

De Volta aos Anos Dourados¹ Como a Internet Trouxe à Vida as Radionovelas.

Nathalia da Costa Santos²
Érika Siqueira
Estácio | FAP, PA

RESUMO

Neste artigo falarei sobre a era de ouro das radionovelas, como e porque elas deixaram de ser consumidas, descreverei como ocorreu o processo de criação da radionovela Destinos Cruzados, como esta objetiva distanciar-se do fracasso das antigas produções, como a utilização de temas atuais busca atingir um novo público alvo e como o processo de convergência destas para novos meios auxilia tanto na sua divulgação como no seu consumo.

PALAVRAS-CHAVE: radionovela; rádio; comunicação; convergência.

1 INTRODUÇÃO

O rádio está presente na vida dos ouvintes há várias décadas e apesar de ainda existirem algumas estações radiofônicas famosas, o que realmente levou o rádio ao sucesso foram as radionovelas, que tiveram seus anos áureos entre as décadas de 40 e 60. Em 1947, a rádio de São Paulo transmitiu ‘Fatalidade’, de Oduvaldo Vianna, a primeira novela genuinamente brasileira, e a partir daí seguiram-se anos de sucesso que ficaram esquecidos no tempo, com o surgimento de novos meios de comunicação, o que antes era inovação acabou por se tornar obsoleto, entretanto com uma simples adequação de tema e de divulgação as radionovelas talvez possam, não voltar a ser sucesso absoluto como já foram, mas ao menos conquistar um lugar no coração dos novos ouvintes atingindo-os onde menos se espera, virtualmente.

2 OBJETIVO

Mostrar que apesar do avanço dos meios de comunicação, as antigas formas de entretenimento ainda podem fazer sucesso entre o público mais jovem quando inovam na sua temática e na sua forma de veiculação.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade radionovela.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso publicidade e propaganda, email: thallya.nc@gmail.com.

3 JUSTIFICATIVA

O trabalho foi idealizado no quinto semestre do curso de publicidade na matéria de produção audiovisual com a finalidade de ser apenas mais um trabalho em que os alunos colocariam em prática técnicas aprendidas no decorrer das aulas, posteriormente este seria exposto apenas no ambiente da instituição, porém percebeu-se que o mesmo poderia ganhar nova roupagem e finalidade, haja vista que alguns modelos comunicacionais ainda podem ser reavivados desde que se use a criatividade, para dinamizar o processo inicial e final.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A radionovela foi produzida no ano de 2014 para a disciplina de produção audiovisual e foi pensada com o objetivo de trazer de volta todo encantamento que tais produções tinham nas décadas de 50 e 60 utilizando temas atuais, como a homossexualidade que está presente nesta produção. As vozes utilizadas na gravação são de alunos da instituição e ela foi toda gravada no laboratório de rádio que a instituição (Estácio | Fap) possui, apenas um microfone foi utilizado por toda equipe de forma alternada para manter as características emocionais de diálogo que a radionovela necessitava. As músicas nela presentes são do cantor Asaf Avidan e foram utilizadas por seu forte cunho emocional, que era a “dose” extra de drama que a radionovela pedia, estão todas presentes no cd Different pulses, com exceção da faixa inicial Todo carnaval tem seu fim, da banda Los Hermanos, que é citada no texto e por isso é utilizada como background no início da narrativa.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Segundo pesquisadores, as primeiras novelas de longa duração radiofonizadas no Brasil foram a mexicana “Em busca da felicidade” e a cubana “ O direito de nascer”, transmitidas pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, e “ A predestinada” (1941), pela Rádio São Paulo. Foi também nesta última emissora que, em 1947 transmitiu “Fatalidade”, de Oduvaldo Viana, primeira novela genuinamente brasileira. Uma das radionovelas nacionais de maior sucesso foi Jerônimo, o Herói do Sertão, criada por Moysés Weltman, em 1953. A trama foi, posteriormente, adaptada várias vezes para a televisão, cinema e até mesmo revista em quadrinhos. No rádio Jerônimo viveu suas aventuras em 96 radionovelas transmitidas em todo território nacional e chegou a ficar 14 anos no ar. O público alvo das radionovelas era

o feminino, os grandes anunciantes desse tipo de programação eram os fabricantes de produtos de limpeza e de higiene pessoal. Uma pesquisa do IBOPE, realizada em janeiro de 1944, apontava a seguinte audiência para o período de 10h às 11h da manhã: 69,9 % de mulheres, 19,5% de homens e 10,6% de crianças. O custo da produção das radionovelas era muito alto e com o crescimento da televisão, ocorreu um fenômeno de migração da verba publicitária para o novo veículo. Isso explica, em grande parte, o 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 70 o gênero desapareceu, apesar de algumas tentativas isoladas de reativá-lo. E com isso a radionovela foi se adaptando à nova era das televisões. Todas as radionovelas foram refeitas para as telenovelas. Na década de 70 praticamente não existiam mais radionovelas, só nas cidades do Sul, mas aos poucos foram saindo do ar, por causa das adaptações à televisão. Entretanto nos dias atuais, a radionovela treina, um retorno com novo formato e modo de produção e busca com isso alcançar um novo público utilizando-se de temáticas novas como a homossexualidade, que foi abertamente abordada na radionovela Destinos cruzados, pois ao abordar tais temáticas torna-se mais fácil atingir o público que está na internet, que é o novo meio que a radionovela propõe-se estar e está obtendo sucesso. Hoje em dia já é possível encontrar cursos como o da CAC (Centro de Artes e Cultura) onde são ensinadas técnicas utilizadas tanto na produção, quanto na narração de radionovelas. “É antigo, mas, ao mesmo tempo, novo porque tem a internet. A radionovela pode ser ouvida no site e fica disponível, também, para baixar”

“Nossos meios de comunicação são nossas metáforas Nossas metáforas criam o conteúdo da nossa cultura”. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, às próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. (CASTELLS, 1999, p.414).

6 CONSIDERAÇÕES

É inegável que a internet mudou nossa forma de pensar e assim sendo, também, mudou nossa forma de consumir, por isso estamos sempre atrás de novas tendências e tudo que surge como tendência logo será consumido em larga escala. Logo, é de se esperar que dentro de mais alguns anos a radionovela torne-se mais popular, já que o acesso a mesma está percorrendo o caminho correto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Ronaldo Conde. Almanaque da Rádio Nacional. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.

CALABRE, Lia. No tempo das radionovelas. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 29, n. 49, p. 65-83, 2º sem. 2007.

MCLEISH, Robert. *Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001.

PRADO, Magaly. *Produção de rádio: um manual prático*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TAVARES, Mauricio Nogueira. *A radionovela no Brasil: de “Em busca da felicidade à Verde vidas”*. Dissertação de Mestrado, Instituto Metodista, 1992.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999;