was to act as social cement for the family unit.

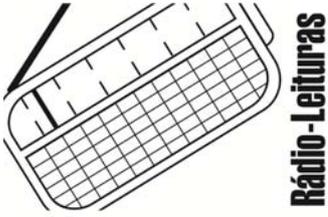
This service as bonder of a collective unit implied a status of des-individualization, abdication of freedom and of control over their own destiny. A list of prohibitions for women included certain jobs, travelling abroad without husband's permission, and pleading for divorce if the husband's adultery didn't involve public scandal. Family was paramount over the individual, mainly if the individual was a woman.

Female 'nature' was used as argument for disqualification of professional careers, since maternity was said to be naturally the women's most aimed goal. Female work was then tolerated until marriage could offer women the chance to reach their supposed primal aspiration in life, which should be raising children and serving the family.

The rhetoric of woman's valorisation was used to place females into the household, to promote family as a corporation of unequal members, and to subject

---

<sup>4</sup> The New State introduced, although selectively, political rights for Portuguese women: some women, in some situations, could vote and also be elected. This seemingly contradictory decision under a dictatorship did not contradict the regime's goal of defining a fixed role for women in society, and to circumscribe female action within a limited terrain. Political rights have to be understood in relation with other aspects, such as the place of female elites and the notion of feminine issues within politics.



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

José Ricardo Pinto Carvalheiro

females to mechanisms of social control, an important part of it being sexual morals and surveillance of the body (FERREIRA, 2011, p. 256).

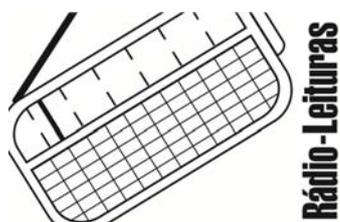
Nevertheless, there were many transgressions to the official morals and a heterogeneous country beyond the regime's propaganda. Popular and rural women mostly worked outside the household. There were also hidden ways of female power within households, and some working-class practices in urban areas were seen as immoral and contradicted the regime's aim of making people return to an imagined rural pureness and simplicity.

### 2. New State and popular media

The media's role along the 20<sup>th</sup> century in the West can be placed within the general context of a movement towards capitalist modernity and its tensional trends of regulation and emancipation (GARNHAM, 2000). But exceptionally, Portugal under the dictatorship of Salazar experienced a particular case of media development in Western Europe. The Portuguese authoritarian regime was anti-modernist and acting to slow down the capitalistic dynamics that pervaded the rest of Europe.

Most important books about New State and 'Salazarism' do not mention mass media as prominent weapons of the dictatorial regime. In fact, the main ideological and symbolic role in the 1930's and the 1940's is attributed to the educational policy and official organizations designed to indoctrinate and mobilize youngsters at school age – above all *Mocidade Portuguesa* (Portuguese Youth), which had a feminine branch (LÉONARD, 1996; PIMENTEL, 2011).

Salazar was aware of the importance of media, though. He stated that “politically there exists only what the public knows that exist”. In fact, New State's policy for media was based on two pillars: the propaganda, and the censorship. The first one was designed to offer a systematic representation of a peaceful and cohesive

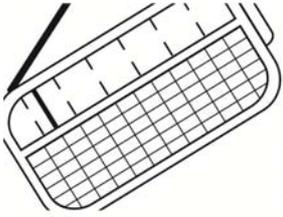


country; the second one, aimed at a de-politicization of Portuguese people (PIMENTEL, 2007).

The propaganda branch is best exemplified by the ‘politics of the spirit’ project, centralized by the National Propaganda Secretariat (SPN) created in 1933 under the leadership of António Ferro, an admirer of Mussolini and aesthetically a modernist. His aim was to educate the people within a strict ideological frame. The SPN was much broader than media oriented and involved great public exhibitions, an architecture style, artistic and cultural events. In this ideological enterprise to produce an integrative national culture anchored on historical past and an ethnographic design, media were just a part – but a fairly active one – in the mission to model people’s tastes and thoughts. Characteristic of this trend was the idea that, more or less subtly, the regime’s ideology should be present in every cultural or media manifestation (RIBEIRO, 2005).

Trying to target the people, the national public radio (*Emissora Nacional*) promoted the purchase of radio sets by families of low income in 1935, when it began its regular broadcasting. In 1940, the SPN came to direct *Emissora Nacional*, where Ferro developed his cultural program not willing to tolerate what he called “the mediocre needs of certain parts of the people” (in SANTOS, 2005, p. 266). Within the national public radio several orchestras were created, radio-theatre was launched and lighter but didactic programs were promoted, such as the live transmission ‘Evening for workers’ where producers mixed arts with music and amusing skits. There were also feminine talks, broadcasted regularly – more than once a week in average – in the 1930’s, and mainly used to give advice in terms of housekeeping, including how to recycle and save resources in cooking and clothing (RIBEIRO, 2005).

Nevertheless, other forces within the New State were not so concerned with an active educational policy, and aimed mainly to reproduce a traditional status quo and an ideology of conformism and obedience. Thus, through its censorship pillar, the regime tried specially to stop the circulation of unwelcome information and to prevent



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

José Ricardo Pinto Carvalheiro

people to access broader perspectives of life and the world, not just in a strict political domain but in a general sense. In this mood, political, social and religious powers looked at female media audiences within a general fear of modern futilities and other 'dangers' of the time, presented mainly as coming from abroad under foreign influences (ABOIM, 2011).

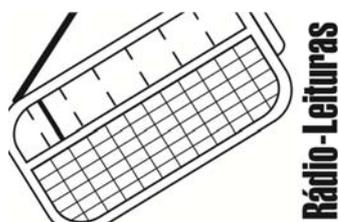
Radio landscape was also encompassed in this conception of media as tools expected above all to entertain people into a frame of national and traditional taste. On one hand, the effectiveness of national propaganda was doubtful since in the mid-thirties the number of radio sets in Portugal was estimated to be of only one to 150 people (TORGAL, 2009).<sup>5</sup> On the other hand, several stations, large and small, had emerged, and although the regime controlled their owners and contents, it was difficult to make active propaganda devices out of them.<sup>6</sup>

In spite of SPN's aspirations to shape respectable cultural habits in people, the general landscape of radio shifted along the 1930's and onwards from a previously predominant "old taste" based on amateur stations and the transmission of classical music to what became a more popular and "modern taste" based on national songs

---

<sup>5</sup> For comparative terms among European totalitarian regimes, at the time there was one radio set for every seven people in Germany. At this level there was a parallelism between Portugal and Italy, both countries touched by a slow implementation of radio sets for reception among a vast part of the people characterized by poor living conditions (Richeri, 1980).

<sup>6</sup> A couple of other radio stations were licensed in the 1930's, namely the commercially oriented *Rádio Clube Português* previously created by a regime's military officer in 1931, and also the catholic channel *Rádio Renascença*, starting in 1937. Along with the national public radio (operating regularly since 1935), these channels made the trio of large radio stations, each of them set over its own basis: political, religious and commercial. Besides these there were small stations in Lisbon, created by partnership of radio amateurs or by association within popular neighborhoods. As a way of political control, small stations could not produce their own news bulletins, they were not allowed to have commercial advertisements, and in 1939 they were forced to converge to a sole channel where they shared successive emissions (Santos, 2005).



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

and fashionable music, targeting a broader and more diverse audience (SANTOS, 2005).

This shift into popular radio was supported by the New State ideological atmosphere, rather inclined to folk culture and local communities' entertainment – in contrast to the enlightenment ideal of the previous First Republic. It also was fuelled by the development of a music industry and the beginnings of a mass culture for which the radio was the first vehicle.

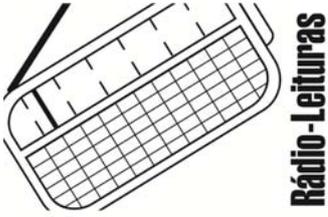
Small popular stations were decisive in designing new contents made of contests, humour, sports, children's plays, cinema, and notoriously the diffusion of *fado* and other national folk music. Singers, actors and sportsmen started to circulate through radio stations and became popular. The largest private commercial station, *Rádio Clube Português*, added a new stage in this sort of popular programs in 1952 by launching *Companheiros da Alegria* (Companions of Joy), a live transmission with music and entertainment that itinerated throughout the country. The voices and names of radio professionals became themselves notorious and popular.

The popularization of radio listening was therefore a slow process in Portugal. It was only throughout the 1940's that the audience enlarged considerably, mainly in urban areas. In the mid-fifties there was an estimated 130.000 radio sets in Lisbon (SILVA, 2001), which meant an average of one to 6 people.

In the 1950's, also the SPN (then renamed SNI – National Secretariat of Information, Popular Culture and Tourism) became practically a mere tool for censorship and repression, inserted in a deep strategy of anesthetizing Portuguese society (LÉONARD, 1996).

### **3. Women and reception: four types across the social spectrum**

In spite of media policies and contents, it has been acquainted that audiences may have the capacity for creative practices of reception, active interpretation and



## **Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's**

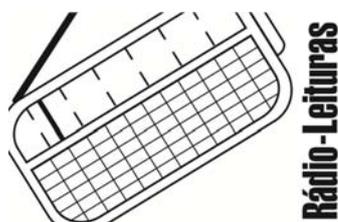
José Ricardo Pinto Carvalheiro

unexpected ways of reasoning. Moreover, there is an array of possible uses and appropriations of communication technologies, which articulate with other social practices and relationships, inside domestic or public contexts. Our aim is to use biographical interviews in order to understand how radio was received and used at the starting decades of broadcasting in Portugal, within the historical context described above and the particular situation of women in a corporative patriarchal system.

Historical introduction of radio in everyday life was studied in other contexts by collecting biographical interviews (MOORES, 1988; JOHNSON, 1981; PODBER, 2007). In Portugal there are only a few references to home reception in the 1930's, drawing from newspapers articles (SANTOS, 2005).

It is known that biographic methods require cautions in verifying and interpreting data, but it in turn allows for what Portelli (2008) argued as the main achievement in oral history, which is to give access to the meaning of events for the ones who participated in them. When we deal with common people, deprived of other means to deliver their accounts of the past, there may be no other way to apprehend some actions. Biographic sources do not only speak to us about events, they also tell us what people intended to do, what they believed they were doing, and what they now believe they did then (PORTELLI, 2008, p. 36).

The biographic approach allows us to situate the subject's life experiences in their sociocultural and intersubjective contexts, thus putting a light on how people negotiate their identities, interpret and engage with social norms. This integration of individuals within their relational context has special utility in studying gender (SUMMERFIELD, 2004). Another benefit of an oral history approach as presented by Summerfield (2004) is that it offers an effective way of intertwining memory and subjectivity, because it relates personal experience to historical social context and social positioning, allowing to take into account the influence of dominant public discourses in our subjects' making sense of the past.

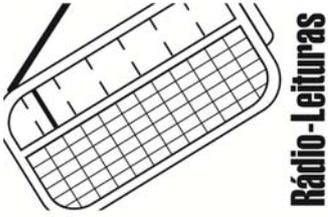


The empirical data exposed in this section is based on biographical interviews carried out with women born in the 1930's in Lisbon. Semi-structured interviews aimed at allowing informants to talk first about their biographic past according to broad stages of their life cycle. Specific focus on radio and other media was induced by the researcher only in a second interview.

In the analysis of oral records, the understanding of media use and reception is articulated with both biographical data in general and socio-cultural context. Particularly, we attempt to find interrelations and synchronicities between a set of dimensions such as lifestyles, social interactions, technology consumption, media uses, and reception meanings.

Another aim of this research is to relate female audiences to social class, trying to understand radio uses and reception across the class structure. Taking into account that throughout mid-20th century Portugal had scarce class mobility, we present here four biographies of markedly different class positions. Nevertheless, women interviewed were later touched by social changes that affected their positions in society, and they today speak from much closer socio-economic situations than when they were young, being themselves examples of a relative social equalization that reshaped the country in the last decades of the century.

Differently from most academic works, which develop “paradigmatic” analysis of autobiographic accounts and convert narrative data into classified categories and concepts, in this text we chose to present a few women’s life histories also under a narrative configuration (POLKINGHORNE, 2003). Narrative cognition has been sustained as an equally valid form of scientific knowledge when dealing with the uniqueness of human experiences. Thus, instead of an analysis of narratives, what we propose here is “a narrative analysis”, where “researchers collect descriptions of events and happenings and synthesize or configure them by means of a plot” (POLKINGHORNE, 2003, p. 12).



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

José Ricardo Pinto Carvalheiro

### 3.1 Irene: a glimpse over modernity

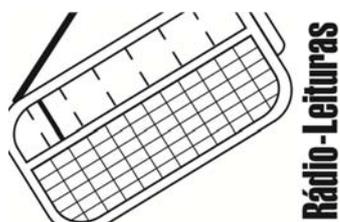
Irene was born in the late 1930's, in a popular quarter of Lisbon. Her father was much absent because of alcoholic problems, and her mother was an illiterate woman living from trading vegetables and washing clothes in other people's homes. She had an elder sister and an elder brother, and they all lived in a small house without hot water or a fridge. There was a coal stove, but not much food apart from soup, milk, and bread with ham or cheese.

Her first encounter with a radio set happened she went visiting a better-off family that her mother worked for. "I thought people were inside the box" – it was an unsuspected technological reality, amazing and incongruent with her immediate experience at home. Her memory couples these first radio encounters with an also existing large fridge – "the first fridge I ever saw" – and the very pretty furniture. The lady of the house was "very kind and sometimes she offered me a soup, and it was such a good soup, all the vegetables squeezed, and not like my mother's which was very thick".

In the 1940's, for a poor girl from a popular quarter in Lisbon, radio was first of all a surprising machine, habiting in a world of modernity that she could only glimpse as a daughter of the servant. Here, the life-world context for radio entrance was one of technological innocence and sharp social boundaries.

After four years of school, Irene went learning to be a seamstress at a neighbour's. Around 12, her mother bought a sewing machine and she started earning some money making blouses to women in the neighbourhood. Later she started to work in other parts of the city.

In the streets, she used to watch clowns with a goat and a monkey. Her mother never let her go to balls or popular feasts. Thus, going to the mass on Sundays with her elder sister was a moment of freedom and joy for Irene.



When she was a teenager, radio sets became an existing technology in several neighbourhood homes. It provided everyone with radio sound, and particularly women, not in contexts of public listening such as clubs or coffee houses, but as another sort of collective listening, made of a web of points of reception from which the sound crossed the private spaces of small and very close houses in the quarter. Irene also listened to it; although she had no radio set at home, the sound came in from other houses enabling the whole neighbourhood with a shared listening experience.

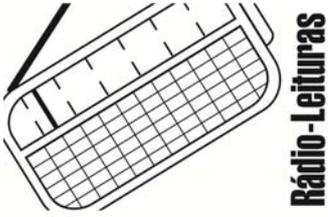
It was madness around the radio soap opera; people listened to it at half past two, and then everyone commented, if she was going to get married or not; we wanted to know the plot, and it was a bit confusing for me, how was it all there, I thought it was real. And when there were rink hockey tournaments abroad, we were all excited about it, and we won it all, it was a great joy.

151

Besides radio, music was listened to in the streets, where blind men used to circulate singing and playing along with a partner who sold leaflets with the lyrics. “They sang it in the streets, and we listened and learnt all the songs”.

Irene was courted for years by a boy who she refused to engage with because of perceived social differences. He was the son of an army officer, and Irene now says: “He was too much for my condition; it would have had no future; a rich man marrying to a house servant is something that happens only in romances”. Meanwhile, what she came to enjoy the most was to dress by fashion and to go to the cinema with her sister.

In the mid 1950’s, a low-class girl with some but limited aspirations linked cinema to ideas of pleasure and a broader social life, associated theatre and reading with intellectual improvement and status, and radio was connected to everyday life in a popular quarter, interwoven to interaction with neighbours and in a context of porosity between private and collective spaces. Radio sound inserted in the collective as a neighbourhood flow inevitably shared. It fuelled common feelings and expressions



## **Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

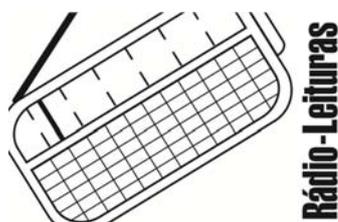
in ceremonial moments such as nationalist sports events and popular soap operas that turned up to be daily rituals of social comment at the threshold and in the streets.

Irene met her husband at 17 and married at 20. Their first meeting took place on a beach at the outskirts of Lisbon. “He came along with a portable radio – that was the time of popular radio soap operas. He enjoyed listening, or it could be that he wanted to impress the girls”.

Her husband was of not so modest condition. His father worked in an insurance company, and he opposed to the political regime – he subscribed to a newspaper and used to read it every day. He had his own maple in a privileged position in the living-room where he used to sit and listen to the radio. “He enjoyed listening, and sometimes he complained about it, he used to say something was not true, or that some people in the radio didn't use the Portuguese language correctly, and he also enjoyed listening to football matches”. Irene's mother-in-law, who worked in a hats workshop, also listened to the radio, as subsidiary to her husband's listening. “She was raised differently from my mother, she could read and write, and she used to paint her fingernails...”

By the end of the 1950's, this contexts inaugurates what electronic media have further become to Irene: they came to be seen as modern and expensive apparatuses linked to a gradual but slow enhancement in domestic space, and also symbolizing a higher status, which is embodied in the figure of her father-in-law.

One notable element in Irene's biographic narrative is the contrast between salient class-based differences, about which she is conscious and willing to cross it moderately, on the one hand, and on the other hand the gender relations that come out to be unquestionable and untouchable within each class location. Gender appears to be strongly structured inside the family, and it is within that sexed home environment that radio comes to be incorporated.



Radio as connection to the outside world and public life tended to be seen as men's tool and domain, and as a domestic apparatus it seemed to be placed under the control of the "family leader". This fitted the patriarchal corporative household and its prescribed rigid roles: public connections, authority, and income earning for men; home and child care, service provider, and emotional management for women.

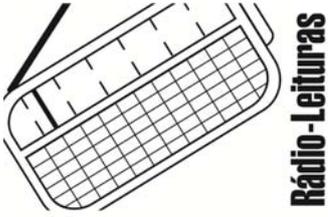
### **3.2 Clotilde: on the road to middle class consumption**

Clotilde was the third daughter of a salesman and a housewife, born at the end of the 1930's in what was then a peripheral quarter in Lisbon. The flat was improved with current water, which didn't exist originally in the building. Clotilde's father died when she was 9, and the family income was provided by her elder sisters. Contrary to them and to almost all of her schoolmates, she went on studying after four years of elementary education, until she was 17. During Clotilde's adolescence, gas stove and fridge were brought into the home of her low-middle-class family.

Work and leisure at home are described as intertwined, and this is where radio comes up.

Generally we were all in the living-room and used to chat. At home, my mother took care of the housework and my elder sisters were the ones that had to help her. I used to sit at the living-room table and study. My father had bought a radio set, as a present for my mother when she had been ill, and I always listened to it while studying. I've always been very fond of music, so I used to put the radio set over the table and listen to it. It was the only entertainment we had.

As a student freed from doing housework, Clotilde was the one to lead radio use, the others following her listening when sharing the same space. The absence of a man at home since her father premature death opened the way for radio management by females, and gave her the chance for a prominent role. But it also made it difficult for Clotilde to go on studying for much time. At 17, she started working as secretary at



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

José Ricardo Pinto Carvalheiro

a trading firm to reinforce the family budget. “It was a pity, because I always was keen on studying and I aspired to become a teacher.”

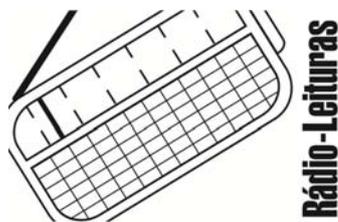
In spite of having a job in another part of the city, Clotilde's way of living was much confined to friendship with neighbours and to leisure within their quarter, namely going to the church in group (only girls) and organizing balls in each other's homes.

Clotilde mentions a popular soap-opera that she was keen on, but radio seemed to be mainly linked to music listening, and on the other hand music extended to group leisure.

I enjoyed very much listening to music. I used to listen to radio programs people called by phone and records were played on demand. And then pickups appeared. I had a crash on pick-ups. So, immediately after get my job and took my first wages, I thought of buying one, and I did it through hire purchase, I couldn't afford to pay it all at once. It was a kind of suitcase, very heavy and so it went from place to place, to play in balls.

Meanwhile there was the new local society, where there were balls that gathered all the people from the neighbourhood. The society was created by the time television was launched in Portugal (1957), and radio listening was something she never did there. The club had a bar, a ball room, a tennis-table room and a TV room with chairs in rows. “It was unthinkable for a girl to go out to the society without the company of her mother, or a grand-mother, or an aunt. She could not go in group with other girls either, each one had to go with an elder person. Boys had the freedom to go alone.”

Clotilde's biographic narrative and identity memories do not make any connections between professional and social aspirations of mobility during youth – which involved long term studies and promised more potential autonomy in a family frame – on one hand, and the media as a tool for cultivation or gathering information,



on the other hand. She always introduces radio in a discourse context of free time, distraction, entertainment.

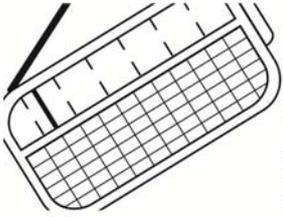
Her musical taste focused on light songs, instead of the vernacular *fado*. She mentions Portuguese popular singers from the 50's she used to listen to on the radio by referring to their physical type because she used to see photographs of them on illustrated magazines which at the time frequently displayed national and international artists from music, cinema and sports in their covers.

In this biography, broadcast media seemed not only not be connected to everyday life but also to a 'life as usual' way of living, an attitude towards being in the world with no exaltation or great projects, individual or collective. Radio, as television later on, was taken as provider of pleasantness among dull routine. If it means freedom or emancipation it is from work oppression, or articulated with youth aspirations for a space of its own.

This broadcasting role is part of changing patterns of social organization in work and leisure parallel to the urban reordering in Lisbon by the late 50's and 60's: growing distances between home and work, increasing women's labour, decreasing time availability for friendly relationships. It points to the existence of a primal point of articulation between an emergent urban low-middle class and the raising electronic mass media, mainly as forms of entertainment.

### **3.3 Judite: and there was a piano**

Judite was born in Lisbon in the mid 1930's from a navy officer and a housewife who inherited a fortune. They lived in a three-floor building owned by the family in the centre of the city. In the 1930's they had an iron, a coal stove, an ice box, and a tank to keep water warm all day. One of the several servants of the household used to wake up early in the morning and polished the stove.



## **Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

Her mother had a piano degree, but she never looked for a job. Judite's mother played the piano in the living-room on Sundays for family leisure. Judite's father used to buy her mother song books with musical novelties in downtown music shops, "and then all the family gathered around the piano, my mother played and we all sang".

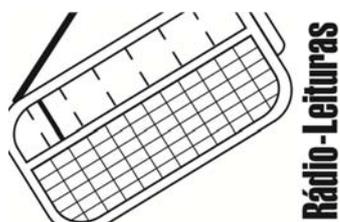
In an upper-class traditionalist family, new media technologies in the 1930's came out to be part of leisure reunions around music, articulated with habits already established and gradually transforming or replacing them. "We had a very nice gramophone too and my father played the records". In practice, a technology for playing records gave the male a prominent role, different from the bourgeois housewife playing music herself as a central leisure actor. The house male was the leader in adopting gradual innovations in technology. "Then my father ordered a piece of furniture with pickup and radio from England". All these musical apparatuses were set in the living-room, the site that simultaneously served the purpose of family gathering and of free-time expenditure.

Judite speaks insistently about family talk involving several generations.

One of my old aunts always had a saying about everything, and I and my sisters learnt a lot with that, the time spent with the elders. My aunts used to sing all that old folk songs, and I still taught them to my kids when we travelled to the countryside, because my husband didn't want music in the car, so we used to sing all the way.

In the 1940's and early 50's for Judite, and also her sisters and her mother, radio and the other media did not work as very relevant means of knowledge and experience of the world. "After the meals, we stayed at the table and my father used to tell us about wherever he had been with the navy". Farer realities, such as stories and references to places and events, were mediated by masculinity and brought inside domestic life by her father's voice and experience.

The use of radio was mostly within leisure domain, intertwining the listening of music with records, piano and singing, or connecting home to collective ceremonies



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

such as national sports events. But radio and music also became a soundtrack to some housework for her mother.

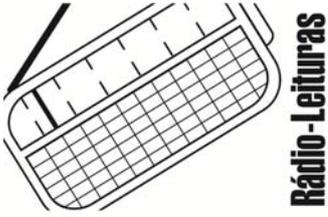
Later on we had a more modern radio set and also a small one on purpose to be in the sewing room. My mother sat there embroidering with a cousin and I remember them listening to rink-hockey matches. It was contagious when there were international hockey tournaments.

Female autonomic listening happened here in a later stage of radio appropriation, and it was done through a secondary apparatus in the home.

Gradually, radio seemed to pervade and transgress the traditional contexts of leisure reunion, family talk and cultural transmission. On Sundays, the small radio was taken to the dining-room, because Judite's father enjoyed very much a humour program. "It was a family plot, much about funny relations between son-in-law and mother-in-law, that holy woman, as he called her. We all had fun for 15 minutes time, it was very entertaining." Some radio programs happened to be more than family entertainment and became mass listening phenomena.

Later on there was a soap-opera, when I was 18. Everybody listened to it. We went for a summer season at the Navy, and there was a kind of cloister in the barracks, and after lunch all the soldiers gathered there to listen to the soap-opera. There was nobody who didn't listen to it at the time.

In Judite's perception, the idea of lightness and unserious character of media practices at the time seems to result in a contrast between serious public worlds and futile radio auditions: a navy officer involved in important political missions that never wanted to miss the Sunday comic theatre; or a crowd of soldiers that gathered in the barracks to listen to a soap-opera about a girl's love disgusts. Light entertainment provided by New State's radio stations appear to have, therefore, a subtle gender dimension, which was seen as natural for women's listening, but brought men out of its expected roles as audiences.



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

José Ricardo Pinto Carvalheiro

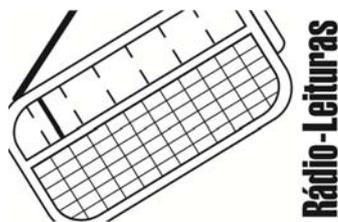
### 3.4 Cristina: politics of unquestioned gender

Cristina was born in Oporto in the early 1930's, in a high-bourgeoisie family from the chemical business' sector. She moved to Lisbon with her mother when she was 7. Her biography is unusual for the time, because of her parents' separation and the gaining of autonomy by her mother, who came to lead the family business in Lisbon and live without a husband, thus escaping from a family patriarchal regime. Both by her mother heterodox social practices and an evolving political consciousness, Cristina's position may be seen as an upper class oppositionist.

"Leaving alone with my mother, I became a compulsory reader very early. We scarcely went to the cinema, and we had a radio set at home but we didn't use to listen to it, it was in the sitting-room." She doesn't remember ever listening to the radio at home. Radio audition used to happen at her uncle's, in the North of the country, where she used to spend holidays together with her two female cousins. Cristina's uncle had a small library at home, and there was an explicit divide there between the sections of books that the girls could read and the ones they were forbidden to touch. The radio set was on the living-room and there were no explicit restrictions for the cousins on radio listening, unless their father was at home and wanted to listen to his favourite programs or football matches.

One of my cousins was very talented for singing, but my uncle was a conservative man, and he wouldn't allow her to learn chant because it was not a proper career for a decent young lady. The career for a decent young lady was to get married. So, my cousins did high school, and then they had embroidering lessons, cooking, and learning to be good housewives, which was the expected role for girls after 18. But, as she was very fond of singing, she turned on the radio, when her father was not at home, and listened to songs we enjoyed very much.

Thus, radio was seen by patriarchal power as not threatening in content for social control and gender ideology. Although it could be used to break that power, introducing pleasure and imagination, it was not seen as really menacing the



hierarchical structure of gendered roles. Nevertheless, it gave occasion to an alternative performing of gender, thus opening up for newly imagined practices.

In Cristina's adolescence, political consciousness arose through various episodes: an elder schoolmate arguing for God's non-existence; the expelling from high-school of a girl from a pro-liberal family; or a brilliant schoolmate hindered to go to university because she was the daughter of a tramway driver.

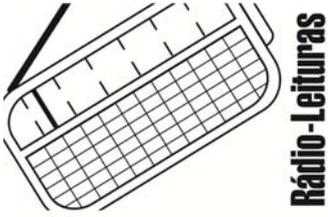
Quite early in her life, class divides and religious dogmas came out to be fields of doubt and dissension, but gender issues were out of her political frame. About the women's role in families and society Cristina didn't question anything at the time. Although her mother was different and she felt lucky for the freedom the situation gave her, everybody else fitted in the norm, and so gender roles were taken for granted and unquestionable.

A group of intellectual oppositionists, male and female, turned up to be Cristina's entourage throughout university period, while she did a degree in History, and onwards as she took an education job. Literature and philosophy became the main focus of their lives. Media such as popular radio were despised and useless for their purposes.

We knew there were radio soap-operas, and we joked a bit about it. We made fun, but I never listened to it. Neither the radio was ever used to get to know anything that we were interested in from abroad [French music, literature or philosophy]. Those things came through someone.

Cristina married in 1955, the same year her mother died. Her husband moved into her house and turned the sitting-room into an office and library.

He set there with his books, his objects, and the pickup. It was the place where we spent more time. It was also the room where we received friends, who came very often. And there was the radio too. But he didn't use the radio much, because he preferred to choose his own music. He listened to football matches once in a while, but he wasn't much keen on football. Whenever we were with fiends there



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

José Ricardo Pinto Carvalheiro

were always very vivid discussions, so we didn't need the radio either.

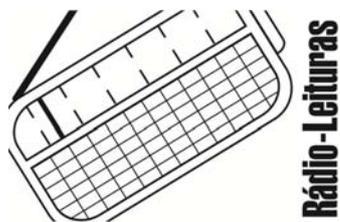
In spite of Cristina's emancipated biography, the couple's intellectual project became gendered and male-centred, and the radio set, although perceived as unimportant, was placed at the core of this male-female split.

We made a couple where I think there wasn't distinction of status. But he had a project to be a writer that I respected very much, and I thought he shouldn't be occupied with other tasks. So I prevented the kids to disturb him. But he used to call me all the time to discuss, there was no separation such as the woman staying in the kitchen. Apart from the time he had for intellectual creation we were at the same level in every other aspects of life.

### Conclusion

Regarding the New State ideology and values, broadcasting could only cause ambivalent feelings for the regime. Radio was welcomed as a technology of domesticity, where it should play a role of bonding, allied to the women provision of a cosy cohesive atmosphere. It was also welcomed if functioning for political propaganda and inculcation of cultural norms for previously unreachable vast parts of the population. But it was looked as dangerous if creating collective audiences through which invisible links could be forged outside political and cultural control. And it was mostly feared as a channel for modernity, undesired transmitter of different thoughts, morals, lifestyles, fashions and aesthetics.

The collected biographies and their data about media uses reveal ways of dealing with radio that differ according to social class, but generally they suggest a priority to male use within the domestic space, a space already structured by gender lines. Radio was firstly adopted by entering in the common areas of the house, and these areas were the ones dominated by male presence.



These biographic interviews also point to the importance of radio as a technology, an object of consumption that incorporated aspirations, statuses and social meanings, and that was placed within the ecology of home apparatuses. These technologies were bought by men, but with a sense of belonging to a family collective. As home apparatus they seemed to be appropriated by females not by being a nice piece of furniture in the first time, but rather when they later became portable and turned up to be more easily articulated with housework, then being a secondary radio set not listened to in the common parts of the house but rather in the kitchen or in the sewing room.

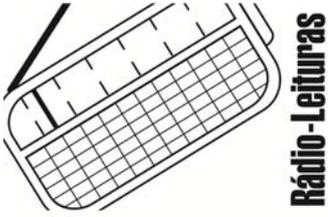
Interviews point to notable class divides on the axis public space-domestic consumption, with radio used as a private family practice in middle and upper classes, but functioning in collective or permeable spaces in popular contexts.

While there were connections between aspirations of enlightenment and some other media such as the press, radio broadcasting in the 1940's and 50's New State context seems not to be associated by audiences with emancipation or liberty from ignorance. The idea of freedom rather appears linked to temporary liberation from life concerns, connected to chances to relax, to be distracted and amused.

161

## References

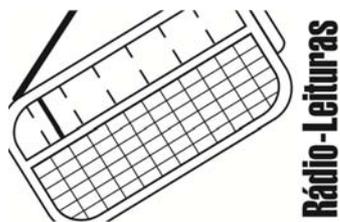
- ABOIM, S. Vidas conjugais: do institucionalismo ao elogio da relação. In: ALMEIDA, A. N. (Ed.). **História da Vida Privada**: os nossos dias. Lisbon: Círculo de Leitores, 2011. p. 80-111.
- FERREIRA, V. Modas e modos: a privatização do corpo no espaço público português. In: ALMEIDA, A. N. (Ed.). **História da Vida Privada**: os nossos dias. Lisbon: Círculo de Leitores, 2011. p. 242-276.
- GARNHAM, N. **Emancipation, the Media and Modernity**. Oxford: Oxford University Press, 2000. 216 p.
- JOHNSON, L. Radio and Everyday Life: The early years of broadcasting in Australia, 1922-1945. **Media, Culture & Society**, London, v. 3, n. 2, p. 167-178, 1981.



## Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's

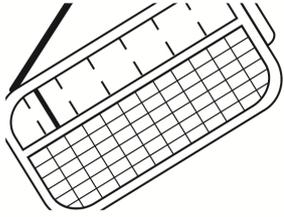
José Ricardo Pinto Carvalheiro

- LÉONARD, Y. **Salazarisme & Fascisme**. Paris: Éditions Chandeigne, 1996. 223 p.
- LUCENA, M. The evolution of Portuguese corporatism. In GRAHAM L. S.; MARKER H. M. (Eds.), **Contemporary Portugal: The Revolution and its Antecedents**. Austin: University of Texas, 1979. p. 47-88.
- MOORES, S. The Box on the Dresser: Memories of Early Radio and Everyday Life. **Media, Culture and Society**, London, v. 10, n. 1, p. 23-40, 1988.
- PIMENTEL, I. A Censura. In: MADEIRA, J. (Coord.), **Vítimas de Salazar: Estado Novo e violência política**. Lisbon: A Esfera dos Livros, 2007. 452 p.
- PIMENTEL, I. **A Cada um o Seu Lugar: Política feminina do Estado Novo**. Lisbon: Temas & Debates, 2011. 455 p.
- PODBER, J. **The Electronic Front Porch: An oral history of the arrival of modern media in rural Appalachian and the Melungeon community**. Macon: Mercer University Press, 2007. 166 p.
- POLKINGHORNE, D. Narrative Configuration in Qualitative Analysis. In: HATCH, J. A.; WISNIEWSKI, R. (Eds.). **Life History and Narrative**. London/Washington: The Falmer Press, 2003. p. 5-23.
- PORTELLI, A. What makes oral history different. In: R. PERKS, R.; THOMSON, A. (Eds.), **The Oral History Reader**. London: Routledge, 2008. p. 32-42.
- RIBEIRO, N. **A Emissora Nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo**. Oporto: Quimera, 2005. 326 p.
- RICHERI, G. **Italian broadcasting and fascism, 1924-1937**. *Media, Culture & Society*, London, v. 2, n. 1, p. 49-56, 1980.
- SANTOS, R. **As Vozes da Rádio, 1924-1939**. Lisbon: Caminho, 2005. 366 p.
- SILVA, V. **A Rádio nos anos 50**. *Observatório*, Lisbon, n. 4, p. 33-64, 2001.
- SUMMERFIELD, P. **Culture and Composure: Creating Narratives of the Gendered Self in Oral History Interviews**. *Cultural and Social History*, v. 1, n. 1, p. 65-93, 2004.
- TORGAL, L. R. «A radiofonia ao serviço do Estado»: Os inícios da Emissora Nacional. In \_\_\_\_\_. **Estados Novos Estado Novo**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2009. Vol. 2., p. 149-173
- WIARDA, H. The corporatist tradition and the corporative system in Portugal: Structured, evolving, transcended, persistent. In: GRAHAM, L. S.; MARKER, H. M. (Eds.).



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

**Contemporary Portugal:** The Revolution and its Antecedents. Austin: University of Texas, 1979. p. 89-121.



**Rádio, recepção e memória<sup>1</sup>: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950<sup>2</sup>**

José Ricardo Pinto Carvalheiro<sup>3</sup>

**Resumo**

A popularização da rádio em Portugal coincidiu com as primeiras décadas da ditadura do Estado Novo (1930-74). Entre as décadas de 1930 e de 1950, deram-se mudanças consideráveis nas formas como as pessoas de um país pouco letrado como Portugal podiam experienciar o mundo, mas esse também foi um período de supervisão ideológica e de isolamento internacional. E a audiência feminina nessa fase da rádio tem de ser vista num contexto tradicionalista em relação aos papéis de género. Como se fazia, então, a recepção do novo meio no espaço doméstico? A recepção da rádio desafiou normas patriarcais ou reforçou a concepção tradicional da mulher? Este artigo baseia-se em memórias de mulheres lisboetas acerca do uso da rádio no quotidiano.

**Palavras-Chave:** Rádio, Recepção; Mulheres, Portugal; Ditadura

**1. O regime do Estado Novo e as mulheres**

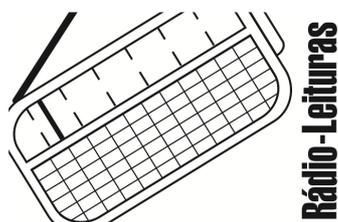
Abordar as origens do rádio e sua recepção pelas mulheres portuguesas requer uma contextualização do regime ditatorial do país e seu enquadramento social. Em Portugal houve, antes dos 48 anos de ditadura no Século XX, uma longa tradição

---

<sup>1</sup> Este trabalho é financiado pelo FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por fundos nacionais portugueses através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projecto de investigação PTDC/CCI-COM/119014/2010.

<sup>2</sup> Tradução: Debora Cristina Lopez

<sup>3</sup> Professor Auxiliar na Universidade da Beira Interior, Departamento de Comunicação e Artes, Portugal; Investigador no LabCom/Laboratório de Comunicação Online; Mestre em Sociologia e Doutor em Ciências da Comunicação. Email: [jose.carvalheiro@labcom.ubi.pt](mailto:jose.carvalheiro@labcom.ubi.pt)

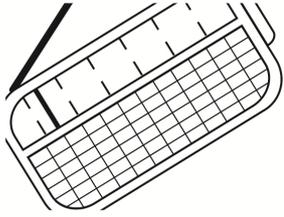


hierárquica de corporativismo, intensamente inserida nas instituições sociais que podem ser caracterizadas por um sistema de valores baseado na aceitação difundida da hierarquia, do elitismo, do organicismo e da autoridade. “Estratificação e diferenciação não somente existem, mas também são presumidamente corretas, necessárias e não devem ser desafiadas” (WIARDA, 1979, p. 93).

Diante desta tradição, a ditadura de Salazar temia o comunismo acima de todas as coisas, mas também antipatizava com o capitalismo e o consumismo como formas de perversão materialista contra as quais era necessário lutar (LUCENA, 1979). Colocando-se contra o liberalismo e o individualismo, a ideia central do regime era que toda pessoa possuía seu próprio lugar. O regime buscava manter um corpo social rigidamente segmentado e hierárquico cujas fronteiras internas não pudessem ser cruzadas.

Assim, diferentemente de outros regimes ditatoriais europeus do mesmo período, como o fascismo italiano, o Estado Novo Português foi um movimento inspirado no passado e comprometido em preservar os valores e a estrutura social de uma sociedade agrária. A propaganda do regime propunha um modelo rural idílico. Um dos motes centrais era: *Deus, Pátria e Família*. Em 1930, metade da força de trabalho se encontrava na agricultura; três quartos da população ativa era masculina; a taxa geral de analfabetismo era de 62%, e entre as mulheres adultas este índice chegava aos 70%; a taxa de natalidade era de 29.6 por mil habitantes, quase o dobro do índice do Reino Unido (16.3).

Entre os traços corporativistas está a tradicional família patriarcal. Neste nível, o Estado Novo foi uma reação ao período anterior, conhecido como Primeira República (1910-1926), que também era um regime patriarcal que negava a incorporação das mulheres na cidadania política, mas permitia discussões de feministas na esfera pública urbana e abriu espaços para a educação das mulheres. A primeira onda feminista foi um projeto modernista comprometido com a autorrealização humana e o esclarecimento das mulheres, buscando a igualdade entre os sexos, tentando construir



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

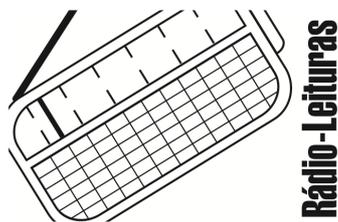
este caminho dentro da retórica liberal do republicanismo e aproveitando-se da tendência para a autonomia individual do Século XIX.

A essência antimodernista do Estado Novo colocou-se ferozmente contra aquelas tendências liberalistas e individualistas no que diz respeito aos papéis do gênero, tanto na esfera pública quanto no reino privado da vida familiar. As ideias corporativistas de Salazar rejeitaram o conceito abstrato de cidadania, e conceberam indivíduos como parte de “grupos naturais” que formam a sociedade. A ideologia do regime determinou, assim, papéis forçados para a mulher no trabalho, na educação, e especialmente a definiu como um elemento da família. Para Salazar, o trabalho feminino fora de casa era corrosivo para a unidade familiar, potencialmente desatando os laços entre seus membros e corroendo todo o conceito de convivência.

O uso deste serviço para cimentar a unidade coletiva implicou um status de desindividualização, abdicação da liberdade e do controle sobre seu próprio destino. Uma lista de proibições para as mulheres incluía certos trabalhos, viagens sem a permissão de seus maridos e o pedido de divórcio caso o adultério do marido não envolvesse escândalos públicos. A família era soberana em relação ao indivíduo, principalmente se o indivíduo fosse uma mulher.

A “natureza” feminina era usada como argumento para a desqualificação da inserção da mulher no mercado de trabalho, já que a maternidade era tida naturalmente como o seu objetivo principal. O trabalho feminino era tolerado, então, até que o casamento pudesse oferecer à mulher a chance de alcançar sua suposta aspiração principal na vida, que deveria ser criar filhos e servir sua família.

A retórica da valorização feminina era usada para fixar as mulheres nos lares, para promover a família como uma corporação de membros desiguais, e para sujeitar as mulheres a mecanismos de controle social, sendo uma parte importante disso a moral sexual e a vigilância do corpo (FERREIRA, 2011, p. 256).



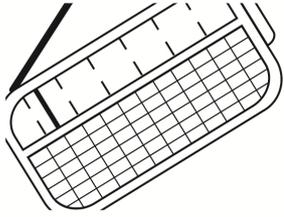
Porém, havia transgressões à moral oficial e um país heterogêneo para além da propaganda do regime. A maior parte das mulheres do campo e das camadas populares trabalhava fora. Havia também caminhos ocultos de poder feminino nos lares, e algumas práticas da classe trabalhadora em áreas urbanas eram vistas como imorais e contrárias ao objetivo do regime de fazer as pessoas retornarem à pureza e simplicidade rural.

## 2. Estado novo e mídia popular

O papel da mídia durante o Século XX no Oeste pode ser inserido no contexto geral de um movimento em direção à modernidade capitalista e suas tendências de tencionáveis de regulação e emancipação (GARNHAM, 2000). Mas excepcionalmente, Portugal experimentou um caso particular de desenvolvimento midiático na Europa Ocidental durante a ditadura de Salazar. O regime autoritário português foi antimodernista e agiu para retardar as dinâmicas capitalistas que atravessavam o resto da Europa.

Os livros mais importantes sobre o Estado Novo e o “Salazarismo” não mencionam os meios de comunicação de massa como uma importante arma do regime ditatorial. Na realidade, o principal papel ideológico e simbólico nos anos 1930 e 1940 é atribuído às políticas educacionais e às organizações oficiais designadas para doutrinar e mobilizar os jovens em idade escolar – acima de tudo *Mocidade Portuguesa*, que possuía uma ramificação feminina (LÉONARD, 1996; PIMENTEL, 2011).

Contudo, Salazar tinha consciência da importância da mídia. Ele declarou que “politicamente existe somente o que o público sabe que existe”. Na verdade, a política do Estado Novo para os meios de comunicação baseava-se em dois pilares: a propaganda e a censura. O primeiro pretendia oferecer uma representação sistemática de um país pacífico e coeso; o segundo objetivava a despolitização da população portuguesa (PIMENTEL, 2007).



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

A ramificação da propaganda é melhor exemplificada pelo projeto “política do espírito”, centralizado na Secretaria de Propaganda Nacional (SPN) criada em 1933 sob a liderança de António Ferro, um admirador de Mussolini e esteticamente um modernista. Seu objetivo era educar o público sob uma perspectiva ideológica restrita. A SPN era muito mais abrangente do que orientada pela mídia e envolvia-se em questões como grandes eventos públicos, um estilo arquitetônico, eventos artísticos e culturais. Neste empreendimento ideológico para produzir uma cultura nacional integrativa ancorada em um passado histórico e em um design etnográfico, os meios de comunicação foram somente uma parte – mas bastante ativa – na missão de modelar os gostos e pensamentos das pessoas. Característica desta tendência foi a ideia que, com alguma sutileza, a ideologia do regime esteve presente em todas as manifestações culturais ou midiáticas (RIBEIRO, 2005).

Tentando atingir a população, a *Emissora Nacional* fomentou a compra de aparelhos de rádio por famílias de baixa renda em 1935, quando começou suas transmissões regulares. EM 1940, a SPN chegou a dirigir a *Emissora Nacional*, onde Ferro desenvolveu seu programa cultural sem intenções de tolerar o que ele chamava “as necessidades medíocres de certas parcelas da população” (in SANTOS, 2005, p. 266). Na rádio pública nacional diversas orquestras foram criadas, radioteatros foram lançados e programas leves, mas didáticos foram promovidos, como a transmissão ao vivo “Noite para trabalhadores”, em que produtores mesclavam artes com músicas e esquetes divertidos. Também havia conversas femininas, transmitidas regularmente – mais de uma vez por semana, em média, nos anos 1930, e utilizadas principalmente para aconselhar sobre cuidados com a casa, incluindo como reciclar e economizar na cozinha e nas vestimentas (RIBEIRO, 2005).

Ainda assim, outras forças no Estado Novo não estavam tão preocupadas com a política educacional ativa, e buscavam principalmente reproduzir um *status quo* e uma ideologia de conformismo e obediência. Deste modo, através do pilar da censura, o regime tentou especialmente parar a circulação de informações que não era bem-

vindas e evitar que as pessoas tivessem acesso a perspectivas de vida e de mundo mais amplas, não somente em um domínio estritamente político, mas de maneira geral. Neste clima, os poderes político, social e religioso miravam a audiência feminina dos meios de comunicação a partir de um medo geral das futilidades modernas e outros “perigos” do período, apresentados principalmente como advindos do exterior sob influências estrangeiras (ABOIM, 2011).

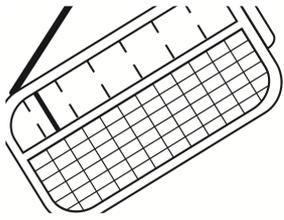
O cenário do rádio também englobava em sua concepção de mídia como ferramenta da qual se espera, acima de tudo, o entretenimento da população com um enquadramento de gosto nacional e tradicional. Por um lado, a efetividade da propaganda nacional era duvidosa já que em meados dos anos 1930 o número de aparelhos de rádio em Portugal era estimado em um para cada 150 pessoas (TORRALBA, 2009).<sup>4</sup> Por outro lado, diversas emissoras, pequenas e grandes, emergiram e ainda que o regime controlasse seus proprietários e conteúdos, era difícil desenvolver dispositivos de propaganda ativa a partir deles.<sup>5</sup>

A despeito das aspirações da SPN para formatar hábitos culturais respeitáveis na população, o cenário geral do rádio mudou durante os anos 1930 e alterou-se um

---

<sup>4</sup> Para uma comparação entre os regimes totalitários europeus, na época havia um aparelho de rádio para cada sete pessoas na Alemanha. Neste nível, há um paralelismo entre Portugal e Itália, ambos tiveram uma lenta difusão dos aparelhos de rádio para a recepção de uma ampla parcela da população, caracterizada pelas más condições de vida (Richeri, 1980).

<sup>5</sup> Algumas outras emissoras de rádio foram licenciadas nos anos 1930, nomeadamente a de orientação comercial *Rádio Clube Português*, inicialmente criada pelo escritório do regime militar em 1931, e também o canal católico *Rádio Renascença*, que começou suas atividades em 1937. Juntamente com a rádio pública nacional (operando regularmente desde 1935), estes canais formavam o trio das grandes emissoras de rádio, cada uma delas estabelecida sobre suas próprias bases: política, religiosa e comercial. Além disso, havia pequenas emissoras em Lisboa, criadas por parcerias de radioamadores ou pela associação de bairros populares. Como uma forma de controle político, as pequenas emissoras não podiam produzir seus próprios boletins noticiosos, eles não podiam transmitir peças publicitárias e, em 1939, eles foram forçados a convergir em um único canal em que compartilhavam transmissões sucessivas (Santos, 2005).



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

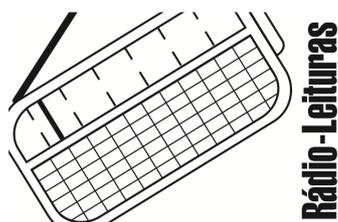
antes dominante “velho estilo” baseado em emissoras amadoras e na transmissão de música clássica para o que se converteu em um estilo mais popular e “moderno” baseado em canções nacionais e músicas da moda, atingindo uma audiência mais ampla e diversa (SANTOS, 2005).

Esta mudança para um rádio popular foi apoiado pela atmosfera ideológica do Estado Novo, mais inclinada para a cultura popular e para o entretenimento de comunidades locais – em contraste com o ideal de esclarecimento da anterior Primeira República. Isso também foi alimentado pelo desenvolvimento de uma indústria musical e o começo de uma cultura massiva em que o rádio era o veículo principal.

Pequenas emissoras foram decisivas no desenvolvimento de novos conteúdos compostos por concursos, humor, esportes, peças infantis, cinema e intensamente a difusão do *fado* e outras músicas populares nacionais. Cantores, atores e atletas começaram a circular pelas estações de rádio e se tornaram populares. A maior emissora privada comercial, *Rádio Clube Português*, criou um novo estágio neste tipo de programas populares em 1952 lançando *Companheiros da Alegria*, uma transmissão ao vivo com música e entretenimento que circulava pelo país. As vozes e nomes dos profissionais do rádio tornavam-se notórios e populares.

A popularização da escuta de rádio foi um processo lento em Portugal. Isso aconteceu somente durante os anos 1940 quando a audiência cresceu consideravelmente, principalmente nas áreas urbanas. Na metade dos anos 1950 havia aproximadamente 130 mil aparelhos de rádio em Lisboa (SILVA, 2001), o que significa uma média de um para cada seis pessoas.

Também nos anos 1950, a SPN (então rebatizada como SNI – Secretaria Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo) tornou-se praticamente uma mera ferramenta para censura e repressão, inserida em uma profunda estratégia de anestesia da sociedade portuguesa (LÉONARD, 1996).



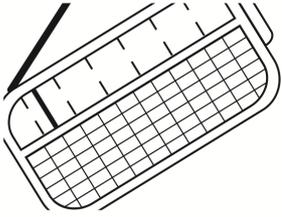
### **3. Mulher e recepção: quarto tipos no espectro social**

Apesar das políticas e conteúdos midiáticos, descobriu-se que as audiências podem ter a capacidade para práticas criativas de recepção; interpretação ativa e formas de raciocínio inesperadas. Além disso, há uma ordem de possíveis usos e apropriações das tecnologias da comunicação, que se articula com outras relações e práticas sociais, inseridas em contextos domésticos ou públicos. Nosso objetivo é usar entrevistas biográficas para compreender como o rádio era recebido e usado nas primeiras décadas da radiodifusão em Portugal, no cenário histórico descrito acima e a particular situação da mulher em um sistema corporativo patriarcal.

A introdução histórica do rádio na vida cotidiana foi estudada em outros contextos através da realização de entrevistas biográficas (MOORES, 1988; JOHNSON, 1981; PODBER, 2007). Em Portugal há poucas referências sobre estudos de recepção doméstica nos anos 1930, construídas a partir de artigos de jornais (SANTOS, 2005).

Sabe-se que os métodos requerem precauções na verificação e interpretação de dados, mas por sua vez permite o que Portelli (2008) defende como a principal realização em história oral, que é dar acesso ao significado dos eventos para aqueles que participaram deles. Quando nos relacionamos com pessoas comuns, desprovidas de outras formas de apresentar seus relatos do passado, pode não haver outra forma de apreender algumas ações. Fontes biográficas não somente nos falam sobre eventos, elas também nos contam o que as pessoas pretendiam fazer, o que elas acreditavam que faziam e o que agora acreditam que fizeram (PORTELLI, 2008, p. 36).

A abordagem biográfica permite que situemos as experiências de vida dos sujeitos em seus contextos socioculturais e intersubjetivos, colocando, então, uma luz sobre como as pessoas negociam suas identidades, interpretam e se engajam com normas sociais. Esta integração de indivíduos com seu contexto relacional tem uma utilidade especial nos estudos de gênero (SUMMERFIELD, 2004). Outro benefício da abordagem da história oral, como apresentada por Summerfield (2004) é que oferece uma maneira efetiva de entrelaçar a memória e a subjetividade, porque relaciona



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

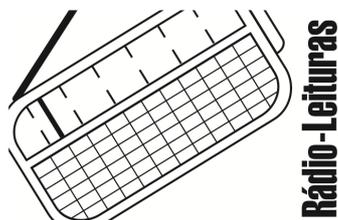
experiências pessoais ao contexto histórico-social e ao posicionamento social, permitindo considerar a influência dos discursos públicos dominantes na compreensão de nossos sujeitos sobre o passado.

Os dados empíricos expostos nesta seção baseiam-se nas entrevistas biográficas conduzidas com mulheres nascidas nos anos 1930 em Lisboa. Entrevistas semiestruturadas objetivam permitir aos informantes falarem primeiro sobre seu passado biográfico, a partir de estágios mais amplos das etapas de sua vida. O foco específico no rádio e outros meios de comunicação foi conduzido pelo pesquisador somente na segunda entrevista.

Na análise das gravações orais, a compreensão dos usos e recepção de mídia é articulada com os dados biográficos em geral e o contexto sociocultural. Particularmente, nós buscamos encontrar inter-relações e sincronidades entre um grupo de dimensões, tais quais os estilos de vida, as inter-relações sociais, o consumo de tecnologias, os usos de mídia e os significados da recepção.

Outro objetivo desta pesquisa é relacionar as audiências femininas à classe social, tentando compreender os usos e recepção do rádio em toda a estrutura de classes. Considerando que em meados do Século XX Portugal tinha uma escassa mobilidade de classes, apresentamos aqui quatro biografias de classes sociais marcadamente diferentes. Contudo, as mulheres entrevistadas passaram, mais tarde, por mudanças que afetaram suas posições na sociedade e hoje falam a partir de situações socioeconômicas muito mais próximas do que tinham quando eram mais novas, sendo elas mesmo exemplos da relativa equalização social que reformatou o país nas últimas décadas do século.

Diferentemente da maior parte dos trabalhos acadêmicos, que desenvolvem análises “paradigmáticas” de relatos autobiográficos e convertem dados narrativos em classificações de categorias e conceitos, neste texto optamos por apresentar as histórias de algumas mulheres também sob a configuração narrativa (POLKINGHORNE,



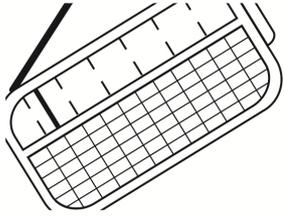
2003). A cognição narrativa foi sustentada como uma forma de conhecimento científico igualmente válido quando lida com a singularidade das experiências humanas. Então, no lugar da análise de narrativas, o que propomos aqui é uma “análise narrativa”, em que “pesquisadores coletam descrições de eventos e acontecimentos e sintetizam ou configuram-nos por meio de uma trama” (POLKINGHORNE, 2003, p. 12).

### **3.1 Irene: um olhar sobre a modernidade**

Irene nasceu no final dos anos 1930, em um bairro popular de Lisboa. Seu pai era muito ausente devido a problemas com alcoolismo e sua mãe era uma mulher analfabeta que vivia do comércio de vegetais e lavando roupas nas casas de outras pessoas. Ela tinha uma irmã e um irmão mais velhos e eles viviam em uma pequena casa sem água quente ou geladeira. Havia um fogão à lenha, mas não havia muita comida além de sopa, leite e pão com presunto ou queijo.

Seu primeiro encontro com um aparelho de rádio aconteceu quando ela visitava uma família em melhores condições, para quem sua mãe trabalhava. “Eu pensei que as pessoas estavam dentro da caixa” – era uma realidade tecnológica insuspeita, incrível e incongruente com suas experiências próximas em casa. Sua memória relaciona este primeiro encontro com o rádio com uma grande geladeira – “a primeira geladeira que vi na vida” – e um mobiliário muito bonito. A dona da casa era “muito gentil e algumas vezes ela me oferecia sopa, e era uma sopa muito boa, com todos os vegetais amassados, e não como a da minha mãe, que era muito espessa”.

Nos anos 1940, para uma garota pobre de um bairro popular de Lisboa, o rádio foi antes de tudo uma máquina surpreendente, habitando um mundo de modernidade que ela podia somente olhar como a filha da empregada. Aqui, o contexto do mundo em que se vive para a entrada foi a inocência tecnológica ou as afiadas fronteiras sociais.



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

Depois de quatro anos de escola, Irene começou a aprender a ser costureira em um vizinho. Com cerca de 12 anos, sua mãe comprou uma máquina de costura e ela começou a ganhar algum dinheiro fazendo blusas para mulheres da vizinhança. Mais tarde ela começou a trabalhar em outras partes da cidade.

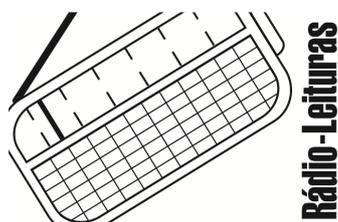
Nas ruas, ela costumava olhar os palhaços com uma cabra e um macaco. Sua mãe nunca a deixava ir a bailes ou festas populares. Então, ir à missa todos os domingos com sua irmã mais velha era um momento de liberdade e alegria para Irene.

Quando ela era uma adolescente, os aparelhos de rádio se tornaram uma tecnologia presente em várias casas da vizinhança. Isso proporcionou som radiofônico a todos, e particularmente mulheres, não em contextos de escuta coletiva como nos clubes ou cafeterias, mas como um outro tipo de escuta coletiva, composta por uma rede de pontos de recepção através da qual o som cruzava os espaços privados das pequenas e muito próximas casas do bairro. Irene também escutava isso; ainda que ela não tivesse rádio em casa, o som vinha de outras casas provendo que a vizinhança inteira com uma experiência compartilhada de escuta.

Foi uma loucura em relação às radionovelas; pessoas escutavam-nas às duas e quinze, e então todos comentavam, se ela iria casar ou não; nós queríamos saber o enredo e era um pouco confuso para mim, como isso tudo ocorria, eu achava que era real. E quando havia torneios de hóquei no exterior, nós ficávamos muito animados, e ganhávamos tudo, era uma grande alegria.

Além do rádio, ouvia-se música nas ruas, onde um homem cego costumava circular cantando e tocando com um parceiro que vendia folhas com as letras. “Eles cantavam nas ruas e nós escutávamos e aprendíamos todas as músicas”.

Irene foi cortejada por anos por um rapaz com quem ela não aceitou noivar devido às diferenças sociais perceptíveis. Ela era filha de um oficial do exército e agora Irene diz: “Ela era demais para minha condição; não teria futuro; um homem rico casando-se com a empregada da casa é algo que só acontece em romances”. Enquanto



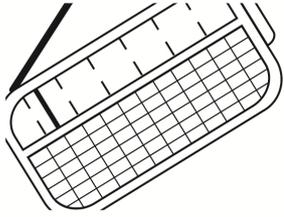
isso, o que ela mais gostava era de vestir-se de acordo com a moda e ir ao cinema com sua irmã.

Em meados dos anos 1950, uma garota de classe baixa com algumas, mas limitadas aspirações relacionava o cinema a ideias de prazer e vida social mais ampla, associava o teatro e leitura com melhora intelectual e status, e rádio era relacionado com o cotidiano no bairro popular, entrelaçado com a interação com os vizinhos e em um contexto de porosidade entre os espaços coletivos e privados. O som do rádio inseriu-se no coletivo como um fluxo inevitavelmente compartilhado na vizinhança. Isso alimentou sentimentos e expressões comuns em momentos cerimoniais, como os eventos esportivos nacionalistas e radionovelas populares que se transformaram em rituais diários de comentários na soleira e nas ruas.

Irene conheceu seu marido aos 17 e casou-se aos 20. Seu primeiro encontro aconteceu na praia na periferia de Lisboa. “Ele apareceu com um rádio portátil – era o tempo das populares radionovelas. Ele gostava de escutar, ou pode ser que ele quisesse impressionar as garotas”.

Seu marido não tinha uma condição tão modesta. Seu pai trabalhara em uma empresa de seguros e se opôs ao regime político – ele assinou um jornal e costumava lê-lo todos os dias. Ele tinha sua própria poltrona em uma posição privilegiada da sala de estar que ele usava para sentar e escutar o rádio. “Ele gostava de escutar, e algumas vezes reclamada disso, costumava dizer que alguma coisa não era verdade, ou que alguém não usou a língua portuguesa corretamente no rádio, e ele também gostava de escutar partidas de futebol”. A sogra de Irene, que trabalhou em uma loja de chapéus, também escutava rádio, de maneira secundária à escuta de seu marido. “Ela foi criada de maneira diferente da minha mãe, ela podia ler e escrever, e ela costumava pintar as unhas...”

No final dos anos 1950, esse contexto inaugura o que a mídia eletrônica veio a se tornar mais tarde para Irene: eles começaram a ser vistos como aparatos modernos



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

e caros ligados a um gradual, mas lento avanço no espaço doméstico, e simbolizando também um alto status, que é personificado pela figura de seu sogro.

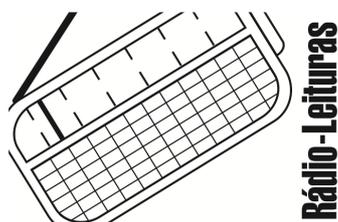
Um elemento notável na narrativa biográfica de Irene é o contraste entre diferenças proeminentes baseadas em classes, do que ela tem consciência e está disposta a atravessar moderadamente, por um lado, e por outro lado as relações de gêneros que se tornaram inquestionáveis e intocáveis em cada classe. O gênero aparece como uma forte estrutura na família e é nesse ambiente de casas sexualmente determinada que o rádio passa a ser incorporado.

O rádio como conexão ao mundo exterior e à vida pública tende a ser visto como uma ferramenta e domínio masculino, e como um aparelho doméstico parece estar sob o controle do “líder da família”. Isso se enquadra na família patriarcal corporativa e é determinada por regras rígidas: conexões públicas, autoridade e renda como atribuições masculina; cuidados com a casa, o fornecimento de serviços e de gerenciamento emocional como responsabilidade da mulher.

### **3.2 Clotilde: no caminho para o consumo da classe média**

Clotilde era a terceira filha de um vendedor e uma dona de casa, nascida no final dos anos 1930 no que era então um bairro periférico de Lisboa. O apartamento foi aprimorado com água corrente, que originalmente não existia no prédio. O pai de Clotilde morreu quando ela tinha 9 anos, e a renda familiar passou a ser responsabilidade de suas irmãs mais velhas. Ao contrário delas e da maioria dos seus colegas de classe, ela continuou estudando depois dos quatro anos do ensino fundamental, até completar 17 anos. Durante a adolescência de Clotilde, o forno a gás e a geladeira foram incorporados à casa de sua família de classe média baixa.

Trabalho e lazer eram descritos como entrelaçados na casa, e é neste momento que o rádio aparece.



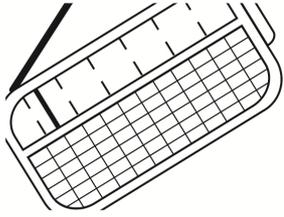
Geralmente ficávamos todos na sala de estar e costumávamos conversar. Em casa, minha mãe era responsável pelos cuidados com a casa e minhas irmãs mais velhas eram as responsáveis por ajudá-la. Eu costumava sentar na mesa da sala de estar e estudar. Meu pai havia comprado um aparelho de rádio como um presente para minha mãe quando ela estava doente e eu sempre escutava quando estava estudando. Sempre gostei muito de música, então costumava colocar o rádio sobre a mesa e escutá-lo. Esse era o único entretenimento que nós tínhamos.

Como uma estudante livre de fazer o trabalho doméstico, Clotilde comandava o uso do rádio, com os outros seguindo sua escuta quando compartilhavam o mesmo espaço. A ausência de um homem na casa desde a morte prematura de seu pai abriu caminho para o gerenciamento do rádio pelas mulheres e deu a ela a chance de exercer um papel proeminente. Mas isso também dificultou que Clotilde continuasse estudando por muito tempo. Aos 17, ela começou a trabalhar como secretária em uma empresa comercial para reforçar o orçamento familiar. “Foi uma pena, porque eu sempre fui dedicada nos estudos e pretendia me tornar professora”.

Apesar de trabalhar em outra parte da cidade, o estilo de vida de Clotilde ficou restrito à amizades em sua vizinhança e às atividades de lazer em seu bairro, principalmente as idas à igreja em grupo (somente garotas) e a organização de festas nas casas umas das outras.

Clotilde menciona uma radionovela popular que ela sempre acompanhava, mas o rádio parecia ser principalmente relacionado à escuta de música e, por outro lado, a música se estendia ao lazer em grupo.

Eu gostava muito de escutar música. Eu costumava escutar programas de rádio em que as pessoas telefonavam e os discos eram reproduzidos a pedidos. E então os toca-discos apareceram. Eu tinha uma queda pelos toca-discos. Então imediatamente depois que consegui meu emprego e peguei meu primeiro pagamento, eu pensei em comprar uma, e fiz isso através de uma compra a prazo, já que não conseguiria pagar tudo de uma vez. Era como uma pasta, muito pesada e então era levada de um lugar para o outro, para tocar nas festas.



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

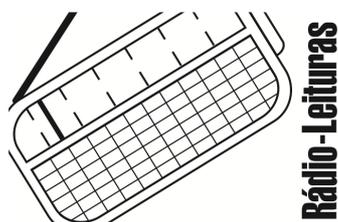
José Ricardo Pinto Carvalheiro

Entretanto, havia uma nova associação local, onde havia festas que congregavam as pessoas da vizinhança. A sociedade foi criada no mesmo momento em que a televisão chegou a Portugal (1957) e a escuta de rádio era algo que ela nunca fizera lá. O clube tinha um bar, um salão de bailes, uma sala de tênis de mesa e uma sala de TV com cadeiras alinhadas. “Era impensável para uma garota ir à associação sem estar acompanhada por sua mãe, avó ou uma tia. Ela também não podia ir em grupo com outras garotas, cada uma deveria ir com uma pessoa mais velha. Garotos tinham a liberdade de ir sozinhos”.

A narrativa biográfica e as memórias identitárias de Clotilde não estabelecem nenhuma conexão entre suas aspirações profissionais e sociais de mobilidade durante a juventude – que envolvem o estudo por um longo período e a expectativa de uma potencial autonomia na vida familiar – por um lado, e os meios de comunicação como uma ferramenta para cultivo e coleta de informações, por outro lado. Ela sempre introduziu o rádio no discurso no contexto do tempo livre, distração e entretenimento.

Seu gosto musical centralizava-se em músicas leves, em vez do vernacular *fado*. Ela menciona cantores populares portugueses dos anos 1950 que ela costumava escutar no rádio referindo-se ao seu tipo físico porque ela costumava ver fotografias deles em revistas ilustradas que, à época, frequentemente traziam artistas de música, cinema e esportes nacionais e internacionais em suas capas.

Em sua biografia, a mídia eletrônica parece não estar muito conectada com sua vida cotidiana, mas também com um estilo de vida que considera a “vida de sempre”, uma atitude que remetia a estar no mundo sem exaltação ou grandes projetos, individuais ou coletivos. O rádio, como depois a televisão, era tido como um provedor de momentos de lazer em uma rotina enfadonha. Se isso significa liberdade ou emancipação, refere-se à opressão do trabalho ou articula-se com as aspirações dos jovens por um espaço próprio.



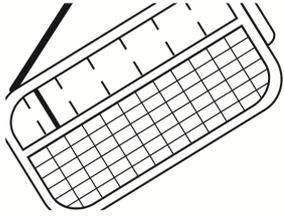
Esta regra de transmissão é parte da mudança de padrões da organização social no trabalho e prazer paralelos ao reordenamento urbano em Lisboa no final dos anos 1950 e anos 1960: aumento das distancias entre a casa e o trabalho, o crescimento do trabalho feminino, o decréscimo do tempo disponível para as relações de amizade. Isso aponta para a existência de um ponto central de articulação entre uma emergente classe média baixa e a crescente mídia massiva eletrônica, principalmente como forma de entretenimento.

### **3.3 Judite: era uma vez um piano**

Judite nasceu em Lisboa em meados dos anos 1930, filha de um oficial da marinha e uma dona de casa que havia herdado uma fortuna. Ela vivia em um prédio de três andares de propriedade de sua família no centro da cidade. Nos anos 1930 eles tinham um ferro de passar roupas, um fogão a lenha, uma geladeira e um reservatório para manter água quente todo o dia. Um dos muitos empregados da casa costumava acordar cedo todas as manhãs e polir o fogão.

Sua mãe tinha formação como pianista, mas ela nunca trabalhou com isso. A mãe de Judite tocava piano na sala de estar aos domingos para o lazer da família. O pai de Judite costumava comprar partituras para sua mãe com as novidades musicais em uma loja no centro da cidade, “e então toda a família se reunia em volta do piano, minha mãe tocava e nós todos cantávamos”.

Em uma família tradicional de classe alta, as novas tecnologias da comunicação dos anos 1930 faziam parte das reuniões em torno da música, articulada com hábitos já estabelecidos e gradualmente transformando ou substituindo-os. “Nós tínhamos um lindo gramofone também e meu pai reproduzia os discos”. Na prática, uma tecnologia para reprodução de discos deu ao homem um papel predominante, diferente da burguesa esposa tocando músicas como uma atriz central do lazer. O homem da casa liderava a adoção gradual das inovações tecnológicas. “Então meu pai encomendou um móvel com toca-discos e rádio da Inglaterra”. Todos estes aparatos musicais



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

estavam na sala de estar, o local que servia simultaneamente aos propósitos de reunir a família e aproveitar o tempo livre.

Judite fala insistentemente sobre as conversas da família envolvendo várias gerações.

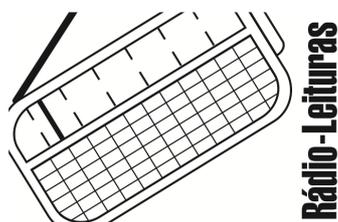
Uma das minhas tias mais velhas tinha sempre algo a falar sobre tudo e eu e minhas irmãs aprendemos muito com aquilo, o tempo que passamos com os mais velhos. Minhas tias costumavam cantar todas aquelas músicas tradicionais e eu ainda as ensino aos meus filhos quando viajamos para o interior, porque meu marido não queria música no carro, então costumamos cantar no caminho.

Nos anos 1940 e começo dos 50, para Judite e também suas irmãs e sua mãe, o rádio e os outros meios de comunicação não tiveram relevância em seu conhecimento e experiência de mundo. “Depois das refeições, nós ficávamos na mesa e meu pai costumava nos contar sobre o que ele havia feito na marinha”. Realidades distantes, como histórias e referências a lugares e eventos, eram mediadas pela masculinidade e trazidas para a vida doméstica através da experiência e voz de seu pai.

O uso do rádio centralizava-se no campo do lazer, relacionando-se com a escuta de música em discos, piano e canto, ou conectando a casa com cerimônias coletivas como os eventos esportivos nacionais. Mas o rádio e a música também se tornaram a trilha sonora de algum trabalho doméstico realizado por sua mãe.

Depois nós tivemos um aparelho de rádio mais moderno e também um menor, que ficava na sala de costura. Minha mãe ficava lá bordando com uma prima e eu me lembro delas escutando as partidas de hóquei. Era contagiante quando havia um torneio internacional.

A escuta feminina autônoma ocorreu em um estágio posterior da apropriação do rádio, e foi realizada através dos aparelhos secundários da casa.



Gradualmente, o rádio parecia penetrar e transgredir o contexto tradicional das reuniões de lazer, das conversas familiares e da transmissão da cultura. Aos domingos, o pequeno rádio era levado para a sala de jantar, porque o pai de Judite gostava muito de um programa de humor. “Era um enredo familiar, focado nas engraçadas relações entre um genro e sua sogra, aquela santa mulher, como ele a chamava. Nós todos nos divertíamos por 15 minutos, era um ótimo entretenimento”. Alguns programas de rádio acabaram por se converter em mais do que entretenimento familiar e viraram fenômenos de audiência massiva.

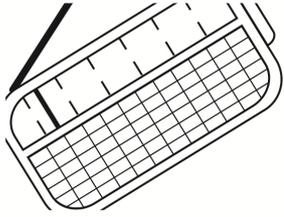
Depois havia uma radionovela, quando eu tinha 18 anos. Todo mundo escutava. Nós fomos para uma temporada de verão na marinha e lá havia uma espécie de claustro nos alojamentos e depois do almoço todos os soldados se reuniam lá para escutar a radionovela. Não havia ninguém que não escutasse isso naquele tempo.

181

Na percepção de Judite, a ideia de graciosidade e o caráter frívolo das práticas midiáticas daquele período parecem ter resultado em um contraste entre os sérios mundos públicos e a futilidade da audiência radiofônica: um oficial da marinha envolvido em uma importante missão política que não poderia perder a peça cômica de domingo; ou uma multidão de soldados que se reuniam no alojamento para escutar uma radionovela sobre o descontentamento amoroso de uma garota. O entretenimento leve provido pelas emissoras de rádio do Estado Novo parecia ter, portanto, uma sutil dimensão de gênero, que era a escuta natural das mulheres, mas colocou o homem fora do papel de audiência que se esperava.

### **3.4 Cristina: política para o gênero inquestionado**

Cristina nasceu em Oporto no início dos anos 1930, em uma família da alta burguesia advinda do setor da indústria química. Ela mudou-se para Lisboa com sua mãe quando tinha 7 anos. Sua biografia é pouco usual para o período, devido à separação de seus pais e ao ganho de autonomia de sua mãe, que começou a



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

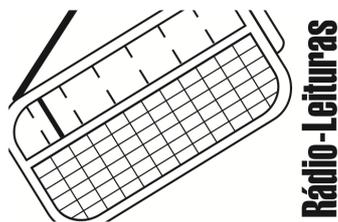
José Ricardo Pinto Carvalheiro

gerenciar os negócios da família em Lisboa e viver sem um marido, escapando, então, de um regime familiar patriarcal. Graças às práticas sociais heterodoxas de sua mãe e seu consciente envolvimento político, a posição de Cristina pode ser vista como opositora à classe alta.

“Vivendo sozinha com minha mãe eu me tornei uma leitora compulsiva muito cedo. Nós dificilmente íamos ao cinema e tínhamos um aparelho de rádio em casa, mas não costumávamos escutá-lo, ele ficava na sala de estar”. Ela não se lembra de escutar rádio em casa. A escuta do rádio costumava acontecer na casa de sua tia, no norte do país, onde ela passava os feriados junto com suas duas primas. O tio de Cristina tinha uma pequena biblioteca em casa, e havia uma divisão explícita entre as sessões de livros que as garotas podiam ler e aqueles que eram proibidas de tocar. O aparelho de rádio ficava na sala de estar e não havia restrições explícitas às primas para escutá-lo, a não ser que seu pai estivesse em casa e quisesse escutar seus programas favoritos ou uma partida de futebol.

Uma de minhas primas era uma cantora muito talentosa, mas meu tio era um homem muito conservador e ele não permitiu que ela aprendesse canto porque não é uma carreira apropriada para uma jovem decente. Uma carreira para uma jovem decente era se casar. Então minhas primas cursaram o colegial, e então tiveram lições de bordado, culinária e aprenderam a ser boas donas de casa, que era o papel esperado para uma garota com mais de 18 anos. Mas, como ela era muito apaixonada pelo canto, ela ligava o rádio, quando seu pai não estava em casa, e escutava as canções que nós gostávamos muito.

Desta maneira, o rádio era visto pelo poder patriarcal não como uma ameaça no conteúdo voltado ao controle social e ideologia de gênero. Ainda que isso pudesse ser usado para enfraquecer aquele poder, introduzindo lazer e imaginação, não era visto como uma real ameaça à estrutura hierárquica dos papéis dos gêneros. Porém, ofereceu uma performance alternativa de gênero, abrindo espaço para práticas recém imaginadas.



Na adolescência de Cristina, a consciência política surgiu em diversos episódios: uma colega de classe mais velha argumentando a não existência de Deus; a expulsão do colegial de uma garota de uma família pró liberais; ou uma brilhante colega de classe impedida de ir à universidade porque era filha de um motorista da linha férrea de mina.

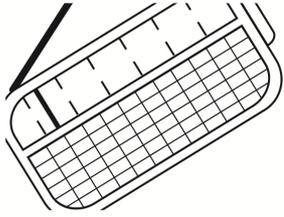
Ainda cedo em sua vida, a divisão de classes e os dogmas religiosos tornaram-se campos de dúvida e divergência, mas as questões de gênero eram seu enquadramento político. Cristina não questionava nada sobre o papel das mulheres nas famílias e na sociedade naquele momento. Ainda que sua mãe fosse diferente e que ela tivesse sorte pela liberdade que esta situação lhe dera, todos enquadravam-se na norma, então os papéis do gênero eram reconhecidos e inquestionáveis.

Um grupo de intelectuais opositoristas, homens e mulheres, tornaram-se o ambiente de Cristina durante o período da universidade, enquanto ela cursava história e nos anos seguintes, quando trabalhava com educação. Literatura e filosofia tornaram-se o foco principal de suas vidas. Um meio de comunicação tão popular como o rádio era desprezado e inútil para os seus propósitos.

Nós sabíamos que havia radionovelas e nós brincávamos um pouco sobre isso. Nós fazíamos graça, mas eu nunca escutei. Nem o rádio era usado para saber de algo que nós estivéssemos interessados de fora do país [música francesa, literatura ou filosofia]. Estas coisas chegavam através de alguém.

Cristina casou-se em 1955, mesmo ano em que sua mãe morreu. Seu marido mudou-se para sua casa e transformou a sala de estar em um escritório e uma biblioteca.

Ele sentou ali com seus livros, seus objetos e o toca-discos. Era o local onde passávamos mais tempo. Também era o cômodo onde recebíamos nossos amigos, que sempre nos visitavam. E havia um rádio também. Mas nós não o usávamos muito, porque ele preferia escolher suas próprias músicas. Ele escutava as partidas de futebol de vez em quando, mas não acompanhava muito. Quando estávamos



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

com nossos amigos havia sempre alguma discussão intensa, então não precisávamos do rádio.

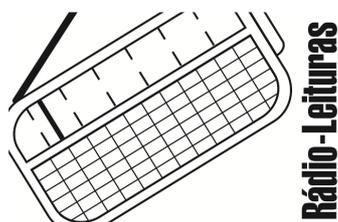
A despeito da biografia emancipada de Cristina, o projeto do casal intelectualizado tornou-se centrado no gênero e no homem e o aparelho de rádio, apesar de ser percebido como pouco importante, estava no centro da divisão homem-mulher.

Nós formamos um casal em que eu acredito que não há distinção de status. Mas ele tem um projeto de ser escritor, o que eu respeito muito, e eu acho que ele não deve se ocupar com outras tarefas. Então eu alerto as crianças para não o perturbarem. Mas ele costuma me chamar todo o tempo para discutir, não há aquela separação da mulher ficando na cozinha. Fora o tempo que ele tem para a criação intelectual, nós estamos no mesmo nível em todos os outros aspectos da vida.

### **Conclusão**

Em relação à ideologia e aos valores do Estado Novo, a radiodifusão somente pôde causar sentimentos ambivalentes para o regime. O rádio era bem-vindo como tecnologia de doméstica, em que teria um papel de conexão, aliado à mulher provendo uma atmosfera coesa e aconchegante. Era bem-vindo se funcionasse para a propaganda política e para incutir normas sociais para uma vasta parte da população antes inalcançável. Mas era visto como perigoso se criasse audiências coletivas através das quais conexões invisíveis pudessem ser forjadas fora do controle político e social. E era temido principalmente como um canal para a modernidade, indesejável transmissor de pensamentos, morais, estilos de vida, modas e estéticas distintos.

As biografias coletadas e seus dados sobre os usos da mídia revelam caminhos para lidar com o rádio que diferem de acordo com a classe social, mas geralmente sugerem uma priorização do uso do homem no espaço doméstico, um espaço já



estruturado por uma perspectiva de gênero. O rádio foi adotado inicialmente ao entrar nas áreas comuns da casa e estas áreas eram dominadas pela presença masculina.

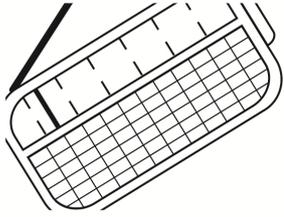
Estas entrevistas biográficas também apontam para a importância do rádio como tecnologia, um objeto de consumo que incorpora aspirações, status e significados sociais e que foi alocado na ecologia dos aparatos domésticos. Estas tecnologias foram trazidas pelo homem, mas com um senso de pertencimento ao coletivo familiar. Como um aparato da casa pareciam ser apropriadas pelas mulheres não por serem uma bela peça de mobiliário em primeiro lugar, mas depois quando se tornaram portáteis e podiam ser melhor articulados com o trabalho doméstico, sendo então um aparelho de rádio secundário para as partes comuns da casa, mas principalmente para a cozinha e a sala de costura.

As entrevistas indicam para notáveis divisões de classes no eixo de consumo espaço público-doméstico, que o rádio usava como uma prática familiar privada nas classes média e alta, mas funcionava em espaços coletivos ou permeáveis no contexto popular.

Enquanto há conexões entre as aspirações de esclarecimento e alguns outros meios de comunicação como o impresso, a transmissão radiofônica no contexto do Estado Novo dos anos 1940 e 50 parece não ser associada pela audiência à emancipação ou libertação da ignorância. A ideia de liberdade aparece depois, conectada com a liberação temporária das preocupações diárias, relacionada com oportunidades de relaxamento, de ser distraído e divertido.

## References

ABOIM, S. Vidas conjugais: do institucionalismo ao elogio da relação. In: ALMEIDA, A. N. (Ed.). **História da Vida Privada**: os nossos dias. Lisbon: Círculo de Leitores, 2011. p. 80-111.



## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

FERREIRA, V. Modas e modos: a privatização do corpo no espaço público português. In: ALMEIDA, A. N. (Ed.). **História da Vida Privada: os nossos dias**. Lisbon: Círculo de Leitores, 2011. p. 242-276.

GARNHAM, N. **Emancipation, the Media and Modernity**. Oxford: Oxford University Press, 2000. 216 p.

JOHNSON, L. Radio and Everyday Life: The early years of broadcasting in Australia, 1922-1945. **Media, Culture & Society**, London, v. 3, n. 2, p. 167-178, 1981.

LÉONARD, Y. **Salazarisme & Fascisme**. Paris: Éditions Chandeigne, 1996. 223 p.

LUCENA, M. The evolution of Portuguese corporatism. In GRAHAM L. S.; MARKER H. M. (Eds.), **Contemporary Portugal: The Revolution and its Antecedents**. Austin: University of Texas, 1979. p. 47-88.

MOORES, S. The Box on the Dresser: Memories of Early Radio and Everyday Life. **Media, Culture and Society**, London, v. 10, n. 1, p. 23-40, 1988.

PIMENTEL, I. A Censura. In: MADEIRA, J. (Coord.), **Vítimas de Salazar: Estado Novo e violência política**. Lisbon: A Esfera dos Livros, 2007. 452 p.

PIMENTEL, I. **A Cada um o Seu Lugar: Política feminina do Estado Novo**. Lisbon: Temas & Debates, 2011. 455 p.

PODBER, J. **The Electronic Front Porch: An oral history of the arrival of modern media in rural Appalachian and the Melungeon community**. Macon: Mercer University Press, 2007. 166 p.

POLKINGHORNE, D. Narrative Configuration in Qualitative Analysis. In: HATCH, J. A.; WISNIESWSCKI, R. (Eds.). **Life History and Narrative**. London/Washington: The Falmer Press, 2003. p. 5-23.

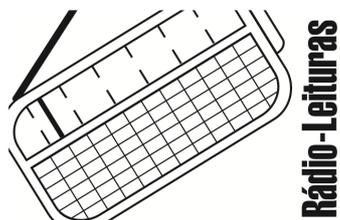
PORTELLI, A. What makes oral history different. In: R. PERKS, R.; THOMSON, A. (Eds.), **The Oral History Reader**. London: Routledge, 2008. p. 32-42.

RIBEIRO, N. **A Emissora Nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo**. Oporto: Quimera, 2005. 326 p.

RICHERI, G. **Italian broadcasting and fascim, 1924-1937**. **Media, Culture & Society**, London, v. 2, n. 1, p. 49-56, 1980.

SANTOS, R. **As Vozes da Rádio, 1924-1939**. Lisbon: Caminho, 2005. 366 p.

SILVA, V. **A Rádio nos anos 50**. Observatório, Lisbon, n. 4, p. 33-64, 2001.

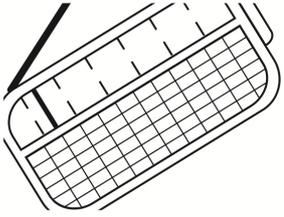


Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

SUMMERFIELD, P. **Culture and Composure**: Creating Narratives of the Gendered Self in Oral History Interviews. *Cultural and Social History*, v. 1, n. 1, p. 65-93, 2004.

TORGAL, L. R. «A radiofonia ao serviço do Estado»: Os inícios da Emissora Nacional. In \_\_\_\_\_. **Estados Novos Estado Novo**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2009. Vol. 2., p. 149-173

WIARDA, H. The corporatist tradition and the corporative system in Portugal: Structured, evolving, transcended, persistent. In: GRAHAM, L. S.; MARKER, H. M. (Eds.). **Contemporary Portugal**: The Revolution and its Antecedents. Austin: University of Texas, 1979. p. 89-121.



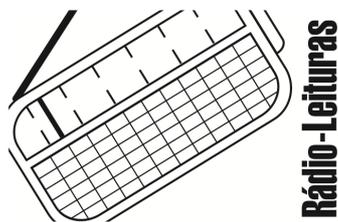
## **Rádio, recepção e memória: audiência feminina portuguesa e a política das donas de casa entre os anos 1930 e 1950**

José Ricardo Pinto Carvalheiro

### **Resumen**

La popularización de la radio en Portugal ha coincidido con las primeras décadas de la dictadura de Estado Novo (1930-74). Entre los 30 y los 50, mucha cosa ha cambiado en las formas de experimentar el mundo a partir de un país poco letrado como Portugal, pero también ha sido un tiempo de supervisión ideológica e aislamiento internacional. La audiencia femenina en esa fase de la radio hay que entenderla dentro de un contexto tradicionalista con respecto a los papeles de género. ¿De qué modo se daba entonces la recepción del nuevo medio en casa? ¿El uso de la radio ha enfrentado ó reforzado las normas patriarcales y la concepción tradicional de la mujer? Esta investigación se basa en memorias que tienen algunas mujeres de Lisboa del uso de la radio en la vida cotidiana.

**Palabras Clave:** Radio; Recepción; Mujeres; Portugal; Dictadura



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

## PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste

Miguel Angelo Corrêa<sup>1</sup>

### Resumo

Resgate da história da primeira emissora de rádio de Campo Grande, MS, e uma das mais antigas em atividade no país, a PRI-7, atual Difusora Pantanal AM 1240 kHz, tendo como perspectiva as tradições de oralidade na transmissão da cultura, conforme colocado por Paul Zumthor.

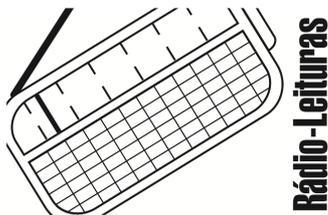
**Palavras-chave:** Rádio, História, Mato Grosso do Sul

Diferente do que acontece com a maioria das inovações tecnológicas ao longo da história, o surgimento da primeira emissora de rádio campo-grandense foi relativamente próximo à disseminação da novidade pelo planeta. No auge da chamada “Era do rádio”, em pleno vinte e seis de agosto de 1939, quatro dias antes do início “oficial” da Segunda Grande Guerra, a “Sociedade Rádio Difusora Campo Grande Limitada” transformou a cidade numa das poucas do país que não era capital e tinha ondas eletromagnéticas moduladas em amplitude circulando por sua atmosfera<sup>2</sup>. A

---

<sup>1</sup> Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal Mato Grosso do Sul – UFMS; Pós-graduando em Cultura e História dos Povos Indígenas EAD/UFMS; Graduado em Administração de empresas (UFMS); Graduado em Comunicação (UFMS); Técnico em eletrônica; Jornalista e Documentarista. Email: [miguelangelocorrea@gmail.com](mailto:miguelangelocorrea@gmail.com)

<sup>2</sup> Diferente do que aparece no site da emissora (DIFUSORA, 2014) e ao contrário do que afirmam VERUSCA e REZENDE (1994), e FREIRE e PINTO (2012, p.64-68), Campo Grande não foi a primeira cidade do Mato Grosso (uno) a ter uma emissora de rádio. Em 1930 Carlos M. Mônaco montou “A Voz de Corumbá”, inaugurada em 13 de junho de 1935 (Cf. MOREIRA, 2010, p. 7); em 13 de fevereiro de 1934, Deodato G. Monteiro fundou a emissora Cuiabana “Rádio Sociedade de Cuyabá” (Cf. MONTEIRO, 1992, p.61 apud LOPES, 2003, p. 6); e em 20 de setembro de 1936 foi fundada, em Corumbá, a Rádio Difusora Mato-Grossense (Cf. OTA, 2006, p. 74).



## **PRI-7: Acheugas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

“Cidade Morena” contava então cerca de trinta e cinco mil habitantes, ainda não tinha esse apelido e, embora sua elite já desejasse se desvencilhar do distante e oneroso norte do estado, somente se tornaria capital em 1979, após a formalização da divisão do Estado de Mato Grosso, concedida em 1977, por conveniência política, pelo governo Geisel, em plena ditadura militar.

A Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul registra que Pedro Marinho de Mello e Pedro Marinho de Mello Junior constituíram a emissora num Tabelião carioca no dia primeiro de fevereiro de 1939, para operar em Campo Grande, MS, com cem wats (sic) e com sede no Rio de Janeiro, e não faz nenhuma referência ao nome de Peri Alves Campos. Os historiadores, acadêmicos e a imprensa em geral, entretanto, são unânimes em conferir a esse cuiabano a inauguração da rádio na data do quadragésimo aniversário de fundação da cidade.

Peri Alves Campos é um personagem pouco conhecido atualmente, mas foi um oftalmologista peculiar, com pendores intelectuais, bastante atuante na primeira metade do século passado no, então, Mato Grosso uno. Além de “oculista”, como se usava dizer à época, foi historiador, jornalista, administrador, colecionador, radialista, redator da revista *Civilização* (NUNES, 2014), e da revista *Folha da Serra* (RODRIGUES, 1989, p. 49), membro correspondente da Academia Matogrossense de Letras, dentre outras artes, atividades e ofícios. Fundou a primeira biblioteca da cidade, cedendo sua coleção de livros e buscando doações de porta em porta, para então abri-la à comunidade em 1940, com um total de 5000 volumes.

O historiador José Barbosa Rodrigues (1989) conta que procurou, durante anos, um exemplar do primeiro jornal de Campo Grande<sup>3</sup>, tendo inclusive publicado anúncios pela imprensa:

---

<sup>3</sup> O semanário “O Estado de Matto-Grosso” (sic) teve sua primeira edição em 22 de junho de 1913. J. B. Rodrigues escreveu em 1976, e publicou em 1989 o livro onde comenta todas suas notícias e anúncios.

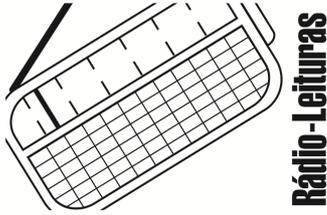
Baldadas já eram minhas esperanças quando encontro um amigo, o médico Dr. Peri Alves Campos, que por anos residiu em Campo Grande, e falou-me da possibilidade de ter, entre velhos guardados daquela época, o exemplar que por tanto tempo procurava. Passado um ano, chega-me pelo correio, o precioso exemplar (RODRIGUES, 1989, p. 12).

Peri foi um dos redatores do “Álbum de Campo-Grande”, em que escreveu uma historiografia<sup>4</sup> da cidade, com alguma isenção, sem pudores em esconder o passado violento e grotesco da região e, surpreendentemente, com certa dose de bom humor. Publicado por ocasião das comemorações dos 40 anos de emancipação do município, em 1939, o Álbum era “uma tentativa de veicular uma imagem positiva de Campo Grande como centro urbano, econômica, política e culturalmente dinâmico, moderno e 'civilizado'” (TRUBILIANO, 2008). Nele, Peri conta que

certo dia de 1897, vindo de Nioaque e conduzido pela mão amável de José Pereira Martins, aqui apeou a mais ilustre visita da temporada - o Dr. James Willard Morris, médico americano, vermelhão, alto, espadaúdo, de olhos azues, e de quem jamais se teve notícias após a sua partida para Goiás (sic). A autenticidade do título de médico foi contestada posteriormente, mas “Morris trouxera consigo – que belo americano! – uma pequena máquina de escrever, a primeira vista pelos povos da terra. Dessa máquina, guarda o arquivo da Biblioteca Pública”, a seguinte preciosidade científica: ‘Relato da mais antiga autópsia campo-grandense redigida num misto de português, espanhol e latim, constitui um documento de curiosa importância para a história da medicina local. Assistiram ao ato cirúrgico, praticado no corpo dum paraguaio morto de doença da terra...’ (revólver 44) ‘Dona Honória Maria das Dores, que sustinha uma bacia com água, Joaquim Vieira de Almeida, 'médico e farmacêutico' e seu sobrinho e futuro sucessor na Clínica e na Botica, Antônio Norberto de Almeida, cuja atividade cessou com o aparecimento de colegas diplomados, e bem a contragosto da antiga clientela...’ (CAMPOS, 1939 apud GALVÃO, 2014).

---

<sup>4</sup>Possivelmente a primeira historiografia, denominada, ironicamente, “Do 1º rancho à locomotiva 44: Achegas para a história de Campo-Grande”.



## **PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

Dentre as preciosidades narradas por Peri no “Álbum de Campo-Grande” temos o local do primeiro cemitério da cidade, por volta de 1879: “no canto do atual Jardim Público”. Em 1887 mudaram-no para o bairro Amambaí e, finalmente, em 1914,

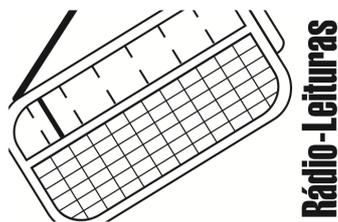
dar-se-ia a segunda transferência, para o atual, em terrenos da fazenda Bandeira, doados pelo prestigioso chefe político Amando Oliveira, nessa ocasião, presidente da Câmara, e que, por ironia da sorte, seria o primeiro a ser nele enterrado, tombado por ferozes e covardes capangas de adversários políticos. Três meses antes os vereadores haviam autorizado o gasto de um conto de réis “para a construção de um cemitério nesta Villa, considerando que o atual já não satisfaz as exigências do nosso progresso moral e material”! O progresso moral... eram as lâminas de facas, os ‘chumbos e outras cousas redondas’ que durante anos ainda ditaram as leis da vila (CAMPOS, 1939, p. 2-4).

Há também a surreal história de José Joaquim de Miranda, primeiro vigário da paróquia, que “assumira o posto a 10-10-912 (sic), iniciando logo... sua vida de bom carteador e político extremado, de cuja cintura pendia respeitável 44 para impor a lei dos homens, enquanto no altar, após noites mal dormidas, pregava a lei de Cristo!”. Um ano depois, foi suspenso pela igreja, mas resistiu a entregar a paróquia ao sucessor. Mesmo depois disso, prosseguiu a agitar a política vilareja e, “na manhã de 16.7.916 (sic), às 7 horas, em sua casa, por um grupo de cavalarianos, foi friamente assassinado. Substituindo os livros de prática religiosa e as imagens do Redentor, o padre trazia consigo, sob o colchão, 7 armas de guerra e 2.000 cartuchos de mauser!” (Ibid. p.7).

Apesar de parecer improvável, os historiadores<sup>5</sup> afirmam que Peri construiu a PRI-7 sozinho. Comprou a concessão de um representante do Ministério da Viação que apareceu na longínqua Campo Grande de 1930 e, em São Paulo, adquiriu

---

<sup>5</sup> Somente Miranda (1999, p.65) afirma que Peri aliou-se a empresários, sem citar a fonte.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

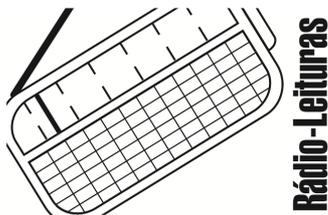
equipamentos velhos da Radio Record, que estavam sendo substituídos. Foi dono, diretor artístico, programador e radialista (DONATO e REZENDE, 1994).

Os entreveros políticos que assolaram a PRI-7 ao longo das décadas e a conhecida dificuldade do país em preservar sua história - intensificada no MS, resultaram no fato de que existe pouca documentação disponível sobre a emissora. Os documentos mais antigos da rádio foram, casual ou propositalmente, destruídos. A maioria das informações foi obtida de fontes que se basearam na história oral, narrada por personagens que participaram dos eventos, colhidas em entrevistas cedidas quando ainda vivos. Sujeita, portanto, aos problemas comuns a esse tipo de fonte como lapsos de memória, omissões, etc.

Baseou-se na perspectiva das tradições de oralidade na transmissão da cultura, colocada por Paul Zumthor. Conforme Zumthor (2005)

não se duvida que a voz constitua no inconsciente humano uma forma arquetipal: imagem primordial e criadora, ao mesmo tempo, energia e configuração de traços que determinam, ativam, estruturam em cada um de nós as experiências primeiras, os sentimentos e pensamentos” (ZUMTHOR apud GOLIN, 2005, p.265).

Observa ainda, em seus estudos sobre a complexidade da relação entre letra e voz, tanto no ocidente medieval, como no extremo oriente, na África, e no Nordeste brasileiro, a distinção de três tipos de oralidade, correspondentes a três situações de cultura: uma primária e imediata, que não comporta nenhum contato com a escritura; uma que coexiste com a escritura no seio do grupo social, denominada oralidade mista, onde a influência do escrito permanece externa, parcial e atrasada; e uma oralidade segunda, quando se recompõe com base na escritura, num meio onde esta tende a esgotar os valores da voz no uso e no imaginário. Ou seja, a “oralidade mista procede da existência de uma cultura 'escrita' (no sentido de 'possuidora de uma



## **PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

escritura'), e a oralidade segunda, de uma cultura 'letrada' (na qual toda expressão é marcada pela presença da escrita)" (ZUMTHOR, 2001).

É peculiar a situação de Mato Grosso do Sul: situando-se numa região central do continente, fronteira entre vários países e estados da federação, estando sob influência de culturas diversas, desde as inúmeras etnias indígenas brasileiras, paraguaias e bolivianas, passando pelos intensos fluxos colonizadores e migratórios, apresenta comunidades sofisticadas e tecnológicas, como a capital e, concomitante, comunidades remanescentes de quilombos, isoladas fisicamente e com alto grau de analfabetismo. Nestas últimas, o rádio tem importante papel, sendo um dos únicos elos de ligação com o mundo (JACKS, 2010, p.34). Tendo sido, ainda, palco de um dos maiores conflitos bélicos da história da América do Sul, a chamada Guerra do Paraguai, o estado possibilita a contemporização dos três tipos de oralidade nomeados por Paul Zunthor (2001), justificando o tipo de abordagem utilizado.

Esta pesquisa baseou-se, então, em um apanhado do que, ao longo das últimas décadas, foi levantado por pesquisadores acadêmicos das diversas universidades do MS acerca da história do rádio na região; bem como em textos não acadêmicos, dos Institutos Histórico e Geográfico de MS e MT, Academia Matogrossense de Letras, artigos jornalísticos da região; documentos aos quais foram dadas vistas junto à ANATEL e JUCEMS; além de entrevistas concedidas ao autor. O trabalho de Ota (2000), na comunidade negra Furnas de Boa Sorte, traz depoimentos mais próximos à oralidade primária e imediata (Zumthor, 2001); já pesquisas como as de Donato e Rezende (1994), Cogo (2006), Christofari e Calazans (2009), Mário Luiz Fernandes (2011) - coordenador do único mestrado em Comunicação da região, que publicou levantamento sobre todas as emissoras da época - dentre outros, poderiam se qualificar como uma oralidade de segundo nível; enquanto os restantes se enquadrariam na categoria de oralidade mista (Zumthor, 2001).

Dessa forma, consta que o primeiro prédio da Difusora teria sido um pequeno sobrado localizado na Rua 14 de Julho, entre as ruas 7 de Setembro e 15 de Novembro<sup>6</sup>. Já o historiador Paulo Coelho Machado (1990, p. 47), que parece ter conhecido Peri pessoalmente, dá a entender que este instalou a emissora inicialmente na rua 14 de julho, 1944 (onde hoje é a Galeria São José - Edifício Irmãos Salomão<sup>7</sup>), relativamente próximo à rua Dom Aquino, 524, onde residiu. Antes da construção do edifício havia ali a alfaiataria Cury, o Salão Crystal (FREIRE, 2012) e, antes ainda, um belo prédio com auditório, camarotes, espaço para orquestra, construído por Juvenal Alves Correia Filho especialmente para ser o Cine Trianon.

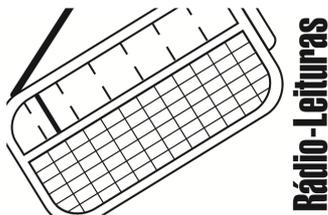
Esse quarteirão já tinha uma “tradição radiofônica”: Machado (1990) conta que, ao lado do cinema, ficava o bar do Wanick, comerciante “sabido e ousado”, que certa vez trouxe de São Paulo o primeiro receptor de rádio da cidade. As emissoras eram fracas e a distância atrapalhava, mas o lugar lotava todas as noites com curiosos que queriam ouvir as músicas do Rio, São Paulo e Buenos Aires:

O bar prosperou, numa explosão, novas mesas e novos preços foram logo providenciados. O aparelho emitia, em som claro, as melhores músicas da moda. Nos intervalos um locutor mandava para o ar anúncios comerciais e indicava o prefixo da emissora. Até que alguém descobriu a tramóia: o Wanick havia instalado apenas uma vitrola no fundo do bar, com discos preparados para emitir os programas radiofônicos, ligada por longo fio ao aparelho receptor, colocado no alto das prateleiras, para que ninguém percebesse o engodo. Houve um quebra-cadeiras, que ficou na história da cidade e o gozador desapareceu para sempre (MACHADO, 1990, p.47).

---

<sup>6</sup> Donato e Rezende (op. cit.) afirmam isso sem citar a fonte.

<sup>7</sup> Maria Garcia (2005, p. 51) confirma esta outra versão, sem citar a fonte.



## **PRI-7: Acheugas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

Inaugurado em 1932, o Cine Trianon foi um dos principais locais de encontro dos campo-grandenses<sup>8</sup>. Com a concorrência de salas mais modernas o cinema fechou. Reabriu como PRI-7, com programas de auditório capitaneados por Sabino Preza, Paulo Paré, que marcaram época pela novidade e revelaram talentos à comunidade (MIRANDA, 1999, p.65).

Nos três quartos de século de sua existência, a rádio trocou de dono inúmeras vezes e, atualmente, pertence a Rosa Maria Pedrossian e Regina Maura Pedrossian, filhas do ex-governador de MS, Pedro Pedrossian<sup>9</sup>. Encontra-se arrendada desde 2009 pelo jornalista Benedito de Paula Filho<sup>10</sup>, que informou, em entrevista, que sua filha comprou a Difusora e ele a dirige (PAULA, 2014).

Ao longo das décadas, dentre os possíveis proprietários<sup>11</sup>, arrendatários, ou diretores, temos: Pedro Marinho de Mello, Pedro Marinho de Mello Junior, Homero Neuberu de Oliveira, Antonio Pedro Cardoso Terra, Jorge Scorrar Ramos, Edgar Lopes de Farias, Alfredo Aloe, Narcisa Nogueira Martins, Antonio Carlos Martins, Valmiro Martins, Agripino Martins, Luis Landes de Farias, Waldir dos Santos Pereira, João Saad, Humberto Neder, Renê Neder, Antônio Mendes Canale, Edson Contar, Jorge Elias Zahran, Fábio Zahran, João Elias Zahran, Rosa Maria Pedrossian, Regina Maura Pedrossian, Benedito de Paula Filho. Ainda não foi possível descobrir qual o motivo de Peri Alves Campos não constar nos documentos da JUCEMS.

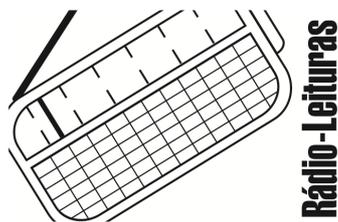
---

<sup>8</sup> Tinha na orquestra músicos regionais e era a maior casa de espetáculos da época. Lá foi lançado o primeiro filme produzido em MS, “Alma do Brasil” de Alexandre Wulfes e Libero Luzardo (PINHEIRO e FISCHER, 2008).

<sup>9</sup> Foi governador de MT, senador de MS, governador nomeado de MS, governador eleito de MS pelos partidos: PSD, ARENA, PDS, PTB, PDT, PST, PMDB e PMN.

<sup>10</sup> Conhecido como B. de Paula, publica o jornal “Boca do Povo” e o site “Boca do povo news”.

<sup>11</sup> A lista não é cronológica, nem é possível garantir sua exatidão, vários documentos estão ilegíveis, confusos ou contraditórios.



Por volta de 1945 Peri vendeu a emissora para o corretor de imóveis Antonio Carlos Martins, que enfartou quando viajava ao Rio de Janeiro, em 1952, para comprar um transmissor mais potente, deixando-a para Valmiro Martins, seu filho. Três anos depois, ela foi novamente vendida ao tabelião Valdir dos Santos Pereira, que depois se elegeu Deputado, e não teria realizado uma boa administração. Houve a primeira greve por salários (DONATO e REZENDE, op. cit., p.57).

Os “apagões” de energia<sup>12</sup>, que eram diários, e a precariedade dos equipamentos, atrapalhavam e atrasavam a transmissão das notícias. Pior, porém, era não poder transmiti-las. Isso virou rotina, após o golpe militar de 1964, e as emissoras Difusora e Cultura<sup>13</sup> tornaram-se “alvos” prioritários. A informação era um produto pouco acessível na capital distante dos grandes centros, e poucos ficaram sabendo do golpe.

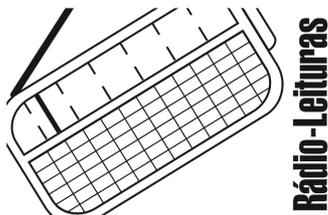
O próprio exército tratou de escondê-lo: Donato e Rezende (1994, p.19) afirmam que o famoso locutor Onésimo Vale do Espírito Santo, criador de programas consagrados, relata que o governo proibiu que qualquer órgão de imprensa comentasse sobre a “revolução”. Todos os jornais e emissoras eram vigiados. O radiojornal ficava sujeito a cortes e modificações, tudo o que poderia questionar a imagem do governo era proibido de ir ao ar e, caso a pessoa voltasse a cometer o mesmo erro, seria presa. Até os elogios eram tratados com cautela. Onésimo afirma que além da censura declarada, meios incomuns eram usados para fiscalizar a imprensa:

somente quando veio o golpe é que eu pude entender o que o Monteiro fazia em Campo Grande, como ele próprio contou pra gente, ele era um espião das forças armadas para saber se existiam comunistas na cidade. O Monteiro trabalhava com a gente, aparecia

---

<sup>12</sup> Segundo consta, faltou energia até na inauguração da emissora. Por estar distante das fontes de geração e distribuição, “apagões” eram corriqueiros no MT. A situação só começa a melhorar na década de 1970, com as hidroelétricas de Jupia e Mimoso (FREIRE e PINTO, 2000, p. 24).

<sup>13</sup> Segunda emissora da cidade, fundada em 9 de dezembro de 1949.



## **PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

e desaparecia, durante dias, meses, e voltava a aparecer (DONATO e REZENDE, op. cit., p. 19).

A PRI-7 foi então vendida ao empresário paulista João Saad, dono da rádio Bandeirantes, que também comprou a Cultura (Ibid., p.57). Luis Landes de Farias lembra que nessa época as duas emissoras funcionavam no mesmo prédio na antiga sede do Rádio Clube<sup>14</sup>, e os equipamentos eram precários:

Eu comecei na Difusora como sonoplasta. O Nassura, na época era o gerente da rádio Cultura e Difusora. O interessante é que a Difusora funcionava na cozinha do prédio onde estava a rádio Cultura, e a Cultura era a estrela maior da cidade. [No começo da rádio] era uma loucura, antigamente a mesa de som tinha uma linha física que percorria 2 ou 3 km até o transmissor. Geralmente era um fio telefônico sujeito a raio, chuva, sol. Qualquer transmissão externa os operadores de mesa, sonoplastas, se preparavam 3 dias antes, saiam correndo esticando fios pelas árvores, postes, para interligar o estúdio aos lugares de transmissão (Ibid., p.56).

Mário Mendonça e Ciro de Oliveira também lembram as dificuldades técnicas, os equipamentos eram grandes e pesados, o microfone o 'caixa de marimbondos': "em 1965, por exemplo, quando tivemos de fazer uma transmissão esportiva de Corumbá, levamos o gravador, que foi carregado por duas pessoas". [Narramos] "o jogo no domingo à tarde e tínhamos de esperar o trem ou o avião, que era só três vezes por semana, para trazer a fita com a narração" (ARCA, 1990, p.13).

Nesse período a Difusora perdeu audiência e credibilidade e João Saad terminou vendendo as duas emissoras. A PRI-7 foi vendida ao grupo dos irmãos Humberto e René Neder, que deram autonomia ao gerente Juvenal de Britto para

---

<sup>14</sup> Sociedade fundada em 1924 com o objetivo (frustrado) de tentar sintonizar emissoras de rádio de outros estados ou países. Transformou-se no principal clube social e recreativo da elite campograndense.

modificar a programação. Surgiu então a bem sucedida “Operação Margarida”, que trouxe para a emissora os melhores radialistas da época, e, com ênfase no radiojornalismo, na prestação de serviços e na utilização de unidades móveis tornou a Difusora novamente líder de audiência. A popularização que então tinha o rádio, e o sucesso da Difusora despertou o interesse dos políticos e a emissora promoveu diversos deles, que foram eleitos. O radialista Antônio Gomes de Moraes, que saiu da rádio Educação Rural para participar da “operação”, lembra como foi:

Acho que foi em 1967<sup>15</sup>, depois de mudar de prédio houve um trabalho muito bom, um trabalho de marketing, sobre a nova programação tendo como base a prestação de serviço, o radiojornalismo e em pouco tempo passou a liderar a audiência. Chegou um período em que por questões políticas, o Juvenal, que era gerente, e o proprietário, seu Rene Néder, fizeram acordo com Levy Dias<sup>16</sup>, que havia deixado a carreira militar para ser candidato a deputado, apoiado pelo governador Pedrossian, e ambos, Juvenal e Levy passaram a arrendar a emissora. E a rádio difusora deu um apoio muito grande, praticamente ajudou a elegê-lo (DONATO e REZENDE, op. cit., p. 11).

Os irmãos Neder venderam a rádio ao grupo do ex-prefeito Antônio Mendes Canale<sup>17</sup> que era desafeto político de Levy e Pedrossian e promoveu um desmanche da emissora<sup>18</sup>, com demissões em massa, destruição de mais de mil discos de 78 rotações, queima de todos os documentos, programação e registros. Discos que não foram queimados foram sorteados para os ouvintes (Ibid.). Mario Mendonça, contratado

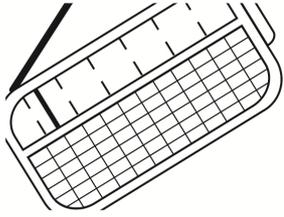
---

<sup>15</sup> Nesse ano a Difusora foi contratada para transmitir as sessões da Câmara Municipal (16ª. legislatura).

<sup>16</sup> Foi deputado estadual, prefeito, três vezes deputado federal e senador, pelos partidos: ARENA, PDS, PFL, PST.

<sup>17</sup> Foi deputado estadual de MT, deputado federal de MT, prefeito de Campo Grande, senador de MT, senador de MS.

<sup>18</sup> Em 1994 Mendes Canale negou que tivesse sido dono ou líder do grupo que comprou a rádio na década de 70 (DONATO e REZENDE, op. cit., p. 13).



## **PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

para a “Operação Margarida”, lembra que, desempregado, teve de vender títulos de clubes para sobreviver:

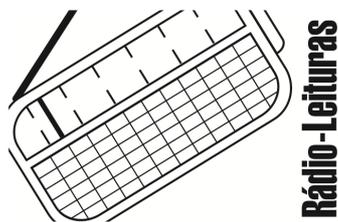
Era janeiro de 1970 foram trocadas as fechaduras da rádio. Quando o técnico foi abrir a rádio para pôr no ar, ficou de fora. E ele ligou pro gerente, o gerente me ligou. Aí chegaram os responsáveis pela rádio dizendo que ela havia sido vendida e que só ia abrir pra gente pegar o que estivesse nas gavetas. Movemos 12 ações trabalhistas contra a rádio. Em menos de 60 dias o juiz deu causa ganha e nós recebemos uma indenização milionária que quase quebra a rádio (Ibid., p.50).

Os novos proprietários mudaram a programação, tentando atingir um público mais elitizado e, segundo Antônio Gomes de Moraes, foi um desastre:

As pessoas que assumiram disseram que iam fazer uma emissora “classe A”, cortar as transmissões esportivas, o radiojornalismo, colocar músicas mais românticas. Nós achávamos que era difícil uma programação “classe A”. A maioria das pessoas gostava de ouvir música sertaneja, paraguaia, não seria da noite para o dia que se podia modificar esses hábitos (Ibid., p.12).

Robson Torres, que deixou o serviço militar e entrou como locutor na Difusora no final da década de 60 também passou pela “Operação Margarida” e conheceu o “*day after*” da vingança política, que arrasou com os arquivos da rádio:

quando o Juvenal de Britto deixou a rádio modificaram toda a programação da Difusora, mais de mil discos antigos foram doados à comunidade, eu mesmo ganhei muitos que tenho o orgulho de guardar até hoje. Os novos donos trouxeram outros discos e iniciaram uma nova programação que era uma maluquice para a época, com música estrangeira, com programas do tipo do Rio de Janeiro, vieram locutores de fora. O público não aceitava, aí a rádio foi criticada. O pessoal escrevia para lá dizendo que só tinha maluco. Era uma explosão no começo dos anos 70 que ninguém entendia. (Ibid., p.60).



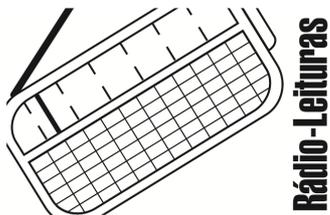
Em pouco tempo a rádio perdeu publicidade e irritou os ouvintes, com as músicas consideradas de vanguarda para a época. Terminou novamente vendida, desta vez para o Grupo Zahran.

Luis Landes administrava a emissora quando um acidente com um caminhão da prefeitura derrubou a torre da Difusora, em 1993. Só conseguiu colocá-la no ar novamente depois de um ano, com um gasto de 68 mil dólares, segundo ele, equivalente ao faturamento de um ano (Ibid., p.56). Landes lembra uma história sobre a rádio durante a ditadura:

O Allan Kardec era um amigo, assíduo freqüentador da rádio, ia todos os dias lá. Era sete da noite quando ele chegou. Em seguida chegou a guarnição militar. O Allan Kardec havia saído para comprar café para nós. Os militares levaram todos presos e deixaram sentinelas. Quando ele voltou, foi preso. Ele se justificou dizendo que não era funcionário, e foi solto. Mas ficou preocupado com a emissora aberta e voltou para fechar a rádio, foi preso novamente. Foi solto e pensou em avisar o gerente que ela estava aberta. Quando estava no telefone público para ligar para o gerente, o telefone dele estava grampeado e ele foi preso de novo! (Ibid., p.57)

Robson Torres também viveu o desconforto da “revolução”. Apesar de começar a trabalhar em rádio quatro anos depois do golpe, ele lembra que a vigilância era grande. Certa vez

a emissora estava fora do ar, e existe o *preview*, em que o locutor conversa com o operador, e um operador de som começou a fazer o papel de locutor e trocaram as posições. Ele estava lendo um noticiário que falava no exército, mas isso era fora do ar, e ele não tinha ideia de que a rádio tinha entrado no ar, danou a falar contra o exército. Dali a pouco chegou um choque da polícia do exército e prendeu todo mundo (Ibid., p. 60).



## PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste

Miguel Angelo Corrêa

Edison Paiva também atuou na difusora na década de 1970, como locutor, com programas que se encerravam à meia-noite, quando ele recebia a visita de um agente: “vivíamos em plena ditadura militar e à mercê da implacável censura. Nesse horário eu protocolava comunicados de faixas que não podiam ser tocadas, publicações proibidas e notícias envolvendo a repressão, também vetadas” (FREIRE e PINTO, 2012, p.78).

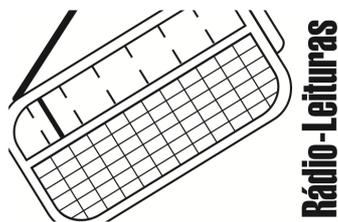
Ciro de Oliveira, que começou em 1968 e foi discotecário e gerente, quando ela já pertencia ao grupo Zahran, também sofreu durante “a gloriosa”:

Os anos 70 foram os ‘anos de chumbo’ da ditadura militar, portanto está aí para vocês assistirem o filme Zuzu Angel<sup>19</sup>. A programação tinha que fazer antecipado e levar na polícia federal. Música de duplo sentido era eliminada. Lembro que Chico Buarque fez a música “Apesar de Você”, a gente não podia tocar. Em meados de 70, Lennon declarou os Beatles mais famosos que Jesus Cristo. [Nessa época eu trabalhava na Rural], uma rádio que pertencia aos padres, nós fomos proibidos de tocar Beatles, me lembro do padre com uma chave de carro riscando os discos de vinil. Me lembro também de uma música chamada *Algo fácil de olvidar* (Los Celestiales), como os músicos eram de Ponta Porã, então vinha do Paraguai, por isso era considerada contrabando e a gente não podia tocar (COGO et al., 2006).

Pelos microfones da PRI-7 o campo-grandense ouviu pela primeira vez as vozes de inúmeros artistas que iriam fazer carreira e encantar corações e mentes. Alguns deles, inseguros e inexperientes, como Delanira Pereira Gonçalves, a “Delinha” que,

---

<sup>19</sup> Filme de Sérgio Rezende, baseado na vida de Zuleika Angel Jones, estilista brasileira famosa internacionalmente, morta em 1976 em acidente automobilístico (provável atentado da ditadura), mãe do militante político Stuart Angel Jones (preso em 1971, torturado e morto no Centro de Informações da Aeronáutica). Quando sofreu o atentado, Zuzu liderava luta para recuperar o corpo do filho. Documentos vazados pelo Wikileaks confirmam essa versão. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cidadania/2013/04/wikileaks-eua-nao-descartavam-assassinato-de-zuzu-angel>>. Acesso em: 15 fev. 2014.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

atualmente, aos 77 anos, continua ativa. Seu primo Délio a ensinou tocar violão, mas “na primeira vez que cantaram juntos, ela teve vergonha do violão pequenino com o qual estreou na PRI-7” (ROSA, 1999). A famosa dupla “Délio e Delinha”, ainda não existia. Os felizardos ouvintes da emissora conheceram primeiro “Nhô Tuca” e “Nha Delinha”, que ainda eram solteiros, e depois se tornaram “Duo Pintassilgo”. O sucesso foi grande na provinciana Campo Grande, mas somente depois de se casarem e mudar para São Paulo, é que a dupla foi batizada com o nome que a consagrou por todo o país.

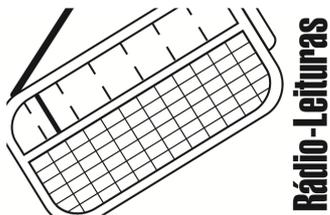
A estreia do casal aconteceu no programa de auditório da PRI-7, conduzido por Sabino Preza. A parte engraçada ficava por conta do humorista Chirico. Muitos bons cantores alegraram as manhãs de domingo dos campo-grandenses: Frankito, os Irmãos Gonçalves, Julião Medina, os Irmãos Roberto, Duo Pingo D'água (ROSA, op. cit. p.285).

203

Sabino Gonçalves Presa, um dos primeiros animadores de auditório, conta que a rádio cobrava um preço simbólico para o ingresso. O objetivo não era lucrar com a plateia, mas sim promover o rádio. Criou programas de auditórios muito populares e se tornou vereador. Ele lembra como era divertido o trabalho:

era uma festa aquilo ali, era uma briga pro pessoal entrar. Havia até sururu na porta da emissora, e era um movimento tremendo. Era um incômodo até. Muitas vezes eu fiquei preso dentro da rádio. Ficava uma multidão lá fora querendo me abraçar, me beijar, e eu saía, e ainda tinha um grupo que saía correndo atrás de mim. Os programas eram ouvidos na cidade inteirinha, não tinha outro divertimento, era a única emissora na cidade (DONATO e REZENDE, op. cit., p.10-42).

Nascido no “dia da mentira” - primeiro de abril de 1919, Sabino conheceu Getúlio Vargas, Filinto Muller, Juscelino Kubitschek, viu seu trabalho ser censurado



## **PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

pela ditadura militar, mas o que mais o marcou foi ter sido um dos primeiros passageiros do “Trem do Pantanal<sup>20</sup>”:

Você precisava ver que coisa maravilhosa! Eu fui no trem, fazendo a cobertura toda. Naquele tempo nós tínhamos um gravadorzinho de arame, não tinha fita ainda, eram uns araminhos magnéticos, nós lidávamos com um sacrifício tremendo com as aparelhagens, fazíamos muitos improvisos (Ibid., p. 41).

Duas “lendas” do rádio campograndense, Ramão Achucarro e Pereira Jr. lembram bem uma história bizarra com Sabino Presa:

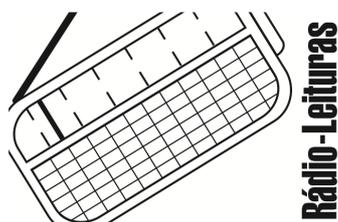
a visita de Nossa Senhora de Fátima, transmitida pela rádio. Sabino acompanhava a procissão, sentado na frente do furgão dirigido pelo Fuad Maluf, grande colaborador do rádio na parte técnica. Como o Sabino estava na frente, o Fuad não enxergava nada. O Sabino ia narrando a procissão e orientando-o, onde tinha buraco. Sabino estava muito compenetrado transmitindo a Ave Maria quando o furgão caiu num buraco e o Sabino disse: “Oh, Fuad! Olha o buraco, Porra!...”(sic). Isso no meio de uma Ave Maria! Foi inesquecível... (ARCA, 1990, p.10).

A primeira radialista de Campo Grande, a bela Japira Alves do Vale, começou na PRI-7. A exemplo do fundador da rádio, também era polivalente: filha de político<sup>21</sup>, foi professora, trovadora, bibliotecária, locutora, cartorária e funcionária da OAB no Rio de Janeiro (GARCIA, 2005).

---

<sup>20</sup> Apelido do serviço de trem da antiga Estrada de Ferro NOB (posteriormente RFFS; Ferrovia Novoeste; e atualmente ALL) que vai de Bauru a Corumbá. Tornou-se passeio famoso pela beleza, às vezes confundido com o “Trem da morte”, apelido da parte de Corumbá até Santa Cruz de La Sierra. Atualmente só pequeno trecho, entre Campo Grande e Miranda, tem tráfego (intermitente) de passageiros.

<sup>21</sup> Filha de Senhorinha Alves do Vale e de João Alves Pereira, 4 vezes vereador e presidente da Câmara.



Doralice Vargas, a “Rainha do rádio”, também brilhou nos palcos da Difusora. A doce voz baiana começou fazendo locução e cantando em programas de calouros em Juazeiro, mas consolidou a carreira no centro-oeste:

eu cantei muito nos palcos da PRI-7. Mesmo quando não trabalhava lá, eles me convidavam. Fiz shows nos cines Santa Helena, Alhambra, ficavam lotados, todos eram patrocinados pelas emissoras (DONATO e REZENDE, op. cit., p. 46).

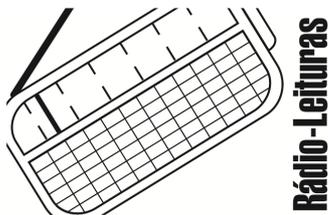
Atuou em teatro, foi discotecária, bilheteira, radioatriz, cantora, apresentadora, fazia as personagens femininas das radionovelas de Onésimo Filho, e “na ‘Escolinha Bossa Nova’ era a ‘Dona Bibi’”. Eu trabalhei com Carlos e Ramão Achucarro, tudo era feito no estúdio. Ficamos muito famosos com o programa”. Dora também fez shows nos clubes da capital, viajou todo o interior do estado e, a convite de Nassura, apresentou o “Audições Doralice Vargas”, o primeiro de uma série de programas que ficaram muito conhecidos (Ibid.).

O famoso Nassura, figura fundamental não só do rádio, mas da cultura e do entretenimento no MS, e até fora dele<sup>22</sup>, também deu os primeiros passos na Difusora. Nascido Nasralla Siufi, herdou o espírito festeiro do pai comerciante, e foi polivalente pelas diversas emissoras onde distribuiu sua alegria de viver. Estreou cantando “Pobre engraxate” no programa de Jorge Chamas (Ibid., p. 44), levantando sucessivos prêmios na PRI-7. Foi aprovado num teste para locutor esportivo com uma condição, determinada por Antonio Carlos Martins: tinha de trabalhar de graça! Mais tarde viria a gerenciar a rádio.

Criou uma dupla caipira, “Tapera do Taquara”, que não prosperou, mas deu origem a um programa homônimo, onde ele e Ferreirinha (o Taquara) se apresentavam: “ele tocava violão e eu declamava. A gente fazia piadas, tudo no improviso” (Ibid.). Dentre suas inúmeras façanhas, em 1965 Nassura trouxe nada

---

<sup>22</sup> Também foi radialista e empresário em Cuiabá, Campinas e São Paulo (ROSA, op. cit.).



## PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste

Miguel Angelo Corrêa

menos do que Pelé, então ídolo já consagrado, para jogar no “estádio” Belmar Fidalgo<sup>23</sup>:

foi um sufoco aquele jogo do Santos com Pelé, a loucura dos torcedores era tanta que teve gente que falsificou ingresso para entrar no Belmar. Todos os meus amigos disseram que eu era louco trazendo uma celebridade como o Santos num campo tão precário e totalmente sem segurança, tive o maior prejuízo”. (Ibid., p. 45).

Além de times famosos, Nassura trouxe a Campo Grande espetáculos do teatro de revista, peças de sucesso e atores famosos como Rodolfo Mayer, Angelita Martinez, Vicente Celestino, Ângela Maria, Dalva de Oliveira, Colé, Roberto Carlos, Trio Los Panchos, Rolandro Boldrin, Alvarenga e Ranchinho, Bienvenido Grandra, dentre outros.

Juca Ganso, outro “gigante” do rádio do centro-oeste também lembra detalhes dos programas criados por Nassura:

era “Tapera do Taquara”, foi o começo da história, na Difusora, aí foi onde nasceu o nome de Juca Ganso. Tinha o diretor que fazia este programa, o Nasralla Siufi e o Rádio Maia, quando eu entrei na rádio. Aí ele me chamou, tive a oportunidade de ver, e ele falou: “Carlos vem cá” - e ele viajava muito, que na época, já era empresário. Ele falou: “Eu viajo muito e você, a partir de amanhã, vai comandar o programa sertanejo para mim”. Eu falei: “De jeito nenhum! Não dou para isso...”. Mas ele já tinha visto minhas palhaçadas: “Você tem jeito, sim, vamos combinar da seguinte maneira. Eu vou fazer o programa e você vai entrar ao vivo, vai chegar, abrir o estúdio, entrar: ‘Oh, meu grande amigo e tal’ eu não te via há tanto tempo e coisa e tal, te abraço, seu nome vai ser Juca Ganso”. Aí levou a breca tudo! (COGO et al., 2006).

---

<sup>23</sup> Praça Esportiva Belmar Fidalgo, no centro de Campo Grande, onde havia um campo com pequena arquibancada, mas somente com muito exagero se poderia chamar de estádio.

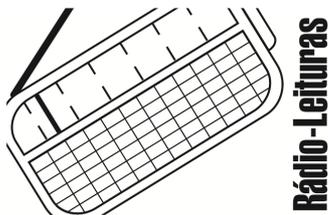
Quando Carlos Sebastian Achucarro era criança, “a cidade era um ovinho, tinha a emissora que comandava, a PRI-7”, e ele nem sonhava que no futuro seria conhecido por ‘Juquinha’ até por seus familiares. Juca começou “na Difusora e na Cultura, trabalhavam juntas no mesmo prédio, que eram da Cadeia Verde-amarela Bandeirantes São Paulo” (Ibid.). O bordão mais tradicional e famoso do rádio sul-matogrossense, “Quem ouvir, favor avisar”, nasceu no programa “A hora do fazendeiro” que, por cerca de três décadas, prestou um serviço importantíssimo a todo interior do estado e, como já observou a revista Rádio-Leituras, foi até objeto de investigações acadêmicas (JACKS, 2010, p.34). Juca conta a origem do programa:

como eu já disse, cidade pequena e tal, tinha uma casa comercial com artigos do campo que chamava Casa do Fazendeiro<sup>24</sup>. Nela o movimento era enorme, vinha o pessoal que morava na fazenda, levava os artigos que eram necessários e, um dia, o proprietário teve uma ideia e falou com os fregueses: “O senhor mora em qual fazenda? O senhor volta quando? O senhor não quer mandar um recado para a sua família que vai amanhã de caminhão ou a cavalo?”. Então, ele foi crescendo, tornando-se um programa de utilidade pública. Nós fazíamos uns 40 avisos por dia. A Casa do Fazendeiro fechou, mas a emissora continuou com “A Hora do Fazendeiro” (COGO et al., 2006).

Nascido em Pedro Juan Caballero - como seu irmão, Juca era uma personalidade simples, cuja humildade todos são unânimes em ressaltar. Criou, numa época em que “ser caipira” carregava um forte estigma – bem diferente da atual, onde

---

<sup>24</sup> Fundada na década de 1950 por veterinário recém-formado, que criou o programa com propaganda da casa e música sertaneja. Durante atendimento a uma fazenda distante, o capataz desta sugeriu a ele que anunciasse seu retorno previamente pelo programa, e assim já deixaria o gado preparado. Nasceram então os avisos que “eram para os fazendeiros como o ‘Repórter Esso’ da Rádio Nacional” (Silvio Amado apud FREIRE e PINTO, 2012).



## **PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

o sertanejo é modismo - um estilo próprio de comunicação com a população, que a conquistou:

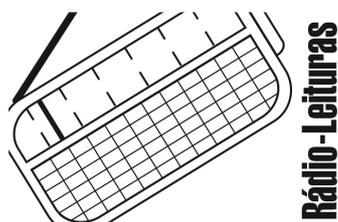
era um internamento, um falecimento, a criança que nasceu, então eu me acostumei com aquele chavão, nasceu a criança é 'guri homem' ou se era 'menina muié', 'nóis vai', 'nóis vortô', o povo adorava: "Seu Juca, 12 horas sentamos para o almoço com o rádio na mesa para ouvir os avisos e daí ninguém conversava, porque, às vezes, não vem um recado para nós, mas para um vizinho de sete léguas. A gente pega um cavalo e vai avisar o vizinho distraído que, às vezes, perdeu 'A Hora do Fazendeiro'" (COGO et al., 2006).

A simplicidade e o bom humor cativaram a audiência, e não eram raros recados divertidos ou maliciosos como "a porca da sua mãe, o burro do seu pai, para esperar na porteira", ou "avisa fulano que o negócio do cavalo está em pé". Ao longo da carreira Juca foi homenageado com muitas "placas", virou nome do "Troféu Juca Ganso" (concedido pela Rádio FM 97 de para personalidades da comunicação), recebeu o título de Cidadão campo-grandense, medalha de mérito da Assembleia Legislativa, além de muitas galinhas, flores e hortaliças que recebia do público.

Era utilidade pública. Isso foi onde eu cativei muitos corações, porque não tinha dinheiro, não tinha telefone, não tinha nada. "Seu Juca, perdi a hora" e eu falava: Não tem problema, pode ditar que eu estou escrevendo. Então, eu cativei muitos corações com isso. Encontrei pessoas que vieram falar: "Seu Juca, eu devo um favor ao senhor que o senhor não lembra. Eu fui na rádio e não tinha dinheiro e o senhor falou o meu anuncio quatro vezes!" (Ibid.).

Depois de mais de quarenta anos no ar, por várias emissoras, problemas na visão interromperam sua carreira, mas, até seu falecimento, continuou recebendo o carinho e reconhecimento da população cujo destino, muitas vezes, com um detalhe, ajudou a mudar:

[Certa vez] chegou um moço no final do expediente e disse que procurava a sua mãe, que há muitos anos não tinha contato. Eu falei



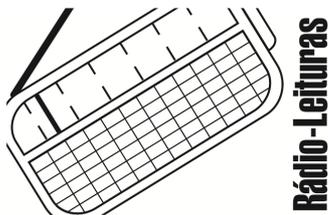
Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

para ele se ajeitar num banco da rádio que amanhã a gente ia fazer o encontro deles. Aí ela veio e foi emocionante, me lembro como se fosse hoje. Ela chegou na porta da rádio e parou. Aí ele estava em pé na porta e ela veio, aí eu falei: ‘Olha aí o rapaz’. E não deu outra, um era o filho e a outra era a mamãe. Aí foi aquela coisa emocionante. E esse é nosso trabalho de comunicação de perdidos e achados (Ibid.).

Na famosa “Escolinha Bossa Nova”, de Onésimo Vale do Espírito Santo, Juca Ganso era o “Lírio-dondoca”, hilário aluno afeminado, enquanto seu irmão, Ramão, era o “Didico”, segundo ele próprio: “o aluno travesso da aula. Sempre estava provocando o professor, que era o Nassura”. Ramão, que foi eleito vereador em 1972 e reeleito diversas vezes, começou bem antes de Juca, e dizia ter nascido predestinado para o rádio. Antes de ser locutor da Difusora e gerente da Cultura, foi *office-boy* na Rádio Nacional do Rio de Janeiro: “Conheci Jorge Cury, César de Alencar, Chacrinha, César Ladeira, Henriqueta Brieba, Mário Lago, Paulo Gracindo, a Nacional era a rádio mais famosa do Brasil”. Em 1956 era alfaiate, ao lado do antigo Cine Trianon, e o gerente da Difusora, seu amigo Rádio Maia, o chamou para trabalhar na emissora. Essa amizade rendeu-lhe um grande problema, pois no golpe militar de 1964 foi preso, acusado de comunista: “Acho que por ser amigo do Rádio Maia que, na época, fazia parte de um partido, me deduraram e fui preso, fiquei uma semana com os militares, só por que eu trabalhava em rádio, era malvisto [pelos militares]” (DONATO e REZENDE, op. cit., p. 48).

Em 1995 a Difusora incluiu novamente o esporte e a notícia na programação, dessa vez de forma intensa, transformando-se numa emissora essencialmente jornalística. Passou a ser afiliada da Rede CBN, mudou seu nome fantasia para CBN PANTANAL, tornando-se a única emissora “*all news*”, de Campo Grande, permanecendo na rede por 10 anos (DIFUSORA, 2014).

Em 2005, já pertencendo a Rosa Pedrossian, muda novamente o nome fantasia, para Difusora Pantanal (AM-1240 kHz). O esporte permaneceu “como um dos carros-



## **PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

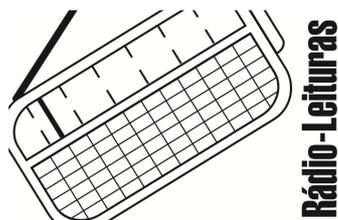
chefes da emissora que, em 2010, foi a única do estado a gerar a transmissão da Copa do Mundo da África do Sul para uma cadeia de 35 emissoras” (FERNANDES, 2011, p. 139). O programa “Difusora Esporte Clube” com a equipe “Bola de Ouro” dirigida por Ricardo Paredes, atualmente ainda no ar, era um dos campeões de audiência (Ibid.).

Uma palavra atualmente “na moda” serve para definir a programação atual da rádio: eclética. De futebol ao vivo a pregações evangélicas, de prestação de serviço a políticos radialistas, de radiojornalismo a programas “românticos”, samba, “batidão sertanejo”, cancionero brega setentista, *rock’roll* clássico, quase tudo tem espaço na programação.

Já no início de 2010, Fernandes (2011), chamava a atenção para as duas horas e meia diárias de programação conduzidas por membros do legislativo, e o fato de um programa religioso (Hora da prece) ser o de maior duração. Listava pessoas que tinham programas na grade da emissora: o ex-deputado Maurício Picarelli (PMDB); o missionário evangélico Rozair Dias. O esporte era um dos carros-chefes da emissora e, no noticiário, boletins de três minutos veiculados de hora em hora, além do programa Boca do Povo, cativavam as classes C, D e E (FERNANDES, op. cit.).

O esporte e o noticiário sofreram poucas mudanças. Atualmente o programa mais longo é o Musical Variado (sete horas), porém, a quantidade de políticos e religiosos na grade só fez aumentar. Seis programas apresentados por quatro pregadores de diversas religiões, e nada menos que quatro vereadores ou deputados usufruem da audiência da rádio, num total de vinte e quatro horas semanais em “horário nobre”.

Finalizando esse resgate de parte da história do rádio no centro-oeste, observa-se que, prestes a completar três quartos de século no ar, a pioneira, ao menos tecnicamente, continua na vanguarda. Além de atingir um raio de 300 km em linha reta, abranger 70% do estado, e estar na Internet, seus ouvintes interagem pedindo músicas pelo telefone, enviando “torpedos” para o celular da rádio, escrevendo na



página da rede social *Facebook* ou deixando recados para os locutores ou ouvintes na página do site. Segundo B. de Paula, a emissora é líder de audiência em AM, e “briga” com as FMs, com o maior faturamento líquido de ambas as faixas. É “a única emissora a manter equipe e programas esportivos e cobrir assembleia, governo, tribunais, prefeitura, câmara, e noticiário policial” (PAULA, 2014). O diretor Robson Gatti <sup>25</sup> afirma é a primeira do estado a ter enviado a documentação para a migração da faixa de AM para FM, e já tem definida sua nova frequência: 95.1 MHz. Isso foi possível, conforme B. de Paula, “por estar em dia com toda exigência, impostos”, e demandou de 300 a 500 mil reais. “O próximo investimento da emissora será em veículos de reportagens, profissionais, finalizar o novo prédio, e iniciar a urbanização do terreno”, e o lançamento do programa “A voz da polícia” (PAULA, 2014).

Dessa forma, conclui-se que, embora esse resgate não possa ser considerado um trabalho definitivo (até pelo fato de fazer parte de uma pesquisa maior, em andamento, que investiga, para um painel mais abrangente, as demais rádios dessa região, geograficamente central no continente, porém periférica no país), ficou patente a relevância dos critérios de oralidade nos moldes de Paul Zumthor, ao fornecer o suporte que tornou possível a recuperação, ainda que parcial, da história de uma das mais antigas emissoras em operação no país.

### Referências bibliográficas

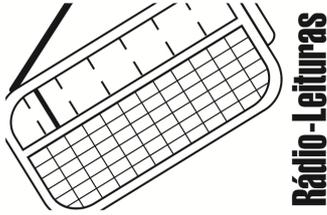
**ARCA - Revista do Arquivo Histórico de Campo Grande MS** – A história do rádio em Campo Grande. Campo Grande: ARCA, n.1. 1990.

CAMPOS, P. A. Do 1º rancho à locomotiva 44: achegas para a história de Campo-Grande. In: **ÁLBUM de Campo-Grande**. Campo Grande-MS: [s.n], 1939.

CHRISTOFARI, F.; CALAZANS, M. **580 AM**. Da Rádio Educação Rural à Imaculada Conceição. Trabalho de conclusão de curso (Jornalismo) – Universidade Anhanguera Uniderp, Campo Grande, 2009.

---

<sup>25</sup> Entrevista ao autor em 21 fev. 2014.



## PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste

Miguel Angelo Corrêa

COGO, R. et al. **A comunicação no rádio**: a tradição dos programas radiofônicos em Campo Grande. Trabalho de conclusão de curso (Comunicação Social –Jornalismo) - UFMS, 2006.

DIFUSORA PANTANAL. História da rádio. Disponível em: <<http://www.difusorapantanal.com.br/v1/index2.php?pg=historia>>. Acesso em: 01 fev. 2014.

DONATO, V.; REZENDE, O. **Sintonia do Passado**: a história do rádio em Campo Grande contada de boca em boca. Trabalho de conclusão de curso (Comunicação Social – Jornalismo) - UFMS, 1994.

FERNANDES, M. L. Panorama do rádio em Campo Grande. In: PRATA, Nair (Org.). **Panorama do rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2011, v. 01, p. 131-148.

FREIRE, H.; PINTO, V. **RADIO**: A voz da história Sul-Mato-Grossense. Campo Grande: IHGMS, 2012.

GALVÃO, O. **Academia de Medicina de Mato Grosso do Sul**: História da Medicina de Campo Grande. Disponível em:<[http://www.academiademedicinams.org.br/historia\\_medicina\\_cg.html](http://www.academiademedicinams.org.br/historia_medicina_cg.html)> .Acesso em: 20 fev. 2014.

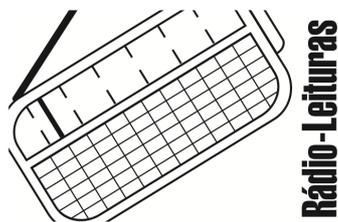
GARCIA, M. Japira Alves do Vale: a primeira radialista de Campo Grande. In: **Série Campo Grande Personalidades – Ano 7**, Campo Grande: FUNDAC/ARCA, 2005. p. 49-53.

JACKS, N.; KNEWITZ A. P.; RIBEIRO L. P. Os rumos dos estudos de recepção radiofônica: década de 2000. **Revista Rádio-Leituras**: Santa Maria, UFSM, Ano I, n. 1, p. 25-43, jul./dez. 2010. Disponível em: < <http://radioleituras.wordpress.com>>. Acesso em: 05 jan. 2014.

**Jornal Correio do Estado**. Em 1939, o fim da chiadeira. Campo Grande, 25 ago. 1999. Caderno Especial - Campo Grande 100 anos, p. 1.

LOPES, V. O rádio mato-grossense e a contribuição do boateiro. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 26, 2003, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <<https://blog.ufba.br/portaldoradio/gp-radio-e-midia-sonora/anais-gp-radio-e-midia-sonora/2003-2/>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

MACHADO, P. C. **Pelas ruas de Campo Grande**: a Rua Velha. Campo Grande: Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul, 1990.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

MIRANDA, M. A evolução da imprensa em Campo Grande. In: **Série Campo Grande – Ano I**, Campo Grande: FUNCESP/ARCA/UFMS, 1999. p. 61-71.

MONTEIRO, J. **O Boateiro e sua janela mágica**. Cuiabá: Academia Matogrossense de Letras, 1992.

MOREIRA, D.; ABELINO J. M. O Começo do rádio no antigo sul de Mato Grosso: instalação das primeiras empresas e seus objetivos (1930-1970). **Revista História em Reflexão**: Dourados, MS, Vol. 4, n. 8, jul./dez. 2010.

NUNES, P. **Polícia Militar de Mato Grosso do Sul**: Tenente-coronel PM Severino Ramos de Queiroz. Disponível em: <<http://www.pm.ms.gov.br/templates/apresentacao/componentefixo/gerador/gerador.php?pag=4510&template=21>>. Acesso em: 28 fev. 2014.

OTA, D. C. **A Informação Jornalística em Rádios de Fronteira**: a questão da binacionalidade em Ponta Porã - Pedro Juan Caballero e Corumbá - Puerto Quijarro. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). USP, 2006.

\_\_\_\_\_. **Hora do Fazendeiro**: Estudo de recepção de rádio na Comunidade Negra Furnas de Boa Sorte. Dissertação (Mestrado em Comunicação). UMESP, 2000.

PAULA, B. de. **Entrevista**: Benedito de Paula Filho (B. de Paula). Campo Grande, 24 mar. 2014. Entrevista por e-mail concedida ao autor.

PINHEIRO, M.; FISCHER, N. **Salas de sonhos**: história dos cinemas de Campo Grande. Campo Grande: UFMS, 2008.

RODRIGUES, J. B. **História de Campo Grande**. São Paulo: Resenha Tributaria Ltda., 1980.

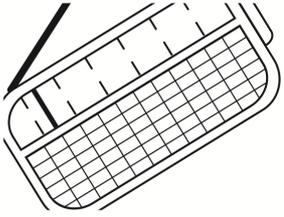
\_\_\_\_\_. **O primeiro jornal de Campo Grande**. Campo Grande: Litero-técnica, 1989.

ROSA, M. **Deus quer, o homem sonha, a cidade nasce**: Campo Grande cem anos de história. Campo Grande: FUNCESP, 1999.

TRUBILIANO, C.; MARTINS Jr., C. O progresso chega ao sertão: transformações urbanas em Campo Grande no início do século XX. **Revista de História Regional**: Dourados, 13(2), p.246-262, 2008.

UFMS. **Portal de Mídia – Jornalismo**: Rádio Difusora Pantanal AM 1240. Disponível em: <<http://www.portaldemidia.ufms.br/?p=417>>. Acesso em: 28 fev. 2014.

ZUMTHOR, P. **A letra e a voz**: a “literatura” medieval. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

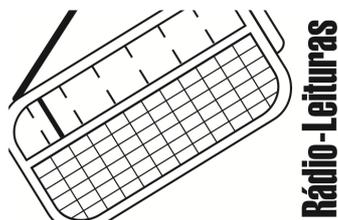


**Rádio-Leituras**

**PRI-7: Acheegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste**

Miguel Angelo Corrêa

\_\_\_\_\_. O empenho do corpo. In: Meditsch, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.



Ano V, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2014  
ISSN: 2179-6033  
<http://radioleituras.wordpress.com>

### **Abstract**

Historical review of the first broadcasting station of Campo Grande, MS, the PRI-7, currently known by DIFUSORA PANTANAL AM 1240 kHz, one of the oldest in operation in Brazil. The research is based in the oral tradition of culture transmission, as proposed by Paul Zumthor.

**Keywords:** Radio, History, Mato Grosso do Sul

### **Resumen**

Reseña histórica de la primera emisora de Campo Grande, MS, el PRI-7, conocida actualmente por DIFUSORA PANTANAL AM 1240 kHz, una de las más antiguas de la operación en Brasil. La investigación se basa en la tradición oral de la transmisión de la cultura, según lo propuesto por Paul Zumthor.

**Palabras Clave:** Radio, Historia, Mato Grosso do Sul