



## O feature radiofônico alemão: tendências e transformações<sup>1</sup>

Rakelly Calliari Schacht<sup>2</sup>  
Universidade Estadual de Londrina

### Resumo

Gênero que tomou corpo na Alemanha a partir dos anos 1940, o feature radiofônico explora os limites entre o jornalismo e a arte. Autores e produtores europeus vem enfrentando a dificuldade de concorrer com a programação de emissoras privadas, há mais de 20 anos, período em que se assistiu a concessões de alguns preceitos do gênero, mas também o encontro de soluções criativas para a sua sobrevivência. Este artigo descreve quais foram as adequações e iniciativas adotadas, e que podem servir de exemplo para o aprimoramento de um radiojornalismo de fôlego, no Brasil.

### Palavras-chave

Rádio; radiojornalismo; feature radiofônico.

### Introdução

Um gênero radiofônico situado na fronteira entre o jornalismo e a arte, o feature radiofônico teve sua semente plantada no início do século XX, na Inglaterra, e se estruturou no período pós-segunda guerra na Alemanha, dali partindo para diversos outros países<sup>3</sup>.

Após décadas de desenvolvimento profícuo nas emissoras públicas germânicas, a dinastia da “disciplina-rainha do jornalismo”<sup>4</sup> foi ameaçada a partir de meados dos anos 1980, quando o sistema de alemão de radiodifusão daquele país foi aberto à concorrência privada.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, no XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista formada pela Universidade Estadual de Londrina e especialista em História e Sociedade, pela Universidade Estadual de Maringá.

<sup>3</sup> Para saber mais sobre o gênero e sua história, consultar SCHACHT, R.C.; BESPALHOK, F.L.B.. Um gênero entre o jornalismo e a arte: o feature radiofônico. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27. 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM e Do rolo ao computador, em busca da linguagem própria: a história do feature Radiofônico. In: História da mídia sonora, EDIPUCRS, 2009.

<sup>4</sup> Apud BAUERNFEIND, W. e ZINDEL, U.. In: REIN, W. e ZINDEL, U.. Das Radio-Feature: ein Werkstattbuch. Konstanz, UVK Medien, p. 41



Quando tomamos o primeiro contato com essa forma de produção, por volta do ano 2000, já havia se desenvolvido uma série de discussões sobre o tênue limiar que separa a busca por audiência da dispensa de padrões de qualidade que caracterizaram o gênero ao longo de tantos anos.

Entre as tendências apontadas na época, por exemplo, estavam o uso de música pop e rock para atrair o público jovem e dinamizar as produções, além da tentativa de reproduzir o gênero em versões mais breves. Essas adequações encontravam simultaneamente ecos e posições de resistência. O autor Udo Zindel era um dos que viam com bastante ceticismo as mudanças e as parcerias com empresas privadas.

Se um autor disposto encontra seu tema e a forma ideal para apresentá-lo, então só o que falta é conseguir viabilizar a produção. Isso pode custar tempo e nervos. Nem tente com emissoras privadas – features não vingam no “ambiente da publicidade”, de negócios minuciosamente calculados.<sup>5</sup>

O feature, como se constituiu ao longo da segunda metade do século passado, é inevitavelmente um gênero dispendioso. Estamos falando de produções que sempre demandaram a disponibilização de um profissional durante dois a seis meses (Peter Leonhard Braun chegou a demorar um ano para produzir alguns dos clássicos acústicos, no fim da década de 1960 / início de 1970), que precisa de verbas para viagens (a variedade de localidades que já foram exploradas pelo feature alemão é impressionante: da Tanzânia ao Brasil, do deserto na Indiana à Big Apple New York, do meio rural alemão até Berlim) e que, antigamente, não economizava rolos: para a produção de Hyänen (1971), o engenheiro de som Dieter Grossmann acredita ter obtido cerca de 80 horas de gravações brutas<sup>6</sup>, o que significa, aproximadamente, 1h20min de captação para 1min de produção acabada.

---

<sup>5</sup> ZINDEL, Udo. **Realität hörbar machen!** Workshop, fev. 2000, p.56

<sup>6</sup> GROSSMANN, Dieter. In: OLBERT, Frank. **Feature ist Feature**. Colônia: DeutschlandRadio, 1995, p.33



## 1. Novas tecnologias: o meio é a mensagem?

Hoje, a gravação é digital; porém, o tempo que as investigações para a produção de um feature demandam é igualmente longo: primeiro sobre o tema, seus detalhes e informações de bastidores, a investigação sonora, sobre o que deve ser captado e, finalmente, a investigação por dentro do material colhido, para a edição: “só quem conhece 100% do seu material, chega a um bom resultado”, propõe Ursula Voss<sup>7</sup>, sobre a ingrata tarefa de decupagem das gravações, essencial para produções que exigem muito da forma, como o feature.

A própria essência do feature levou o gênero a essas condições de produção: aprofundar-se em um tema, um recorte da realidade. O tempo de transmissão, normalmente entre 30 e 60 minutos, também tem a ver com essa proposição.

Convencer o ouvinte requer tempo. Não é à toa que os features didáticos do pós-guerra (...) freqüentemente chegavam a quase duas horas de duração. Mas o convencimento também passa pela forma de apresentação do tema, que deve despertar o interesse do ouvinte.<sup>8</sup>

Aqui está em jogo a relação entre o tempo disponível e a construção de uma narrativa atraente e, ao mesmo tempo, ética. “Só o detalhado é verdadeiramente sustentável”: a afirmação de Thomas Mann, feita no início de sua obra de quase 800 páginas, *A montanha encantada*, pode se transportar para o rádio? O escritor argumenta que a atratividade ou não de uma história nunca dependeu do lugar ou do tempo em que se passa, mas sim de como ela é colocada para o receptor.

O embasamento das informações, essencial para o funcionamento de uma verdadeira atividade comunicativa, torna-se cada vez mais raro. Como escreveu o chefe de redação do jornal *Zeit*, em 1996:

A intensa concorrência pela audiência e credibilidade favorece o pensamento superficial, o fascínio emocional, em detrimento da reflexão avaliadora. (...) O reforço na atração emocional não se encerra nos limites da mídia eletrônica. Também a imprensa escrita,

---

<sup>7</sup> Coordenadora da redação de features da NDR. VOSS, Ursula. Zaubhafte Geschichten. In: **Sage & Schreibe Werkstatt**. Suplemento mensal da revista *Journalist*. Remagen-Rolandseck: Rommerskirchen GmbH & Co KG, Rolandshof, set. 2001, p.13

<sup>8</sup> BRÜNING, Jens. Apud STAUDE, Linda. **Montagekunst par excellence. Versuch einer Dramaturgie des Hörfunk-Features**. Trabalho de Conclusão de Curso, 1994, p.20



há tempos, procura se adequar a esse perfil cada vez mais gritante, mais rápida, menor e mais fútil.<sup>9</sup>

Sobre a nova era da mídia e, especificamente, do rádio, Helmut Kopetzky percebe que o veículo se transformou em um *background*, um som que fica em segundo plano, acompanhando a vida das pessoas, “parte da lata de lixo global. E o feature – que continuou onde sempre esteve – tornou-se programa minoritário para uma audiência especializada”<sup>10</sup>.

O autor lembra da definição que John Theochrasis, da BBC, dava ao feature: um trabalho acústico, que utiliza as possibilidades do rádio, estimula a imaginação do ouvinte, entretém de maneira emocionante e molda sua percepção de mundo e da existência humana<sup>11</sup>.

O autor Frank Olbert é ainda mais radical e diz que a busca pelo detalhamento torna o gênero quase “um dinossauro, andando por um mundo radiofônico atomizado pelo 1’30””. Segundo Olbert, não só o tempo de transmissão mas também a proposta do feature dificulta sua sobrevivência hoje.

A inserção de recursos radiofônicos e a subjetividade pregada pelo gênero dificultam as coisas, em uma época em que as próprias emissoras públicas se utilizam de números para confrontar o interesse privado.<sup>12</sup>

O escritor Jurek Becker critica a postura que direciona a programação geral para um caminho em que o noticiário internacional tende a ser mais rápido (Becker fala em “três minutos”) do que a previsão do tempo. Em bom português, o escritor acusa as emissoras de encherem lingüiça com avisos sobre engarrafamentos, aeroportos, notícias que preenchem a transmissão e “não prejudicam ninguém”<sup>13</sup>, como hoje ocorre com as emissoras *all news* brasileiras.

---

<sup>9</sup> LEICHT, Robert. Apud ZINDEL, Udo. In: REIN, W. e ZINDEL, U.. **Das Radio-Feature: ein Werkstattbuch**. Konstanz: UVK Medien, 1997, p.35

<sup>10</sup> KOPETZKY, Helmut. Vamos ouvir novamente! In: **Rádio Nova, constelações da radiofonia contemporânea 2**. Org. BENTES, I. e ZAREMBA, L.. Rio de Janeiro: UFRJ, ECO, Publique: 1997, p.76

<sup>11</sup> KOPETZKY, H., op. cit., p.78

<sup>12</sup> OLBERT, F., op. cit., p.41

<sup>13</sup> BECKER, Jurek. Apud OLBERT, F., op. cit., p.45



Esta é outra complicação que o feature encontra em emissoras financeiramente dependentes: certas informações incomodam as pessoas, a própria produção de um feature é, normalmente, motivada por algo que incomodou o autor e que guarda potenciais conflitos com anunciantes, acionistas, políticos; em última instância, com os próprios ouvintes.

Quanto menos se fala, mais o programa é compreendido. Em *Minima Moralia*, de Adorno, está a frase: “somente aquilo que eles não precisam compreender é que tomam por compreensível”.<sup>14</sup>

Quem acompanha a involução das redações e a institucionalização do “jornalista de gabinete”, logo entenderá que os interesses do feature se chocam com essa tendência. Por economia, as empresas jornalísticas veiculam muito material enviado por agências ou assessorias de imprensa, sem saírem da redação para checar (às vezes, sem nem editarem o texto recebido). Ou então, para agilizar a produção, apuram dados e realizam entrevistas por telefone, o que seria uma prática impossível em uma redação de feature.

Uma pesquisa realizada na década de 70 pela autora Charlotte Drews-Bernstein mostrava que o salário dos profissionais que trabalhavam com features não tinha acompanhado o de outros trabalhadores das rádios<sup>15</sup>. 20 anos depois, autores ainda reclamam da quantia que entra em suas contas - não todo mês, porque eles geralmente recebem por produção – em troca do seu trabalho<sup>16</sup>.

## **2. Conquistando a rede mundial: viabilidade econômica e valorização da categoria**

Algumas alternativas foram encontradas para enfrentar a dificuldade de viabilização do feature, como a parceria entre diversas emissoras na produção e a reprise na mesma emissora ou veiculação posterior em outras rádios. A mesma saída foi citada pelo autor finlandês Harry Hutamäki, em uma oficina realizada em Londrina-PR, em setembro de 2009.

---

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> OLBERT, Frank. *Feature ist Feature*. Colônia: DeutschlandRadio, 1995, p.42

<sup>16</sup> Gabriele Kreis, por exemplo, diz que receber 15 mil marcos (na época, o equivalente a 10 mil dólares), após quatro ou cinco meses de trabalho, era desestimulante. In: OLBERT, F., op. cit., p.41,42. Certamente, ela se refere a uma produção realizada em parceria entre emissoras, já que cada emissora costumava pagar de 4,5 a 7 mil marcos por uma hora de produção.



A possibilidade da reprise dificulta o tratamento de temas muito regionais ou factuais; mas garante ao autor não somente um retorno financeiro, como também a valorização do seu trabalho. Peter L. Braun, em entrevista a Katrin Schlenstedt, comenta: “é horrível quando só se pode transmitir uma vez; depois de você ter se esforçado tanto, de ter inserido ali um pedaço da sua vida, e tudo se dissolve em uma única transmissão”<sup>17</sup>.

Os features mais bem sucedidos têm sido passados para CDs<sup>18</sup>, principalmente quando tratam de tema histórico ou cultural.

É fundamental destacarmos também o esforço da Conferência Internacional de Feature, que promove encontros anuais e premiações, recupera a história de grandes autores e disponibiliza material oriundo de diversos países pela internet<sup>19</sup>.

Sem sombra de dúvidas, o grande potencial futuro e já utilizado com certo espaço está na rede mundial de computadores. O áudio em streaming, que era disponibilizado pela emissora Sender Freies Berlin em seu projeto especial sobre a história do feature e por outras rádios que disponibilizavam seu conteúdo em tempo real, evoluiu para a possibilidade ampla de down e uploads.

Desta forma, o feature ainda tem seu espaço em dez emissoras públicas alemãs<sup>20</sup>. A maioria ainda disponibiliza tempo nos padrões tradicionais, com 45 a 60 minutos de duração, no domingo pela manhã ou em horários noturnos, durante a semana. A exposição da programação nas páginas eletrônicas evolui não só nos aplicativos disponíveis, mas também no cuidado estético. Vale destacar que as chamadas são sempre acompanhadas por fotos e um resumo da produção.

Um exemplo emblemático do uso eficiente da internet é a emissora SWR (*Südwest Rundfunk*). Além de manter dois horários para transmissão pelo rádio (quintas-feiras, às 20h03 e domingos, às 14h05), a emissora mantém farto conteúdo disponível em sua página na internet, incluindo uma midiateca com conteúdo de suas emissoras de rádio e televisão e uma iniciativa de construção coletiva intitulada Dokublog<sup>21</sup>, em que produtores independentes podem postar suas gravações, instigados por temas propostos

---

<sup>17</sup> Apud ZINDEL, U.. In: **Das Radio-Feature: ein Werkstattbuch**. REIN, W. e ZINDEL, U.. Konstanz: UWK Medien, 1997, p.65

<sup>18</sup> ZINDEL, Udo. In: REIN, W. e ZINDEL, U., op. cit., p.37

<sup>19</sup> Áudios disponíveis em [http://www.netvibes.com/afc#RADIO\\_FEATURES\\_in\\_SOUND](http://www.netvibes.com/afc#RADIO_FEATURES_in_SOUND), acessado em maio/2011.

<sup>20</sup> Datas e horários de transmissão estão disponíveis em [www.radio-feature.de](http://www.radio-feature.de), acessado em 15/07/2011.

<sup>21</sup> O endereço da página é [http://www.swr.de/blog/swr2\\_dokublog](http://www.swr.de/blog/swr2_dokublog). Devido a uma invasão de hackers, a página está fora do ar, desde 07/07/2011, por período indeterminado.



mensalmente. O conteúdo do blog pode ser ouvido no site, porém, para baixa-lo é preciso fazer um cadastro gratuito, que transforma o visitante em um potencial colaborador. Eventualmente, produções postadas no site são também veiculadas pelo rádio.

As produções postadas no Dokublog dão uma mostra da tentativa de adequação do feature e outros formatos, como a paisagem sonora e a peça radiofônica, a durações menores. A tendência, que ganha impulso com os podcasts, já havia sendo observada no rádio, com destaques as iniciativas de Gisela Corves, da WDR, e as propostas de Wolfgang Bauernfeind, da SFB (atual RBB).

Bauernfeind considera viável a adaptação do feature a unidades de tempo mais razoáveis para o rádio de hoje.

Pensamos seriamente na possibilidade de se desenvolver reportagens acústicas de 20 ou 25 minutos, que também seriam, provavelmente, mais atuais. Eu, pessoalmente, diria até que se poderia inserir features de 5 ou 10 minutos em um programa de atualidades, em uma emissora popular, cuidadosamente construídos, acusticamente bem pensados, esteticamente prodigiosos, desenvolvidos para o ouvinte através de pontos-chave, de pontos significativos de informação.<sup>22</sup>

Helmut Kopetzky também já vislumbrava formatos mais enxutos, como uma nova categoria: “minifeatures” ou “docu-clips”, com duração entre três e 10 minutos. Menciona, inclusive, um fórum, realizado em uma Conferência Nacional sobre Documentários e Feature, que tratou da “arte dos features curtos”<sup>23</sup>.

A presença marcante da música eletrônica nas produções do blog também já fora testada por Gisela Corves que queria imprimir a rapidez e o ritmo da atualidade e fortalecer a inserção da música pop e rock, para atrair o interesse dos jovens pelo feature. Uma primeira experiência foi feita nos anos 90, com um programa quinzenal intitulado *Ataque na escuta: leite de lobo e água de rei (Lauschangriff: Wolfsmilch und Königswasser)*.

Eu vejo essa utilização de elementos de revista como uma possibilidade de reaproximação com o ouvinte de features e peças

---

<sup>22</sup> In: OLBERT, F., op. cit., p.43

<sup>23</sup> KOPETZKY, H., op. cit., p.77, 78

radiofônicas, o que eu acho importante, é claro: eu acredito que a arte do feature e em parte também, até onde posso julgar, da peça radiofônica, precisa se adaptar aos costumes dos anos 90, acredito que não se pode evitar o contato com a rapidez, o ritmo e o fortalecimento do pop e do rock, para se comunicar com uma geração que cresceu com isso tudo.<sup>24</sup>

### 3. Uma questão de sobrevivência

Para o autor Frank Olbert, ajustar o gênero aos hábitos dos ouvintes modernos é um caminho legítimo. Em seu feature metalinguístico, ele defende que, no futuro, é preciso que o feature ainda exista, e se apresente como uma tentativa grande, lutadora e completa, para tratar de assuntos de interesse público no rádio.

Há ainda quem, ao invés de se entregar à resignação, contraponha números para avaliar o potencial que a transmissão radiofônica representa. É o caso de Ansgar Skriver, responsável pelos features políticos da WDR. Ele lembra que uma audiência de 0,1% a um segmento de programação representa um universo de, aproximadamente, 13 mil ouvintes. Skriver admite que, enfocando os números percentuais, os ‘superiores’ ganham o argumento de que o segmento não é levado a sério e não deve receber investimentos.

Em contraposição, existem certamente uma série de argumentos: mesmo 7 mil ouvintes representariam um público maior do que o de uma revista de cultura, e você pode calcular quantas casas de ópera têm capacidade para 10 mil espectadores. (...) Nós precisamos ter a possibilidade de não pensar segundo as regras das cotas de audiência, porque assim nossa programação não será completa e múltipla...<sup>25</sup>

Em seu artigo *Vamos ouvir novamente!*, Kopetzky coloca uma questão que, para ele, está presente e talvez desafie ainda mais os autores, no futuro: “por que investir tanto dinheiro, fantasia, cérebro, paixão e trabalho na produção de features de rádio para um tão pequeno grupo de ouvintes?”<sup>26</sup>. Mas conclui ser melhor colocar a questão nos seguintes termos: “como poderíamos cultivar e até mesmo aumentar a nossa pequena,

---

<sup>24</sup> CORVES, Gisela. In: OLBERT, F., op. cit., p.44

<sup>25</sup> SKRIVER, Ansgar. In: OLBERT, F., op. cit., p.43, 44

<sup>26</sup> KOPETZKY, H. op. cit., p.76





mas requintada audiência?”, propondo que já não se pode pensar e fazer features como nos anos 60.

Sobre o conflito produção x audiência, o redator da WDR acrescenta:

... se nós correremos atrás da maximização do número de ouvintes, não vamos cumprir a nossa tarefa (das emissoras públicas), que é ter um mandato da sociedade para descobrir o que é importante para nossos ouvintes, e oferecer aquilo que lhes interessa. Se um grupo de ouvintes não aceitar a oferta, existirá outro que vai se beneficiar com aquele programa: com base nesse ponto, acredito que precisamos desenvolver a construção de um julgamento independente, que saia em seguida para dizer: “queremos transmitir isto, precisamos transmitir, correndo o risco de que apenas uma pequena parte do público nos ouça”.<sup>27</sup>

## Conclusão

Acompanhar o mercado midiático sem igualar-se a ele, mudar sem regredir: esta é a tarefa que desafia autores e produtores neste início de século, não só na Alemanha, mas em todos os países que vêm produzindo gêneros como o feature (Canadá, Estados Unidos e Finlândia, entre outros).

O Brasil, apesar de ter desenvolvido o rádio em uma história que passa alheia a esse tipo de produção, tem uma cultura oral muito presente e o rádio como um ator social integrante da vida das pessoas. Certamente não seria má ideia aproveitar essa corrente de discussões para tentar aprimorar nossa linguagem, conteúdo e a experiência online proporcionada aos ouvintes-navegadores.

## Referências bibliográficas

BESPALHOK, F.L.B e SCHACHT, R.C. **Um gênero entre o jornalismo e a arte: o feature radiofônico.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27. 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004.

\_\_\_\_\_. **Do rolo ao computador, em busca da linguagem própria: a história do feature Radiofônico.** In: História da mídia sonora, EDIPUCRS, 2009.

---

<sup>27</sup> SKRIVER, A.. In: Ibid., p.46



KOPETZKY, Helmut. **Auf der inneren Leinwand**. Feature-Workshop publicado pela revista *Cut*, ago. 2000.

\_\_\_\_\_. **Draufhalten**. Feature-Workshop publicado pela revista *Cut*, maio 2000.

\_\_\_\_\_. **Reporter mit Atem**. Feature-Workshop publicado pela revista *Cut*, set. 2000.

\_\_\_\_\_. Vamos ouvir novamente!. In: **Radio nova, constelações da radiofonia contemporânea 2** / Org. Ivana Bentes e Lílian Zarembo. Rio de Janeiro: UFRJ, ECO, Publique, 1997.

OLBERT, Frank. **Feature ist Feature**. Colônia: DeutschlandRadio, 1995.

RADIO FEATURE. Disponível em <[http://www.swr.de/blog/swr2\\_dokublog](http://www.swr.de/blog/swr2_dokublog)>, acessado em julho/2011.

RADIO FEATURES IN SOUND. Disponível em <[http://www.netvibes.com/afc#RADIO\\_FEATURES\\_in\\_SOUND](http://www.netvibes.com/afc#RADIO_FEATURES_in_SOUND)>, acessado em maio/2011.

REIN, Wolfgang e ZINDEL, Udo. **Das Radio-Feature: ein Werkstattbuch**. Konstanz: UVK Medien, 1997.

SPERBER, George Bernard. **Introdução à peça radiofônica**. São Paulo: EPU, 1980.

STAUDE, Linda. **Montagekunst par excellence** – Versuch einer Dramaturgie des Hörfunk-Features. Trabalho de Conclusão de Curso, 1994.

VOSS, Ursula. Zaubhafte Geschichte. **Sage & Schreibe Werkstatt**. Publicação mensal da revista *Journalist*. Remagen-Rolandseck: Rommerskirchen GmbH & Co KG, Rolandshof, setembro/2001.

ZINDEL, Udo. **Dramaturgischer Brückenbau**. Feature-Workshop, revista *Cut*, mar. 2000.

\_\_\_\_\_. **Radiophone Sternennacht**. Feature-Workshop, revista *Cut*, abril 2000.

\_\_\_\_\_. **Realität hörbar machen!** Feature-Workshop, revista *Cut*, fev. 2000.