



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"



GILMARA PEREIRA DE MELO

ENTRE O VELHO E O NOVO: UM PASSEIO PELO UNIVERSO DO RÁDIO NA
AVENIDA PAULISTA

Bauru

2021

GILMARA PEREIRA DE MELO

ENTRE O VELHO E O NOVO: UM PASSEIO PELO UNIVERSO DO RÁDIO NA
AVENIDA PAULISTA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em cumprimento parcial às exigências do curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação do Departamento de Comunicação Social da UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" -, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador do Projeto Experimental: Prof Dr. José Carlos Marques

Bauru
2021

GILMARA PEREIRA DE MELO

ENTRE O VELHO E O NOVO: UM PASSEIO PELO UNIVERSO DO RÁDIO NA
AVENIDA PAULISTA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em cumprimento parcial às exigências do curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação do Departamento de Comunicação Social da UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” -, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador do Projeto Experimental: Prof Dr. José Carlos Marques

Bauru, ____ de _____ de 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Carlos Marques (orientador)

Prof. Dra. Suely Maciel

Me. Fábio Camargo Fleury Oliveira

Agradecimentos

Agradeço sobretudo à minha mãe, incentivadora de todos os meus sonhos e alicerce, por todos os seus conselhos e amparo. Ao meu pai por me ensinar a ser mais forte e pelo seu apoio, dedicação e presença em todas as minhas fases.

Agradeço ao meu amor, por estar ao meu lado incondicionalmente desde o início desta jornada, me impulsionando a ser melhor e a não desistir dos meus objetivos.

Agradeço especialmente ao meu orientador, José Carlos Marques, pelos ensinamentos, disponibilidade, paciência e suporte no encerramento deste ciclo.

Meu agradecimento se estende aos meus amigos que me proporcionaram momentos de leveza e foram força nos dias difíceis durante os anos da graduação de Jornalismo da Unesp em Bauru.

Agradeço à minha família por vibrarem com minhas conquistas.

Agradeço à Suely Maciel e ao Fábio Camargo Fleury Oliveira por aceitarem o convite para fazer parte deste momento especial.

Agradeço, por fim, a cada um dos entrevistados do Entre o velho e o novo, que tornaram este projeto possível e me trouxeram novas perspectivas.

Obrigada a todos vocês por acreditarem na minha capacidade e me levarem a buscar a minha melhor versão!

“O jornalismo, independente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra.” Clóvis Rossi

Resumo

Este projeto tem como objetivo produzir um radiodocumentário sobre a importância do rádio enquanto veículo de comunicação e a sua diversidade de públicos e propostas com foco no universo radiofônico existente na Avenida Paulista. Assim como problematizar e destacar alguns pontos que caracterizam essa avenida como o polo do rádio na cidade de São Paulo e uma referência para o Brasil. O roteiro do projeto foi construído a partir do olhar de um *flâneur* (do francês, um observador, caminhante, tipo literário que representa a Paris do século XIX) e é direcionado para todas as pessoas que se interessam pelo universo radiofônico. Ao todo são seis blocos compostos por uma série de entrevistas com pesquisadores da área da comunicação, jornalistas e comunicadores com experiência no rádio. O radiodocumentário se desenvolve a partir das histórias desta avenida e do próprio rádio até chegar ao momento em que há uma intersecção entre eles. Encontro que ocorreu por volta da década de 1970, após a instalação de emissoras radiofônicas neste local que é o segundo ponto mais alto da capital paulista.

Palavras-chave: Rádio; Avenida Paulista; Diversidade; História; Flâneur; São Paulo

O “Entre o velho e o novo: Um passeio pelo universo do rádio na Avenida Paulista”, produzido como Trabalho de Conclusão de Curso, pode ser acessado no seguinte link da plataforma SoundCloud:
<https://soundcloud.com/gilmara-pereira-de-melo/entre-o-velho-e-o-novo-um-passeio-pelo-universo-do-radio-na-avenida-paulista>

Sumário

1 INTRODUÇÃO

1.1. Tema	10
1.2. Objeto	11
1.3. Objetivo	11
1.4. Justificativa	11
1.5. Estrutura do relatório	14

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1.Formato	14
2.2.1.Captação de informações	16
2.2.2.Escolha das fontes	16
2.2.3.Produção das pautas	18
2.2.4.Técnicas de entrevista	18

3 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO

3.1.Pré produção: Divisão dos blocos de assuntos abordados no produto e contato com as fontes	19
3.2.Produção: Entrevistas e elaboração do roteiro	21
3.3.Pós produção: Locução do roteiro e edição	23

4 ENTRE O VELHO E O NOVO: UM PASSEIO PELO UNIVERSO DO RÁDIO NA AVENIDA PAULISTA

4.1.Tempo de duração	24
4.2.Equipamentos utilizados	24
4.3.Montagem	25
4.4.Sonoplastia	25
4.5.Público alvo	27
4.6.Dificuldades encontradas	27

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7 APÊNDICES

APÊNDICE A - ROTEIRO _____	32
APÊNDICE B - PAUTAS _____	44
APÊNDICE C - ARTE DE DIVULGAÇÃO _____	48

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema

O radiodocumentário “Entre o velho e o novo: Um passeio pelo universo do rádio na Avenida Paulista” foi elaborado tendo como foco a pesquisa sobre a relevância do universo radiofônico existente na Avenida Paulista, que se caracteriza como um polo do rádio na cidade de São Paulo e se firma como uma referência nacional. Nesse sentido, minha proposta é trazer um panorama sobre a história do rádio e da construção desta importante avenida até se chegar ao momento em que essas histórias se fundem e o cenário atual é formado.

Cabe ressaltar que todo o trabalho foi desenvolvido por meio de visitas aos 14 estúdios de rádio presentes atualmente na Paulista e de entrevistas online com pesquisadores do rádio, um historiador, comunicadores e jornalistas do meio, os quais trabalham nas emissoras localizadas no icônico Edifício Central Park, considerado a “A Casa do Rádio”, e em outros veículos que funcionam nos diversos prédios da avenida. No entanto, não fui autorizada a entrar em todas as rádios, conhecer os seus espaços e colaboradores. Além disso, devido à pandemia da Covid-19, uma segunda visita foi inviabilizada, fazendo com que eu apenas pudesse manter como fontes, os profissionais que eu havia tido a oportunidade de conhecer durante estas visitas de campo iniciais.

Os personagens escolhidos puderam demonstrar suas percepções sobre o passado e o presente do rádio em meio há tantas transformações causadas pela internet e as plataformas online, contribuindo com dados históricos, índices de pesquisa e trazendo algumas problematizações em relação à importância da Avenida Paulista e a sua caracterização como um polo do rádio.

Neste sentido, a condução de todo o conteúdo presente neste trabalho foi feita a partir do olhar de um *flâneur* (do francês, um observador, caminhante, tipo literário que representa a Paris do século XIX), um personagem que caminha por este lugar, visita o rádio e tece uma linha histórica em relação ao que este veículo e esta avenida foram no passado e em que se transformaram enquanto continuam escrevendo sua história na cidade de São Paulo e no país.

1.2. Objeto

A importância do universo radiofônico existente na Avenida Paulista, que reflete a diversidade encontrada neste ambiente, e se caracteriza como um polo do rádio na cidade de São Paulo e uma referência nacional. Sendo assim, este trabalho buscou entender, através da percepção de pesquisadores e comunicadores, em que momento as histórias do rádio e desta avenida se encontram e criam esse universo.

1.3. Objetivo

O objetivo deste projeto é destacar a importância do rádio para a comunicação mesmo diante da ascensão de novas plataformas e a sua diversidade de públicos e propostas, assim como problematizar e destacar alguns pontos que caracterizam a Avenida Paulista como o polo do rádio em São Paulo e uma referência nacional.

Além disso, pretendeu-se com este Trabalho de Conclusão de Curso, aplicar os conhecimentos sobre os princípios, conceitos e técnicas jornalísticos aprendidos durante a graduação.

1.4. Justificativa

A escolha da temática e o formato deste produto foi definida a partir da associação de dois pontos principais: a história e a diversidade cultural presente na Avenida Paulista, em São Paulo, e o universo radiofônico múltiplo que ali se formou com o passar dos anos. A ideia foi desenvolvida baseada na percepção de que as pessoas que circulam, trabalham e estudam neste logradouro são tão diversas quanto os públicos dos estúdios de rádio que se firmaram em seus endereços.

Com o intuito de compreender a possibilidade de ratificar os pontos citados, a autora deste trabalho realizou pesquisas acerca da construção e formação da Paulista e encontrou diversos conteúdos sobre sua história iniciada em 1891 como uma avenida residencial para a elite da época, passando a ser um centro financeiro e comercial em meados de 1950 até chegar a ser contemplada como um ambiente permeado por cultura e arte, repleto de significados abstratos e pluralidades, dentro

de uma perspectiva baseada na geografia humanista, ainda que conservando a sua natureza elitista, conforme explica Leandro Forgiarini de Gonçalves (2010, p.8)

Os lugares urbanos são espaços de intenso envolvimento, deflagradores de aspirações, conquistas, amores e ódio. Nesse panorama, a Avenida Paulista, um dos lugares-símbolo da cidade de São Paulo, surge como exemplo do quão sentimental pode ser um lugar. Seja por conta de sua importância para a história dessa metrópole, seja por sua relação com a vida dos paulistanos nos dias atuais, a Paulista representa o sonho de um lugar ideal.

Para Gonçalves (2010, p.8), a Avenida Paulista remonta aos paulistas um sentimento de unidade que vem através do seu nome, no entanto, essa identificação se dá porque ambos “abrigam um teor de humanidade que lhes é absolutamente análogo”.

O estudioso ainda acrescenta que

Ora, o lugar, a mais humana das categorias geográficas, reflete toda a diversidade das ações praticadas pelo homem no espaço. De modo que se pode afirmar que lugares são pessoas, porque estas são cada um dos lugares que realizam durante a vida.

Diante dessa perspectiva geográfica humanista, que considera o lugar como parte inerente das vivências e sonhos dos seres humanos, sendo estes carregados por memórias e identificação, a proposta do radiodocumentário “Entre o velho e o novo” de buscar entender a atmosfera criada pela Avenida Paulista e o que ela representa para a multiplicidade de pessoas que por ali circulam diariamente, assim como o seu papel na história do estado mais populoso do país e do Brasil se tornou ainda mais pertinente.

A segunda motivação para a realização deste projeto se deu com a comprovação da presença massiva de rádios nesta avenida que gerou um questionamento acerca das razões que motivaram a criação desse universo radiofônico centralizado, principalmente, nas salas do Edifício Central Park, no número 2.200. Assim como, a diversidade que eles representam e que é, de certa forma, um reflexo das pessoas que circulam diariamente por este espaço.

Isto é, após um mapeamento dos estúdios existentes na avenida e uma visita presencial a cada um deles para confirmar as informações levantadas durante a pesquisa, a relevância de trazer esse tema e buscar compreender o universo radiofônico constituído na avenida mais icônica do estado se tornou ainda mais latente.

Já que a autora do projeto observou que há uma escassez de pesquisas em que a presença acentuada de rádios na Avenida Paulista seja considerada como objeto de estudo para a área da comunicação.

Realidade essa que motivou o estudo desenvolvido para construir o roteiro do radiodocumentário com base nas percepções e experiência de profissionais da área da história e da comunicação que em entrevistas esclareceram seus questionamentos e expuseram seus conhecimentos sobre a história e a evolução do rádio e da Avenida Paulista. Assim como, as possíveis motivações que viabilizaram a instalação dos estúdios de importantes e diversas emissoras nos edifícios dessa paisagem urbanística.

Assim sendo, considerou-se como último aspecto a estimular a realização deste trabalho a problematização e análise do passado, presente e futuro do rádio em face do advento das plataformas digitais que demandam adaptabilidade dos veículos. Por fim, as indagações relacionadas à visão geográfica humanista da Avenida Paulista também se fizeram propícias quando a diversidade se tornou um dos tópicos abordados no radiodocumentário.

Por fim, cabe ressaltar que a execução deste produto foi possível devido à experiência obtida pela autora deste trabalho durante o período de um ano em que atuou como estagiária da Rádio Unesp FM. Visto que foi a partir dos conhecimentos adquiridos no dia a dia da rádio em meio a produção e ao desenvolvimento de pautas e entrevistas, que a ideia de elaborar um produto radiofônico ainda na graduação se tornou uma maneira de colocar em prática os aprendizados deste período em que a autora pôde conviver e aprender com profissionais experientes que a auxiliaram nesta jornada acadêmica.

1.5.Estrutura do relatório

Este relatório apresenta as teorias utilizadas para o desenvolvimento do radiodocumentário. Inicia-se com a introdução da temática do projeto seguida da fundamentação teórica relativa ao formato radiodocumentário baseada na captação de informações, escolha das fontes, produção das pautas e técnicas de entrevista.

O capítulo 3 aborda a metodologia de execução do trabalho, que conta com os processos de pré-produção, produção e pós-produção. Seguido do capítulo 4 que traz as informações técnicas do *Entre o Velho e o Novo*. Já no capítulo 4 são descritas as dificuldades encontradas durante a elaboração do trabalho.

Por fim, o capítulo 5 apresenta as considerações finais onde são abordados os aprendizados adquiridos na composição do radiodocumentário e a finalidade da criação deste produto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1.Formato

O formato, sendo um instrumento definidor das configurações de todo e qualquer produto, é fundamental para que se possa pensar em um projeto e, neste presente trabalho, o radiodocumentário foi o formato escolhido para explorar as histórias do rádio e da Paulista tendo como foco a caracterização da avenida como um polo do rádio.

Este formato originalmente cinematográfico, utiliza a entrevista e a contextualização como bases para a construção de uma narrativa e a voz como sua principal ferramenta. Visto que, o objetivo dessa proposta é mostrar a possibilidade de aprofundamento nos conteúdos radiofônicos ultrapassando a barreira do imediatismo da notícia e indo além do factual.

O radiodocumentário está contido nas diversas subdivisões do rádio autoral, que é um conceito utilizado para se referir às experiências mais criativas do rádio na qual estão incluídos formatos como rádio-arte, filme acústico e teatro radiofônico

que, assim como o radiodocumentário, refletem a busca por uma linguagem radiofônica genuína, como explica Gustavo Nascimento dos Santos (2016, p.18)

Todas essas subdivisões, categorias, gêneros, estão contidos, se reúnem e se mesclam nesse grande grupo maior que podemos chamar de rádio autoral, que é resultado de uma série de operações criativas de autores no sentido da valorização de uma autêntica linguagem radiofônica, na exploração dos recursos e potencialidades expressivas do meio sonoro oposta às rotinas de produção exercidas e reiteradas no âmbito da "rádio de fluxo" ou "rádio serviço".

Isto é, este formato exemplifica uma das inúmeras possibilidades de produções as quais podem ser realizadas para veiculação no rádio. Afinal, apesar da lógica de produção hegemônica do rádio ter sido ao longo das décadas desenvolvida por meio da exploração do imediatismo e da instantaneidade definidas por Ortriano (1985, p.78-81) como as características particulares desse veículo, que se tornaram definidoras dos produtos nele difundidos, o avanço da tecnologia vem demandando, cada vez mais, a busca por novos formatos que atraiam o público.

Tendo em vista que há pouca divulgação desse tipo de formato nas emissoras brasileiras, assim como, uma quantidade ínfima de pesquisas acadêmicas acerca do tema, como pontua COLEMAN (2010, p.8 apud Gustavo Nascimento dos Santos, 2016, p.19)

Porque o rádio é relativamente barato de se produzir e tão facilmente acessível, ele é muitas vezes tomado como um meio de comunicação e entretenimento. Rádios estão muitas vezes em segundo plano, um pano de fundo sonoro constante para a vida cotidiana, uma atividade secundária; aparentemente um meio [de comunicação] não essencial. A essa situação se deve a conta para a falta de atenção acadêmica e crítica

Desse modo, o formato escolhido para este projeto experimental foi baseado na busca pela tentativa de demonstrar as possibilidades do rádio além do modelo já conhecido pelo público que o acompanha, com o intuito de destacar a capacidade deste meio de comunicação de difundir cultura, conteúdo e conhecimento de forma mais aprofundada e com a qualidade artística.

2.1.1. Captação de informações

O primeiro passo para a realização deste trabalho foi iniciar uma pesquisa sobre os estúdios de rádios presentes na Avenida Paulista e qual seriam as razões para que esses veículos se instalassem nas salas dos prédios deste local.

Visto que, para que fosse possível falar sobre a diversidade do rádio e a continuidade da sua relevância para a comunicação brasileira mesmo diante do avanço da internet e das redes sociais e associar esses dois pontos a diversidade presente nesta avenida, que é um importante centro financeiro e cultural, e a forma como ela também permanece sendo relevante mesmo com o passar das décadas, seria necessário não só mapear esses estúdios, como também entender a partir de que momento se deu essa intersecção.

Diante disso, a autora deste trabalho realizou pesquisas e mapeou mais de 20 estúdios de rádios com endereços na avenida. No entanto, após a realização da visita presencial no início de 2020 para confirmar as informações obtidas durante a pesquisa online, foi possível confirmar que haviam atualmente 14 estúdios de rádio em funcionamento na Avenida Paulista.

Além disso, durante as visitas a cada estúdio foi possível conversar com colaboradores das emissoras e conseguir algumas informações sobre os veículos e seus públicos-alvo.

Contudo, fez-se necessário aprofundar a captação de informações históricas tanto sobre a avenida, como sobre o rádio. O que foi possível por meio do acesso a pesquisas acadêmicas disponíveis na plataforma Google Scholar e em livros lidos pela autora do projeto durante a graduação. Por fim, as entrevistas com as fontes convidadas foram de extrema relevância para embasar os conteúdos destas pesquisas prévias e trazer diferentes perspectivas acerca da caracterização da Avenida Paulista enquanto polo do rádio na cidade de São Paulo e o que esta conotação representa para a comunicação.

2.1.2. Escolha das fontes

Tendo em vista a dificuldade em encontrar pesquisas similares à temática escolhida para este projeto, a escolha das fontes se fez ainda mais importante para

que fosse possível entender a viabilidade do assunto. Nesse sentido, ter um escopo acadêmico de pesquisadores da área da comunicação, do rádio e da história foi o caminho encontrado pela autora deste radiodocumentário para conhecer de forma mais aprofundada tanto o rádio, como a Avenida Paulista e compreender os pontos que criavam uma intersecção entre essas narrativas em um dado momento da história.

Do mesmo modo que se mostrou fundamental buscar apresentar a experiência e os relatos das pessoas que vivem diariamente a realidade das emissoras instaladas na Avenida Paulista. Isto é, alinhar as percepções apresentadas pelos pesquisadores com o conhecimento empírico dos comunicadores e de outros profissionais que compõem as equipes das rádios.

Isto posto, foram escolhidas oito fontes para compor todos os desdobramentos da história contada neste radiodocumentário dividido em seis blocos organizados para que o ouvinte tenha uma narração linear feita inspirada na figura de um flâneur que observa os fatos e se comporta como um narrador onisciente fazendo a mediação dos assuntos dos desdobramentos do tema apresentando uma visão analítica sobre o que está sendo dito por cada entrevistado.

Após as considerações citadas acima a autora deste trabalho entrevistou o professor Maximiliano Martin Vicente, que é historiador, pesquisador na área da comunicação e professor no curso de jornalismo da Unesp de Bauru; o radialista Anderson Luiz da rádio Feliz FM que está localizada na Avenida Paulista, e professor do curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero e jornalista Pedro Vaz; a professora da Universidade de Brasília e pesquisadora Nélia Del Bianco; o radialista, jornalista Dalton Figueiredo Júnior, que trabalhava com anúncios de rádios, principalmente das emissoras que tem estúdios na avenida; o professor e pesquisador da Universidade do Rio Grande do Sul, Luiz Artur Ferraretto, o sonoplasta da rádio Trianon AM que tem seu estúdio no prédio da Gazeta FM e por fim, o jornalista e radialista da Super Rádio AM, Júnior Berilo.

Desse modo, o trabalho foi sendo construído e moldado a partir dos relatos, estudos, dados e vivências apresentados por essas fontes que compuseram este projeto experimental.

2.1.3. *Produção das pautas*

A produção das pautas de cada entrevista foi realizada posteriormente à escolha das fontes, já que as perguntas foram criadas baseadas na área de atuação dos profissionais convidados para contribuir com o projeto.

Diante da pandemia causada pela Covid-19 foi necessário que as entrevistas fossem realizadas por meio da plataforma online Google Meet, por essa razão, para que fosse possível tornar a experiência minimamente mais próxima do que poderiam ser as entrevistas presenciais e otimizar o tempo dos entrevistados, a autora deste trabalho elaborou de 4 a 6 perguntas para cada uma das fontes.

A seleção das perguntas considerou que as entrevistas poderiam durar em média uma hora, dependendo da densidade do questionamento feito e do possível surgimento de novas indagações ao longo da conversa com o entrevistado (a). Desse modo, a pauta foi concisa e apresentou uma pequena descrição do convidado seguida das perguntas a serem feitas sobre a temática proposta no produto.

2.2.4. *Técnicas de entrevista*

As técnicas utilizadas nas entrevistas realizadas pela autora deste trabalho tiveram base nos métodos propostos pelo pesquisador Nilson Lage (2017, p.74) e, segundo a classificação apresentada pelo pesquisador, elas podem ser caracterizadas como temáticas. Visto que, abordam assuntos específicos sobre o universo do rádio na Avenida Paulista com profissionais da área da comunicação e com um historiador, fontes que têm conhecimento teórico e empírico sobre o tema.

É importante ressaltar que devido à pandemia causada pela Covid-19, realizar as entrevistas presencialmente se tornou inviável, por isso, as entrevistas foram feitas utilizando a plataforma de reuniões digital *Google Meet* ou por meio do *WhatsApp*, considerando a disponibilidade da fonte.

Apesar da especificidade do tema que era exposto detalhadamente para os participantes deste projeto previamente à realização da entrevista com o intuito de situá-los na proposta do produto em questão, houve um cuidado para que as respostas não parecessem ensaiadas, já que conforme explica Nilson Lage (2017,

p.86) a entrevista no rádio pode ser ocasional quando se trata de temas específicos em momentos oportunos ou produzidas previamente para que o instante seja ideal com o ambiente escolhido e o tema pesquisado, mas cuidando para que não pareça uma combinação ensaiada entre as partes, diante do ouvinte.

Para tal, algumas perguntas que não estavam previstas acabavam sendo feitas em momento oportuno quando o convidado trazia algo novo e, dessa forma, ao surgirem novos questionamentos mais conteúdos eram acrescentados à conversa.

Por fim, a autora do trabalho pôde aplicar os conhecimentos aprendidos durante as aulas de graduação na abordagem do entrevistado, fazendo uso da objetividade na elaboração das perguntas e condução da entrevista de forma geral, de modo que o tempo disponível pela fonte fosse respeitado e todos os conteúdos pudessem ser explanados através das suas percepções e utilizados na composição do produto.

3 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO

3.1. Pré produção: Divisão dos blocos de assuntos abordados no produto e contato com as fontes

A pré-produção deste radiodocumentário foi desenvolvida por meio da elaboração de blocos onde seriam elencadas os subtemas abordados dentro da proposta da temática geral, que é o universo radiofônico presente na Avenida Paulista.

Para tal, foi necessário definir esses subtemas e, posteriormente, quais seriam os estudiosos e profissionais escolhidos, os quais deveriam ter propriedade para explicar as questões trazidas. Além disso, a divisão de subtemas em blocos se fez ainda mais importante diante da maior complexidade que é exigida de um radiodocumentário, que é um produto radiofônico de longa duração se comparado aos programas produzidos diariamente.

Nesse sentido, seis blocos foram criados com base em uma linearidade temporal. Uma vez que primeiro há uma introdução histórica, para que depois o

tema seja aprofundado em suas diferentes nuances e encerrado com as percepções finais da autora após as entrevistas e pesquisas sobre o tema.

O primeiro bloco teria a função de apresentar uma contextualização do trabalho, e explicar que o radiodocumentário a ser apresentado foi criado a partir da visão de um *flâneur*, um tipo literário que representa a Paris do século XX e se comporta como um observador, alguém que caminha sem compromisso olhando tudo o que está ao seu redor, como se explorasse a paisagem urbana da Avenida Paulista e suas antenas e rádios.

O segundo bloco foi criado para trazer as explicações e evidências que podem caracterizar a Avenida Paulista como polo do rádio em São Paulo e uma referência para todo o Brasil. E para tal, é apresentada a informação de que existem 14 rádios que ocupam os seus prédios com diferentes propostas e públicos alvos, os quais remetem a diversidade de pessoas que circulam pela avenida diariamente. A questão de São Paulo ser idealizada como “a terra das oportunidades” e as problemáticas que isso implica também foi introduzida neste bloco, e posteriormente, mais explorada no bloco seguinte.

O terceiro bloco é dedicado a uma reflexão sobre a romantização da Avenida Paulista não só enquanto o polo do rádio em São Paulo, mas também enquanto um lugar que supostamente abriga diversidade, quando na verdade ela faz parte de um dos metros quadrados mais caros da cidade de São Paulo. Isto é, a proposta desse bloco é mostrar as diversas faces desse local que é tão representativo na história da cidade, assim como trazer informações históricas sobre o seu desenvolvimento e relevância para o cenário econômico e cultural nacional.

O quarto bloco fala sobre a relevância do rádio para a comunicação no Brasil mesmo diante de algumas previsões apocalípticas de estudiosos e comunicadores e destaca a credibilidade que o veículo adquiriu diante dos ouvintes ao longo das décadas e faz um comparativo com a realidade vivida atualmente diante das notícias falsas, conhecidas como fake news. Assim como, apresenta dados sobre o acesso ao rádio durante este período de pandemia vivido em todo o mundo devido ao coronavírus.

No quinto bloco, o destaque é dado para a aproximação singular do rádio com o ouvinte e a importância das constantes participações do público que

enriquecem a programação e são base para a caracterização da notícia e do entretenimento produzido no rádio.

O último bloco é composto por uma discussão acerca da mudança da frequência das rádios AM para FM impostas pelo Governo do Estado de São Paulo. A previsão inicial era de que essa mudança seria concluída ainda no primeiro semestre de 2021. No entanto, essa migração ainda não ocorreu. Além disso, o bloco vai colocar em foco a crise vivida por alguns veículos que culminou na redução de funcionários e o acúmulo de funções e em casos como o da rádio Trianon AM, toda a estrutura do veículo precisou ser modificada.

Por fim, o encerramento do “Entre o velho e o novo” faz menção às novas possibilidades do rádio diante da ascensão da internet e pontua que apesar das mudanças, o rádio continua mantendo sua essência e segue sendo relevante para o cenário nacional, independente da plataforma em que está inserido.

Com a definição dos subtemas e blocos de informações que estariam contidas no produto, uma pesquisa sobre possíveis fontes foi realizada e discutida com o orientador deste trabalho. Desse modo, selecionamos oito profissionais que estariam aptos a falar sobre os temas: três professores da área da comunicação com experiência em jornalismo, um historiador e professor na graduação de jornalismo, um profissional que trabalha com a área comercial do rádio, um sonoplasta e dois radialistas que atuam em rádios da Avenida Paulista.

Nesse sentido, o contato prévio com esses profissionais foi realizado por e-mail e por contato telefônico. Após o retorno aceitando colaborar com este trabalho, as entrevistas foram agendadas e realizadas via Google Meet ou WhatsApp, com base na disponibilidade do entrevistado.

3.2. Produção: Entrevistas e elaboração do roteiro

A produção deste trabalho teve como base as entrevistas realizadas com as fontes e as pesquisas sobre estudos relacionados à história de São Paulo, a trajetória do rádio desde a sua criação e a construção e o desenvolvimento da Avenida Paulista. Estes dois pontos foram primordiais para que a autora deste produto tivesse aparatos teóricos e as percepções de profissionais da área da comunicação para abordar os assuntos tratados no radiodocumentário.

Visto que apenas a partir das consultas e leituras de obras e pesquisas de acadêmicos que, posteriormente, foram associados às discussões trazidas nas entrevistas, é que se tornou viável elaborar o roteiro da forma como ele havia sido pensado previamente adicionando as mudanças que se tornaram necessárias ao longo de sua elaboração diante de novas perspectivas apresentadas nas entrevistas.

Sendo assim, inicialmente foi possível consultar bibliografias que a autora deste trabalho já havia lido e estudado durante a graduação que foram somadas a novas pesquisas mais específicas sobre a temática do produto. Partindo deste ponto, as perguntas para as entrevistas foram elaboradas de acordo com a área de atuação profissional e experiência de cada entrevistado.

Após o trabalho de pré-produção já mencionado em que as fontes foram buscadas e selecionadas, a autora deste trabalho entrou em contato com cada uma delas e pré-agendou após as entrevistas por e-mail ou por telefone. Devido à pandemia, as conversas com as fontes aconteceram de forma completamente remota na plataforma de reuniões, *Google Meet* e até mesmo através do *WhatsApp*. Quando feitas na plataforma, um link foi enviado para cada entrevistado se conectar na data e hora marcadas.

Os áudios das oito entrevistas foram gravados com a autorização prévia das fontes e para otimizar a experiência e conseguir criar um vínculo com cada entrevistado que o deixasse confortável durante toda a conversa, a autora do trabalho iniciava a reunião explicando a proposta do produto, contando como chegou até aquela fonte e porque ela foi escolhida para fazer parte do projeto.

A partir disso, a conversa passava a desenvolver-se através das telas de forma mais natural e próxima. No entanto, para que fosse possível ter a experiência das entrevistas vividas no rádio, no momento da resposta das perguntas, era pedido para que o entrevistado desligasse a câmera e falasse como se estivesse em uma ligação telefônica. Já que além de ser essa a forma como as entrevistas são feitas no rádio, não utilizar a câmera otimiza o sinal da internet residencial e torna menos propenso que o convidado tenha problemas com queda do *Wi-fi*, que são questões características do modelo de trabalho home office adotado durante a pandemia.

Inicialmente a autora não conduzia o trabalho desta forma, contudo, em duas entrevistas a câmera chegou a travar e o sinal de internet do entrevistado cair, o que

fez com que a resposta fosse perdida e se tornasse necessário refazer tanto a pergunta quanto a resposta, o que acaba por aumentar o tempo previsto para a entrevista e ocasionar a perda de algum conteúdo importante que pudesse ser trazido pela fonte no momento em que a o sinal da internet oscilou.

Desse modo, o roteiro foi sendo construído a partir de cada entrevista realizada que trazia novas perspectivas do tema e ideias. Durante as conversas, a autora deste trabalho fazia breves anotações para recordar cada ponto abordado e destacar os principais e, logo em seguida, utilizava este material para escrever o roteiro.

Além disso, é importante salientar que diante desta experiência, a autora ainda pôde aprender de forma empírica, que mesmo se tratando de uma mesma temática com profissionais que dividem realidades similares, ainda sim, é provável encontrar impressões e experiências distintas, o que em relação a este trabalho em específico, ajudaram a compor a temática e mostrar as suas diversas faces, bem como salientar a importância do tema.

3.3.Pós produção: Locução do roteiro e edição

Com a conclusão da elaboração do roteiro, que se seguiu por meio da finalização das entrevistas, foi o momento de editar os trechos das entrevistas selecionados para a composição do produto final. Ao todo foram editadas 26 sonoras com percepções trazidas pelos oito entrevistados para este trabalho e cada sonora foi alocada de acordo com as propostas dos blocos, já mencionada.

Após a edição das sonoras, a locução de todo o roteiro foi feita pela autora deste projeto. Devido à impossibilidade de utilizar os estúdios da universidade por conta das restrições da pandemia do coronavírus, as gravações foram feitas em casa utilizando técnicas caseiras para isolar o ambiente com o objetivo de produzir um material com qualidade sonora e evitar que as falas ficassem com eco ou ruídos.

Assim sendo, depois de finalizar as locuções foi o momento de editar este material fazendo os cortes necessários e ajustando o volume para que então as locuções fosse feita a junção das locuções com as sonoras editadas do entrevistados que compuseram o produto bruto do radiodocumentário.

A partir da finalização desta parte da edição, a autora começou a escolha das músicas instrumentais que seriam utilizadas como BG's no produto. Foram escolhidos 13 músicas instrumentais que se adequam às temáticas tratadas para que fosse possível proporcionar uma experiência completa para o ouvinte em que os sons escolhidos remetessem aos assuntos e fossem capazes de despertar a imaginação.

Desse modo, a edição final do material foi concluída com a inserção dos BG's e o ajuste do volume de todo o produto já mixado que foi posteriormente publicado na plataforma *SoundCloud*. Para tal, uma arte para ilustrar a imagem do produto no spotify foi elaborada na plataforma *Canva* utilizando uma imagem do site SP da Garoa da Avenida Paulista vista de cima. A edição foi feita configurando a imagem para negativa e inserindo o título e subtítulo do radiodocumentário sobre a arte com a fonte *Signika* para o título e subtítulo e a fonte *Aloja* para o crédito da autora.

4 ENTRE O VELHO E O NOVO: UM PASSEIO PELO UNIVERSO DO RÁDIO NA AVENIDA PAULISTA

4.1.Tempo de duração

O radiodocumentário “Entre o velho e o novo: Um passeio pelo universo do rádio na Avenida Paulista” tem 1:06:29 de duração.

4.2.Equipamentos utilizados

Este produto foi desenvolvido utilizando ferramentas que a autora deste trabalho dispunha em seu computador pessoal. A produção foi inteiramente digital, desde as entrevistas que foram realizadas via *Google Meet* e *WhatsApp* até a edição das sonoras, gravação do roteiro e edição do produto final.

Sendo assim, foram utilizados os programas *Google Drive*, para escrever e elaborar o projeto, a plataforma *Google Meet* e o *WhatsApp* para realização das entrevistas, o programa de edição de áudio gratuito, *Audacity*, para a edição das sonoras dos entrevistados e gravação do roteiro.

Além disso, para que fosse possível realizar a gravação do roteiro em casa, diante das interferências sonoras, um microfone de lapela foi comprado na tentativa de trazer um produto sonoro com mais qualidade.

Por último, a sonoplastia que envolve o trabalho foi selecionada na plataforma gratuita *Youtube Audio Library* e a edição final do radiodocumentário foi concluída com um outro programa de edição de áudio do pacote *Adobe*, o *Cool Edit Pro 2.0*, que fornece 20 dias gratuitos para novos usuários.

4.3.Montagem

A montagem deste radiodocumentário foi iniciada com os áudios da gravação do roteiro que serviram como base para que as sonoras dos entrevistados fossem adicionadas as falas que mediam toda a narrativa contada.

Posteriormente, as 25 sonoras com as entrevistas foram sendo inseridas uma a uma no material de modo que fosse possível ir monitorando a duração e se o tema realmente estava sendo discutido de forma didática e com clareza.

Finalmente, os BG 's de cada bloco foram selecionados para despertar o imaginário do ouvinte e conseguir inseri-lo, de certa forma, na história contada e discutida neste produto. Ao todo o projeto conta com 13 sons de fundo, “*background* (BG)” os quais foram sendo adicionados no início e durante o desenvolvimento de cada bloco com o intuito de dar linearidade ao conteúdo apresentado ao mesmo tempo em que o público pudesse se situar no espaço-tempo apresentado.

Para o início e o encerramento do radiodocumentário, um som representando uma interferência no rádio e a sonoridade do dial sendo girado pelo ouvinte na busca da sintonia que busca escutar. Ideia essa que tem o objetivo de despertar a memória dos ouvintes deste trabalho, assim como fazer uma alusão, a escolha de ouvi-lo como costumava-se escolher qualquer frequência antes da digitalização do dial.

4.4.Sonoplastia

A sonoplastia do radiodocumentário “Entre o velho e o novo: Um passeio pelo universo do rádio na Avenida Paulista” buscou captar o ouvinte por meio do

estímulo a sua imaginação com sons que remetem a essência dos assuntos destaques tratados em cada bloco e foi integralmente escolhida na plataforma *Youtube Audio Library*.

Um exemplo disso é a forma como o radiodocumentário é iniciado, com um som que remete a alguém girando o dial e tentando encontrar a sua frequência em meio a ruídos. Em seguida, começa um plano de fundo que remete a um momento de descontração, a uma viagem e o projeto é apresentado.

Já no primeiro bloco onde ocorre a apresentação do *flâneur*, personagem vindo da Paris do século XIX, foi escolhido um “*background*” (BG) com um som parisiense que pode ser facilmente identificado pelo ouvinte e é apresentado durante a explicação sobre esse personagem e sua importância, já que no projeto ele é aquele que observa o crescimento da Avenida Paulista, sua formação e foca nas rádios ali existentes e no que elas representam para o mercado de comunicação.

Depois, outro plano de fundo instrumental do gênero *jazz* é inserido quando a Avenida Paulista e o universo radiofônico presente nela é apresentado, sendo este um som com uma dinâmica mais rápida e empolgante.

Posteriormente, quando o Edifício Central Park é apresentado e o rádio começa a ser o foco da discussão trazida no produto, um BG com batidas mais marcadas, que remete à modernidade e com sutileza, a ideia da vida urbana, é introduzido e segue sendo o fundo deste bloco.

Logo, a história do rádio no Brasil, seus anos de ouro e o momento em que o veículo passou a dividir os holofotes com a televisão são trazidos para projeto com um plano de fundo de piano que remonta à década de 1950.

No momento em que o papel do rádio na pandemia causada pela Covid-19 e a problemática das *fake news* são abordados, assim como as perspectivas positivas ou pessimistas sobre a forma como o rádio vem se comportando, a tensão que esses tópicos trazem é representada por um BG que remonta a apreensão causada por esse cenário vivido no país e no mundo.

Na próximo assunto do radiodocumentário, a proximidade e o vínculo do ouvinte com os locutores e suas emissoras favoritas é abordado. Temática essa que traz leveza e senso de comunidade e por essa razão o BG selecionado para ilustrar esse bloco tem batidas leves e trechos breves em que há vozes ao fundo.

Além disso, a acessibilidade do rádio e a sua simplicidade também entram nos temas abordados com um plano de fundo selecionado para demonstrar agilidade, seguido de um BG com um volume mais baixo que remete a um ambiente de desafio para falar sobre o subtema final, as transformações das rádios AM e as suas mudanças para se adequar às novas demandas dos públicos.

Com o fim do radiodocumentário se aproximando, a resiliência deste meio de comunicação e suas diversas formas de se manter no ar é ilustrada por um BG que busca despertar a ideia de um caminho sendo trilhado.

Por fim, o último plano de fundo que compõe este projeto traz um tom de encerramento com leveza e descontração. E é inserido no momento em que há uma pequena percepção final da autora do projeto sobre o presente e o futuro do veículo, construída após todas as pesquisas do tema e a explanação das perspectivas e experiências dos entrevistados.

4.5. Público alvo

O público alvo deste produto são as pessoas interessadas por histórias de forma geral e pelo universo radiofônico, principalmente, na cidade de São Paulo.

4.6. Dificuldades encontradas

O cenário de limitações causado pela pandemia do coronavírus devido a necessidade de distanciamento social e a consequente mudança das atividades para o modelo home office de estudos, demandou que todo o projeto fosse feito à distância, desde as entrevistas até a gravação e posterior edição do roteiro, o que gerou dificuldades técnicas.

Isso porque, a adaptação ao ambiente doméstico sem o suporte das ferramentas disponibilizadas pela universidade, como o estúdio e o suporte técnico, que não puderam ser utilizadas, tornou o processo um desafio em algumas das suas fases.

Inicialmente, as entrevistas realizadas por plataformas online eram interrompidas em determinados momentos pela interrupção do sinal de internet dos entrevistados ou da autora do projeto, o que modificava a experiência da entrevista

e demandava compreensão e disponibilidade do entrevistado para retomar os assuntos abordados.

Posteriormente, a edição do material foi feita integralmente pelo computador, o que não seria diferente em um cenário não pandêmico. Contudo, para realizar a gravação do roteiro, a autora do projeto não pôde contar com um estúdio e precisou lidar com as interrupções características do ambiente doméstico, como os barulhos externos que não podiam ser controlados, o que demandou muitos testes e gravações no período noturno, em que os ruídos diminuem e, assim, a gravação era realizada com mais facilidade.

Nesse sentido, a adaptabilidade foi um fator essencial para que as dificuldades encontradas fossem superadas e o produto pudesse ser concluído com as ferramentas disponíveis levando em conta a realidade de isolamento social imposta pelo avanço da Covid-19.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração do radiodocumentário “Entre o velho e o novo: Um passeio pelo universo do rádio na Avenida Paulista” se tornou uma experiência de grande relevância para a autora deste trabalho, já que foi a partir desta produção que os conhecimentos teóricos adquiridos durante a graduação puderam ser aplicados de forma integral.

Tendo em vista que foi preciso realizar um trabalho individual em todas as fases que compõe a produção de um produto radiofônico jornalístico, sendo elas: o desenvolvimento da proposta do produto, a pesquisa do tema, a busca e o contato com as fontes, a realização das entrevistas, a gravação do roteiro e, por fim, a edição de todo o material e posterior divulgação na plataforma *SoundCloud*.

Nesse sentido, a autora do projeto ampliou os seus conhecimentos teóricos relativos aos assuntos abordados através de leituras e pesquisas e também por meio das exposições dos entrevistados que aceitaram colaborar com o projeto, trazendo as suas perspectivas acadêmicas e experiências no mercado radiofônico.

Além disso, a experiência empírica da prática jornalística em um cenário atípico, como o vivido atualmente com a pandemia da Covid-19, impôs a adaptação ao ambiente digital para transpor a barreira do distanciamento social, e tornou

fundamental que a autora buscasse formas de fazer com que a entrevista online fosse o mais próxima possível de uma experiência presencial e os resultados foram positivos.

Ademais, a necessidade de desenvolver as habilidades de edição aprendidas durante a graduação na busca por apresentar um áudio com qualidade sonora considerando a realização da gravação em casa, sem a estrutura de um estúdio, foram primordiais para que a autora pudesse aprender a trabalhar em cenários improváveis.

Assim como, vivenciar a experiência de precisar operar em diferentes frentes que fazem parte da produção de um projeto radiofônico, realidade que pode vir a ser enfrentada no mercado de trabalho, o qual demanda, cada vez mais, profissionais aptos a desempenhar diferentes funções.

Desse modo, se torna viável salientar que além de experienciar o jornalismo na prática, produzir este radiodocumentário foi fundamental para conhecer e aprender com mais profundidade a história de um dos locais mais relevantes da cidade de São Paulo, a tradicional Avenida Paulista, e da sua intersecção com o universo do rádio, que segue sendo importante para a comunicação nacional. Mas também para levantar uma discussão atual acerca dos novos possíveis caminhos para o rádio e da necessidade de reinvenção desse meio diante da criação de novos formatos e das mudanças na comunicação provocadas pela internet. Tendo como intuito levar uma discussão atual para o ouvinte e gerar um pensamento crítico sobre o momento de adaptação vivido pelos meios de comunicação tradicionais nesta nova era.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, MARQUES DE MELO. Francisco e José. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Intercom - RBCC São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016.

CÉSAR, Cyro. **Como Falar no Rádio - práticas de locução AM e FM**. São Paulo: Ibrasa, 1991, 125p.

CÉSAR, Cyro. **Rádio: inspiração, transpiração e emoção**. São Paulo: Ibrasa, 1996, 115p.

DEL BIANCO, Nélia. **Rádio a serviço da comunidade**. Comunicação & Educação, v. 6, n. 18, 2008. Disponível em:
<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/Comedu/article/view/4461>

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. 1ª edição. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FERRARETTO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000.

SHIBAKI, Viviane Veiga. **Avenida Paulista: da formação à consolidação de um ícone da metrópole de São Paulo**. São Paulo: USP, 2007

GOMES, Adriano Lopes. SANTOS, Emanuel Leonardo. **O Radiojornalismo em Tempos de Internet**. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017.

GONÇALVES, Leandro Forgiarini de. **O estudo do lugar sob o enfoque da geografia humanista: um lugar chamado Avenida Paulista**. São Paulo: USP, 2010.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio Brasileiro: Uma história de cultura, política e integração**. Barbosa Filho, Piovesan e Beneton (orgs.) Rádio – sintonia do futuro. São Paulo: Paulinas, 2004, p.51-62.

HERSCHMAN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, no. 37, dezembro de 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O Rádio sem onda: convergência digital e novos desafios na radiodifusão**. Epapers, p. 109 a 130.

KOPPLIN, Elisa e FERRARETTO, Luiz Artur. **Técnica de redação radiofônica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto.

BASTOS, Antonio Fagner da Silva. MELLO, Sérgio Carvalho Benício de. **Criando Espaços de Lazer: As Lutas Políticas pela Ressignificação da Avenida Paulista**. São Paulo: PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, 2007.

LAGE, Nilson. **A Reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 12ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2017.

MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular-Ufsc, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. **A nova Era do Rádio. O discurso do radiojornalismo como produto intelectual eletrônico**. In: Rádio no Brasil: Tendências e Perspectivas. DEL BIANCO, Nélia R. et MOREIRA, Sônia Virgínia (orgs.). Rio de Janeiro: Eduerj, Editora UnB, 1999. Disponível em: http://www.mnemocine.com.br/pdf/%7B1910200705326_novaeraradio%7D.pdf

SANTOS, Gustavo Nascimento dos. **Um cinema para os ouvidos: mapeando o radiodocumentário**. 2016. 243f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2016.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **As transformações da notícia de rádio na fase pós-televisão**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol 1 No. 01, 2004. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/estudos/article/viewPDFInterstitial/5974/5443>

7 APÊNDICES

APÊNDICE A - ROTEIRO

Roteiro radiodocumentário

SOBE BG - RÁDIO 1 E DESCE EM SEGUIDA

SOBE BG - TROPIC

“Entre o Velho e o novo: Um passeio pelo universo do rádio na Avenida Paulista”

Meu nome é Gilmara Melo e este é um radiodocumentário produzido para o Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual Paulista 'Júlio de Mesquita Filho', realizado sob a orientação do professor doutor, José Carlos Marques.

DESCE BG - TROPIC

SOBE BG - PARISIAN CAFE E CONTINUA

O século é o XIX e a cidade é Paris, um sujeito anda pelas ruas com seu fraque, parece sem pressa e observa cada detalhe daquele ambiente: os sons, as pessoas e a admirável arquitetura ao redor.

Afinal, a reforma urbana que aconteceu em Paris na segunda metade do século XIX tornou essa capital uma referência cultural para todo o mundo.

As estreitas ruas medievais foram substituídas por amplos bulevares e muitos locais foram demolidos para dar lugar a construções mais modernas.

O historiador, Maximiliano Martin Vicente, explica o que foi o processo de modernização das cidades europeias que ocasionou o surgimento dessa figura.

01 - MAX - Modernização das cidades europeias

D.I: Quando a gente fala [...]

D.F: dentro das cidades.

A ampla e radical reforma foi idealizada por Napoleão III e colocada em prática pelo Barão Georges Eugène-Hausmann.

E o homem de fraque, andando despreocupado por essa nova Paris que inspirou artistas mundo afora, é o característico *flâneur*, do francês, vadio, caminhante, observador. Um tipo literário que representa a Paris do século XIX.

02 - MAX - flâneur observa uma cidade que ele não conhece

D.I: Essa figura do flâneur [...]

D.F: cidade do passado.

O *flâneur* remete a importância de tentar compreender a que se dá a formação do ambiente que está ao seu redor, diante de uma sociedade capitalista moderna que está sempre com pressa, andando de um lado para o outro, preocupada apenas em chegar ao próximo destino sem apreciar à vista.

É com esse olhar do *flâneur* que saímos do século XIX e chegamos ao século XXI para transitar pelo universo radiofônico presente no segundo ponto urbano mais alto da cidade de São Paulo, a icônica Avenida Paulista.

DESCE BG - PARISIAN CAFE

03 - MAX - Sobre a paulista

D.I: Em primeiro lugar [...]

D.F: necessariamente da paulista.

SOBE BG - JAZZ IN PARIS E CONTINUA

Os seus grandes prédios comerciais ocupados por empresas que vão desde a área financeira até a área de comunicação motivam aspirações de prosperidade e crescimento profissional.

No entanto, é necessário considerar o caráter elitista desse cartão postal, apesar do seu protagonismo como palco de transformações políticas e sociais e da diversidade que por ali circula.

04 - MAX - Ações e diversidade na Paulista

D.I: E com o passar do tempo [...]

D.F:..muito própria dos dias atuais

Considerada o polo do rádio em São Paulo por abrigar cerca de catorze estúdios e algumas antenas de outros veículos, a Paulista guarda uma infinidade de universos que podem ser conhecidos apenas girando o dial do rádio.

O locutor da rádio Feliz FM, Anderson Luiz, fala sobre a caracterização da avenida como polo do rádio em São Paulo.

DESDE BG - JAZZ IN PARIS

05 - ANDERSON LUIZ - Polo do rádio

D.I: A Avenida Paulista [...]

D.F: sonhos de pessoas.

SOBE BG - CLASSIC 2 E CONTINUA

Na história do rádio, o edifício Central Park, construído em 1970, faz parte dessas grandes construções que se firmaram como tradição e abriga diversas emissoras que tornam essa icônica avenida uma referência para o universo radiofônico há décadas.

A “Casa do rádio” como é conhecido, tem muita relevância para a história do veículo não só na cidade, mas no país, como relata o professor e pesquisador da Cásper Líbero, Pedro Vaz.

06 - PEDRO VAZ - Central Park e “boom” na Paulista

D.I: Eu digo que esse edifício [...]

D.F: a partir dos anos 70.

A cidade de São Paulo ainda preserva a sua identidade baseada no conceito de “terra das oportunidades”, já que é nela onde tudo acontece e a Avenida Paulista espelha essa ideia.

A relevância desta capital para o país se deve não apenas ao seu crescimento econômico ao longo das décadas e a sua intensa atividade cultural, mas também ao foco da mídia nos acontecimentos relacionados ao eixo Rio-São Paulo e as relações capitalistas.

Quem nunca ouviu o rádio ou assistiu a TV e percebeu que os demais estados do país apenas se tornam notícia quando são vitimados por tragédias ou são palco de algum grande acontecimento?

Essa centralidade das capitais paulista e carioca se dá entre muitos outros fatores por essas serem as cidades mais populosas do país, que desenvolveram uma economia concentrada e diretamente ligada ao crescimento do Brasil.

07 - MAX - Foco eixo Rio-São Paulo

D.I: Quando nós falamos [...]

D.F: ou por um grupo econômico.

Realidade essa refletida na programação de muitos veículos de comunicação que, apesar de estarem localizados na grande São Paulo, têm a sua transmissão estendida há muitos dos outros 25 estados brasileiros.

Conseguir chegar tão longe por meio das possibilidades da tecnologia de rádio satélite é uma forma de permitir que as pessoas possam ter acesso à informação e ao entretenimento pelas ondas do rádio mesmo em pequenas cidades.

Mas também é preciso que as emissoras considerem a importância de ter espaço na programação para as notícias locais que interessam aos ouvintes.

08 - PEDRO VAZ - Importância das rádios locais

D.I: O Brasil, ele é um país [...]

D.F: meios de comunicação em São Paulo.

Apesar das programações veiculadas para outros estados falarem muito mais do que acontece nas grandes capitais e muito menos da realidade local, o acesso proporcionado pela transmissão via satélite continua tendo sua relevância, para que de alguma forma, o entretenimento e as notícias cheguem pra todos.

DESCE BG - CLASSIC 2

SOBE BG - SONATINA NO 2 IN F MAJOR RONDO E CONTINUA

Desde o surgimento da televisão, na década de 50, o rádio lida com previsões apocalípticas em relação a sua permanência enquanto um veículo relevante para a comunicação brasileira.

Disputar a atenção do público com uma caixa que desperta a imaginação por meio das suas imagens, realmente, foi um processo que demandou adaptação, mas deu certo.

A professora da Universidade de Brasília, jornalista e pesquisadora, Nélia Del Bianco, fala sobre essa resiliência do rádio e apresenta a teoria da midiamorfose.

09 - NÉLIA - Teoria da midiamorfose

D.I: Existe uma teoria [...]

D.F: na vida das pessoas.

Nos seus anos de ouro, entre as décadas de 30 e 40, o rádio era um objeto de desejo e se consagrava como o meio mais ágil e interativo para levar informação sobre o Brasil e o mundo e promover entretenimento para a população, ofuscando o já secular impresso.

O rádio que havia chegado ao Brasil em 1922 foi por quase uma década, um veículo inacessível à massa da população. Somente após a Revolução de 30, durante o governo de Getúlio Vargas, que essa caixa sonora foi massificada.

Um exemplo da potência do rádio neste período, é o famoso *Repórter Esso*, que marcou o jornalismo nacional a partir dos anos 40 com suas notícias que não eram apenas leituras dos jornais impressos, como costumavam fazer no rádio.

As reportagens chamavam a atenção do público. O grande anúncio do fim da Segunda Guerra Mundial na rádio Nacional do Rio de Janeiro foi uma das notícias de maior destaque do programa marcado com o seu slogan de testemunha ocular da história.

REPÓRTER ESSO - ÁUDIO DA TRANSMISSÃO

As radionovelas também conquistavam fãs por toda parte, ouvintes que ao fim de cada capítulo aguardavam ansiosos para continuar a ouvir os desfechos das empolgantes histórias no dia seguinte.

No entanto, o jornalista, professor e pesquisador Luiz Artur Ferraretto, levanta alguns questionamentos em relação a essa era de ouro em que os papéis sociais profundamente demarcados eram refletidos pela programação radiofônica.

10-FERRARETTO - Desconstrução Era de Ouro

D.I: Eu tenho medo [...]

D.F: dos efeitos sonoros e tal.

Mesmo diante das limitações sociais da realidade vivida na época, que devem ser questionadas, o protagonismo e o sucesso do rádio neste período são inegáveis, tanto é que a credibilidade atribuída aos locutores e as grandes emissoras se tornou uma das características mais marcantes do veículo, seja nas grandes ou pequenas cidades pelo Brasil afora.

Tanto é que hoje, no século XXI, mesmo com as profundas mudanças na comunicação causadas pela criação da internet, essa credibilidade continua sendo uma aliada diante da guerra travada entre o que é verdade e o que é mentira. (*fato ou fake*)

DESCE BG - SONATINA NO 2 IN F MAJOR RONDO

11 - NÉLIA - Credibilidade do rádio

D.I: A magia do rádio [...]

D.F:. onda de fake news.

SOBE BG - JUNE E CONTINUA

Durante a pandemia causada pelo novo coronavírus que abalou todo o mundo e vem provocando milhões de mortes, o rádio desempenhou um papel significativo na realidade de isolamento social vivida no Brasil.

Além de lidar com os novos hábitos de higiene, a distância dos entes queridos e o medo de contrair a doença, as pessoas ainda são expostas a uma infinidade de notícias todos os dias.

Nesse período histórico de incertezas e muitos desafios, Nélia destaca que pesquisas da Kantar Ibope Media apontam que houve um aumento no tempo gasto pelas pessoas para ouvir o rádio.

12 - NÉLIA - Rádio e pandemia

D.I: O papel social [...]

D.F:.na região sul do país.

Não é de hoje que a velocidade com que as notícias vêm sendo criadas e espalhadas na internet requer adaptação dos meios de comunicação tradicionais. Afinal, é preciso que os veículos busquem se reinventar e ocupem o seu espaço nas redes sociais.

Seja para levar informação de qualidade ou entretenimento para o seu público, considerar a importância do engajamento e da sua presença em diferentes plataformas é uma maneira do rádio se manter relevante e até mesmo conquistar novos públicos.

13 - NÉLIA - Redes sociais/engajamento/podcasts

D.I: O rádio ele tem [...]

D.F:. de streaming de áudio.

Porém, Ferraretto apresenta uma visão mais pessimista e explica que apesar da resiliência e permanência do rádio, a postura dos meios de comunicação deve ser revista diante do surgimento dos novos formatos de áudio, como o podcast.

Ou seja, para avançar ele pontua que é necessário que as emissoras se apoderem e se aprofundem nas novas perspectivas e necessidades dos públicos.

DESCE BG - JUNE

14 - FERRARETTO - CRÍTICA RÁDIO

D.I: A gente está vivendo [...]

D.F:. esses profissionais

SOBE BG - LOVE ASIDE E CONTINUA

A proximidade entre os ouvintes e os locutores continua sendo uma vantagem do rádio em relação aos outros veículos de comunicação.

A forma como o ouvinte é inserido como parte fundamental dos programas, dá a ele uma posição central nessa relação.

E a interação faz com que muitos deles se tornem velhos conhecidos das rádios que escutam.

Anderson Luiz, diz concordar que essa participação é muito importante e menciona que o WhatsApp se tornou uma ferramenta essencial para a manutenção do contato com o ouvinte.

15 - ANDERSON LUIZ - Interação ouvinte

D.I: A participação dos [...]

D.F: continuidade na programação

Ferraretto fala também sobre esse vínculo do rádio com o ouvinte e destaca que ele não está apenas ligado à participação nos programas, mas também a questão da identificação, da representatividade.

16 - FERRARETTO - Vínculo e representatividade

D.I: Esse vínculo não é [...]

D.F: interação com a emissora

O mistério que envolveu a figura do locutor por muitas décadas agora já pode ser facilmente desvendado com uma pesquisa no Google, mas ele ainda é um dos responsáveis pela magia atribuída às vozes do rádio.

DESCE BG - LOVE ASIDE

17 - NÉLIA - O poder da linguagem sonora

D.I: Nós não podemos [...]

D.F: esse vínculo é emocional.

SOBE BG - TAKE ME DOWN E CONTINUA

A maneira como o ouvinte se sente familiarizado com as vozes dos comunicadores pode ser percebida não só nos programas de entretenimento, mas também naqueles que falam sobre política ou religiosidade.

O rádio parece sempre ter espaço no cotidiano devido a forma simples como consegue se inserir no dia a dia das pessoas ao entrar nas suas casas e nos seus trabalhos. Talvez seja por isso que ele continua sendo tão relevante.

18 - MAX - Capacidade do rádio de penetrar na casa das pessoas

D.I: Sempre nas minhas leituras [...]

D.F: diálogo com o mundo.

Diferente da televisão, o rádio acompanha o ouvinte onde ele estiver e tem como um dos seus traços a acessibilidade que o torna capaz de ser um meio de comunicação presente em realidades opostas. (internet)

19 - MAX - Acessibilidade do rádio

D.I: A informação que eu tinha [...]

D.F: Brasil como um todo.

A transmissão ao vivo dos locutores no estúdio das rádios hoje é facilmente gravada e reproduzida nos canais do Youtube das emissoras e nos seus próprios sites.

E apesar de desvendar o mistério e dar rosto a uma voz já conhecida, esse formato mostra a dinâmica vivida dentro do rádio e aproxima.

O jornalista Dalton Figueiredo Junior, que está há 39 anos no ar e já passou pelas principais emissoras de rádio do país e atua na área comercial, principalmente, de emissoras da Avenida Paulista, ressalta que a essência do rádio segue sendo a mesma, independente da plataforma na qual ele é exibido.

20 - DALTON FIGUEIREDO JR. - Novos formatos e a presença do rádio na internet

D.I: O mundo digital [...]

D.F: que a televisão.

As redes sociais também trouxeram dúvidas sobre a presença da publicidade no rádio, assim como aconteceu há décadas atrás com a criação da televisão.

Mas diferente do que se especulou, as propagandas continuam se destacando nas vozes do rádio.

Afinal, quando falamos de um meio de comunicação de massa, gratuito, tradicional e barato, o que te vem à cabeça?

Se a resposta foi o rádio, você acertou. Tanto é que a reunião de todas essas características é o que mantém esse meio atrativo para a publicidade, mesmo na tão tecnológica era digital.

DESCE BG - TAKE ME DOWN

21 - DALTON FIGUEIREDO JR - Aposta na publicidade

D.I: O rádio é mágico [...]

D.F: no rádio, graças a Deus.

SOBE BG - JUST DANCE E CONTINUA

Acompanhar as transformações das culturas através das décadas e assim conseguir entender o que as novas gerações desejam consumir é um desafio.

Apesar de cada tipo de emissora, seja ela, AM ou FM, ter a sua audiência, com o passar do tempo e as crises econômicas, o modelo analógico das rádios AM enfrenta dificuldades, como explica o jornalista da Super Rádio AM, Júnior Berilo.

22 - BERILO - Crise nas AM's

D.I: Com a chegada [...]

D.F: do que no rádio AM.

Além da crise do modelo de rádio AM, o governo estabeleceu um prazo para que as rádios migrem da frequência AM para a FM. No entanto, existem divergências em relação a essa mudança.

DESCE BG - JUST DANCE

23 - BERILO - Conversão AM para FM

D.I: Lá atrás a Anatel [...]

D.F: colocar as emissoras.

SOBE BG - SHADOWING E CONTINUA

Diferente das rádios FM que mantêm os seus anunciantes e inovam tentando encontrar espaço na internet e se adequar às necessidades dos novos ouvintes, já que precisam manter os anunciantes.

24 - BERILO - FM versus AM

D.I: Esse caso da queda [...]

D.F: migração do AM pro FM.

Um exemplo da dificuldade encontrada pelas AM's para se manter é a emissora Trianon AM. A rádio fica no prédio da Cásper Líbero e hoje vende o seu espaço

para pessoas que desejam ter um programa radiofônico sem seguir uma linha editorial.

O sonoplasta da rádio Trianon AM, Neildo Neres, fala sobre o modelo adotado pela emissora.

25 - NEILDO NERES - Sobre a Trianon

D.I: A rádio Trianon [...]

D.F: nos horários pagos.

DESCE BG - SHADOWING

SOBE BG - VICTIM TO THE VICTOR

É importante lembrar que, apesar de casos como o da rádio Trianon AM, que sofreu essa drástica mudança editorial, como já dissemos aqui, o rádio continua tendo seu papel na comunicação brasileira e alcançando locais em que a tecnologia ainda não chega com tanta facilidade.

É nas vozes e nos conteúdos de emissoras, como as que ocupam os altos prédios da Avenida Paulista, a Energia 97, Metropolitana, Jovem Pan, 89, Feliz, Gazetta, Top FM, Super Rádio AM, Kiss, Mundial, Adore, Trianon AM, Estilo e Alpha FM, que o rádio produzido em São Paulo segue sendo um clássico que se renova.

Afinal, em um mundo globalizado onde tudo é cada vez mais urgente e efêmero, a simplicidade e a acessibilidade do rádio mantêm o seu lugar no dia a dia da audiência fiel e seguem abrindo espaço pra quem quiser chegar, não importa se for girando o dial de um rádio analógico ou tocando na tela de um celular. [FIM]

DESCE BG - VICTIM TO THE VICTOR

SOBE BG - RÁDIO 2

APÊNDICE B - PAUTAS

Nélia Del Bianco

Jornalista, professora associada da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) aposentada (2016) com publicações relevantes acerca do universo radiofônico.

Perguntas:

- De que forma você definiria a importância do rádio para a comunicação brasileira?
- Diante desse momento em que as fake news prejudicam a credibilidade da mídia, você acha que o rádio se torna uma alternativa ainda mais atrativa para o público? Por que?
- E quanto às previsões apocalípticas a respeito da permanência do rádio enquanto meio de comunicação relevante, desde o surgimento da TV na década de 50, o que você diria?
- A característica aproximação que os radialistas têm com os ouvintes pode ser uma das razões pelas quais o rádio continua sendo tão importante?
- Porque podemos caracterizar o rádio como um veículo resiliente?

Maximiliano Martin Vicente

Historiador e professor no curso de Comunicação Social: Jornalismo na Unesp - Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho.

Perguntas:

- Porque a Avenida Paulista é considerada o cartão postal da cidade de São Paulo?
- Qual a relevância do segundo ponto mais alto da cidade de São Paulo não só para a cidade, mas também para o país?
- Qual a razão de haver essa romantização em relação a Avenida Paulista como um lugar que contempla diversidades, quanto ela tem uma localização e configuração tão elitistas?
- Na sua opinião qual a importância do rádio para a comunicação no Brasil?
- Max, você poderia falar um pouco sobre o foco dado pela mídia para o eixo Rio-São Paulo e qual seria a justificativa para isso?
- Você poderia falar um pouco sobre o que representa a figura do flâneur na Paris do século XIX?

Júnior Berilo

Jornalista e radialista na Super Rádio AM.

Perguntas:

- Quando começou essa crise vivida pelas rádios nacionais que enfrentam a redução de equipes e investimentos? Esse é o caso apenas das rádios AM?
- Você poderia falar sobre essa transição das rádios da frequência AM para a FM?
- Como você vê a característica aproximação dos ouvintes com as rádios e os seus locutores? Essa seria uma das principais características que mantém o rádio como um veículo de comunicação relevante?
- Trabalhar na Avenida Paulista é estar perto de onde tudo acontece? Qual a sua percepção?

Neildo Neres

Sonoplasta na Rádio Trianon AM.

Perguntas:

- Qual a sua função na rádio Trianon AM?
- Conta um pouco sobre como funciona a rádio Trianon AM, o que ela era e atualmente como é organizada a sua programação?
- Para você, essa forma como a rádio Trianon AM funciona é um reflexo da crise nos veículos de comunicação?
- Você enxerga isso como uma tendência diante dessa crise vivida por alguns veículos ou essa forma como a rádio trianon funciona é incomum?
- Como funciona a organização da trianon em relação aos programas?

Dalton Figueiredo Junior

Jornalista há 39 anos no ar e já passou pelas principais emissoras de rádio do país e atua na área comercial intermediando contratos de anúncios, principalmente, das rádios da Avenida Paulista.

Perguntas:

- Quais são as características que fazem do rádio um veículo importante para a publicidade?
- A forma como o rádio está presente no dia a dia das pessoas, seja no trajeto para o trabalho ou durante as atividades cotidianas, é uma forma de atrair o consumidor com uma abordagem mais efetiva?

- O rádio se enquadra nas novas estratégias de marketing das empresas que atualmente são aplicadas, principalmente, no universo digital?
- As rádios localizadas em São Paulo são mais valorizadas no mercado da publicidade?

Pedro Vaz

Professor universitário de comunicação em instituições como Faculdade Cásper Líbero, ECA/USP (docente palestrante/convidado) e Universidade Anhembi Morumbi com pesquisas relevantes sobre jornalismo radiofônico e experiência de mercado.

Perguntas:

- A Avenida Paulista pode ser considerada o polo do rádio no nível Brasil?
- Além de ser o segundo ponto mais alto de São Paulo, há outras razões para as rádios da cidade se concentrarem nessa avenida?
- Em que período da história as rádios começaram a se instalar na Paulista, como foi esse processo?
- O edifício Central Park é a casa do rádio no Brasil?
- Qual a importância da transmissão via satélite que permite o acesso de ouvintes de outras cidades do Brasil a programação das rádios localizadas em SP?

Anderson Luiz

Jornalista com passagens em veículos como a Band que atualmente é locutor e apresentador na Rádio Feliz FM.

Perguntas:

1. A participação dos ouvintes nos programas de rádio é parte fundamental desse meio, mas de que forma você acredita que esse vínculo tão natural é construído?
2. Mesmo diante das novas tecnologias, o rádio continua mantendo sua relevância como um dos meios de comunicação tradicionais e de maior abrangência. Nesse sentido, quais características desse veículo seriam as responsáveis por essa longevidade?
3. Pra você, trabalhar e fazer rádio na Avenida Paulista é estar perto de onde tudo acontece? Qual a sua percepção?

Luiz Artur Ferraretto

Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, com publicações expressivas sobre o rádio.

Perguntas:

1. A participação dos ouvintes nos programas de rádio é parte fundamental desse meio, mas de que forma você acredita que esse vínculo tão natural é construído?
2. Para você, essa presença do rádio nas novas plataformas digitais, assim como o fácil acesso que as pessoas agora têm à programação das emissoras nos sites de qualquer lugar, são mudanças positivas e trazem novos públicos?
3. Como um pesquisador do rádio e ouvinte, de que forma você enxerga o presente e o futuro do rádio em meio a tantas mudanças na comunicação?
4. O que significou a era do rádio e como foi esse período da história em que ele era protagonista da comunicação após a sua chegada no país na década de 20?



ENTRE O VELHO E O NOVO

UM PASSEIO PELO UNIVERSO DO
RÁDIO NA AVENIDA PAULISTA

POR GILMARA MELO

Fontes utilizadas:

- Signika (título e subtítulo)
- Aloja (crédito da autora)

Imagem: Site SP da Garoa