



O gênero documentário no rádio¹

Jéssica Bazzo SOUTO²

Marcia Mariano Raduam CAETANO³

Instituto de Ensino Superior de Rio Verde - IESRIVER, Rio Verde, GO

RESUMO

O presente trabalho tem como principal objetivo levantar as principais características do documentário radiofônico, bem como levantar dados sobre a história da radiodifusão. Percebe-se que o gênero ‘radiodocumentário’ não é explorado pelas emissoras brasileiras. A opção por esse gênero como objeto de pesquisa vem de encontro com o interesse pelas reportagens especiais e informações mais apuradas com respaldo em análises documentais e entrevistas com a população ouvinte de rádio. Sabe-se que a produção de um documentário exige do repórter apuração aprofundada em documentos e entrevistas, além de envolver sonoplastia e edição adequadas. Para o desenvolvimento deste trabalho realiza-se uma breve pesquisa sobre a comunicação de massa, as definições e o papel do jornalismo destacando sua importância na função de informar a população. O rádio, desde sua origem, mantém sua função mais antiga: a de transmitir cultura e conhecimento gratuitos a toda a população, não fazendo acepção de pessoas, alcançando analfabetos e letrados, a região urbana e a rural, todos sintonizados na mesma frequência: da informação, cultura e lazer, destacando por fim a importância do rádio por sua abrangência, maior inclusive que o jornal impresso, levando o tema à abordagem do documentário radiofônico, um especial de rádio e maior que uma reportagem. Nesse sentido, o que se pretende com este trabalho é construir conhecimento ao conhecer o documentário radiofônico.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; jornalismo; rádio; rádio-documentário.

1. Introdução

A comunicação em suas várias manifestações é fundamental para o desenvolvimento do ser humano. O homem tem necessidade de se comunicar e saber o que acontece no mundo em sua volta. Nesse processo, o jornalismo é essencial, pois mediante profissionais especializados, a informação é repassada

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 7 a 9 de junho de 2012.

² Estudante de graduação do 7º Período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo do Instituto de Ensino Superior de Rio Verde (IESRIVER). E-mail: jessicabsouto@gmail.com

³ Orientadora, Graduada em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), especialista em Artes Cênicas (USC) e mestre em Comunicação Midiática (UNESP). Coordena o Programa de Iniciação Científica dos cursos de Comunicação Social (INICIACCOM) do IESRIVER/Faculdade Objetivo.



através dos meios de comunicação aos lares de cada indivíduo. A população crê na informação repassada pelos MCM (Meios de Comunicação de Massa) chegando ao ponto de ficarem passivos aos conteúdos, ainda assim o processo não pode ser desmerecido.

O rádio, um dos meios de comunicação mais populares, é um dos meios mais democráticos, pois não é preciso saber ler e escrever para entendê-lo e conseguir a informação. Apesar das perspectivas pessimistas e do espaço perdido com a televisão, o conteúdo produzido nesse veículo pode ser memorável e levar a imaginação dos ouvintes.

2. Comunicação de Massa

A invenção dos tipos móveis de imprensa por Gutenberg no século XV marcou o surgimento dos meios de comunicação, ou ao menos deu uma ideia do que futuramente seriam os meios de comunicação de massa, pois possibilitou a impressão em larga escala de conteúdos impressos, com a reprodução de textos da época. No princípio restrito à classe alta e pessoas letradas, sua influência não foi imediata, a ponto de alcançar a cultura das massas populares. Os primeiros conteúdos produzidos eram chamados de folhetins que simbolizavam para o período o que as novelas são hoje, originando o termo cultura de massa, pois não era feito por aqueles que o consumiam. Depois da revolução industrial que aconteceu nos séculos XVIII e XIX, com uma economia baseada no consumo de bens surgem os termos indústria cultural, meios de comunicação de massa e a cultura de massa, que são originados pelo movimento de industrialização. A cultura ganha então com o movimento características da indústria, ela passa a ser vista como instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido, uma cultura precíval (COELHO, 1998).

O termo comunicação de massa é definido por TAVARES (1999), como um tipo especial de comunicação, envolvendo condições de operações distintas, natureza, audiência, experiência da comunicadora e do comunicador, a qual é dirigida para uma audiência grande, heterogênea e anônima, não a indivíduos específicos. A comunicação de massa é, portanto caracterizada como: pública, rápida e transitória, a última porque tem a intenção de que seja consumida rapidamente.



Na verdade, o desenvolvimento de estudos mais sistemáticos sobre a comunicação é consequência antes de tudo do advento de uma nova prática de comunicação: a comunicação de massa, realizada através de meios eletrônicos (o jornalismo de massa do fim do século XIX, e, no início do século XX, o rádio e o cinema) possibilitando o alcance de audiências de massa, a supressão do tempo e da distância (ARAÚJO, 2001, *apud* BARBOSA FILHO, 2009, p. 28-29).

Sobre os objetivos da comunicação de massa WRIGHT (1964) *apud* BOSI (2007), responde à questão:

1. Detecção prévia do meio ambiente (consiste na coleta e distribuição de informes sobre os acontecimentos do meio)
2. Interpretação e orientação (consiste na seleção, avaliação de notícias, feitas, em geral, pelos editoriais de jornal visando orientar o leitor certo tipo desejado de reação às notícias).
3. Transmissão de cultura (consiste na comunicação de informações, dos valores e normas sociais de uma geração a outra ou de membros de um grupo a outros recém-chegados. É a atividade educacional).
4. Entretenimento (consiste nos atos comunicativos com intenção de distrair, divertir o receptor).

Em contrapartida, a comunicação de massa também apresenta disfunções e funções que são descritas por MERTON-LAZARFELD (1957) *apud* BOSI (2007):

- a) Atribuição de status a um indivíduo, ou legitimação desse prestígio. Pessoas ‘importantes’ aparecem na TV para endossar o conteúdo da propaganda ou a veracidade da notícia transmitida;
- b) Reforço das normas sociais explícitas ou implícitas, por meio de alternativas fatais. A publicidade elimina o hiato existente entre a moral particular e a pública. Sirvam de exemplos as grandes “cruzadas” radiofônicas ou televisivas contra o alcoolismo, o comunismo ou o pacifismo;
- c) Disfunção narcotizante. A publicidade concorre para produzir uma parcela populacional apática e inerte. A massa de informações é recebida passivamente e não se integra em qualquer projeto social ou intelectual organizado por parte do receptor. Por passividade entendem Merton e Lazarsfeld tanto o conformismo sociopolítico quanto a recepção de estereótipos culturais e estéticos, em particular. A influência da comunicação de massa também deriva do que ela não diz, das suas omissões.

2.1. Jornalismo

O jornalismo e a comunicação de massa estão conectados, tanto que “a essência do jornalismo está em uma combinação simples: o interesse de uma coletividade em saber do mundo em que vive e a disposição de satisfazê-la, em certa medida, por quem possa fazê-la (FREITAS, 2009, *apud* PINTO, 2009, p. 34)”.



Jornalismo é retratar um acontecimento com muito cuidado fazendo com que seja mais real e imparcial possível. A principal ferramenta do jornalista é a informação, por isso é de suma importância saber selecionar essas informações, saber se ela é realmente de interesse público e defini-la no grau de sua importância. “Um exame da maioria dos livros e manuais sobre jornalismo define as notícias em última análise como tudo o que é importante e/ ou interessante. Isto inclui praticamente a vida, o mundo e o *outer limits* (TRAQUINA, 2005, p. 19)”.

Para PEREIRA JÚNIOR (2006) o jornalismo é mais que um serviço, é também um compromisso com a sociedade “O jornalismo é um campo de aplicação da ética, mas é também uma disciplina de verificação instrumental. Só fará sentido na inserção entre: desempenho técnico (cujo terreno é verificável) e o compromisso ético e humanístico (seu horizonte é a cidadania) (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p.13)”.

O papel fundamental desta profissão é trabalhar com a realidade, objetividade e a imparcialidade. Sendo assim, ganhar em troca a credibilidade do veículo de comunicação e passar segurança para seus leitores, ouvintes ou telespectadores. Misturar a realidade e ficção é um dos grandes pecados que um profissional da imprensa pode cometer, levando a condenação da sociedade e fim de uma boa carreira jornalística (TRAQUINA, 2005).

3. O rádio

O rádio, objeto de estudo deste trabalho, começou a adquirir características massivas na década de 20, mesma época em que se deu a ascensão da sociedade industrial, que tem entre seus traços marcantes a democratização da informação.

Pela capacidade de amplitude do rádio na veiculação de informações CHANTLER E STEWART, (2006), relatam que o conteúdo radiofônico produzido pode ser forte e memorável, haja vista a flexibilidade desta mídia, baixo custo, rapidez e simplicidade; apontado ainda como a melhor ferramenta para criar imagens mentais estimulando a imaginação, pois estas não estão determinadas pelo tamanho da tela, o conteúdo é tratado de forma pessoal, entre a “conversa” locutor e ouvinte. McLuhan já havia escrito na década de 60 sobre o poder que o rádio tem na comunicação direta entre o ouvinte:

[...] as profundidades subliminares do rádio estão carregadas daqueles ecos ressonantes das trombetas tribais e dos tambores antigos. Isto é



inerente à própria natureza deste meio, com seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco [...]. (MCLUHAN, 1996, *apud* BARBOSA FILHO, 2009, p. 145).

É a partir da história do rádio que pode-se comprovar porque o veículo é sinônimo de sucesso quando o assunto é comunicação. Sua história é marcada por nomes de apaixonados, cientistas, empreendedores e ousados profissionais a começar pela sua história no Brasil, como relata TAVARES (1999), “O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador dos enfermos; o guia dos sãos, desde que realizem com espírito altruísta e elevado”, com essas palavras o professor, médico, cientista e precursor do rádio no país Edgard Roquette-Pinto definiu a importância deste veículo para o povo brasileiro, o qual ele bem conhecia por seus diversos estudos antropológicos no país.

Em 1923 Roquette-Pinto fundou a Sociedade Rádio do Rio de Janeiro PRA-2. Uma instituição educativa sem ambições de transformar-se em um veículo comercial, posteriormente pensando novamente na valorização cultural do Brasil Edgard, por meio de carta resolveu doá-la ao Ministério de Educação e Cultura. Ao ficar sabendo que a emissora seria incorporada ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) do presidente da época, Getúlio Vargas, Roquette-Pinto escreveu outra carta salientando que a rádio não estava sendo entregue ao governo e sim à educação do país. O governo concordou com as exigências e em 7 de setembro de 1936 o professor entregou solenemente a emissora ao Ministério.

Bem antes disso, em 1864 começavam os primeiros estudos que poderiam resultar no invento do rádio, o físico escocês James Clerk Maxwell lançou a teoria de que uma onda luminosa podia ser considerada como uma perturbação eletromagnética que se propagava no espaço vazio atraída pelo éter. Maxwell morreu sem levar a sua teoria para o campo experimental, deixando apenas a ideia matematicamente comprovada, de que ondas de natureza eletromagnética povoavam o infinito em todas as direções e a luz e o calor radiante pertenciam a esse tipo de ondas.

Vinte e três anos mais tarde, em 1887, um estudante alemão impressionado com a teoria construiu um aparelho que se compunha de duas varinhas metálicas de oito centímetros de comprimento, colocadas no mesmo sentido e separadas por um intervalo de dois centímetros; unindo cada varinha aos pólos de um gerador de alta tensão, carregava-se um condensador, parte integrante do equipamento, que sofria o mesmo



número de alterações. As ondas descobertas foram chamadas “ondas hertzianas” em homenagem ao descobridor. Após oito anos, em 1895, surgiu na Itália, na cidade de Bolonha, Guglielmo Marconi, que observando as experiências de Hertz, teve a ideia de transmitir sinais a distância. Assim descobria ainda a antena e os sinais enviados ao espaço. Marconi teve ajuda do governo para conseguir captar sinais do espaço, para tanto utilizou uma antena avançada na época, cujo nome era Detetor. O estudioso conseguiu enviar três sinais do telégrafo, realizando a primeira transmissão. O principal marco na história radiotelegrafia foi a transmissão de uma regata realizada no Canal da Macha, a competição de barcos foi transmitida por meio do código Morse, esse seria um dos primeiros passos da radiodifusão.

Questionando a autoria da invenção do rádio atribuída a Marconi, Robert Uth⁴, documentarista, traz o nome do cientista e físico croata Nikola Tesla (1856-1943). O documentarista usa do depoimento de diversos estudiosos e historiadores e fala das criações de Tesla, o qual em 1917 propôs os conceitos de ondas de rádio que refletem em um objeto para determinar sua posição e velocidade, 17 anos antes da invenção do radar.

Foi Tesla quem patenteou a comunicação sem fio usada em todas as transmissões de rádio e televisão. A princípio Tesla não almejava a transmissão do som, mas a transmissão da luz sem fio. Naquela época (1888) Hertz havia provado que correntes de alta frequência transmitem ondas eletromagnéticas, ou ondas de rádio no espaço. Em 1893 Tesla descobriu que os enrolamentos da bobina criada por ele (bobina de Tesla) poderiam transmitir e receber sinais de rádio ao serem sintonizados para ressonar em uma mesma frequência. “Sintonia é a chave de todas as transmissões de rádio e televisão” UTH (2000).

No início de 1895 Tesla já podia transmitir um sinal por 75 quilômetros até *West Point*, Nova York, mas um incêndio no prédio do laboratório de Nikola Tesla fez com que todas as suas criações fossem perdidas. Na Inglaterra nesse período Guglielmo Marconi havia criado um aparelho para telegrafia sem fio. Para evitar que Marconi tomasse suas ideias Tesla abriu um novo laboratório e se apressou para criar seu sistema de comunicação sem fio. Essa patente foi requerida por Tesla em setembro de 1897 é a tecnologia fundamental do rádio. Enquanto isso Marconi obteve sucesso em transmitir um sinal por sete quilômetros na Inglaterra. Decidido a vencer, em 1898 Tesla decidiu

⁴ Diretor e produtor do documentário *Tesla, o mestre dos raios* (2000) exibido na TV Escola entre a segunda quinzena de fevereiro e primeira quinzena de março de 2012.



apresentar uma nova invenção, em que por controle remoto ele controlava os movimentos de um barco mecânico sem nenhum fio ligado a ele, este foi o primeiro aparelho do mundo controlado por rádio.

Em 1899 Tesla se mudou para Colorado Springs, nos Estados Unidos, para realizar experiências secretas, aos curiosos ele disse que pretendia enviar uma mensagem sem fio até Paris, na França, à exposição de Paris de 1900, mas seus planos eram maiores, ele pretendia transmitir uma corrente elétrica através da atmosfera com base nos raios, dentro de uma estação criada por ele, o cientista construiu a maior bobina de sua vida, a qual deu o nome de transmissão amplificador. Uma antena se erguia 45 metros acima do local com uma esfera de folha de cobre na ponta, a estação inteira era uma máquina de criar raios. Certa noite ao acionar o circuito foram emitidas enormes fagulhas elétricas, o som das descargas podia ser ouvido a distância, do lado de fora raios artificiais com mais de 30 metros podiam ser vistos no topo da antena, a cidade inteira ficou sem luz, os moradores ficaram furiosos, mas o cientista decidiu continuar com suas experiências por mais seis meses. Certa noite Tesla percebeu um sinal repetido sendo recebido por seu aparato e julgou ser comunicação extraterrestre. Em uma carta para a cruz vermelha americana ele escreveu a mensagem recebida de “outro mundo”, a qual dizia: um, dois, três...

Embora tenha sido ridicularizado Tesla pode ter sido o primeiro a detectar ondas de rádio vindas do espaço. Os quais são recebidos até hoje pelos radiotelescópios. Em 7 de janeiro de 1890 o cientista volta a Nova York.

Marconi chegou a Nova York em 1900, a fim de atrair investidores para sua nova empresa (Marconi América), ele solicitou uma patente americana para seu sistema de telegrafia sem fio, mas ela foi negada por ser similar a invenção de Tesla.

Continuando sua carreira científica Nikola Tesla escreveu sobre uma rede de comunicação global, *wireless* e atraiu os olhares do investidor John Pierpont Morgan, que concordou em investir 150 mil dólares no centro mundial de comunicação de transmissão de rádio de Tesla, mas a verdadeira intenção do inventor era transmitir energia sem fio, o que foi mantido em segredo até para o investidor. No verão de 1900, Tesla mudou-se para Long Island e iniciou a construção de uma enorme torre, construída a 57 metros do chão. Especialistas apresentados no documentário acreditam que ele poderia ter enviado sinais através do atlântico sem o menor problema com uma estação daquela magnitude, mas ele não o fez porque insistia na transmissão de energia sem fio. Então em 8 de dezembro de 1901 Marconi transmitiu sua famosa letra “S”



através do atlântico, Tesla não deu importância ao progresso do italiano. “Marconi é um bom camarada deixe que continue, ele está usando 17 das minhas patentes”, foi o que disse Nikola Tesla sobre o episódio. Mas Marconi usou o sistema de Tesla para transmitir sinais e alegou que era ideia dele. Morgan estava desistindo de financiar Tesla e o cientista decidiu contar a verdade sobre seu invento, mas Morgan visava lucro rápido e decidiu apoiar Marconi. Tesla então começou a sofrer dificuldades financeiras e por falta de investimentos desistiu de prosseguir com suas experiências.

Em 1904 o escritório de patentes americanas repentinamente alterou suas decisões prévias e deu a Marconi a patente do rádio.

Sem dinheiro para continuar seus trabalhos Tesla recolheu-se a seu mundo isolado e em 1909 Marconi recebeu um prêmio Nobel. Desesperado por dinheiro Tesla processou a Marconi *Company* alegando que seus direitos de patentes haviam sido infringidos, no entanto ele não dispunha de recursos para travar uma batalha judicial e terminou desistindo. Cinco meses após a morte de Tesla em 21 de junho de 1943 a Suprema Corte norte-americana declarou que elementos da patente de Marconi eram inválidos. A decisão confirmou a prioridade da patente de Nikola Tesla para a tecnologia fundamental do rádio⁵. Seguindo os parâmetros de Marconi, outro inventor surge para amplificar a comunicação de massa. Padre Roberto Landell de Moura, sacerdote, gaúcho de Porto Alegre (RS) criativo e muito inteligente, contribuiu no processo da comunicação de massa. Ainda em 1892, antes do surgimento de Marconi, Moura já fazia experimento como a válvula amplificadora para transmitir e receber palavras humanas do espaço. Após dois anos a experiência do padre gaúcho se repetia, antes dos inventos de Marconi. No ano de 1896, Marconi patenteou o invento na Inglaterra. “Quatro anos depois, em 1900, o governo brasileiro concedeu ao Padre Roberto Landell de Moura, a patente de número 3.279 para ‘um aparelho apropriado à transmissão da palavra à distância, com ou sem fios, através do espaço, da terra e da água’(TAVARES, 1999, p. 22)”.

Mas seu invento não foi visto com bons olhos pelo povo e por isso o padre foi obrigado a transitar de cidade em cidade, atrasando suas pesquisas científicas e seu invento. A invenção passava por tempos ruins, pois o preconceito tomava conta do ambiente. Certo dia ao voltar para casa Landell de Moura se depara com a porta

⁵ ROBERT UTH, Tesla. **O mestre dos raios**. 2000. Documentário. Veiculado na TV Escola entre a segunda quinzena de fevereiro e a primeira quinzena de março de 2012.



arrombada e o pequeno laboratório destruído. No entanto apesar dos prejuízos jamais deixaria o invento parar. Aos poucos recuperou tudo novamente.

Em 1902, Padre Landell, sacudiu a opinião pública ao transmitir sua voz pelo espaço sem a utilização de fios. A demonstração aconteceu em Mogi das Cruzes (SP).

Depois do “convite” da população do vale do Paraíba para se retirar da cidade, Landell de Moura foi para Nova York, onde passou por três anos aperfeiçoando seus conhecimentos e descobertas, as quais foram consideradas revolucionárias, obteve as patentes, como transmissor de ondas, telefone sem fio e o telégrafo sem fio.

Em 1906, surgiram as primeiras experiências com os receptores de galena, cujo elemento principal era um pequeno fragmento de sulfato de chumbo natural. A invenção possibilitou a facilidade na transmissão radiofônica, como as transmissões aconteciam esporadicamente, raramente ocorriam interferências de sintonização. Posteriormente eles foram substituídos pelo dial, um mostrador com várias escalas percorrido por um ponteiro que assinalava a frequência sintonizada, que tinha menos interferência na transmissão.

Um novo jovem técnico em 1916, também trabalhava na campanha de Marconi. David Daniel Sarnoff apresentou a proposta a superiores para fabricação de aparelhos “radio receptores”, ou caixa “rádio musicais”, porém fora recusada.

Mais tarde surgiu outro técnico, Frank Conrad, que passou a transmitir como distração, notícias românticas nos jornais e a executar uma programação de discos em uma garagem em Pittsburgh, Pensilvânia, nos Estados Unidos.

Em pouco tempo as transmissões foram ganhando público de radioamadores que solicitavam músicas favoritas. As lojas Pittsburgh começaram a vender aparelhos receptores de rádio adaptados para ouvir *Westoghouse Station*.

A direção *Westoghouse*, percebeu a grande importância do invento que tinha nas mãos. Em 2 de novembro 1920, implantou KDK-A que transmitiu as eleições presidenciais norte-americanas daquela época. A iniciativa teve repercussão na opinião pública americana e isso nasceu de uma ampla e segura cobertura jornalística que foi exemplo das emissoras.

O processo de radiodifusão norte- americana foi inovador. No ano de 1921 já existia quatro emissoras radiofônicas, em 1922 o número passou para 29, em dezembro superou mais de 300 estações radiofônicas.



Após o processo de radiodifusão outros países europeus, ocidentais usavam o invento como monopólio estatal. As instituições radiofônicas movimentavam países como: França, Alemanha, Itália, Inglaterra, Japão entre outros países.

As primeiras manifestações da radiodifusão na França foram em 1921, mas as transmissões só ocorreram em 1922, com instalação de uma emissora oficial na Torre *Eiffel*. Na Holanda a radiodifusão foi entregue a cinco emissoras associadas com caráter religioso, político e outras independentes.

Logo surgia em 1952, a televisão que deixou o rádio de lado por um tempo. Tirou da sala para quartos, banheiros, cozinha e automóveis. Houve até afirmações que o rádio poderia sumir em 10 anos.

A concorrência entre televisão e rádio deixava o público entre a escolha de qual seria a melhor opção. Apesar da nova tecnologia o rádio ainda permanecia imbatível, principalmente com ajuda do transmissor o veículo ampliou o poder de penetração. Nada superava, nem mesmo a televisão e os jornais, no rádio não precisava ler apenas ouvir.

No Brasil, a descoberta da radiodifusão só aconteceu em 1922, quando um grupo de empresários americanos resolveu demonstrar a montagem e o funcionamento da emissora radiofônica. Tudo aconteceu no Rio de Janeiro, na Exposição do Centenário da Independência do Brasil, na antiga Capital Federal. Em 7 de setembro do mesmo ano o discurso do presidente da República Dr. Epitácio do Silva Pessoa foi transmitido pelo sistema de telefone alto-falante, na praia Vermelha.

O país estava cercado de insegurança e no contexto cultural, em São Paulo acontecia a I Semana de Arte Moderna, o evento reuniu grandes intelectuais, dentre eles Tarsila do Amaral, Manoel Bandeira e vários outros. Na política, o país passava por eleições presidenciais, as quais foram marcadas para 1º de março daquele ano. O clima de instabilidade na política estava em alta, novos partidos surgiam e o único meio de informação eram cartas, as quais eram facilmente e frequentemente falsificadas. Como a política continuava em clima de tensão o presidente Epitácio Pessoa, com medidas de ferro contornou a situação.

A memorável Exposição do Centenário da Independência do Brasil foi uma das programações da demonstração do rádio no Brasil. O povo acompanhava os acontecimentos com indiferenças devido à derrota de Nilo Peçanha.

A manifestação radiofônica percorria toda a Nação, com várias personalidades do meio empresarial de todo o mundo. Para despertar o interesse do público eram



divulgadas as contratações de shows de variedades, exhibições de banda de música, espetáculos pirotécnicos, pugilismo, etc (TAVARES, 1999).

No ano de 1999 o rádio era visto para muitos estudiosos como um grande meio de comunicação. A ponto de ultrapassar os grandes veículos de difusão de massa como a televisão, contrariando previsões pessimistas, pois muitos acreditavam no seu fim, quando nos anos 50 chegava aos lares os televisores. Lorde Ryder de Wensum, vice-presidente da BBC destaca o rádio como um meio que superou a televisão em vários sentidos.

O rádio não só transmite notícias de uma nação, mas também a própria voz da nação. Ele mantém as pessoas em sintonia com o resto do mundo, permitindo que as mais distantes regiões troquem experiências e apoiem uma as outras (RYDER, 2006, *apud* CHANTLER E STEWART 2006).

Num contexto mais recente BARBOSA FILHO (2009), explica que tendo em vista o moderno o rádio ainda está hesitante, pois a televisão lhe tirou a maior parte da publicidade, investimentos, profissionais e ideias. Alguns setores mantiveram-se de forma até tradicional, como é o caso do jornalismo, música, prestação de serviço e transmissões esportivas. O meio ainda vive um processo de modernização, e as maiores emissoras são as que têm mais lucros devido, investimentos em tecnologia, enquanto as menores padecem por falta de apoio e recursos. Apesar disso o rádio tem mostrado soluções inteligentes para conseguir respeito e audiência do público, haja vista suas qualidades que foram comprovadas com o passar do tempo, como a credibilidade, alcance e riqueza de linguagem. O rádio está se transformando em objeto de multimídia ganhando espaço em *sites* na internet.

4. Documentário radiofônico

Inicialmente o rádio era basicamente constituído por discos e espetáculos. Desde o princípio os recursos não verbais são utilizados nas locuções e programações radiofônicas. MEDITSCH (1999) ressalta que “a teoria do rádio tem avançado no desvendamento das estruturas rítmicas de sua linguagem. MEDITSCH (1999) destaca ainda, a proposta de BALSEBRE (1994) sobre diversas formas de composição rítmica possíveis na palavra radiofônica (MEDITSCH (1999) *apud* BAUMWORCEL, 2003). Seguindo essa trajetória, esse meio de comunicação que passaria a atingir a massa foi desenvolvendo os diversos gêneros e formatos radiofônicos utilizados atualmente. Os gêneros são muitos, de acordo com o conteúdo e a forma de se trabalhar a linguagem



radiofônica: musical, variedades, policial, esportivo, educativo e cultural, humorístico, político, prestação de serviço, informativo, dramático, religioso (NUNES, 2000). Muitos formatos enquadrados dentro desses gêneros, hoje em dia, quase não são produzidos, como as famosas radionovelas que tiveram seu auge nas décadas de 40 e 50.

Os documentários radiofônicos surgem no final dos anos 20, por influência dos documentários cinematográficos. Os produtores da época perceberam que o gênero poderia tornar o rádio mais interessante e “vivo”. Mas o formato ganha visibilidade a partir Glenn Robert Gould (1932-1982), canadense considerando um dos maiores gênios musicais do século XX (KLÖCKNER e PRATA, 2009, p.162).

Conforme KLÖCKNER e PRATA (2009, p. 162), Glenn Gould conheceu o conceito “documentário radiofônico” por intermédio de John Roberts, da rádio CBC de Toronto. Roberts comentou que Glenn ao saber de um programa chamado “Música”, produzido por compositores em 1961, em que trazia uma exploração do assunto, com todo o tipo de gente interessante, das mais diversas nobrezas da Grã-Bretanha, o deixou impressionado. Pouco tempo depois Glenn Gould, e John Roberts realizaram um documentário sobre *Schoenberg*. Em 1967 após ser indicado por um produtor da rádio CBC de Toronto, para participar de um dos projetos especiais do centenário do Canadá, ele teve a oportunidade de realizar três documentários radiofônicos, que integram a Trilogia da Solidão: *The Idea of North* (1967), *The Latecomers* (1969) e *The Quiet in the Land* (1977), obras diferentes entre si, no entanto mantêm o mesmo tema, “solidão e isolamento” (KLÖCKNER e PRATA, 2009, p.163).

Dentre suas funções BARBOSA FILHO (2009) cita que este formato visa aprofundar a análise de um tema, mesclando pesquisa documental e análise dos fatos *in loco*, sendo realizado por meio de montagem (edição final).

A pesquisadora Zeneida Alves de Assumpção afirma que:

Nessa mesma linha de raciocínio encontramos conceituações sobre documentários em rádios abordadas por outros jornalistas e teóricos da comunicação em âmbito internacional. Destacam-se os ingleses Paul Chantler/Sim Harris e Robert Mcleish. O primeiro defende que o documentário jornalístico pode ter uma hora de duração e apresentar e várias sonoras. Uma sonora pode ser acrescentada à história, não para repetir o que o repórter disse, mas para acrescentar uma informação nova.



Paul Chantler/Sim Harris ao comentar sobre a construção de documentário em rádio, diz que:

A principal vantagem do documentário sobre a fala direta é tornar o tema mais interessante e mais vivo ao envolver um maior número de pessoas, de vozes e um tratamento de maior amplitude. É preciso entreter e ao mesmo tempo informar, esclarecer e também estimular novas ideias e interesses. (Paul CHANTLER; HARRIS, 1998, apud ASSUMPÇÃO)

O documentário radiofônico ancora-se no aprofundamento do tema, com a utilização de sonoras (entrevistas) com pessoas que conhecem com profundidade o tema do documentário.

5. Considerações Finais

O documentário radiofônico ocupa maior tempo/espço na grade de programação em comparação a reportagem, desta forma é um gênero que ficou praticamente rejeitado pela radiodifusão sonora. Sendo produzido com base em uma pesquisa de dados e de arquivos sonoros, reconstituindo ou sobre um fato relevante, o radiodocumentário inclui, ainda, recursos de sonoplastia, envolvendo montagens e a elaboração de um roteiro prévio, diferente da programação diária, ao vivo.

Um documentário radiofônico possui diferentes tratamentos de um tema em diferentes roteiros. Pesquisar seu formato é só um começo das muitas possibilidades que este gênero se permite, principalmente por ser um gênero pouco explorado no rádio.

6. Referências Bibliográficas

ASSUMPÇÃO, Zeneida Alves de. **CONTANDO HISTÓRIAS ATRAVÉS DE RADIODOCUMENTÁRIOS**. 9.º CONEX – Apresentação Oral. Disponível em: http://www.uepg.br/proex/conex/9/anais/9conex_anais/59.pdf. Acesso em 12 de março de 2012.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. 2ª edição. São Paulo: Paulinas, 2009.

BAUMWORCEL, Ana. **Retórica da Resistência: Sonoridade e sentido**. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: Leituras de Operárias**: 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. 3ª Ed. São Paulo: Summus, 1986.



CHANTLER, Paul/ STEAWART, Peter. **Fundamentos do radiojornalismo**. São Paulo: Roca, 2006.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1998. 17ª reimpressão.

FERRARETTO, Luiz Artur/ KLÖCKNER, Luciano. **E o Rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

KLÖCKNER, Luciano/ PRATA, Nair. **Histórias da Mídia Sonora: experiência, memórias e afetos de norte a sul do Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do rádio**. Florianópolis: Insular, 2005.

MEDITSCH, Eduardo/ ZUCULOTO, Valci. **Teorias do rádio – Textos e contextos – Volume II**. Florianópolis: Insular, 2008.

NUNES, Márcia Vidal. **Rádio e Política: do microfone ao palanque: os radialistas políticos em fortaleza (1982 - 1996)**. São Paulo: Annablume, 2000

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação da imprensa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário: reflexões, recomendações, dicas e exercícios**. São Paulo: Publifolha, 2009.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou – 2ª Edição**. São Paulo: Harbra, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2ª edição, 2005.

VILELA, Mário & KOCH, Ingedore Villaça. **Gramática da língua portuguesa**. Coimbra: Almedina, 2001

Material Audiovisual

UTH, Robert. **Tesla, o mestre dos raios**. *New Voyage Communications*. 2000.