



## **Radionovela: A Cracolândia<sup>1</sup>**

Elisandra Karine SEBBEN<sup>2</sup>

Gustavo Rafael DANZER<sup>3</sup>

Lucas Maraschim MATIAS<sup>4</sup>

Rafael Sbeghen HOFF<sup>5</sup>

Universidade do Oeste de Santa Catarina, São Miguel do Oeste, SC

### **RESUMO**

A radionovela já foi a principal programação, quando o rádio era a mídia mais acessada. Este trabalho foi desenvolvido na disciplina de Radiojornalismo III. O episódio em questão conta parte do cotidiano de um jovem de classe média que acabou se envolvendo com drogas. O desenvolvimento da história acontece entre o Morro do Macaco até casa do jovem. Houve a preocupação em fazer da maneira comediantes, com a finalidade de atrair maior atenção do público. É destinado ao público jovem, pois seria veiculado no período noturno.

**PALAVRAS-CHAVE:** problema-social; rádio; radionovela.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria Jornalismo B1.2 - Sonora, modalidade processo, como representante da Região Sul

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: [elisebben@yahoo.com.br](mailto:elisebben@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: [gustavo@netar.com.br](mailto:gustavo@netar.com.br)

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: [lucasmattias@clitrapido.com.br](mailto:lucasmattias@clitrapido.com.br)

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc, email: [Rafael.hoff@yahoo.com.br](mailto:Rafael.hoff@yahoo.com.br).



## 1. INTRODUÇÃO

O rádio surgiu com um caráter não comercial. Além de estar voltado para programações culturais e educativas, duravam poucas horas. Esses receptores elétricos tinham alto custo. Na época a rádio sobrevivia a partir do pagamento de uma taxa de contribuição e ia ao ar depois da autorização do governo. O rádio passou a ser o novo passatempo brasileiro. Para conseguir se manter e melhorar sua transmissão, as emissoras começaram a utilizar a forma de anúncios. Por ser o meio mais acessado do momento, atraía muitas verbas publicitárias.

Desta forma as radionovelas se inserem no contexto da época. Usam-se também os termos radioteatro, radiodramatização e peça radiofônica, como sinônimos. Como Lourenço Mika discute em sua dissertação Radionovela, sempre presente.

É importante lembrar que a primeira emissora a surgir no Brasil foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Ela contava com uma programação regular, incluía aulas, músicas e jornais falados. Já a primeira radionovela brasileira foi a Em Busca da Felicidade, que da mesma forma que os programas de auditório, se tornou líder de audiência. Aumentando assim, a lucratividade das emissoras. Devido ao grande sucesso, o Rádio Nacional passou a transmitir cerca de 14 novelas.

Na década de 40, o envolvimento que o rádio trazia, fazia a população brasileira parar diante das histórias transmitidas. Sem imagens, as radionovelas utilizam principalmente os efeitos sonoros. Trilhas sonoras românticas, deixam as pessoas ainda mais apaixonadas pelo enredo. Sons de trovoadas, remetiam ao momento de chuva. Assim como diversos sons inicialmente eram produzidos de forma rústica, como os próprios trovões, efeitos providos por movimentos de folhas de chapas galvanizadas, ou materiais parecidos.

“A ‘era de ouro’. Era um momento, no Brasil, em que se começava a formar o conceito de indústria cultural, gerando lucros para as gravadoras e emissoras. Ou seja, a arte começava a fazer riqueza (tornando-se mercadoria lucrativa) e também cativando público. A expressão foi cunhada no sentido de concentrar aquilo que era considerado o melhor da música e da arte em produções exclusivamente do Rio de Janeiro e São Paulo.” (FERREIRA, 2005 – História e histórias do rádio).



Nivaldo Ferraz destaca que “a dramatização sonora está presente em comerciais de rádio. Também se ouve amiúde em programas de variedade, de humor e até mesmo nas programações esportivas de algumas emissoras. Mas poderia estar mais presente no rádio brasileiro, para manter o meio ligado às suas raízes históricas” (Apud BARBOSA FILHO, 2004, p. 130).

## **2. OBJETIVO**

O objetivo desta radionovela é de alertar as pessoas, para que mães e responsáveis fiquem atentos ao problema social que está cada vez mais presente em nosso cotidiano. Afinal muitas situações denunciam por si próprias. Assim como os jovens que precisam de constatações referentes ao assunto, sem a intenção de taxar um assunto cuja muitas vezes se vê presente em debates entre o grupo social.

O grande objetivo do trabalho é de trazer uma consciência social sobre o problema que as drogas ocasionam principalmente entre os jovens, não só das grandes metrópoles do Brasil. E cada vez mais está presente no cotidiano da sociedade em geral. Os efeitos das drogas acabam desestruturando as bases familiares. Exemplo demonstrado na edição, pelo mau humor, desinteresse acentuado pelos demais afazeres, como o simples fato de comprar pão.

Já o humor que foi acrescido no episódio foi uma característica utilizada pelo grupo na tentativa de não tornar a mensagem incutida na radionovela como chata ou morosa. Desta forma, com humor, foram utilizados muitos efeitos sonoros, produzidos sem auxílio técnico computadorizado, e a criatividade dos acadêmicos nesta radionovela.

## **3 JUSTIFICATIVA**

As radionovelas a partir da década de 30, sempre causaram grande sucesso e com resultados imediatos. Assim a programação radiofônica tinha a radiodramaturgia como seu tempero principal.



A relação comercial, já aprovada em outros países, aqui se repetia: a radionovela era um veículo tão bom para a divulgação dos produtos de higiene e beleza que compensava investir em sua produção. A Colgate Palmolive concentrou sua iniciativa na tradução e adaptação de relatos cubanos e mexicanos. (BORELLI e MIRA, 1996,p.35).

No Brasil, foi seguido um rumo semelhante a de outros países. As radionovelas eram patrocinadas por indústrias fabricantes de produtos de limpeza, higiene e beleza. O público alvo das radionovelas e conseqüentemente das propagandas, era a dona de casa. Usando desta forma o reforço do padrão melodramático. “As emissoras e gravadoras perceberam que a arte vendida para muitos gerava lucro” (FERREIRA,2005 – História e histórias do rádio).

Já hoje o público das emissoras de rádio é eclético, é possível determinar horários para atingir com maior precisão a categoria desejada. Foi pensando neste contexto que a produção da radionovela Cracolândia propôs o horário a ser veiculado no início da noite.

O episódio da radionovela tem seu formato humorístico. Ao mesmo tempo trata de um assunto que faz parte do dia a dia de muitas pessoas. Como no próprio episódio, a mãe do rapaz em questão acaba não percebendo a real situação em que o filho está envolvido.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Durante o processo de criação da radionovela, Cracolândia, definiu-se que a mesma deveria ter episódios curtos. Uma vez que este trabalho foi desenvolvido na disciplina de Radiojornalismo III, onde o tempo máximo de gravação era de oito minutos. Sem a utilização de pausas e recortes.

Todos os efeitos sonoros foram produzidos na hora, e sem recursos digitalizados. A música foi criada e produzida pelos próprios alunos, assim como sons de buzinas, vinhetas e demais efeitos necessários para a ambientação do episódio.



O episódio do programa é um material que foi produzido, desde a imaginação do tema a gravação em si, em aula. O roteiro tem como base de assunto o problema social presente não só nas metrópoles brasileiras. No caso, foi utilizado o Morro do Macaco, parte da favela que encontra-se no Rio de Janeiro

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

O episódio da radionovela é um material que foi produzido, desde a imaginação do tema a gravação em si, em aula. O roteiro tem como base de assunto o problema social presente não só nas metrópoles brasileiras. No caso, foi utilizado o Morro do Macaco, favela que encontra-se no Rio de Janeiro. O elenco formado por uma família cujos integrantes são a mãe, a avó, e o filho. No episódio estão envolvidos: o traficante seus empregados.

. O episódio em questão conta parte do cotidiano de um jovem que acabou se envolvendo com drogas. O desenvolvimento da história acontece entre o Morro do Macaco até casa do jovem. Houve a preocupação em fazer da maneira comediante, com a finalidade de atrair maior atenção do público. É destinado ao público jovem, pois seria veiculado no período noturno.

O elenco formado por uma família cujos integrantes são Raimunda, a avó Maricota Coltinho, e João Paulo da Cunha Lima, o filho. No episódio estão envolvidos: o traficante Nei e seus empregados.

Na história o filho, João, é designado pela sua mãe a ir comprar pão. No entanto o rapaz não resiste a tentação de passar no ponto e comprar drogas ilícitas. O traficante até hesita, mas acaba vendendo o produto ao já viciado garoto. Quando chega em casa descobre que o traficante, Nei, foi preso. Sem se dar conta das evidências, a mãe apenas implica com João pela sua aparência, mas por ignorância acredita ser por falta de sono e má alimentação.

Ao chegar no quarto e acender sua erva, ele chama a atenção da avó pela fumaça. A mãe já exausta pelo dia cheio que teve, começa a ter um ataque histérico. A



avó resolve ir ao quarto e consegue convencer o rapaz a deixá-la entrar para conversar. E a surpresa do próprio João é de que sua avó também aprecia a erva (maconha).

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Ao definir a estratégia do programa em questão, foi considerado o tipo de público que se pretendia atingir, maneira de produção e locução, entre outros. A partir deste viés, foi possível definir o roteiro e horário de veiculação da radionovela. É importante lembrar que por menor tempo disponível, sempre houve a preocupação em abordar o tema social.

Por isso os acadêmicos optaram em narrar de tal forma, com a linguagem composta por gírias. Ao mesmo tempo fugindo da maneira convencional, como é tratada nos programas de televisão e demais meios de mídia. Utilizando assim, uma narração coloquial, para ser melhor entendida por todos os ouvintes.

Por ser produzido em aula e com tempo máximo estipulado, o material não tem nenhuma forma de edição, ou seja, foi gravado como se fosse um programa ao vivo. Atualmente a utilização digital contribui de forma generosa com o desenvolvimento deste tipo de trabalho.



## REFERÊNCIAS

MIKA, Lourenço. Radionovela, sempre presente. Disponível em <<http://www.maikol.com.br/subpages/radionovela2.htm>> acessado em 22 de março de 2008.

BORELLI, Silvia Helena Simões, Mira, Maria Celeste. Sons, imagens, sensações: radionovelas e telenovelas no Brasil. In: Intercom – Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo, vol. XIX, nº 1, jan/jun 1996.

CAMPOS, Maria Tereza Cardoso. Telenovela brasileira e Indústria Cultural. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 25, n. 1, 2006. Disponível em <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/view/820/603>> acessado 20 de março de 2008.

FERREIRA Ricardo Alexino **Artigos: História e histórias do rádio** - Diretor da Rádio Unesp-FM, professor de Jornalismo Especializado e Comunicação Científica no curso de graduação (Comunicação Social - Jornalismo) e no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp. 2005. Disponível em: < <http://radio.unesp.br/artigo2.php>> Acesso em 22 de março de 2008.