

Comunicação na era do áudio: a força do rádio na comunidade¹

Amanda Gisely Ribeiro BRAGA²
Julyane Batista NOGUEIRA³
Valéria Vieira SANTANA⁴
Mayana Maria de Oliveira LOPES⁵
Antônia Dias de FARIAS⁶
Carlos Fábio Morais GUIMARÃES⁷

Faculdade Martha Falcão (FMF), Manaus, AM

RESUMO

O rádio pode ser considerado o veículo de comunicação mais popular e o de maior alcance do público não apenas no Brasil, mas no mundo. Esse artigo busca retratar a história e a importância do rádio no Amazonas por meio da fotonovela intitulada “Comunicação na era do áudio: a força do rádio na comunidade”. Na região Norte, devido as extensões territoriais serem gigantescas, esse veículo de comunicação ganha destaque especial não somente por transmitir a informação de maneira simples, imediata e no momento em que ocorre, mas também por alcançar lugares onde outros meios costumam não chegar ou chegam de forma precária.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; história do jornalismo; rádio; fotonovela.

INTRODUÇÃO

Do surgimento da imprensa no Brasil, em 1808, com a vinda da família real aos dias atuais, a comunicação realizada pelos meios⁸ evoluiu consideravelmente. Após o interstício centenário, relativo à circulação dos jornais e o aparecimento do rádio, outros meios surgiram em intervalos de tempo menores e aumentaram, cumulativamente, a densidade comunicacional.

O rádio surge em caráter experimental, em 07 de setembro de 1922, com discurso do Presidente da República à época, Epitácio Pessoa, em comemoração ao centenário da

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria produto transdisciplinar, modalidade PT 05 Fotonovela (avulso ou série)

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º período de Jornalismo na Faculdade Martha Falcão, e-mail: jorn.amandabraga@gmail.com

³ Estudante do 5º período de Jornalismo na Faculdade Martha Falcão. e-mail: julyane_nogueira@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º período de Jornalismo na Faculdade Martha Falcão. e-mail: vsantana23@hotmail.com

⁵ Estudante do 5º período de Jornalismo na Faculdade Martha Falcão. e-mail: jorn.mayanalopes@gmail.com

⁶ Estudante do 5º período de Jornalismo na Faculdade Martha Falcão. e-mail: dias_antonia@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Faculdade Martha Falcão, e-mail: cfguima@gmail.com

⁸ Sistema constituído por elementos físicos em que ocorre a transmissão de mensagens. Chegam ao receptor por meio diversos como jornal, rádio, revista, cinema, TV. (TEMER e NERY, 2012,p.9)

Independência do Brasil. (Ferrareto, 2007) Em maio de 1923, foi inaugurada oficialmente a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Roquete Pinto e Henry Morize são considerados os pioneiros da radiodifusão brasileira.

Voltado, inicialmente, as elites, o rádio passou a servir à educação e por meio do decreto-lei n. 21.111 de 01 de março de 1932 contou com o universo de 10% da programação voltado para a área comercial. Expandiu-se o consumo da música, o glamour dos artistas e a venda de vários produtos comerciais. Popularizou-se este meio de comunicação, conforme assinala Barbosa (2013),

A popularização das emissoras de rádio[...] fez dele o personagem principal das tramas midiáticas. Era o público que amplificava a voz e a face dos artistas que viraram ídolos, transformando-se em reis rainhas de um mundo à parte. Pela primeira vez um meio de comunicação fazia dos seus profissionais ídolos massivos. (BARBOSA, p.249, 2013)

Ídolos eternizados pelo meio radiofônico como Carmem Miranda, Emilinha Borba e Aracy de Almeida são alguns exemplos. O rádio viveu sua época de ouro até a metade dos anos 50, destacando-se como entre os outros meios, sendo o meio mais consumido e para o qual eram destinadas grandes verbas para propaganda. Para Barbosa (2013, p. 252), a medida que a década de 1960 vai chegando ao fim, a televisão passou a compor a cena narrativa.

Percebe-se, as características do rádio permanecem e a capacidade que o homem tem em ouvir a mensagem sonora e falada e não ter de interromper as suas atividades para se dedicar exclusivamente à audição, somadas à facilidade de transporte e alcance desse meio o coloca em posição privilegiada e posicionando-o como o mais popular e o de maior alcance ao público nos dias de hoje.

Mafra, Moura e Araújo (2011) indica que o rádio surge no Amazonas em 1927, época de intenso desenvolvimento econômico, que tinha como base a produção do látex - matéria-prima da borracha. Nesse período, Manaus era uma das cidades brasileiras mais desenvolvidas por conta dos grandes investimentos dos barões da borracha. Os autores afirmam ainda que o posicionamento geográfico do Estado fez com que o rádio se tornasse o principal meio de comunicação popular, servindo como uma importante ferramenta para promover a cidadania ao homem do interior que se mantinha isolado do restante do país, servindo também como uma das principais fontes de informação e entretenimento.

Isso posto, após a breve contextualização histórica do rádio, elaboramos a fotonovela com o tema , que tem como tema “Comunicação na era do áudio: a força do rádio na comunidade” trazendo uma reflexão acerca da importância desse veículo no alcance das populações no Amazonas.

OBJETIVO

Elaborar uma fotonovela retratando a relevância do Rádio entre os demais veículos de comunicação, especialmente, na Amazônia, que possui proporções territoriais gigantescas.

JUSTIFICATIVA

O rádio é um dos meios de comunicação de massa e um dos que mais agrega. Por sua facilidade de transmissão, as informações chegam rapidamente ao receptor pelas ondas sonoras, possibilitando a transmissão da informação de maneira mais prática, sendo o mais acessível ao público em geral.

Na imprensa havia a necessidade de habilitação para ler, a difusão da informação era lenta e foi criada para minorias, e na mídia eletrônica era extremamente rápida, dispensava a necessidade de leitura e era uma mídia criada para a maioria. (DUMMAR FILHO, 2004)

Por conseguinte, as fotonovelas surgiram na década de 40 na Itália após a 2ª guerra mundial. Eram denominadas de “*fotoromanzi*” ou “*fumetti*”, pois se referia aos quadrinhos das falas que pareciam fumaças. Seus fundadores, Stefano Reda e Damiano Damiani ficaram conhecidos ao publicar adaptações de filmes em revistas, cujo produto era conhecido como cine-romance. O “conde de monte Cristo” e A “Dama das Camélias” foram umas das adaptações à fotonovela, que eram interpretadas, em sua maioria, por atores do cinema.

A fotonovela foi criada a partir dos filmes de grandes sucessos, pequenos trechos eram descritos nas caixas de diálogos publicados em revistas, com um contexto fotográfico. Tinha o formato idêntico as revistas em quadrinhos, apenas com um contexto diferente.

No Brasil, as fotonovelas fizeram muito sucesso nos anos 70, Feita por imagens e caixas de diálogos, a fotonovela proporcionava ao leitor uma leitura dinâmica com uma sequência de fatos que instigavam a imaginação, eram publicadas como revistas, livretos, ou em pequenos trechos editados nos jornais.

Um das primeiras revistas de fotonovela publicada no país foi “Encanto”. Outras editorias também tiveram suas publicações de fotonovelas como a Abril, Amiga, Bloch, Contigo, Sétimo Céu, Ilusão, Fascinação, Carinho, Carícia, Sentimental, Melodia e outras.

Em 1956 a Capricho bateu o recorde ao vender, aproximadamente, mil exemplares, ficando atrás apenas de para as revistas em quadrinhos infantis como o “Mickey”, “Pato Donald”. Alguns atores brasileiros fizeram parte das fotonovelas como Agnaldo Rayol, Vera Fischer Jerry Adriani e o público, essencialmente, feminino. A partir de 1980, com a aparição das novelas nas televisões brasileiras a fotonovela foi perdendo espaço.

Logo, a justificativa para elaboração de uma fotonovela retratando a história do rádio se faz necessária, no sentido de apreendermos mais o conhecimento da evolução deste meio de comunicação de maneira lúdica e divertida, articulando a importância do rádio com a técnica de produção de imagens, ressaltando a posição de destaque deste veículo de comunicação.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A fotonovela foi produzida no âmbito na disciplina História do Jornalismo, do qual pudemos abordar, como um dos tópicos do plano de aula, a origem do rádio e a importância no Brasil, por meio da leitura do livro recém-lançado da professora Marialva Barbosa (2013). O método utilizado pela equipe, a partir da solicitação do produto pelo professor da disciplina, foi o bibliográfico. Buscamos ainda autores que estudam rádio como Ferrareto (2007), no quesito história, Mafra, Moura e Araújo (2011), que nos deram base na questão da origem do rádio no Amazonas. Após a leitura bibliográfica, a equipe elaborou o roteiro para o desenvolvimento do produto e foi partiu-se para a montagem do enredo, por meio de fotos realizadas em máquina profissional Nikon 3200, com lentes 18mm a 55 mm.

Para composição do cenário, foi utilizado um espaço interno, com alguns moveis e figurinos que lembrassem a década de 50. Por fim foi realizado o trabalho de seleção de imagens e dos textos de acordo com cada cena, a edição foi realizada com auxílio de programas de computador.

Para a edição das imagens foi utilizado o Microsoft Office e o Power Point, necessário para a montagem das cenas e digitação das falas de cada personagem. Todo o desenvolvimento deste material foi realizado pela própria equipe acadêmica.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A fotonovela “Comunicação na era do áudio: a força do rádio na comunidade” teve sua criação baseada na novela de época “Cravo e a Rosa” que se passava na década de 20 em uma cidade pequena onde os personagens se conheciam.

Os personagens principais desta novela serviram de inspiração para a criação de três personagens da fotonovela da equipe. A fotonovela acontece na zona rural da cidade fictícia de Nortenópolis, onde o personagem Marisvaldo - personagem principal interpretado pela acadêmica Mayana Lopes - é esposo da Dona Genuína (personagem interpretado pela acadêmica Antonia Dias) - Genuína é uma mulher muito honesta e sua inocência a faz acreditar que seu marido Marisvaldo é um cacheiro viajante, que na verdade ele viaja pelo Brasil levando o que tem de melhor seu canto, sua voz, ele teme que mulher o descubra e não aceite o seu destino.

Além dos principais personagens, a fotonovela conta com a participação de outros quatro personagens, Aninha - interpretado pela acadêmica Amanda Braga - uma jovem estudante de jornalismo e sobrinha do cacheiro viajante Marisvaldo, a Jornalista Essio - Interpretado pela acadêmica Julyane Nogueira - um recém formado jornalista que faz sucesso na cidade com o seu programa de rádio matinal. Tal personagem foi inspirado no Repórter ESSO um famoso noticiário norte-americano, que transmitia as principais notícias aconteciam na vida política, dava informações de pessoas famosas, e o que acontecia na vida dos americanos. Narrou as principais notícias que da década de 40 a 60, como a guerra na Coreia, explosão da primeira bomba de hidrogênio, e revolução cubana. A versão brasileira do repórter Esso estreou no ano de 1941, durante a 2º guerra mundial.

A viúva uma mulher solitária, mãe de Aninha e irmã de Marisvaldo, A beata Joana - Julyane Nogueira - prima de segundo grau do jornalista Essio e o forasteiro -interpretado pela acadêmica Amanda Braga.

CONSIDERAÇÕES

A fotonovela teve como proposta abordar, ainda que de forma superficial, a história e a importância do rádio no Brasil. Apesar das variedades e tecnologias em que o mundo vive, o rádio não se extinguiu e nem deixou de ser menos importante. Ele possui características que nenhum outro veículo de comunicação tem. Na região Norte, devido as extensões

territoriais gigantescas, o rádio ganha destaque especial por alcançar lugares onde outros meios costumam não chegar (TV, Internet) ou chegam de forma precária (jornais).

O rádio está em todos os lugares sempre oferecendo uma boa música ou informações do cotidiano. É simples, prático, não precisar saber ler, basta escutar. Ele é instantâneo, pois a informação emitida é recebida no rapidamente. Imediatismo e os factuais podem ser transmitidos no instante em que ocorrem.

Após a execução do produto, o resultado serviu como base de aprendizado no curso de Jornalismo. A leitura bibliográfica proporcionou maior compreensão do tema e também sobre a fotonovela. O rádio continua com muita força, ainda mais, na atualidade, em tempos e internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, M. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

DUMMAR FILHO, J. João Dummar, **Um pioneiro do Rádio**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004.

FERRARETO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. São Paulo: Dora Luzzatto, 2007.

MAFRA, E, MOURA, M.; ARAUJO, R. **O Rádio no país das Amazonas em tempos de internet**. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2011. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2572-1.pdf>

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insula, 2007.

TEMER, Ana C.; NERY, Vanda C.A. **Para entender as teorias da Comunicação**. 2ª ed., Uberlândia: EDUFU, 2012.