

## **Rádio no Brasil- 90 anos ecoando história<sup>1</sup>**

Allãn Passos de FREITAS<sup>2</sup>  
Amanda de Oliveira RODRIGUES<sup>3</sup>  
Luiza Xavier LOURENÇO<sup>4</sup>  
Nair PRATA<sup>5</sup>

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

### **RESUMO**

A série *Rádio no Brasil – 90 anos ecoando história* é um produto radiofônico que apresenta a história do veículo de comunicação mais popular do Brasil recordando personagens, artistas, fatos e programas responsáveis por entreter, educar e informar a população brasileira nesses noventa anos de rádio no país. Entrevistas com pesquisadores e profissionais do meio, relatos de ouvintes, áudios e jingles históricos são utilizados para delinear a trajetória até os dias atuais e traçar um panorama dos novos rumos do veículo. São sete programas independentes que tratam do desenvolvimento e a consolidação do rádio no Brasil através de temáticas específicas. A história, a publicidade, o jornalismo, o entretenimento, a música, o esporte e as novas tendências do rádio digital.

**PALAVRAS-CHAVE:**Rádio no Brasil, radiojornalismo, história, rádio.

### **1 INTRODUÇÃO**

Em sete de setembro de 2012 comemorou-se 90 anos da histórica irradiação reproduzida durante a comemoração do centenário da Independência do Brasil. A transmissão idealizada por Henrique Morize e Roquette Pinto, na cidade do Rio de Janeiro, é considerada um marco histórico na radiodifusão brasileira. Por isso, o produto apresentado reconta esta história por meio da série radiofônica *Rádio no Brasil: 90 anos ecoando história*. A série é resultado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) dos autores e é composta por sete programas temáticos: *A história do Rádio*, *O jornalismo no rádio*, *A música no rádio*, *O entretenimento no rádio*, *A publicidade no rádio*, *O esporte no rádio* e *O rádio e as novas tecnologias*.

Durante sua trajetória, o rádio foi capaz de se inserir no cotidiano das famílias brasileiras e influenciou e foi influenciado pela sociedade. Segundo Calabre (2002), o veículo consagrou-se como uma das mais relevantes ferramentas que impulsionou a

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria I Jornalismo, modalidade JO 05 Produção laboratorial em audiojornalismo e radiojornalismo (avulso/ conjunto ou série)

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e graduado do Curso Jornalismo. email: allanpassos90@hotmail.com

<sup>3</sup> Graduada do Curso Jornalismo, email: amandarodrigues.ufop@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Graduada do Curso Jornalismo, e-mail: luiza.xl@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Jornalismo email: nairprata@uol.com.br

produção artística e cultural e ainda firmou-se durante muitas décadas como o principal meio de comunicação do país, como afirma a autora:

O rádio criou modas, inovou estilos, inventou práticas cotidianas, estimulou novos tipos de sociabilidade. Ícone da modernidade até a década de 1950, ele cumpriu um destacado papel social tanto na vida privada, como na vida pública, promovendo um processo de integração que suplantava os limites físicos e os altos índices de analfabetismo no país (p.7).

Paralelamente a isto, o surgimento de novas tecnologias e outros meios de comunicação ameaçaram a continuidade e relevância do rádio. No entanto, o veículo se adaptou e, em alguns casos, fundiu-se a essas novas possibilidades para ampliar sua área de atuação. Consolida-se ainda hoje como um dos meios de comunicação mais populares do Brasil, devido à sua dinamicidade, praticidade, baixo custo e linguagem direta e interativa. Além de ser capaz de fidelizar seu público e aproximá-lo de seus interlocutores, assim como apontam Chantler e Harris (1998):

O rádio é um meio muito pessoal. O locutor fala diretamente para o ouvinte. É muito importante considerar cada ouvinte como se fosse uma única pessoa. Quando você fala no rádio, você não está falando para as massas por meio de um gigantesco sistema de transmissão de mensagens. Você está falando para *uma* pessoa, como se estivesse conversando com ela, bebendo juntos uma xícara de café ou um copo de cerveja (p.21, grifo do autor).

## 2 OBJETIVO

Visto a grandiosidade do veículo e todo o valor social agregado a ele, o produto apresentado neste *paper* tem como objetivo reunir o histórico do rádio no país, uma vez que um dos pilares sociais do jornalismo é interligar o passado e o presente, fazendo com que a história possa ser reconstruída a fim de inserir o indivíduo ou sociedade em um determinado contexto, como afirmam Soares, Helal e Santoro (2004). Este elo se faz fundamental para manter a memória, não só para reforçar as identidades como para obter um acesso ao passado, refletir acontecimentos presentes e traçar perspectivas.

Sendo assim, a série radiofônica *Rádio no Brasil: 90 anos ecoando história* insere-se nesta característica já que o grupo teve o intuito de explicar os acontecimentos históricos deste veículo. Além disso, confirmando o elo entre o passado e o presente, o produto aponta os rumos da radiofonia brasileira com o advento das novas tecnologias que permitem a este meio de comunicação um alcance ainda maior.

Afinal, como evidencia Jung (2009), o rádio após nove décadas de sua inserção no país não perdeu espaço nos lares brasileiros:

A política, a religião e a televisão não foram suficientes para acabar com o rádio. Hoje, existem cerca de 3.640 emissoras cobrindo o território nacional. Segundo dados do Grupo de Mídia/IBGE 86,9% dos domicílios possuem aparelhos e 99,9% dos brasileiros ouvem rádio. E acreditam no que escutam, como apontou o Ibope em pesquisa recente. O índice de credibilidade do rádio só é inferior ao da Igreja Católica; está sete posições à frente do jornal impresso e 17 adiante da televisão (p.60).

### 3 JUSTIFICATIVA

Considera-se de suma importância contribuir com o resgate histórico e cultural do país através da memória radiofônica. *Rádio no Brasil: 90 anos ecoando história* reconta o desenvolvimento do veículo no país, além de trazer as perspectivas da irradiação no Brasil. A construção deste trabalho implica ainda na contribuição para os estudos da área no país, já que os arquivos poderão ser acessados livremente no blog *Portal do Rádio*, criado e gerenciado pelo Grupo de Pesquisa de Rádio e Mídias sonoras da Intercom (<https://blog.ufba.br/portaldoradio/memoria-do-radio/radio-no-brasil-90-anos-ecoando-historia>).

O fato de esse ser o primeiro produto que aborda o rádio no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto torna-o importante para o desenvolvimento desta graduação fundada recentemente, na medida em que incentiva e impulsiona as atividades acadêmicas e de pesquisa da área que serão realizadas posteriormente no Instituto de Ciências Sociais Aplicadas.

O produto busca apresentar uma alternativa para os programas que já falaram da história do rádio em outros momentos. Uma das principais referências deste tipo de programa é *O rádio no Brasil*, produzido pela rádio BBC de Londres em 1998. Este foi um importante material de estudo e inspiração para o então produto proposto. No entanto, a série apresentada diferencia-se da anteriormente citada em alguns aspectos como a divisão dos programas por temas, a duração dos programetes, a linguagem e formato dinâmicos, já que foram utilizados dois locutores, frases curtas e diretas, sonoras, BGs, áudios, sonoras de ouvintes e ambientação sonora.

Dessa maneira, o produto tem sua relevância potencializada à medida que baseia sua transmissão de conteúdo e informação em características intrínsecas ao rádio na relação com o ouvinte, tais como a interação, o uso de uma linguagem objetiva e direta, a multiplicidade de vozes e opiniões.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como contar a história do rádio no Brasil? Uma trajetória repleta de instantaneidade, intimismo, dinamicidade e sonoridade encontra no próprio rádio uma maneira eficaz de aproximar-se do ouvinte. Assim, abordar o rádio em uma série radiofônica representa o fascínio pela história do veículo mais popular do país que, nestes 90 anos, sofreu várias mudanças e se adaptou aos contextos sociais e tecnológicos.

A série apresentada se caracteriza, sob a nomenclatura de Barbosa Filho (2003, p.71), como um produto radiofônico. Segundo o autor, o produto radiofônico ou programa de rádio é uma reprodução nos moldes do conjunto de características que regem o formato radiofônico, “obedecendo a uma planificação e a regras de utilização dos elementos sonoros”. A delimitação desse termo se faz presente a partir da necessidade de identificação dos gêneros que fazem parte do universo radiofônico, já que é por meio deles que emissor e receptor reconhecem a natureza da informação, conseguindo transmiti-la ou entendê-la de maneira mais eficiente.

Sendo assim, o autor apresenta uma classificação dos gêneros radiofônicos considerando a finalidade a qual eles se destinam, contendo o gênero jornalístico os seguintes formatos: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica. Dessa maneira, o programa apresentado se enquadra no gênero jornalístico ainda que não se situe em um único formato dos apresentados por Barbosa Filho (2003), já que mescla características de reportagem, entrevistas, documentário jornalístico, atuando como um

instrumento de que dispõe o rádio para atualizar seu público por meio da divulgação, do acompanhamento e da análise dos fatos. Os seus relatos podem possuir características subjetivas do ponto de vista dos conteúdos e, portanto, acrescentar ao ato de informar opiniões particulares sobre os acontecimentos (p.89).

No entanto, remontar e recontar esta história não são tarefas fáceis. Escolher apenas alguns entre tantos personagens, fatos e vozes que marcaram época, a fim de representar a tão rica e enaltecida história do veículo de comunicação foi um processo que exigiu muita pesquisa e dedicação. Primeiramente, aprofundou-se a pesquisa histórica através de leituras acerca do tema, sendo destaques como leitura base *Histórias que o rádio não contou* de Reynaldo C Tavares (1997), *Era de Ouro* de Lia Calabre (2002) e e ainda *A Informação no Rádio: Grupos de Poder e Determinação dos Conteúdos*, de Gisela Swetlana Ortriwano (1985).

Buscou-se ainda registros textuais e sonoros que ajudassem a remontar as nove décadas do rádio no Brasil fazendo jus ao valor que o veículo adquiriu perante a sociedade brasileira. Após o estudo dos temas foi-se a campo para pesquisar, encontrar e conversar com as pessoas que fazem e fizeram parte dos principais momentos referentes à radiofonia brasileira.

A entrevista constitui-se em um elemento de grande relevância na série . Em busca de enriquecimento dos detalhes e de credibilidade, coletou-se depoimentos de professores, pesquisadores, ouvintes e profissionais, destacando-se o depoimento de Luiz Antônio Pimentel, jornalista que esteve presente durante a histórica transmissão de 7 de setembro de 1922.

As entrevistas foram realizadas com um roteiro de perguntas para direcionar o assunto tratado, porém o tema não se limitava apenas às pautas, oferecendo liberdade ao entrevistado. Em relação à condução de uma entrevista, Nilson Lage (2004) afirma que:

O repórter faz antes uma pesquisa e tem, portanto, idéia do que vai perguntar. No entanto, é engano imaginar que a preparação prévia de um questionário viabiliza uma boa entrevista: ela depende muito da maneira como é conduzida. Uma das chaves é saber perguntar sobre a resposta. (p.80)

Para definir quais fatos seriam narrados durante a série, utilizou-se como critério básico observar os momentos, que dentro de cada temática, se tornaram marcos para o desenvolvimento do rádio no Brasil. Como os programas e/ou artistas pioneiros no veículo, na narração, locução ou estilo que serviu como molde para os tantos outros que vieram depois. Os primeiros jingles, radionovelas, transmissões e outros fatos que, de alguma forma, contribuíram para a criação do estilo que colocou o rádio por muito tempo em lugar de destaque nos lares brasileiros.

Algumas características do rádio foram aprofundadas no estudo e exploradas na execução do produto. A primeira delas foi a linguagem simples, direta e dinâmica, que segundo Chantler e Harris (1998), potencializam a propagação da informação através das ondas sonoras. Para os autores é preciso:

Escrever de uma forma clara, enxuta, concisa e não empolada. Suas palavras não devem ser as mesmas usadas pelos jornais sensacionalistas, mas você também não precisa ter receio de usar uma linguagem informal, se ela for apropriada. Às vezes, uma boa história se escreve quase sozinha. Lembre-se: você está redigindo para o ouvido e não para o olho. Deve, então, escrever como se fala, numa linguagem coloquial, com frases curtas e uma ideia em cada sentença (p.51).

Assim, a escrita dos roteiros dos programas que compõem a série *Rádio no Brasil – 90 anos ecoando história* foi desenvolvida visando atender a sonoridade das frases e o claro entendimento das informações nelas contidas. Os apontamentos de Chantler e Harris (1998) sobre a utilização de frases simples e de ordem direta também foram levados em consideração na construção dos roteiros, atentando-se sempre ao conteúdo da mensagem e buscando a melhor maneira de transmiti-la.

Outro aspecto esmiuçado na concepção da série é o que os autores chamam de “criação de imagens”, que é a capacidade de fomentar a imaginação do ouvinte, já que o veículo não dispõe da imagem para transmitir sua informação. Para os autores:

O rádio é o melhor meio para estimular a imaginação. O ouvinte é sempre levado a imaginar o que ouve e o que está sendo descrito. As imagens são emocionais, como a voz de uma mãe suplicando informações sobre sua filha adolescente desaparecida. São imagens que, no rádio, não se limitam ao tamanho da tela. Elas têm o tamanho que você quiser (p.21).

Com a intenção de provocar no ouvinte a sensação de que está sendo transportado para o universo que faz parte da história do rádio, são utilizados elementos como músicas, jingles, narrações e áudios de épocas passadas, além de BGs, vinhetas e efeitos sonoros. Para Calabre (2002), a sonoplastia é fundamental para compor uma produção nos meios eletrônicos e

no caso do rádio, esses efeitos sonoros assumem um papel ainda mais importante, na medida em que facilitam a recepção do texto. Na ausência total de imagens visuais, os ruídos e o fundo musical auxiliam na construção de um ambiente imaginário. Quanto melhor o efeito sonoro, maior será o grau de veracidade atingido pela informação (p.35).

Outro elemento ao qual se atentou durante a execução da série foi a locução. Para Prado (1989, p.22), a locução é fundamental na transmissão da informação, já que se torna o principal elo entre ouvinte e locutor. O autor afirma que “na locução intervêm quatro variáveis importantes: a vocalização, a entonação, o ritmo e a atitude”. A locução radiofônica deve ser realizada com boa dicção, com a entonação descrevendo curvas variáveis que permitem ao locutor enfatizar elementos importantes da informação, com um cadenciamento de ritmos de leitura e fala e, por último, com uma atitude de “se expressar amigavelmente, mas sem uma afabilidade excessiva e fictícia, que causaria efeitos contrários aos desejados” (PRADO, 1989, p. 25). A dinamicidade dos programetes também se faz presente na locução. São dois locutores em cada programa da série que alternam suas falas, a fim de garantir o ritmo e a atenção do ouvinte.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A série *Rádio no Brasil- 90 anos ecoando história* é composta por sete programetes, pensados de maneira a oferecer ao ouvinte um conteúdo segmentado, mas ao mesmo tempo complementar. Juntos, os programas temáticos traçam a história do veículo. Porém, o interessado tem a opção de acompanhar de maneira avulsa cada um deles, isto é, sem que o conteúdo de um dependa necessariamente do outro.

O programa *A história do rádio*, construído com nove minutos e 31 segundos, é um apanhado geral sobre a história cronológica do rádio no Brasil e os principais aspectos da radiofonia brasileira, considerando suas transformações estruturais e de conteúdo. Sem excluir os primeiros passos da radiofonia no país em 1919, considerou-se o marco desse meio de comunicação a histórica transmissão do Centenário da Independência em 1922, no Rio de Janeiro. Aborda-se ainda momentos marcantes como surgimento da primeira estação, a Rádio Sociedade, idealizada por Roquette Pinto e Henrique Morize; a popularização do veículo; o glamour da chamada Era de Ouro nas décadas de 1940 e 1950; e as adaptações que o rádio sofreu com a chegada da TV. Contempla-se também o valor social que o rádio possui e as principais características que o permitiram ser o veículo de comunicação de maior expressão no país, além de fazer projeções de suas possíveis mudanças frente às atuais inovações tecnológicas.

O programa *O jornalismo no rádio* faz um apanhado do desenvolvimento do jornalismo radiofônico, as principais funções, mudanças e programas que transformaram o rádio em um veículo transmissor de informações oficiais. O programa que totaliza nove minutos e 36 segundos, não diferentemente dos outros, traz discursos oficiais, sonoras e áudios históricos, além de lembrar os fatos mais marcantes no radiojornalismo. Dá-se destaque inicial para as coberturas jornalísticas durante a Revolução Constitucionalista de 1932, em São Paulo. Trata-se também do contexto histórico em que surgiu o programa oficial do governo, *A Voz do Brasil*, abordando suas principais mudanças ao longo dos anos e suas principais características atualmente. Relata-se o precursor dos jornais contemporâneos do país, o *Repórter Esso* que alcançou alta credibilidade e teve oito apresentadores, ganhando destaque Heron Domingues. Evidencia-se também radiojornais que fizeram sua história no veículo e contribuíram para a evolução do jornalismo no país. Além disso, trata-se das mudanças que o jornalismo sofreu junto ao veículo com a chegada da TV e o surgimento da internet, em termos de qualidade e instantaneidade na divulgação das notícias.

Com duração de nove minutos e 52 segundos, o programa *O entretenimento no rádio* contempla as principais mudanças na programação das emissoras de rádio à medida que o veículo ia se popularizando. Se primeiramente eram transmitidos concertos e recitais, posteriormente os horários no rádio foram ocupados por radionovelas, programas de humor e marchinhas de carnaval. Outro aspecto levantado é o enorme sucesso dos concursos musicais e os programas de auditório. Contempla-se os grandes artistas dessa época e ainda realiza-se uma reflexão sobre o valor social que esses programas representavam para os ouvintes. Cita-se grandes personalidades e programas de entretenimento, humor e ainda ressalta- a febre que se tornaram as radionovelas, com destaque para *Em busca da Felicidade* e *Direito de Nascer*, transmitidas pela Rádio Nacional. Outro tema tratado no roteiro são as formas de utilização da música pelo rádio e sua significativa representação para o veículo com o surgimento das emissoras FM's.

Em *A publicidade no rádio*, com duração de oito minutos e 42 segundos, relembra-se a importância do momento em que a propaganda foi regulamentada no rádio brasileiro, já que isso possibilitou que as emissoras pudessem obter recursos financeiros através de anúncios de empresas e serviços durante sua programação. Tal mudança foi fundamental para que fosse possível destinar investimentos em profissionais a fim de exercerem funções específicas em cada emissora, tirando o rádio de sua fase amadora e tornando-o um veículo com cada vez mais credibilidade. Além disso, faz-se um apanhado geral das formas de publicidade radiofônicas mais eficientes, como jingles e merchandising. Contempla-se ainda o desenvolvimento da propaganda no meio e a influência social que exercia e exerce sobre o ouvinte.

O programa *O esporte no rádio*, com nove minutos e 39 segundos de duração reconta a importante relação estabelecida entre o meio de comunicação e as transmissões e coberturas esportivas durante os 90 anos de história no país. São lembrados alguns momentos históricos como a primeira narração de uma partida de futebol, realizada por Nicolau Tuma em 1931, a primeira transmissão de automobilismo, no GP do Rio de Janeiro e a primeira transmissão esportiva internacional com a cobertura da Copa do mundo de Futebol de 1938, disputada na França. A cobertura do primeiro título mundial da copa do mundo de futebol também ganha destaque. Ressalta-se ainda que o rádio foi o principal responsável por consagrar personalidades do meio esportivo junto à população nacional antes da chegada da TV e mesmo após os primeiros anos desta no Brasil. E também algumas emissoras que se especializaram na cobertura esportiva no país. Por fim, aborda-se



o papel da internet na personalização das emissoras de rádio, já que inúmeras webrádios foram criadas por entidades esportivas, dirigentes, veículos de comunicação e torcedores.

O programete *A música no rádio* contempla a música como componente essencial durante a trajetória do veículo e apresenta a canção *Cantores do Rádio* nos minutos iniciais. Tem duração de 8 minutos e 20 segundos e trata da evolução do setor musical no rádio, citando grandes composições, artistas e programas. Apresenta-se trecho de “O Guarani” de Carlos Gomes para exemplificar a primeira década mais erudita do veículo. Aborda-se o estreitamento de música/rádio com a chegada dos programas de auditórios na década de 1930, e o lançamento das marchinhas de carnaval para todo país através do rádio. Grandes nomes e canções que foram responsáveis por febres nacionais e a rivalidade entre cantores nos programas de auditório são citados. Aponta-se como o rádio aproximava, e ainda o faz, o ouvinte de seus ídolos. Ressalta-se ainda a importância da música na sustentação do rádio após a chegada da TV e a transformação da programação de grande parte das emissoras, já na era FM, para essencialmente musical.

O programa *O rádio e as novas tecnologias*, com duração de nove minutos e 15 segundos, tem como principal objetivo traçar as novas possibilidades do rádio com a chegada da internet e o desenvolvimento da tecnologia que permite a instauração do modelo de transmissão digital. Ressalta-se a necessidade de adaptação necessária para que o rádio se mantivesse em meio a esse contexto e apontam-se algumas saídas encontradas, como o uso da internet como nova plataforma para as transmissões. Destaca-se que em alguns momentos a internet surge como elemento que reforça características marcantes do rádio como velocidade, praticidade, dinamismo e possibilidade de segmentação. Mas a fusão rádio-internet fomentou algumas discussões sobre os conceitos básicos do rádio, quanto a sua forma e conteúdo, e as possíveis ampliações desses conceitos devido à rápida proliferação de webrádios, podcasts e a formação de um playlist musical próprio em diversos sites, as chamadas rádios pessoais.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Abordar o rádio por meio de uma série radiofônica simboliza o encanto pela história desse veículo que, nestes 90 anos, teve imenso apelo popular, passando por mudanças e se adaptando aos contextos sociais e tecnológicos. O rádio se consolidou como um dos principais meios de comunicação até hoje, “por ser um dos meios que apresenta menor

exclusão social, além de, após as descobertas tecnológicas, ter a capacidade de acompanhar o ouvinte, onde quer que ele esteja” (BRANDÃO e NUNES, 2007).

Assim, a série *Rádio no Brasil - 90 anos ecoando história* ocupa seu lugar nessa história, se portando como um elo entre o passado e as perspectivas do veículo mais popular do país, tendo como principal característica ser um produto completo voltado para profissionais, pesquisadores e amantes do rádio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos - os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

BRANDÃO, Amaurícia Lopes Rocha; NUNES, Rosane. **Rádio: uma mídia de massa com grande poder de segmentação e de inclusão a informação**. Ceará: Regiocom, 2007.

CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2009.

**O Rádio no Brasil**. Gravação do serviço brasileiro da BBC, Londres, 1998

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdos**. São Paulo, Summus, 1985.

PRADO, Emilio. **Estrutura da Informação Radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

SOARES, Antonio Jorge, HELAL, Ronaldo e SANTORO, Marco Antonio. **Futebol, Imprensa e Memória**. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos. São Leopoldo, RS. Unisinos, 2004.

TAVARES, Reinaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Negócio, 1997.