

O som que nós vemos

Documentário sobre o uso da imagem no meio
radiofónico

ALEXANDRE VENCESLAU SANTOS | 10508

TRABALHO DE PROJETO SUBMETIDO COMO REQUISITO PARA OBTENÇÃO
DO GRAU DE MESTRE EM AUDIOVISUAL E MULTIMÉDIA

Orientador:

Professor Pedro Miguel Ferreira Lopes
Escola Superior de Comunicação Social

Lisboa, 2019

Mia Wallace: “When in conversation, do you listen, or do you just wait to talk?”

- Pulp Fiction (1994)

ÍNDICE

DECLARAÇÃO	V
RESUMO	VI
ABSTRACT	VII
AGRADECIMENTOS	VIII
INTRODUÇÃO	9
1. DOCUMENTÁRIO: O FORMATO DAS MIL DEFINIÇÕES	11
1.1 Um começo sem propósito	11
1.2 Um género em constante evolução	16
1.3 Um género, múltiplas formas de representação	18
1.3.1 Estilo Poético	18
1.3.2 Estilo Expositivo	20
1.3.3 Estilo Observativo	21
1.3.4 Estilo Reflexivo	23
1.3.5 Estilo Participativo	25
1.3.6 Estilo Performativo	27
2. RÁDIO: O SOM HISTÓRICO	29
2.1 Um novo meio num mundo sem som	29
2.1.1 O caso Português	31
2.1.1.1 Emissora Nacional	32
2.1.1.2 Rádio Renascença	34
2.1.1.3 Rádio Clube Português	36
2.1.1.4 Rádio moderna	38
2.2 A linguagem do mundo radiofónico	38
2.3 Atualidade radiofónica	39
3. "O SOM QUE NÓS VEMOS" - PORQUÊ UM FILME DOCUMENTAL?	42
3.1 Contextualização	42
3.2 Conceptualização do projeto	43
3.3 Material usado	45
3.4 Finalização do projeto	46
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE AS ENTREVISTAS	47
5. CONCLUSÃO	53
6. ANEXOS	55

6.1 Cronologia do projeto	55
6.2 Pedido de entrevista	56
6.3 Questionário base	57
6.4 Entrevistas	58
6.4.1 Fernando Alvim (F.A)	58
6.4.2 Mário Antunes (M.A).....	63
6.4.3 Carlos Dias (C.D)	67
6.4.4 Néilson Ribeiro (N.R).....	71
6.4.5 Rosário Lira (R.L).....	76
6.5 Autorizações	81
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
8. FONTES DIRETAS	90

DECLARAÇÃO

Declaro por minha honra que o trabalho que apresento é original, sendo parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Audiovisual e Multimédia na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. Este é um trabalho inédito que nunca foi submetido a qualquer outra instituição do ensino superior. Atesto que todas as citações estão corretamente identificadas. Tenho consciência de que a utilização de elementos alheios não identificados constitui grave falta ética e disciplinar.



Alexandre Venceslau Santos

Lisboa, 2019

RESUMO

Palavras-chave:

Documentário; Rádio; Imagem; Som;

O projeto aqui apresentado pretende focar-se na utilização da imagem no meio radiofónico através do formato fílmico documental. O conteúdo aqui identificado centra-se no género cinematográfico conhecido como filme documental, bem como na rádio enquanto meio de comunicação social e a sua utilização da imagem, num meio dominado pelo som. O produto final procurou uma resposta ao porquê da rádio usar a imagem no seu dia-a-dia e se a mesma pode fazer parte da linguagem própria do meio.

ABSTRACT

Keywords:

Documentary; Radio; Image; Sound;

This project that is presented on this document is focused on the usage of image in current radio transmissions that it is shown thru a documentary film. The content here identified focuses on the film format known as a documental film and in the radio as a media and the presence of images in a world based on sound. The final product tried to give an answer in to why radio uses images on its daily bases, and could it be a part of the radio's own language.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, ao meu pai, à minha avó Maria e ao meu avô Eugénio. Os quatro pilares da minha vida que auxiliaram em todas as minhas decisões, inclusive as mais complicadas. Através do vosso amor, da vossa sabedoria e da vossa presença dei sempre o meu melhor em todos os desafios.

Ao professor Pedro Lopes por todas as dicas, toda o conhecimento partilhado e por ter dado auxílio em todos os momentos dentro e fora do mestrado.

Ao João Gama. Graças a ti consegui perceber que, por mais que a vida nos deite abaixo, existe sempre forma de erguer a cabeça e lutar. Essa tua força permitiu-me ver que não valia a pena ir abaixo, mas sim, continuar em frente com tudo o que tinha.

À Inês Aivado. Uma pessoa que me ajudou a chegar mais alto do que eu imaginava e que nunca me deixou desistir de nada.

À Cuca e à Matilde. Obrigado por terem sido as primeiras pessoas a acolherem-me quando vim para Lisboa. Não é fácil a mudança de uma pequena cidade para a capital. E vocês ajudaram-me imenso nessa situação, mas também na vida. Por mais que as coisas tenham corrido bem ou mal, estou eternamente grato por vos ter conhecido e ser vosso amigo.

A todos os colegas e docentes do Mestrado de Audiovisual e Multimédia na Escola Superior de Comunicação Social e Licenciatura de Ciências da Comunicação da Universidade do Algarve por terem, de alguma forma, auxiliando a minha vida académica e pessoal.

INTRODUÇÃO

Para o projeto final, que finda o Mestrado de Audiovisual e Multimédia, criei um projeto intitulado "O som que nós vemos" onde procurei analisar o uso da imagem no meio radiofónico. A escolha por detrás da criação de um documentário baseia-se na minha experiência pessoal em rádio no Algarve e, através de pessoas ligadas ao meio, refletir sobre o impacto que a imagem tem no meio radiofónico e como é vista a mesma pelos profissionais.

O documento aqui apresentado está dividido em três capítulos principais. O primeiro será sobre o documentário enquanto formato fílmico, recuando, até às primeiras recolhas de imagens e mostras fílmicas pelas mãos dos Irmãos Lumière. Iremos também procurar perceber o que é ao certo um documentário e como é que o mesmo se divide em termo de estilos e quais as suas principais características.

No capítulo seguinte passamos a focar no tema do documentário "O som que nós vemos": a rádio. À semelhança do capítulo anterior, começamos por fazer uma contextualização histórica, recuando até aos finais do séc. XIX onde se começava a descobrir que existiam ondas elétricas no ar que mais tarde se viriam a chamar "Ondas Hertzianas". Passando depois aos primeiros recetores das ditas ondas pelas mãos de inventores como Nikolas Tesla e ainda Guglielmo Marconi – este último é reconhecido por muitos como sendo o pai da telefonia sem fios.

Ainda neste capítulo procuramos perceber a rádio moderna e como a mesma tem sido alvo de inúmeras alterações, desde a forma como é conduzida a emissão até a gestão das imagens e vídeos. Com base nas entrevistas realizadas, iremos perceber como os profissionais percecionam a mudança.

No capítulo seguinte o destaque vai para o documentário "O som que nós vemos". Aqui podemos encontrar o caminho que foi percorrido ao longo do período de criação do documentário. Os desafios apresentados, os métodos

usados nas entrevistas, quais os materiais usados, os períodos dedicados à pré-produção, produção e pós-produção do mesmo e também a resposta ao facto de ter escolhido este formato como principal fonte da minha tese.

Este trabalho serve, principalmente, para responder à questão sobre a imagem no meio radiofónico que é: podemos considerar a mesma como sendo atualmente um elemento da linguagem radiofónica?

No que toca à metodologia de trabalho procurei criar um calendário onde fui organizando todas as etapas direcionadas com cada um dos capítulos, com especial destaque para o filme documental produzido, sendo que cada umas das entrevistas e preparações para as mesmas foram sendo feitas com algum tempo de diferença para garantir que tinha em mãos conteúdo suficiente para ir progredindo na criação de questões a colocar nos entrevistados.

Por último, temos as considerações finais. Esta última parte serve como síntese de tudo aquilo que foi feito. Desde os primórdios do documentário à razão que me levou a entrevistar nomes como Fernando Alvim, Carlos Dias ou Rosário Lira. Aquilo que pretendi, desde o começo, foi perceber como é que a rádio se reinventou e sobreviveu através da imagem.

1. Documentário: o formato das mil definições

1.1 Um começo sem propósito

Falar de um género fílmico é em parte perceber a sua linguagem própria. E o que é ao certo a linguagem? É uma forma de compreensão de imagens que visa auxiliar o ser humano em inúmeros testemunhos. "A linguagem com as suas palavras e frases, é a tradução de uma outra coisa, é uma conversão de imagens não linguísticas que representam entidades, eventos, relações e inferências" (Damásio, 2013).

A linguagem pode ser considerada a base de tudo aquilo que consumimos no meio multimédia, tudo nasce de uma determinada forma de expressão, trazendo até nós inúmeros materiais que podem servir para espalhar uma mensagem.

É no formato fílmico documental que exploramos inúmeros problemas e em muitos casos a vontade de dar a conhecer o outro lado da verdade.

Em primeiro lugar é preciso compreender este formato antes de abordar a sua história e o seu começo na sétima arte. Isto porque antes de existir um formato como o documentário, existia sim uma vontade de querer atingir os limites do cinema, limites esses que na atualidade podem ser traduzidos como a separação entre ficção e não-ficção (Nichols, 2001). Isto é, não houve uma necessidade de documentar algo em concreto (Fraser, 2012).

E como podemos traduzir esses limites? Numa primeira abordagem é importante perceber, no sentido literal, o que é um documentário. A enciclopédia Britannica descreve o filme documental como algo que molda e interpreta material factual com um propósito educacional ou de entretenimento (Britannica, 1998). Que procura recriar a realidade (Fraser, 2012). Todavia, assumir isso como limites pode ser considerado arriscado. Pois, se um documentário basear-se apenas na reprodução da realidade acabaremos por obter uma reprodução de algo que já existe, não existirá forma de criar algo diferente quando um documentário na

sua gênese é: uma representação do que nos rodeia, não apenas do meio onde vivemos (Nichols, 2001).

Para podermos compreender o começo do filme documental é preciso regressar também aos primórdios do próprio cinema, ou seja: é preciso regressar até ao começo do séc. XIX e pegar no primeiro exemplo exibido para o público. Esta situação concreta dá-se através dos Irmãos Lumière que permitiram a um grupo restrito de pessoas assistir, naquela que é considerada a primeira sessão de cinema, ao *La Sortie de l'usine Lumière à Lyon (1895)* - Foi através da exibição desta curta-metragem num salão de um café em Paris que mudou o cinema para aquilo que conhecemos hoje.

Muito embora esta película retrate a vida real, neste caso em particular, não podemos considerar o filme em questão como sendo um documentário. Isto porque, muito embora seja um conjunto de imagens que mostre o quotidiano, num formato que ficou conhecido como sendo *in loco* (Melo, 2002), é apenas um pequeno avanço para aquilo que viria a ser um documentário (Nichols, 2001).

Como mencionei anteriormente, existia uma vontade de testar os limites do cinema. E essa vontade surge através de três nomes concretos. Dziga Vertov, Robert Flaherty e John Grierson podem ser vistos como os fundadores do filme documental, pois cada um, à sua maneira procurou mostrar a realidade da sua forma mais pura (Aufderheid, 2007).

E qual foi o primeiro passo dado em torno do formato? O primórdio dos filmes documentais deu-se através do filme *Nanook of the North (1920)* de Flaherty. Este filme não só deu a conhecer os *Inuits*, mas também procurou mostrar esta tribo como pessoas que possuem tradições e famílias (Aufderheid, 2007), assim como o público em geral, criando uma aproximação com os mesmos. Até então estas tribos eram vistas como animais exóticos onde chegaram a participar numa exposição que os rotulava como tal (Aufderheid, 2007).

Através de *Nanook*, houve uma vontade de mostrar através de imagens, e até de recriar, certas tradições com o propósito de entregar uma maior autenticidade ao filme (Nichols, 2001). Flaherty dedicou um ano inteiro

em torno desta tribo do ártico para poder captar inúmeros momentos do seu dia-a-dia, procurou conhecer e investigar diretamente os seus métodos de vida para poder alcançar o resultado que faz de *Nanook*, um dos maiores filmes do género. Este método de trabalho teria como principal função agarrar o espectador de modo a que o mesmo não conseguisse compreender como isso teria acontecido (Aufderheid, 2007). Devido à existência de inúmeras sequências, onde se ficou a conhecer muitas das tradições dessa tribo, o espectador fica interessado em querer saber mais por não haver uma utilização exaustiva do mesmo ponto de vista pois seria importante agarrar o público numa única coisa: os *Inuit* (Penafria, 2001).

Embora seja considerada uma das grandes obras do cinema documental, não foi a única. Flaherty continuou a explorar o filme documental, com especial destaque para o contexto etnográfico que permitiu outras obras como: *Moana* (1926), *Elephant Boy* (1937) e por último, *Man of Aran* (1934) (IMDB, s.d.). Sendo que, este último possuía algumas características ficcionais. O realizador pedia aos intervenientes para realizarem algumas acções, para poder recriar o máximo das suas rotinas habituais (Aufderheid, 2007).

Mas o cinema documental não se encontrava concentrado na figura de Flaherty. Do outro lado do oceano, na antiga União Soviética, havia um nome que procurava mudar os dogmas estabelecidos pelo cinema comercial. Dziga Vertov¹ acreditava na exibição do real, acreditando que o cinema tinha tudo para ser uma arma da realidade. O próprio acreditava que a ficção já teria os seus dias contados e que a exibição da vida real era o futuro certo do cinema (Aufderheid, 2007).

Mas também procurava mostrar o poder do humano através de técnicas pioneiras de edição que relembram outros cineastas como Sergei Eisenstein e o filme *Outubro* (1927) onde a forte edição e a presença de imagens intensas procuram uma forma de agarrar o público modificando a própria realidade. Este conceito, conhecido como *Photogénie*, onde os

¹ Realizador soviético (1896 -1954);

detalhes do que está a ser exibido é mais intenso e sedutor quando reproduzido num ecrã (Nichols, 2001).

O seu primeiro filme documental surge em 1924, intitulado *Kino-Glaz*, que retrata, em grande destaque, a vida. Sem qualquer tipo de alteração, sem avisos prévios. Apenas o que os nossos olhos vêem no dia-a-dia. E nesse conjunto de imagens que dificilmente conseguimos seguir, existe uma vontade de expor os “podres” da sociedade (Aufderheid, 2007).

Porém, até então não se usava o termo “documentário”, os filmes exibidos eram apenas mostras da realidade, mas não possuía um termo concreto, algo que lhe diferenciava dos outros e que marcasse um género fílmico.

É então que surge o terceiro “fundador” deste género e possivelmente aquele que nos permite chamar a certos filmes: documentários. O seu nome é John Grierson² e ele encontrou neste género fílmico uma ferramenta de enorme poder que permitia agrupar no mesmo problemas sociais presentes numa vida industrial.

A partir desta vontade de querer fazer algo em torno deste problema, Grierson recorre ao cinema para encontrar algum conforto e é através de *Nanook* (1922) que o mesmo descobre o poder do filme enquanto um objeto documental, constituindo assim um registo visual dos *Inuit* (Penafria, 1999). Após isso, o realizador torna-se um admirador da obra de Flaherty e quando o mesmo escreve sobre uma das suas obras - *Moana* (1926) - cunha nesse preciso momento o termo “documentário” devido ao facto da película em si permitir a documentação de algo e a forma como a apresenta depois (Aufderheid, 2007). Reafirmando que o mesmo pode ser usado como forma de promover a participação dos cidadãos e reforçar o trabalho do governo (Nichols, 2001). Grierson viu, assim como Vertov, uma arma de propaganda política numa época histórica pós-Primeira Guerra Mundial.

Drifters (1928) foi uma produção que destacou os pescadores de arenque devido ao grande interesse de uma companhia da área em

mostrar esse ofício. Este filme surge porquê? Acontece que, depois de voltar a Inglaterra, Grierson partiu na missão de mostrar aos homens no poder o quão importante os filmes documentais eram, assim sendo, os mesmos começaram a pedir a Grierson filmes que mostravam os vários lados dos mercadores, do comércio e da vida democrática numa sociedade industrializada. Algo que o próprio contestava eram os filmes com atuações de *Hollywood* e as suas *'shim-sham mechanics'*. Arfirmando que o mesmo pode ser considerado uma nova forma de educação social, mesmo que isso custe a "beleza" do filme (Aufderheid, 2007).

Mas com o passar dos anos o filme documental foi sendo alvo de inúmeras modificações e hibridações, como é o caso os pseudo-documentários ou "*mockumentaries*" (Nichols, 2001). Este formato de filme documental retrata algo que pode ser considerado verdade, mas que é ficcionado para dar destaque a uma situação que não é real.

Este formato ganhou grande destaque e mediatismo por volta da década de 80 aquando da estreia do filme "*This is Spinal Tap*" (1984) de Rob Reiner. O filme retrata uma *tour* pelos Estados Unidos da América de uma banda britânica de *heavy-metal*. O formato aqui alcançado acaba por trazer ao cimo a facilidade com que se consegue conjugar algo como o filme documental, numa situação toda ela ficcionada. O estilo aqui presente teve um grande impacto não só no cinema documental como também na televisão. Através do surgimento do pseudo-documentário nasceram algumas séries que hoje são marcos na história da televisão como: *The Office* – a famosa série teve duas versões, uma realizada nos Estados Unidos com Steve Carrell (2005-2013) e outra em Inglaterra que teve como figura principal o comediante Ricky Gervais (2001-2003). Portugal não foi diferente à onda dos falsos documentários em séries. *Filho da Mãe* (2017) de Rui Maria Pêgo foi um projeto inovador que contou com a presença na televisão e na internet onde seguimos a vida do próprio enquanto procura regressar ao estrelato. Num contexto diferente, encontramos o *Último a Sair* (2011) escrito por Bruno

² Realizador escocês, fundador do National Film Board of Canada (NFB) (1898-1972);

Nogueira, Frederico Pombares e João Quadros onde assistimos a um falso *reality show* apresentado por Miguel Guilherme.

Em suma, o filme documental, tal como o conhecemos hoje, teve o seu começo a partir dos primórdios do próprio cinema, mas a sua utilização enquanto forma de conhecimento e de arma social, apenas foi revelada a partir de 1922 com *Nanook* e também através das mãos de reputados nomes da 7ª arte como: Dziga Vertov, Robert Flaherty e John Grierson. Através destes três impulsionadores da arte de documentar, surgiu a vontade de cada vez mais recorrer ao género como forma de propagar uma ideia ou mensagem, mensagem essa que em muitos casos possui um presença política intensa.

1.2 Um género em constante evolução

Inúmeros autores procuram uma definição concreta daquilo que possa ser um filme documental. Em muitos casos umas acabam por ser similares, outras nem por isso.

“Every film is a documentary” (Nichols, 2001, p.1) é a forma como o autor começa por abordar o tema em questão. Esta forma de análise pode ser considerada um tanto vaga por não centrar numa definição concreta. Mas fazendo uma análise mais detalhada podemos assumir que tudo pode ser considerado um documentário. Para tal basta ser uma obra audiovisual que contenha uma forma mais ficcional ou não. Existe uma forma de ver onde tudo possui um formato documental que permite conhecer ou analisar uma determinada história.

Tendo em conta esta última situação, podemos, numa primeira fase, assumir que existem dois géneros de filme documental?

O primeiro é um género mais social, onde existe uma vontade de mostrar o mundo onde nós habitamos na forma mais pura existente. Sem qualquer tipo de alteração acaba por entregar aquilo que é a realidade, para nós. “They give a sense of what we understand reality itself to have been, of what it is now, or of what it may become”

(Nichols, 2001, p.2). mas, nem todos os estudiosos assumem a mesma perspectiva. "We cannot just call anything a documentary" (Platinga, 1987, p. 46). Muito embora Platinga divirja, em particular com as palavras de Nichols, não se coloca de parte o facto de a ficção não poder ser considerada uma forma de realidade. O mesmo acredita que é vital lembrar que toda a ficção abrange alguma forma de realidade através do mundo que exibem (Platinga, 1987).

Aliás, Penafria explica-nos que um documentário é um conjunto de estruturas narrativas e dramáticas dentro da mesma estrutura. Sendo importante apresentar, a quem vê, uma história. História essa que é identificada pelos diferentes pontos de vista a utilizar pelo realizador, que é a sua forma de apresentar e discutir o assunto em questão (Penafria, 2001). Esta situação pode ser identificada, em particular, através dos documentários que retratam eventos passados (conflitos bélicos), onde se procura uma ligação lógica com o material existente sobre esses eventos de modo a passar a mensagem correta (Penafria, 2001). Um exemplo atual dessa mesma situação é o de Michael Moore. O realizador norte-americano tornou-se conhecido por apresentar momentos chocantes da sociedade norte-americana numa tentativa de mostrar aos outros a realidade do que está a acontecer. Um dos casos mais recentes ocorre através do seu último filme *Fahrenheit 11/9* (2018). Onde retrata a gestão que Donald Trump tem levado desde que o mesmo assumiu a presidência dos Estados Unidos em 2016. O filme em questão acaba por ser uma sequência do *Fahrenheit 9/11* (2004) que também procurou abordar a figura do presidente norte-americano da altura, *George W. Bush*, e as razões pelo qual houve uma invasão de países como o Iraque e Afeganistão levando a um conflito que durou mais de 7 anos.

Ainda assim, para podermos chegar ao ponto de vista de quem vê e interpreta, somente através da ação de filmagem e montagem. Isto porque o espectador irá criar uma ligação com aquilo que está a ver através do que o mesmo desenvolve. Penafria demonstra também que isto ocorre por causa dos pontos de vista que podem ser abordados no documentário. O primeiro ponto de vista abordado e,

consequentemente, o mais complicado a utilizar é o “Ponto de vista na primeira pessoa”.

De certo modo não conseguimos bem decifrar a questão: “o que é um documentário?”, mas podemos compreender o que constitui um. E isso pode ser encontrado através da forma como nos apresentam um documentário e as suas regras básicas como o ponto de vista das imagens, a procura de uma mensagem específica e aquilo que faz ou não parte do filme documental.

1.3 Um género, múltiplas formas de representação

Segundo Nichols (2001), o género engloba seis diferentes formas de estilo. Sendo eles o estilo poético, expositivo, participativo, observativo, reflexivo e performativo. Denotando uma identificação própria dentro do género, o filme documental possui assim uma espécie de marca, de impressão que lhe distingue dos outros estilos (Nichols, 2001).

1.3.1 Estilo Poético

O primeiro estilo a ser apresentado será o estilo poético. Este estilo, em concreto, pauta-se por aplicar uma vertente de uma forma mais fragmentada. Não existe preocupação com a sequência lógica do mesmo, visto que os acontecimentos são o material utilizado para dar forma e corpo a este formato (Peres, 2007). Este estilo documental partilha a sua constituição com o *avant-garde* modernista. Ao contrário do que é habitual, este formato não segue as regras tradicionais da edição continua nem do tempo e espaço. Isto é, em comparação com os tradicionais métodos de filmagem, um documentário poético procura explorar padrões que envolvam justaposições espaciais específicas. Ao que os próprios intervenientes encaram personagens de grande intensidade psicológica para que deem mais vida à obra em si (Nichols, 2001).

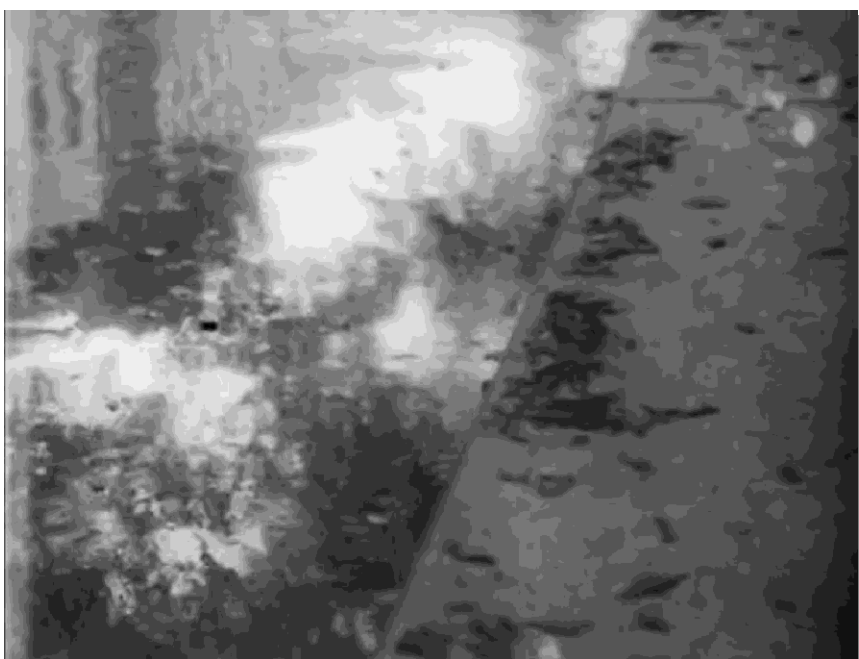


Figura 1: *Rain*, Joris Ivens (1929)

Este estilo documental pode ser encontrado na curta-metragem *Rain* (1929), realizada por *Joris Ivens* e *Mannus Franken*. Numa primeira instância, esta curta é experimental, mas, como possui um carácter documental – retrata o cotidiano de Amsterdão num dia de chuva – e não leva em consideração numa regra de sequência lógica. Somos brindados com várias imagens de diversas zonas e acontecimentos ao longo da cidade. Sendo que, a imagem mais repetida ao longo da mostra é do céu, onde vemos claramente a evolução do céu a passar de limpo para sombrio e chuvoso, estas cenas são intercaladas com reações dos cidadãos, com destaque para quando começa a chover e os mesmos procuram abrigo ou até mesmo seguem a sua vida, tomando as devidas precauções.

1.3.2 Estilo Expositivo

O próximo estilo, assim como o nome indica, é um estilo que procura expor um tema com maior intensidade. Neste formato, existe algo que se chama “a voz de Deus”, ou seja, o realizador pouco ou nada aparece, sendo que a sua presença visual é substituída por uma *voz-off*. A voz é algo importante neste tipo de documentário, mas, em muitos casos podemos encontrar vozes fortes que marcam presença, porém, existem, com mais facilidade, vozes não tão fortes para conseguir dar mais destaque ao material exposto, do que propriamente ao que se está a dizer (Nichols, 2001).

Este formato assenta numa estrutura mais retórica e de argumentação de modo a que as sequências reais possam ter maior impacto (Peres, 2007).



Figura 2: *Spanish Earth*, Joris Evans (1937)

Este estilo pode ser encontrado em inúmeras películas, mas para compreendermos melhor este estilo, podemos utilizar o filme *Spanish Earth* (1937) de Joris Evans.

O filme retrata uma das épocas mais contrabadas em Espanha, no século XX, a luta entre fascistas e republicanos que levou à famosa

Guerra Civil Espanhola. Neste caso em particular o filme procura dar voz aos republicanos que foram eleitos democraticamente e para dar "voz" a estes acontecimentos o realizador utilizou três tipos de vozes diferentes. Isto é: existem três versões do mesmo filme, em todas não temos um narrador profissional, temos sim personalidades famosas que na altura eram grandes nomes da sociedade ocidental. Na versão francesa temos o comentário do cineasta Jean Renoir³ e na versão inglesa temos duas vozes: a primeira foi de Orson Welles⁴, mas visto que o mesmo, devido à sua eloquência própria e elegante podia tirar algum impacto à mensagem a ser transmitida (Nichols, 2001). Então o realizador trouxe Ernest Hemingway⁵. Para além de ter trabalhado no guião do documentário, permitiu que, através da sua voz, o mesmo ganhasse uma dimensão de "facto", permitindo assim um filme que fortalecesse mais o conceito de apoio do que compaixão (Nichols, 2001).

1.3.3 Estilo Observativo

Caso o cineasta procura algo mais puro, onde o único objetivo será observar e absorver o mesmo, então teremos em mão um documentário observativo. Qual o seu principal propósito? Filmar os vários momentos da vida real sem qualquer intrefeência exterior, o cineasta apenas serve para captar esses mesmos momentos sem que exista algum tipo de mão estranha no processo (Peres, 2007).

Os filmes observacionais destacam-se pela sua vontade em dar um sentido de durabilidade a eventos reais, levando à quebra das correntes tradicionais de cinema para poder criar um suporte que se baseia também nos modelos poéticos e expositivos (Nichols, 2001).

³ Cineasta francês (1894-1979) conhecido por realizar filmes como: A Grande Ilusão (1937) e A Regra do Jogo (1939);

⁴ Cineasta norte-americano (1915-1985) conhecido pela famosa transmissão radiofónica que encenou a invasão de extraterrestres à Terra, levando a que inúmeras pessoas criassem tumultos nas cidades norte-americanas. Um dos seus filmes mais famosos, sendo considerado por muitos um dos melhores de sempre, é o *Citizen Kane* (1941);

⁵ Escritor norte-americano (1899-1961) que trabalhou como correspondente de Guerra em Espanha;

Neste caso particular, “não existe” uma pessoa que conduza a película. Isto porque o cineasta é uma figura invisível ou até mesmo inexistente no conteúdo para poder dar voz ao que importa: as imagens como elas são, sem qualquer tipo de discrepância.

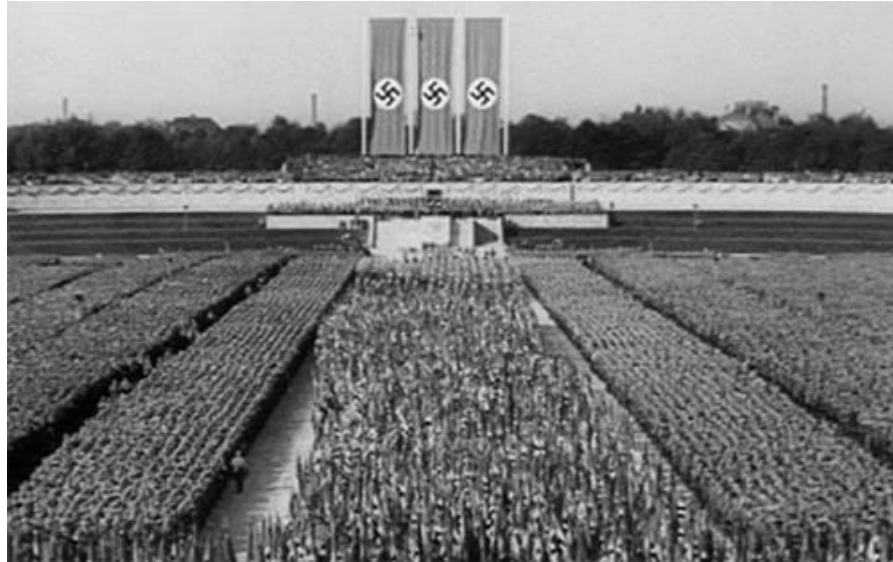


Figura 3: Triumph of The Will, Leni Riefenstahl (1935)

O facto de ser algo que procura mostrar apenas a realidade, tornou-se um forte aliado de filmes cujo propósito seria enaltecer algo como uma ideologia política.

Leni Riefenstahl⁶ ficou conhecida por produzir documentários observativos onde o seu único propósito seria enaltecer e dar “voz” ao partido Nazi que governava a Alemanha na altura da II Guerra Mundial, e do seu líder Adolf Hitler. Um dos exemplos mais reconhecidos é o *Triumph of the Will* (1935). A ideia é simples: filmar um dos muitos comissios realizados pelo partido Nazi onde o seu líder discursava para milhares de pessoas com o propósito de mostrar a força da Alemanha e do partido.

⁶ Realizadora alemã (1902-2003) que ficou conhecida por criar filmes que procuravam mostrar a “grandeza” da Alemanha Nazi através de documentários e de filmagens soltas dos inúmeros comícios;

O filme não conta com a presença da realizador, pois apenas mostra inúmeras figuras reconhecidas como Hitler, Himmler e Goebbels. O filme possui um dos mais famosos discursos de Hitler, perante milhares de apoiantes do seu partido, onde se pode destacar a sua força e a sua vontade de conseguir elevar a "raça superior" ao domínio dos seus inimigos. Estes filmes de propaganda política serviam, não só para fortalecer a ideologia do partido como também propagar a palavra do mesmo para outros países. Neste caso, aqueles que foram conquistados. Através dos filmes mais observacionais podemos associar que o propósito é apenas mostrar. Somos nós, o espectador que temos de assumir aquilo que estamos a ver e, com isto, criar a nossa própria ideia. Temos de ver a realidade na sua verdadeira essência para ser possível compreender o que se rodeia. Em muitos casos pode ser a presença de mensagens políticas como também, uma vontade de crer trazer uma situação que "abra o olho" ao público.

1.3.4 Estilo Reflexivo

A sétima arte, em toda a sua existência, sempre procurou criar uma ligação com quem vê os mais diversos filmes. Criar no espectador uma sensação de conhecimento, de interpretação própria e possibilidade de "imaginar" algo, são, em suma, grandes necessidades e intensões de quem produz filmes.

E o formato documental não é estranho a essa vontade. Acontece que, por mostrar algo que existe mesmo, tem em si, a missão de mudar mentalidades e com isso procurar, sempre que possível, enriquecer o espectador. O formato reflexivo tem como principal missão levar o espectador a pensar e a reconhecer certas situações e também a ligação que se pode estabelecer entre o cineasta e o público (Peres, 2007).

Todavia, como muitos dos estilos até agora mencionados, o presente estilo também cria uma ligação com o real. Procurando uma união com o mundo sem grandes impedimentos que se podem verificar através de questões físicas, psicológicas ou até mesmo emocionais (Nichols, 2001).

Este *modus operandi* acaba por ser desafiado pelos documentários reflexivos através, essencialmente, da edição seja ela abrubta ou simplificada.

Uma das principais situações, presentes neste formato, é que o conteúdo apresentado só é realmente eficaz como o filme em si. Através do método reflexivo podemos questionar isso mesmo. Isto porque, o importante aqui será a forma como o espectador afasta-se das suas crenças pessoais e procura compreender e analisar aquilo que está a presenciar (Nichols, 2001).



Figura 4: *Man, with a movie camera*, Dziga Vertov (1929)

Para compreender bem o conceito acima mencionado, podemos regressar aos primórdios do cinema documental com um dos filmes pioneiros do ramo: *Man with a movie camera* (1929) de Dziga Vertov.

O filme - considerado por muitos pioneiro no ramo da edição - retrata uma única situação: um homem (Mikhail Kaufman) a passear pelas ruas de Moscovo com uma câmara. E através desta simplicidade de filmagem podemos conhecer o mundo soviético no seu coração, mas também compreender a realidade que existe no mesmo (Nichols, 2001). Através deste filmes somos apresentados, através mais uma vez da edição realizada pela mulher do cineasta (Yelizaveta Svilova), inúmeras meta-

referências que projetam uma oportunidade para conseguirmos compreender o que estamos a verificar, mas também refletir sobre o impressionismo presente no filme e nas suas inúmeras filmagens (Nichols, 2001).

1.3.5 Estilo Participativo

Em muitos casos não basta sermos nós a compreender qual a mensagem ou o conceito a ser transmitido. Precisamos de algo que nos auxilie a compreender, mas também justificar aquilo que se pretende abordar através de pessoas cuja experiência no ramo ou área lhes dá a autoridade para entregar uma válida opinião.

Aqui podemos abordar, neste sentido, os documentários participativos, onde a presença do cineasta é maior mas também existem entrevistas ou filmagens históricas que nos auxiliem a compreender, mas também justifiquem aquilo que estamos a presenciar.

Assim como muitos estudiosos, os cineastas vão para o campo para estudarem e analisarem para depois poderem confrontar outros com aquilo que vivenciarem (Nichols, 2001). O que leva a que o ponto de vista do realizar seja mais intenso ainda, auxiliando-se das conversas que teve com outras pessoas para formar um conhecimento mais amplo (Peres, 2007).

Aqui o cineasta deixa de ser apenas uma voz, ou até uma presença não documentada, ele próprio torna-se um ator social da sua película. Permitindo assim que exista algo físico e presencial no filme. Deixando para trás a mera observação de factos (Nichols, 2001).



Figura 5: *Chronicle of a Summer*, Jean Rouch e Edgar Morin (1961)

E como podemos por em prática este método? Indo pela rua e falando com as pessoas.

Em 1961, Jean Rouch e Edgar Morin, andaram pelas ruas de Paris e enquanto filmavam isso, falavam com quem andasse por lá, pedindo que os mesmos partilhassem as suas histórias, para depois no final, os dois realizadores pudessem compreender e discutir aquilo que tinham aprendido ao longo das filmagens.

Chronicle of a Summer (1961), é um dos muitos exemplos de documentários participativos. Neste caso específico podemos ver que algo só é real e existe pois existe uma câmara de filmar. Jean-Luc Goddard assumia que o cinema estaria certo "24 vezes por segundo" e através deste formato documental podemos assumir que o mesmo teria razão (Nichols, 2001).

1.3.6 Estilo Performativo

O último estilo e possivelmente aquele que, para muitos, terá a ver com o cinema documental: é o estilo performativo.

Este estilo, assim como o nome indica, abrange o melhor de dois mundos, pois possui na sua gênese uma mistura de ficção e não-ficção. Isto acaba por tornar o filme um pouco mais ligado ao cineasta por este colocar, em maior evidência, a sua opinião pessoal, ganhando um cariz autobiográfico, isto porque: a subjetividade possui maior interesse neste formato do que o próprio argumento lógico (Peres, 2007).



Figura 6: *Night and Fog*, Alain Resnais (1956)

Para melhor compreender este estilo, pegamos como exemplo o filme: *Night and Fog* (1956). Este filme francês retrata um dos momentos mais negros da história da humanidade: o Holocausto.

Numa primeira instância temos um documentário que narra muitos dos acontecimentos que aconteceram em Auschwitz e visto que existe uma *voz-off* podemos assumir que é um documentário expositivo, pois, somos levados para um local onde recebemos informações sobre isso. Mas acontece que a dor presente na voz de quem narra (Michel

Bouquet) entrega-nos uma dor pessoal, elevando o filme para um formato mais performativo.

Embora este formato seja algo mais *avant-garde* ou até mesmo experimental, acontece que dá mais importância ao real do que à qualidade do filme. Não é relevante se a filmagem possui a cor certa, se a imagem possui algum desfoque, não, o interesse aqui está na mensagem e na forma como ela afeta o cineasta e quem o vê (Nichols, 2001).

Embora todos os estilos acima mencionados sejam de grande importância, o trabalho que aqui se vai desenvolver pode ser classificado, de uma maneira mais específica, como um documentário acadêmico e educacional. Isto porque, a sua principal função é de facto a procura por conhecimento como também a abertura de portas para uma nova área de estudo que ainda vai no começo e que pode vir a ser de grande destaque. Todavia, não se deve colocar de parte os outros estilos documentais que tenham sido introduzidos ao longo do presente trabalho.

2. Rádio: O som histórico

2.1 Um novo meio num mundo sem som

Embora o foco deste trabalho seja a compreensão do formato fílmico documental, é importante também conhecer o objeto de análise do projeto proposto.

Como tal, o presente capítulo será dedicado à rádio e à compreensão desse meio desde o seu começo até aos dias de hoje, dando destaque ao caso português.

Primeiramente é importante perceber o que é a rádio. Citando Fernando Curado Ribeiro em torno da questão o mesmo explica que “A rádio, como a pintura, é uma arte indirecta” (F. C. Ribeiro, 1964, p.19). E qual é a origem desta dita “arte indirecta”?

Em primeiro lugar, a rádio enquanto meio de comunicação social tem a sua génese nos finais do séc. XIX. Guglielmo Marconi⁷, é em grande escala reconhecido como o fundador da radiodifusão como é hoje conhecida. Através do mesmo adquirimos a possibilidade de transmitir sons, em ondas médias e curtas, podendo as mesmas serem recebidas por um transmissor próprio que seria mais tarde um elemento essencial na vida quotidiana de cada cidadão (Bellis, 2019).

Em 1863 o inglês James Clerck Maxwell provou que a eletricidade se propagava através do ar. Para conseguir chegar a esta conclusão teórica, Maxwell unificou as teorias de outros cientistas como Faraday, Lorentz, Gauss e Ampere (Comission, 2003-2004).

Acontece que isto foi apenas provado em teoria, sendo que apenas após a morte do mesmo é que foi possível provar, na prática, a teoria de Maxwell. Este feito foi possível através de um jovem cientista alemão, de seu nome Rudolf Hertz, que ganhou algum interesse no que Maxwell procurava mostrar e acabou por ser o alemão a conseguir

chegar à prova prática de que existiam ondas eletromagnéticas a propagarem-se pelo ar e que seria possível fazer a sua transmissão entre dois recetores sem qualquer tipo de ligação constituída por fios. Graças a esta descoberta, reconhecemos em Hertz a sua importância no nascimento da rádio atribuindo o seu nome às mesmas ondas que o mesmo provou existirem. Nascendo assim as ondas *hertzianas* que hoje fazem parte da linguagem do mundo técnico da rádio para além de curto e médio alcance (AM e FM) (Comission, 2003-2004).

Aquilo que hoje é visto como rádio só viria a surgir uns anos mais tarde. Numa primeira instância, pelas mãos do famoso inventor sérvio Nikolas Tesla, que conseguiu criar um dispositivo que seria visto como o primeiro rádio (Bellis, 2019).

Por outro lado, Marconi acabaria por tomar algum interesse na experiência sucedida de Hertz e na invenção de Tesla. O italiano procurou então criar a sua própria versão que permitia enviar e receber sinais, levando a que em 1896 o mesmo conseguisse enviar e receber uma mensagem através do Canal da Mancha. O mesmo criou a primeira companhia de rádio que viria a ser vital no mundo da rádio, mas também na propagação do meio levando a que a mesma chegasse a países como Portugal que acabariam por se tornar vitais no desenvolvimento social desses mesmos países (System, 1998).

Porém, apenas no começo do século XX é que foi possível enviar e transmitir sons com maior consistência. A responsabilidade do mesmo está a cargo da invenção da válvula de três elementos cuja autoria está a cargo do norte-americano Lee de Forest. E foi a partir de 1920 que nasce nos Estados Unidos aquela que é a primeira emissora de rádio a K.D.K.A, levando assim a um *boom* de emissoras profissionais e amadoras (Comission, 2003-2004).

2.1.1 O caso Português

Portugal não foi exceção à revolução radiofónica.

Através de Guglielmo Marconi, foi possível estabelecer em Portugal aquilo que seriam as bases da emissão de rádio no país.

Estas emissões experimentais permitiram a entrada de Portugal numa era mais comunicativa e expansiva a todos os seus cantos (norte a sul), primeiramente através das primeiras experiências com a telegrafia sem fios em 1901, passando para a primeira emissão transatlântica em 1906. Mas a verdadeira expansão começa em 1912, quando o Governo Português da época estabelece contacto com a Companhia Marconi, que, passados 10 anos, levaria ao nascimento da Sociedade Portuguesa de Amadores de Telefonia Sem Fios – esta sociedade tornar-se-ia a emissora T.S.F, após o 25 de Abril e a legalização das “rádios piratas” (Vieira, 2010).

Embora Portugal vivesse um período de instabilidade política na altura, com mais de 30 governos a tomarem conta de uma República que fora proclamada apenas 20 anos antes, a verdade é que a Rádio a nível nacional vivia um período de grandes evoluções que levaria ao verdadeiro *boom* da telefonia sem fios a nível nacional.

Com a entrada de um governo ditatorial em Portugal, na década de 30, a rádio ganhou maior destaque e expansão perante a sociedade. É possível destacar neste período específico três emissoras principais em Portugal. Por um lado, temos a Emissora Nacional (EN), a Rádio Renascença (RR) e a Rádio Clube Português (RCP).

Todas estas emissoras tiveram o seu surgimento da década de 1930, e foram durante anos as principais fontes de informação e entretenimento para a população portuguesa. Mas não eram as únicas. Após uma breve análise à obra de Rogério Santos “A Rádio em Portugal” (2014), foi possível conhecer os “Emissores Associados”.

Estes núcleos radiofónicos eram compostos por duas associações principais: os “Emissores Associados de Lisboa” onde se encontravam

anexadas a Rádio Peninsular, a Rádio Voz de Lisboa, a Rádio Graça e também o Clube Radiofónico de Portugal e ainda os “Emissores do Norte Reunidos” que agrupavam a Rádio Clube do Norte, Rádio Porto, Ideal Rádio e a Electro-Mecânico (Santos, 2014).

Embora estes núcleos de rádios fossem sensivelmente menores que as três principais emissoras da altura, a verdade é que as mesmas possuíam imensa popularidade. Com uma emissão diária dividida entre cada uma das emissoras na mesma frequência (sensivelmente duas a quatro horas por cada) aquilo que lhes dava audiência era a sua proximidade para com a população através da informação local (bairros) e também da publicidade que era composta maioritariamente por pequenos comerciantes. Estas pequenas emissoras acabaram por desaparecer aos poucos a partir da década de 50, muito por questões financeiras, mas também por falta de audiência, que vinha aos poucos a ser conquistada pelas três grandes emissoras nacionais (Santos, 2014).

Como fora apresentando no começo deste capítulo, Portugal possuía três emissoras que eram consideradas as principais.

2.1.1.1 Emissora Nacional

Vamos começar pela rádio do Estado: a Emissora Nacional. A EN tem a sua fundação no dia 01 de agosto de 1935, um ano após as suas emissões experimentais (Vieira, 2010). Segundo Santos, a sua estrutura era constituída por dois valores concretos. São eles “cultura simultaneamente elitista e popular (...) identificação com o poder político” (Santos, 2014, p. 35).

O seu propósito era o de passar a mensagem política certa para os princípios da época. Para tal ser possível houve uma forte aposta em criadores de conteúdo radiofónico como o caso de Olavo d’Eça Leal (1908-1976) e ainda Fernando Curado Ribeiro (1919-1995) que também se encontra citado neste projeto.

Estes foram apenas alguns dos nomes que procuraram agarrar os ouvintes nacionais através de uma programação toda ela trabalhada ao pormenor.

A EN durante anos foi usada como arma de propaganda levando a cabo inúmeros programas de índole político como é o caso de programas como “Sob o Signo do Estado Novo” ou até mesmo a rúbrica “Estado Novo” (Santos, 2014).

Embora a estrutura da rádio fosse de um “espírito de formação intelectual” (Santos, 2014, p. 37), a fraca audiência leva a que se procure outras vertentes mais informais e diversificadas que trouxeram outras vozes à sua emissão. Maria de Lurdes de Almeida Lemos (Mílu) ganhou destaque tanto pelos seus trabalhos enquanto atriz⁸ mas também como cantora⁹.

Mas, a partir da década de 60 esta programação não permitiu os maus resultados da EN devido ao facto de estar associada ao governo ditatorial. Isto numa altura que o descontentamento era cada vez mais constante devido à Guerra Colonial como também à vontade de mudança.

Com a Revolução dos Cravos, a Emissora Nacional acaba por ser extinta dando lugar à Radiodifusão Portuguesa (RDP) ganhando o nome de Antena 1 (Vieira, 2010).

Até aos dias de hoje a Antena 1 mantém a identidade de rádio de informação com especial destaque para as notícias, desporto e reportagens. A vertente mais cultural com dedicação ao Jazz e toda a cultura elitista ficou a cabo da Antena 2 (1990) e os programas mais alternativos ficaram ligados à Antena 3 (1994).

⁸ Participou em “Costa do Castelo” (1943) ao lado de António Silva e Curado Ribeiro;

2.1.1.2 Rádio Renascença

A Rádio Renascença era uma rádio católica detida pela Igreja que se tornou inovadora nos conteúdos transmitidos tais como: radionovelas, programas de autor e músicas que seriam, eventualmente, proibidas pelo governo da altura (Cordeiro, 2003).

Ao longo dos anos foram inúmeros os programas que passaram pela antena da rádio católica, no final da década de 50 chegou a ser transmitida a famosa leitura de Orson Wells e da “invasão” de extraterrestres, levando a que Salazar pedisse uma pequena reprimenda a quem emitiu isto.

Esta radionovela ganhou outra dimensão em Portugal quando o radialista José Matos Maia decidiu emitir a sua própria versão deste texto. O mesmo acontece em junho de 1958 onde levou o seu equipamento até ao alto de Monsanto e fez a sua leitura da “Invasão dos Marcianos”. Assim como aconteceu nos Estados Unidos com Orson Wells, o pânico instalou-se na população levando a que as linhas da polícia ficassem entupidas com telefonemas a questionar o que estava a acontecer. Isto levou a que Matos Maia fosse preso pela PIDE durante duas horas (Santos, 2014).

Numa entrevista a Luís Garlito (Arquivo da RTP) o radialista recorda o dia em que foi levado para a prisão pelo agente da PIDE e que no final levou a advertência “não se meta em coisas (...) A gente não gosta e você vem cá e não sai” (Santos, 2014, p. 97).

Esta situação levou a que o estilo de transmissão praticada pelo Matos Maia fosse descontinuada, mas a verdade é que a mesma acabaria por abrir portas a novos conteúdos que mudaram a face da rádio.

Com o passar dos anos aquilo que era o panorama nacional da telefonia foi sendo cada vez mais diversificado. Através de programas dedicados a grupos mais restritos como as donas de casa com o programa “Clube

⁹ Celebrizou a música “A minha casinha” que viria a tornar-se um dos grandes êxitos da banda de rock português Xutos e Pontapés (1978-);

das Donas de Casa”, música mais alternativa e inclusive a rádio noturna no mítico programa “23ª Hora” (Inês Rocha, 2017).

Algo que caracterizou a RR numa altura de grande afluência masculina, foram o surgimento de vozes femininas que mudaram a emissão radiofónica nacional. Uma das vozes mais reconhecidas que, até hoje, pode ser considerada como uma das vozes femininas mais fortes na luta contra o Fascismo: Etelvina Lopes de Almeida (1916-2004).

A sua entrada na RR dá-se após um concurso lançado pela emissora católica. Etelvina também passou pela emissora do Estado onde acabou por ser despedida em 1949 por ser uma forte opositora do Estado Novo (Santos, 2014).

O seu percurso também passou por inúmeras publicações onde sempre mostrou o seu desagrado com as decisões tomadas pelo Governo da altura, tendo sempre sido marcada como uma pessoa antifascista (Esteves, 2005).

Esta sua forma de ser acabou por influenciar inúmeras pessoas que procuraram usar a rádio como forma de luta contra a opressão sofrida, que efetivamente resultou na queda de um dos mais longos governos ditatoriais na Europa.

Aliás, durante a década de 60, Portugal assistia ao nascimento de programas que acabavam por ser demasiado arriscados para a época como é o caso do “Página Um, Tempo Zip” ou “Vértice”, isto porque numa altura em que o controlo por parte da Polícia do Estado (PIDE) era uma constante realidade. Ainda assim, os mesmos continuavam a dar destaque à informação e à cultura, como foco principal da sua atividade, levando todo o seu conteúdo para o período noturno, que durante anos se considerava morto e sem muita utilidade. Permitindo assim o surgimento de um “sistema de comunicação que se emancipou do panorama instituído e passou a reagir, observando e criticando” (Cordeiro, 2003, p.3).

No dia 24 de abril de 1974, a Rádio Renascença transmite “Grândola Vila Morena”, de Zeca Afonso, que acabaria por ser conhecida como

uma das senhas para a Revolução dos Cravos, colocando um fim numa ditadura de quase meio século (Inês Rocha, 2017).

2.1.1.3 Rádio Clube Português

Para finalizar a temática das principais emissoras nacionais, vamos agora abordar a Rádio Clube Português (RCP).

Fundada em 1931, a RCP desde cedo procurou mudar aquilo que eram os dogmas da emissão radiofónica já estabelecidos pela RR e pela EN. Ou seja: a sua marca de identidade era a forma como a mesma se diversificava em torno da sua programação (programas como o "Talismã" de Marques Ferreira e "Meia-Noite" permitiram que a emissão da RCP fosse centrada entre as 07 da manhã até às 03 da manhã), da linguagem radiofónica utilizada e também das inovações tecnológicas (Santos, 2014).

A RCP acabou por ser uma das principais rádios em Portugal que se encontrava em constante luta com a EN e a RR, levando a que o próprio Salazar fosse visitar a estação, pedindo uma explicação daquilo que estava a ser feito e inclusive, deixou uma mensagem nos livros de visitantes que se caracterizou como sendo enigmática "O Estado deve aproveitar os ensinamentos da concorrência particular. – Oliveira Salazar" (Vieira, 2010, p. 52).

Artur Agostinho, uma das vozes mais famosas em Portugal, para além de ter começado carreira na EN e de ter ido para a RR, também passou pela RCP, participando naquele que era um programas com maior audiência da emissora a "Onda do Optimismo". Este programa era protagonizado pelo Artur Agostinho, Fernando Conde, Jacinto Grilo, Armando Grilo e João Seco (Santos, 2014). Segundo o próprio Conde: "O Artur levava os discos, levava as fitas, fazia-se um grande programa. Foi um grande êxito" (Santos, 2014, p.57).

Algo que caracterizou imenso a emissora foi o Teatro Radiofónico. "o teatro radiofónico está destinado a realizar, melhor do que qualquer

outro, os dramas emotivos e a fazer viver as situações de consciência até hoje inacessíveis à Arte – Edouard Estaunié” (Ribeiro F. C., 1964, p.74).

Uma das rubricas deste género que mais destaque ganhou foi o Teatro Tide, patrocinado pela marca de detergente (neste período era mais direcionado às mulheres) ganharia destaque como sendo um “teatro radiofónico popular” (Maia, 1995, p.193).

Embora fosse uma rubrica de grande afluência, a verdade é que acabava por suscitar grandes críticas. Em parte, devido à “indisciplina” e “propagação de ideias pouco convenientes” (Santos, 2014, p.204).

Outro dos nomes mais sonantes do teatro radiofónico era o de José Oliveira Cosme que ganhou grande destaque depois de ter ajudado a criar a nova onda de teatro radiofónico através de uma peça¹⁰ que chegou a ganhar uma versão televisiva durante a década de 90 (Santos, 2014).

Depois deste período de ouro da RCP, a mesma ganhou uma nova conotação: a de “Emissora da Liberdade”. Isto porque, na altura do 25 de Abril os seus microfones foram usados para transmitir o primeiro comunicado das Forças Armadas após a revolução (Maia, Aqui Emissora da Liberdade, 1994).

Após este momento, o destino da RCP foi sendo cada vez mais incerto tendo passado por inúmeras fusões, e mudanças de nome até que hoje faz parte da Media Capital Rádios de onde nasceu a Rádio Comercial e a M80.

¹⁰ “As lições do Tonecas” era protagonizado pelo próprio Oliveira Cosme e Henrique Somorano. A versão televisiva ficou a cargo do Luís Aleluia e Morais e Castro.

2.1.1.4 Rádio moderna

Nos dias de hoje, milhares de pessoas ouvem a rádio em inúmeras situações, seja em casa, no carro ou até mesmo no trabalho. Com o surgimento da internet foi possível transmitir as emissões de rádio em todos os dispositivos eletrônicos.

O meio em si acabou por adquirir uma nova vida. Vida essa que também mudou a gênese do mesmo. Isto porque, com o surgimento da internet e das redes sociais a sua presença acabou por ser ampliada a todos os aparelhos eletrônicos, o que levou a uma mudança de paradigma. E que mudança foi essa? A inclusão da imagem na sua estrutura.

Essa mesma mudança levou a que o som deixasse de ser o exclusivo da rádio, para poder incluir o uso da imagem e a presença da mesma nas suas transmissões diárias. Até então a rádio possuía uma linguagem própria, toda ela formatada para ser usada no som, mas terá a imagem alterado isso?

2.2 A linguagem do mundo radiofónico

A rádio, enquanto meio possui na sua gênese uma forma própria de comunicar com os seus ouvintes. A teoria da mensagem foi explicada por Claude Shannon e Warren Weaver, dois matemáticos que nos introduziram à “Teoría matemática da informação”. Esta teoria, resumidamente, explica que uma mensagem é transmitida através de um transmissor que envia um sinal para um recetor, que recebe esse mesmo sinal, contendo a dita mensagem, que é depois recebida pelo destinatário (Wolf, 1999).

No entanto, a rádio vai mais além do que aquilo que supostamente não mostra, e isso só é possível devido à linguagem radiofónica.

E essa linguagem é o quê ao certo? A linguagem agrupa efeitos sonoros, silêncio, escrita, voz e música. Cada um destes tem uma função que permite à rádio permanecer como uma fonte entretenimento, de informação e de lazer.

Podemos considerar a linguagem como sendo algo própria. A forma como “falamos” de forma clara e aparentemente espontânea permite aos ouvintes assimilarem o que estão a ouvir de modo a que a mensagem seja bem recebida (Teixeira 2001).

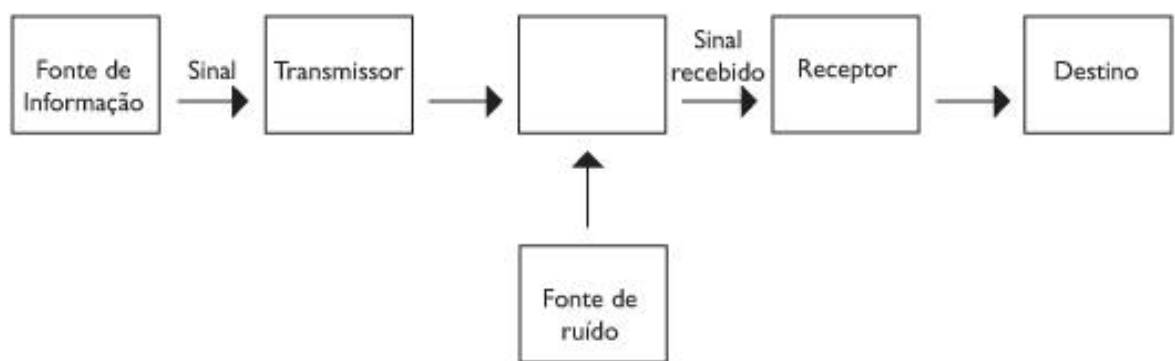


Figura 7 - Modelo comunicacional de Shannon e Weaver (1948)

2.3 Atualidade radiofónica

A internet trouxe consigo a possibilidade de mudar muitos dos paradigmas já estabelecidos nos media.

No caso da rádio foram os primeiros sites oficiais, onde existiam informação relacionada com os diversos programas, e posteriormente começaram a surgir os primeiros vídeos e fotografias. Ou seja, a rádio começa a ganhar uma nova dimensão que não era somente constituída pelo uso da voz dos seus locutores. A partir deste momento surgem imagens, que permitiam aos seguidores das diversas estações conhecer um pouco mais de cada um dos elementos da equipa. E é aqui que começa a “revolução” da linguagem radiofónica.

De acordo com Cordeiro (2005), o meio em questão procura sempre uma adaptação daquilo que é a oferta existente. "Tal como os outros meios de comunicação, também a rádio está cada vez mais integrada em organizações mais amplas, que utilizam alianças e convergências para crescerem e se afirmarem no mercado" (Cordeiro, 2005).

Mas quais foram as mudanças mais amplificadas? As mudanças que maior destaque teve foi a presença constante nas redes sociais. Casos como a Rádio Comercial (Media Capital Rádio), Mega Hits (R/Com), Antena 3 (Rádio e Televisão Portuguesa) são possivelmente dos principais no que toca ao uso da imagem. Isto porque, cada vez mais as inúmeras rúbricas diárias, no caso da Rádio Comercial, com o "Homem que mordeu o Cão" do Nuno Markl, não só é disponibilizada em formato podcast como também existe no site oficial da rádio um vídeo que contém essa mesma rubrica. Ou seja, as situações que antes eram apenas destinadas ao som, atualmente, são incluídas com o formato audiovisual, mais concretamente o uso do vídeo.

Contudo, não é só disto que a nova linguagem é feita. Acontece que um outro formato que tem ganho destaque no meio radiofónico é a criação de programas como "No Ar" da Antena 3 onde é convidado um artista nacional para dar um pequeno concerto nos estúdios da rádio e enquanto é transmitido o som para quem está a ouvir a rádio, o próprio concerto está a ser gravado para depois ser colocado nas várias páginas da rádio como o Youtube.

Atualmente a RTP é um dos grupos de comunicação que mais apostas faz no ramo de conteúdos de multimédia. Um dos casos mais recentes é do programa "Prova Oral", apresentado por Fernando Alvim. Este programa de rádio teve a sua estreia há 15 anos e desde então tem vindo a ganhar uma grande aderência por parte do público tanto por causa do leque de convidados que surgem a cada programa, como também do carisma do seu apresentador que é reconhecido pela sua energia.

Este formato tem vindo a ser cada vez mais destaque ao ponto de ser uma aposta constante da Antena 3 passando agora para a grelha de programas da RTP1. Nos últimos meses a rádio nacional apostou num

formato chamado "Elétrico" onde convidam duas bandas nacionais para fazer concertos com outros artistas convidados. Este espetáculo é realizado no Capitólio, em Lisboa, e tem transmissão à quinta-feira no canal principal da RTP e aos domingos no éter da Antena 3.

Existe uma vontade de transpor conteúdos de um meio para o outro. Algo que permite isso é a vontade das pessoas quererem efetivamente ver. O simples facto de haver a necessidade de saber quem está do outro lado leva a que cada vez mais se aposte neste formato.

Fora do panorama nacional muito são os canais de rádio internacionais que convidam bandas para fazerem um *showcase* onde através de uma transmissão *online* emitem para todos os seus seguidores esse mesmo concerto em direto, disponibilizando o mesmo nos seus canais tradicionais para quem quiser assistir sem qualquer tipo de custo.

Existem dois nomes que se tornaram referência na transmissão de concertos em estúdios de rádio. O primeiro é o KEXP, uma rádio norte-americana sediada em Seattle, que costuma organizar pequenos concertos com nomes reconhecidos a nível mundial.

O segundo são os "*Tiny Desk Concerts*". Estes concertos são realizados num espaço pequeno, apresentado por Bob Boilen e fazem parte da NPR (Nacional Public Radio) onde são convidados artistas para dar um concerto mais intimista a um restrito grupo de pessoas. Este formato tem sido um sucesso a nível mundial com os vídeos, disponibilizados *online*, a atingirem os milhões de visualizações. Um dos vídeos que no espaço de 11 meses atingiu a marca dos 22 milhões de visualizações foi o concerto do falecido rapper Mac Miller.

3. "O som que nós vemos" - Porquê um filme documental?

Até agora procurámos conhecer o formato documental, distinguindo os seus diferentes estilos.

Mas, chegando a esta fase, a pergunta que se coloca é: porquê um documentário para responder à pergunta de partida sobre a rádio?

Existe uma procura por compreensão teórica, mas também a vontade de chegar a mais públicos, isto é, uma vontade de dar a quem vê um novo olhar sobre um assunto que pouco ou quase nada foi abordado.

3.1 Contextualização

A premissa principal deste documentário é perceber com que propósito a imagem começou a fazer parte da rádio e em que medida podemos considerar a mesma como sendo uma nova forma de linguagem radiofónica. Como tal, seria importante conversar com quem conhece o mundo radiofónico por dentro e por fora para perceber o momento que se vive.

Este documentário foi filmado ao longo de cinco meses, sendo que teve o seu início em janeiro do presente ano tendo findado em maio com a finalização das entrevistas e começo da pós-produção.

Durante este período procurei estudar algumas das maiores rádios nacionais de modo a tentar perceber como é que a imagem é destacada. Assim sendo foquei-me na Antena 3, Rádio Renascença e Antena 1. A escolha destas rádios prende-se pelo seguinte: rádios nacionais cujo quotidiano se baseia tanto no conteúdo diversificado como também na utilização da imagem dentro do mesmo. Seja através das redes sociais ou até mesmo no site de cada um. Três rádios diferentes, com públicos distintos que acabam por trabalhar de formas idênticas.

Assim sendo, selecionei um grupo de profissionais para conversar sobre a utilização da imagem. A minha lista é composta por: Fernando Alvim, animador de rádio da Antena 3 e apresentador de televisão na RTP1, RTP Memória e Canal Q; Mário Antunes, jornalista da Antena 1 no Algarve e professor da Universidade do Algarve; Carlos Dias, jornalista desportivo da “Bola Branca”, o primeiro programa radiofónico em Portugal dedicado na íntegra à informação desportiva. Nelson Ribeiro, professor da Universidade Católica, na área de Ciências Humanas e Sociais, e ex-diretor da Mega FM e da Rádio Renascença. E por último, Rosário Lira, jornalista da Antena 1 e da RTP1 onde conduz um programa de entrevistas dedicado à política e economia e ex-subdirectora de informação da RTP.

Marcadas as entrevistas, decidi criar um guião de perguntas base onde juntei sete perguntas que seriam relevantes. A partir deste mesmo guião procurei adaptar as perguntas com base no histórico de cada um dos entrevistados.

3.2 Conceptualização do projeto

A primeira fase foi a pré-produção, depois seguiu-se a realização das filmagens e a última fase foi a pós-produção e conseqüente finalização. A distribuição de tarefas e de objetivos diários, a aplicação de prazos ao longo do período total que levou desde o começo à finalização do documentário foram estratégias que permitiram cumprir as tarefas sem que houvesse complicações que pudessem atrasar o projeto.

Começamos pela pré-produção, nesta fase apenas procurei agrupar uma série de nomes que fossem relevantes para o tema que aqui tem sido mencionado. Numa primeira instância peguei nos nomes das rádios acima mencionadas e listei locutores que teriam relevância.

Em seguida, procurei criar um documento base a solicitar a participação dos radialistas e a explicar um pouco do conceito do documentário.

Pedindo, numa primeira fase, uma reunião que permitisse explicar pessoalmente o conceito, como funcionariam as perguntas que fosse colocar e também perceber através da conversa pessoal como seria a sua perspetiva com o tema em questão. Depois dessa reunião iria proceder à marcação do dia para realizar a entrevista com filmagens, num local à escolha do entrevistado para facilitar a sua deslocação.

Na altura de fazer os contactos recorri a dois meios: em alguns casos procurei pelos seus perfis pessoais nas redes sociais, de modo a entrar diretamente em contacto com eles, em outros, consegui acesso a emails pessoais ou até mesmo profissionais para estabelecer contacto. Após ter feito um texto base¹¹ onde inclui uma mensagem para cada um dos entrevistados, decidi então entrar em contacto com cada um.

Enquanto esperava que respondessem ao meu contacto fui agrupando, numa lista, o material necessário para perceber quais seriam as perguntas essenciais para o meu projeto. Tendo em conta que estava nos meus planos entrevistar pessoas que melhor conhecem o meio radiofónico tinha de compreender o que seria relevante tanto para o documentário como para a questão essencial deste projeto. Algumas das perguntas acabaram por ser similares pois eram o alicerce da minha procura por conhecimento e como tal não poderiam faltar em nenhuma das entrevistas, as outras foram sendo modificadas de acordo com quem estaria a entrevistar para poder ter o seu parecer mais íntimo.

Findada esta parte seguiram-se as entrevistas. Na primeira fase – realizada entre fevereiro e março deste ano – realizei três entrevistas. A primeira foi a Fernando Alvim, de seguida entrevistei Mário Antunes e no final Carlos Dias.

A segunda fase começou a partir do mês de abril. Se na primeira o destaque foi dado a profissionais do meio radiofónico, nesta fase percebi que era importante abordar também o lado académico e de gestão.

Como tal, conversei com Néilson Ribeiro, docente da Universidade Católica Portuguesa e Rosário Lira, cujo percurso atravessa tanto rádio como televisão e que permite ter uma visão que abrange as várias

áreas abordadas ao longo deste projeto. Com olhos numa contextualização que me permitisse compreender como é que o uso da imagem era visto fora do meio, o que me permitiu adquirir compreensão mais profunda sobre o assunto.

3.3 Material usado

Em termos de material utilizei uma câmara DSLR Canon 750D com uma lente de 50mm com uma abertura de 1.8/f e uma luz fixa Luxpad23 para poder eliminar as sombras desnecessárias.

Em termos de som, optei por utilizar uns auriculares anexados ao meu iPhone XR, que, quando colocado em modo de gravação de vídeo capta o som do microfone dos auriculares, garantindo assim um som com muita qualidade, quando não existiam microfones de lapela à disposição.

Para suporte, utilizei um tripé da marca Cullmamm Primax 350 que permitiu manter a câmara fixa e fazer alguns movimentos ao longo das filmagens.

Para o tratamento das filmagens e de som, deixei o mesmo a cargo dos programas Adobe Audition e Adobe Premiere Pro CC para editar o som e as imagens captadas ao longo dos meses de produção.

No caso de entrevistas no exterior apenas utilizei a luz natural para realizar as filmagens enquanto que, para garantir uma boa iluminação em zonas interiores, como é o caso dos estúdios da Renascença ou até mesmo a Escola Superior de Educação e Comunicação, utilizei a Luxpad23 para poder ter uma cor que garantisse uma imagem clara e nítida para o documentário.

¹¹ Texto base presente no capítulo “Anexos”;

3.4 Finalização do projeto

Depois de concluídas as filmagens era importante começar a tratar da finalização do documentário e conseqüentemente do trabalho teórico.

Numa primeira fase procurei fazer as restantes filmagens com a narração do documentário, dando introdução às várias entrevistas, todas elas divididas por perguntas e previamente assinaladas com grau de importância tendo em conta o seguimento do mesmo.

Logo de seguida, pegando nas várias transcrições assinalei aquelas que seriam as mais importantes de modo a não repetir em muitos casos o que cada um mencionava.

A segunda fase foi então as filmagens para imagens de corte e simultaneamente a respetiva edição final do projeto.

Para além das filmagens que fui realizando ao longo dos meses, percebi que era importante colocar excertos de outras filmagens, umas ligadas à rádio e à forma como funcionam e inclusive de situações fora do meio. Decidi então entrar em contacto com o E2, programa televisivo da Escola Superior de Comunicação Social, que é transmitido na RTP2 para aceder a algumas filmagens de entrevistas que tenham feito em estúdios de rádio de modo a ter um maior leque de imagens.

Através destas imagens foi possível dar uma nova dinâmica ao documentário, algo que não é só garantido através do som, mas também através do segundo sentido em destaque neste projeto.

4. Considerações finais sobre as entrevistas

Com o término deste projeto queria aproveitar este último capítulo para juntar tudo aquilo que assimilei ao longo destes últimos dois anos enquanto estudante do Mestrado em Audiovisual e Multimédia, mas em particular os últimos 10 meses onde o foco foi para a concretização deste documento que aqui se apresenta, com destaque para o documentário realizado.

Durante o período mencionado o meu objetivo principal era responder à questão: podemos considerar a imagem como sendo parte de uma nova forma de linguagem radiofónica? Não existe uma resposta definitiva. Isto porque para uns a imagem serve, especialmente, como algo complementar, mas para quem usa a mesma de forma sistemática, acaba por moldar o discurso tendo em conta o uso da imagem.

Para realizar um documentário teria de perceber o que distingue a ficção da não-ficção. Neste primeiro capítulo abordei o começo da arte cinematográfica através dos irmãos Lumière e passei logo para os três principais nomes do cinema documental: Dziga Vertov, Robert Flaherty e John Grierson. Depois de compreender o que era de facto um documentário, era importante começar a delimitar aquilo que teria de ser feito. Isto porque o meio documental é mais vasto do que aparenta. Com pelo menos seis géneros identificados, seria relevante perceber qual era o caminho que estaria a construir para o projeto. Qual era o meu foco? Mas também a forma como o iria fazer. Começo então a analisar os diferentes estilos documentais, acabando por decidir pelo formato participativo. Isto porque um dos principais focos do meu documentário são as entrevistas que realizei. Posso considerar que as mesmas são o suporte de todo este projeto e da minha procura por conhecimento, em particular no campo da rádio enquanto meio de som e de multimédia. Mas, como mencionara antes, o documentário que produzi é essencialmente, académico, servindo de alicerce, num futuro próximo, para uma investigação e análise maior.

Em seguida, abandonei momentaneamente a temática do filme documental e entrei no meio sonoro, abordando o tema central do documentário: a rádio.

Neste segundo capítulo a minha intenção foi de falar um pouco do meio e da forma como o mesmo possuía algo apenas seu. Este capítulo tornou-se significativamente mais curto que o anterior, porque grande parte daquilo que se iria falar sobre a rádio estava presente no documentário e nas entrevistas que realizei - mas ainda assim possuía em matéria teórica uma grande parte daquilo que é o mundo radiofónico, com especial destaque para o meio nacional.

Findados os dois primeiros capítulos de contextualização, chegou a altura de falar sobre o documentário "O som que nós vemos".

A primeira entrevista que realizei foi com o Fernando Alvim. Esta entrevista realizou-se num café na zona de São Sebastião. Ao longo da nossa conversa notou-se um padrão seguido pelo entrevistado. A sua perspetiva do uso da imagem é de que faz parte da linguagem radiofónica. Isto porque, temos aqui um caso de um animador de uma rádio reconhecida a nível nacional, alguém que usa com grande força as redes sociais e a sua imagem.

Quando questionado sobre se a imagem faria parte da linguagem radiofónica, o mesmo afirma "(...) sim, faz parte. No outro dia estive a ouvir uns miúdos da Rádio Cidade. Um deles era o Carlos Coutinho Vilhena. Estava a ouvir o programa dele e ele perguntava a um animador da rádio o que era mais importante: atualizar as redes sociais ou a qualidade da sua emissão. E ele sem hesitar disse: "50/50". E isto era impensável há uns 20 anos atrás. É tão ou mais importante aquilo que faço como a forma como eu alimento as minhas redes. E isso é curioso¹²" (Alvim, 2019).

A imagem possui um carácter próprio neste caso, o que mostra como a mesma, numa rádio de cariz mais jovem e de entretenimento é importante.

Mas esta perspetiva não é algo generalizada, se formos ver a perspetiva de alguém cuja função é informar e entregar as notícias, podemos compreender como a mesma é diferente.

Após ter entrevistado o Fernando Alvim, segui viagem para o Algarve onde me encontrei com Mário Antunes, professor do curso de Ciências da

¹² Todas as entrevistas e respostas completas estão presentes no capítulo "Anexos" deste mesmo documento;

Comunicação na Universidade do Algarve e jornalista da Antena 1 no Algarve.

Nesta conversa encontrei uma perspetiva mais assertiva. Alguém cuja visão da imagem é de que a mesma é multimédia e rádio é rádio. Dentro daquilo que é o seu trabalho, o mesmo prefere fazer rádio pelo que é. Ou seja, a sua intenção é fazer rádio pelo som, pela forma mais pura de jornalismo radiofónico: "A imagem é um elemento destabilizador. Distrai da essência do discurso da rádio. (...) Se eu continuar a ter a liberdade de fazer rádio apenas para o som e permitir que se criem as imagens mentais, daquilo que é dito, descrito, há uma magia em imaginar a cara de quem fala mas não ter a referência e acho que isso não se deve quebrar. E se meter a imagem, irei meter um elemento que distrai" (Antunes, 2019).

Quando questionado sobre a relevância da imagem na linguagem radiofónica a sua perspetiva é da imagem como forma de auxílio e a rádio um domínio do som, sem qualquer alteração: "A imagem será sempre um suporte. (...) O som continuará a ser exclusivamente parte do domínio da rádio" (Antunes, 2019).

Após esta entrevista regressei a Lisboa onde o trajeto da primeira fase de entrevistas termina com Carlos Dias. Jornalista da Rádio Renascença (RR), em particular da área desportiva, no programa "Bola Branca", criado há mais de 25 anos por Artur Agostinho e Ribeiro Cristóvão.

A nossa conversa foi construída em torno do jornalismo desportivo, mas também do Grupo Renascença (a RR faz parte de um grupo maior que engloba Mega Hits, RFM e Rádio Sim). Um dos principais destaques na Renascença tem sido os conteúdos diversificados e a constante procura por quem será a melhor pessoa para representar a rádio nas manhãs. Atualmente este período do dia tem vindo a sofrer o maior número de investimento por ser o que mais audiência tem. A RR, mais recentemente, acabou por apostar num trio de locutoras (Carla Rocha, Ana Galvão e Joana Marques) para acompanhar os seus ouvintes nas primeiras horas do dia. Para Carlos Dias, esta situação de grande importância tem também a ver com o facto de as pessoas quererem saber quem é a pessoa que está do outro lado dos microfones: "Quando o novo programa da manhã foi lançado houve uma preocupação em mostrar a todos quem eram as caras da

manhã. As pessoas querem saber quem está do outro lado. Antes imaginavam, agora querem saber” (Dias, 2019).

A imagem acaba por ser uma enorme preocupação para quem trabalha no meio e o destaque dado às suas figuras demonstra isso mesmo, pois, “As pessoas nos dias de hoje querem ver tudo e saber tudo. E daí as nossas caras estarem no site e nos direitos. São novas formas de relatar (...) Para a rádio é bom pois tem outro meio de propagação. Para quem trabalha: é mais uma peça para ter em conta no seu dia-a-dia” (Dias, 2019).

Ainda assim, prefere não misturar a imagem com a linguagem própria da rádio. Isto porque “Eu penso que a imagem é algo que a rádio aproveita para. A linguagem radiofónica é a linguagem da rádio. Pode ter alguma evolução, mas a rádio é a rádio e a televisão é a televisão” (Dias, 2019).

Quando questionado sobre o futuro, a resposta foi um pouco incerta pois aquilo que destacou foi a constante mudança da rádio. “Não devemos fechar as portas do estúdio, acima de tudo. Isso não podemos fazer e isso é algo que não tem acontecido, como é visível” (Dias, 2019).

Logo após ter entrevistado o Carlos procurei uma perspetiva diferente, um olhar mais académico sobre a temática em questão. Então, entrei em contacto com o Dr. Nélson Ribeiro, docente da Universidade Católica Portuguesa que permitiu mostrar uma forma mais abrangente de ver o meio e as mudanças.

Ao questionar o Professor Nélson Ribeiro sobre o ponto de vista académico da temática, o mesmo não hesitou, afirmando que “(...) esta nova realidade sobre a qual estamos a conversar lança vários pontos interessantes no âmbito do estudo e da investigação. Uma dessas questões é o conceito de rádio” (Ribeiro, 2019). Esta questão acaba por ser uma ótima forma de finalizar o trabalho que tenho vindo a desenvolver. Isto porque, se procuramos saber qual a importância da imagem na rádio, também precisamos de saber, ao certo, o que é a rádio nos dias de hoje. E isso levamos de novo à questão da linguagem radiofónica. O convidado não consegue ter uma resposta certa para a pergunta, mas afirma que possam existir “versões diferentes sobre o que é a linguagem radiofónica” (Ribeiro, 2019). Algo que temos vindo a conhecer de todos os outros entrevistados. Quando

questionado sobre o que o futuro nos reserva na área da telefonia sem fios, a resposta é simples. “Nesta discussão dos meios, falamos do passado e do presente como se fosse algo para acontecer durante outros anos. E temos visto isso pois o setor dos media tem sido um setor com inúmeras evoluções ao longo dos anos” (Ribeiro, 2019).

Após a entrevista com o Professor Néilson Ribeiro percebi como estaria certo entrevistar Rosário Lira, uma pessoa com uma forte personalidade no meio radiofónico e televisivo do grupo RTP e há inúmeros anos ligados ao meio. O seu programa “Conversa Capital” é transmitido em duas plataformas: rádio e televisão e logo aqui possuíamos um forte elo ao que é o tema deste mesmo trabalho. Foi então que percebi que esta era a melhor maneira de terminar as entrevistas.

Quando estabeleci o primeiro contacto mostrei que o meu interesse seria uma mera conversa que iria surgindo com o fluxo do momento, toda ela filmada e depois editada para ser exibida no documentário. Após algum tempo conseguimos agendar a entrevista no seu escritório na sede da RTP que permitiu ter aquela que, a meu ver, foi das conversas mais elucidativas em torno da temática.

Na última entrevista coloquei a questão de como seria definir a rádio, nos dias de hoje. Embora haja uma panóplia de respostas, foi através da Rosário que consegui uma simples resposta, mas que faz todo o sentido. Mesmo com todas as alterações que se vivem no meio. “A rádio continua a ser voz, som e continua a ser companhia e por isso nós continuamos a querer ouvir a rádio no carro e não ver televisão. Pois quando estamos no carro ou em casa conseguimos ouvir rádio e fazer outras coisas. Conseguimos dispersar os nossos sentidos e estar a ouvir rádio” (Lira, 2019).

E isto mostra-nos, enquanto consumidores de rádio como a mesma é uma forte presença no nosso dia-a-dia. Mesmo quando se vive uma época onde a imagem se torna algo constante dentro, o som, continua a prevalecer.

Quando questionei sobre o futuro do meio, Rosário explica como a imagem “trouxe à rádio a possibilidade de continuar viva” (Lira, 2019). Afirmando ainda que o seu desejo, para o futuro da rádio é que “continuemos a

projetar um conteúdo para a rádio e pensarmos se compensa ou não a imagem. Há situações onde faz sentido, mas em termos gerais gostava que a rádio mantivesse o seu *mainstream* e mantivesse a sua química auditiva, de criar as tais imagens e de valorizar o som. Em vez de se pensar em torno da imagem, que é a tendência que ocorre se houver meios para isso, que é o mais preponderante a acontecer” (Lira, 2019).

5. Conclusão

É curioso perceber como inúmeras coisas se podem interlaçar num único contexto.

Esta ideia surgiu logo após ter terminado as entrevistas para o documentário. Foi aí que comecei a pensar nas respostas que foram dadas e como o meio audiovisual – utilizo este termo para compilar tudo aquilo que envolve a imagem e o som (TV, rádio, internet) – é um complexo conjunto de formas e métodos de exibição de imagem e som, cujo propósito reside no público que o consome.

Vivemos numa sociedade onde a necessidade de saber mais, de estar dentro do assunto é cada vez maior. E nós enquanto público consumidor de media precisamos de estar constantemente a ser desafiados. E a melhor maneira de o fazer é diversificando a oferta colocando sempre em cima da mesa aquilo que nos atrai. Mas isto pode ser considerado senso comum por muitos, mas, para quem faz deste meio vida é mais do que certo existir preocupação com o público levando a que exista uma vontade de se destacarem dos outros meios.

Ter a possibilidade de ver quem está a falar, seja num relato desportivo, seja numa entrevista ou até mesmo numa reportagem, acaba por entregar à peça mais dinâmica e capta a atenção do ouvinte. Muito embora a imagem possa ser considerada um elemento que destabiliza do foco central do produto ela não deixa de ser vital para a compreensão de quem está do outro lado e foi aí que eu encontrei uma questão pertinente em torno da temática.

Perceber a necessidade da imagem invoca questões psicológicas, nomeadamente, a necessidade de perceber o fascínio do ser humano em torno da imagem.

É facto de que nós queremos sempre ter auxílio visual nas situações que nos rodeiam. Ajudam a perceber melhor o contexto. Mas neste caso particular, a imagem é de facto um bônus que nos leva a seguir com maior foco o produto radiofónico.

Pegando no exemplo da Rádio Renascença, durante o período que estive envolvido com a emissora, apercebi-me da preparação que uma entrevista exigia. Desde as luzes, ao posicionamento da convidada face ao entrevistador e até mesmo ao tipo de câmara usada. Ou seja, existe a necessidade de carregar mais no uso da imagem para dar mais ao próprio produto radiofónico. Seja para emissão online como também para o site.

E é curioso como atualmente esta seja a realidade. Talvez em parte por culpa das redes sociais e do constante acesso que temos, mas também pela necessidade que temos em estar “presentes”.

Em suma e para finalizar, através deste projeto procurei responder à questão “Fará a imagem parte de uma nova linguagem radiofónica?”.

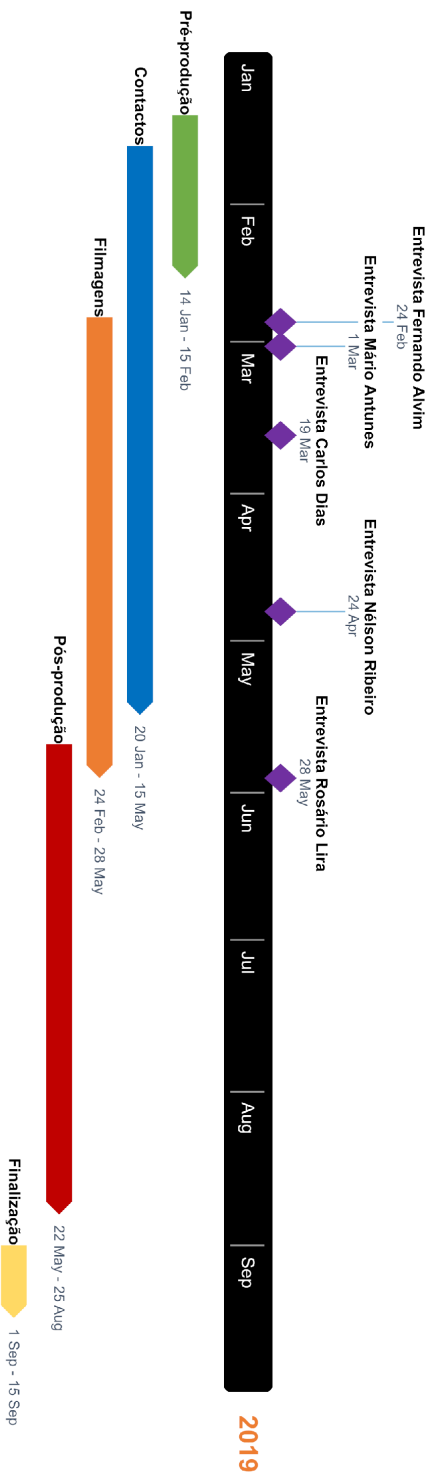
A resposta é: ainda não. Ela existe, ela contracena com o som, mas a imagem, essencialmente auxilia o som.

A imagem sim é importante no meio, mas não num contexto de rádio pura. Aqui podemos colocar em cima da mesa a questão do multimédia. Como já fora explicado por Mário Antunes na nossa entrevista. Ao falar de som e imagem num só contexto estamos a falar de multimédia em primeiro lugar e logo depois podemos focar na rádio.

Pegando mais uma vez nas palavras de Fernando Alvim: “Acredito que no futuro se use o conceito multimédia” (Alvim, 2019).

O uso da imagem no meio radiofónico ainda é algo recente. Acredito que a sua presença é uma pequena parcela do que pode vir a surgir em breve, com diferentes recursos a juntarem-se ao som, transformando mais uma vez a rádio.

Cronologia "O som que nós vemos"



6. Anexos

6.1 Cronologia do projeto

6.2 Pedido de entrevista

Boa tarde (inserir nome).

O meu nome é Alexandre Venceslau Santos e encontro-me neste momento na fase final do meu mestrado em Audiovisual e Multimédia, na Escola Superior de Comunicação Social.

Como forma de obter esse mesmo grau, estou a produzir um documentário intitulado "O som que nós vemos", onde abordo a utilização da imagem no mundo da rádio.

Sendo o/a (nome) uma figura reconhecida no mundo da rádio que interage com o seu público e que utiliza as redes sociais da própria rádio e dá a cara em inúmeras situações em nome da mesma, gostaria de saber se era possível agendar uma entrevista, que será filmada, onde falamos um pouco sobre a temática e sobre o panorama desta nova linguagem radiofónica. Esta entrevista será depois colocada no documentário, caso dê autorização, mas também irá ser transcrita e fará parte do formato teórico deste projeto.

A entrevista seria realizada a partir de fevereiro de 2019, onde irei começar também a produção do documentário.

Caso seja possível a realização da entrevista, gostaria de fazer um primeiro encontro onde explico com alguns detalhes aquilo que quero realizar e de que forma será feita, para depois, mais perto do momento, marcarmos a filmagem da entrevista num local a designar pelo mesmo.

Aguardo uma resposta.

Desde já muito obrigado pelo tempo dispensado.

Com os melhores cumprimentos,

Alexandre Venceslau Santos

6.3 Questionário base

Atualmente a rádio engloba o som e a imagem dentro do mesmo formato, existe alguma razão para isto?

O impacto da internet e das redes sociais, podem ser considerados pertinentes para esta nova forma de trabalho?

Tendo em conta que a (nome da rádio) tem um impacto a nível nacional nas mais variadas faixas etárias, a imagem permite uma aproximação maior para com eles, para além do próprio som?

A utilização da imagem pode ser considerada como uma nova linguagem radiofónica?

Antigamente a rádio possuía uma magia que levava as pessoas a imaginar como seria o mundo da rádio ou até mesmo como seriam os locutores. Atualmente o mesmo já não acontece. Podemos considerar esta situação como sendo negativa ou positiva?

Através da utilização da imagem foi possível abrir novas portas no método como se trabalha em rádio. Acredita que a vinda da imagem possa abrir portas a outras melhorias num futuro próximo? Se sim, quais?

6.4 Entrevistas

6.4.1 Fernando Alvim (F.A)

A.S: A rádio sempre foi conhecida como sendo dominada pelo som, atualmente ela engloba tanto som como imagem. Existe algo para isto ter acontecido no mundo da rádio?

F.A: Há um advento interessante, nos últimos anos, que se chama a Internet, não sei se já ouviram falar. E a internet veio mudar tudo. Inclusive a forma como nós podemos comunicar. Isto é, se até então a rádio estava confinada aquele espaço e a internet veio dar uma outra possibilidade de chegar às pessoas de outro modo. Ou outras pessoas, a uma maior distância, pois a internet veio possibilitar que uma rádio pudesse ser ouvida noutros países, algo que não seria possível se tivesses apenas no FM. Pois como é que uma rádio portuguesa pudesse ser ouvida no Canadá? E essa para mim é a grande novidade de tudo isto. Pois, o facto de as pessoas poderem ver-te, elas sentem-se mais próximas. E numa altura onde falamos das políticas de proximidade e de comunicação de proximidade. Fala-se muito no sucesso do Marcelo Rebelo de Sousa, pois está a ter esse êxito, como muitos analistas dizem, pois, as pessoas sentem-se mais próximas dele devido à sua linguagem de proximidade. E isso resulta. Pois, se formos analisar o que aconteceu, em termos políticos, houve uma clara viragem de linguagem na forma como os políticos falam com as pessoas. E na rádio acontece o mesmo. Por exemplo, no meu caso, tenho um programa que recebia uma média de dez mensagens. Desde que começou a ser transmitido na internet, o número de mensagens passou para 400. Mas claro, existem os puristas que dizem que isto é desvirtuar a rádio, mas eu acho que é mais evoluir.

A.S: Acreditas que as redes sociais tiveram um impacto no modo como o som acaba por ser ainda mais propagado inclusive através da utilização da imagem?

F.A: Voltamos mais uma vez aos puristas da rádio. Muitos dizem que se perde o mistério da rádio não sabendo quem está ou não a imaginar, e eu

acho isso tudo muito bonito. Mas a verdade é que qualquer comunicador que assume essa função preocupa-se em chegar ao máximo, por exemplo, um ator não quer falar para um teatro vazio. E com a comunicação também é isso. Não queremos falar para ninguém. Quando se fala muito em serviço público, trabalho na RTP há muitos anos, e o problema das audiências, e concordo em absoluto que as audiências não devem ser a prioridade, contudo deve haver um equilíbrio, porque se não, o serviço público que estiveres a fazer ao colocar programas diferenciadores no ar e transmitir certos conteúdos não tem relevância nenhuma se não tiveres audiência. Do que vale estar a transmitir uma peça de teatro se não tens ninguém a ver? Que serviço público é esse? Podem até dizer “Ah, mas eu estou a fazer um grande serviço público”. Pois estás, mas é que ninguém está a ver-te. E é esse o equilíbrio que as pessoas têm de fazer.

A.S: Trabalhas no grupo RTP há vários anos. Pegando no exemplo da Antena 3, dentro da tua experiência, que ideias podes retirar do facto da estação usar imenso a imagem de modo a transmitir inúmeros programas. Que relevância podes tirar disso?

F.A: Isso leva-nos a tirar algumas conclusões. Também eu tinha essa “visão romântica” de que ao mostrarmos aquilo que ninguém conhece e aquilo que é novo, as pessoas no iriam premiar. E premeiam, mas só algumas. Pois, a grande maioria quer algo rápido. Mas não estou a falar contra elas. A realidade é mesmo assim. As pessoas querem, por exemplo, pratos menos elaborados do que aqueles mais elaborados e experimentalistas. “Eh pá comam, mas é um hambúrguer” e aquilo sabe bem. Ainda ontem comi um e soube-me bem.

A.S: Mas talvez depois as pessoas também querem experimentar algo diferentes e acabam por ir a esses locais de pratos mais elaborados.

F.A: Mas a verdade é que a maioria gosta do hambúrguer. E nós estamos a lutar contra o hambúrguer. E não é fácil. Essa experiência diferente é muito interessante, mas depois em termos de público, parece que sou obcecado com isso, mas não sou, os resultados estão à vista e tu percebes qual é a rádio que quer ter uma linguagem diferenciadora. Falamos de rádios premiadas como é o caso da Comercial e da RFM que são o melhor caso do

exemplo que falámos antes, que acabam por ser castigadas a nível de audiências. A Antena 3 tem uma audiência residual. Eu acredito mesmo que, para aquilo que a Antena 3 faz tem uma audiência muito baixa.

A.S: Em relação às outras rádios?

F.A: Eu acho que devia ter muito mais. Costumo dizer sempre a quem trabalha comigo na rádio: “Nós somos um estranho bom. Com boa comida, mas com clientes que já estão cheios. Para a comida que fazemos devíamos ter todas as mesas cheias”. E infelizmente não é isso que acontece.

A.S: Falaste no facto de teres dois programas na RTP1. O facto dos teus programas terem uma boa audiência na rádio e passaram para a TV é uma boa forma de puxar as pessoas para a rádio.

F.A: Uma das ideias que sempre tive, mas nunca foi estabelecida na rádio, seria um programa da manhã que seria transmitido na rádio e na televisão ao mesmo tempo. Ou seja, uma interatividade total entre telespetadores e ouvintes. Onde as duas plataformas estivessem ligadas e basicamente fizessem esse cruzamento de interesses. Haveria vantagens, não só da ampliação da comunicação e do programa. Mas também a nível de equipas, pois podia ser uma equipa mais curta onde podiam ser apenas 15 para as duas plataformas. E possivelmente estou no sítio certo para tal.

A.S: Falaste da mística da rádio, e o facto de já não haver essa mesma magia. Podemos considerar essa mudança como algo negativo ou positivo?

F.A: As pessoas não têm tempo para grandes mistérios. Acho que, nós no começo da net, a MIRC era um pouco rádio e as pessoas não se importavam de não ver a cara. Havia pessoas que ficavam horas a falar com alguém que achavam ser uma jovem mulher e vai-se a ver aquilo era um embuste e não existia ninguém. Apenas um homem de 34 anos casado e com filhos. Eu acho que as pessoas deixaram de arriscar no anonimato. A mim, isso provoca asco. Mas também há várias brincadeiras com isso. O pessoal que se esconde no anónimo e quem se esconde nele é porque é algo mau. Por exemplo: quando te liga algum número anónimo é para te vender algo. Eu pessoalmente fico louco com isso, explodo facilmente. E

com a rádio, “ah e tal um mistério”, sim, mas pessoas têm o direito a saber quem é essa pessoa.

A.S: Podemos considerar a imagem como sendo parte da linguagem radiofónica?

F.A: Eu acho que sim, faz parte. No outro dia estive a ouvir uns miúdos da Rádio Cidade. Um deles era o Carlos Coutinho Vilhena. Estava a ouvir o programa dele e ele perguntava a um animador da rádio o que era mais importante: atualizar as redes sociais ou a qualidade da sua emissão. E ele sem hesitar disse: “50/50”. E isto era impensável há uns 20 anos atrás. É tão ou mais importante aquilo que faço como a forma como eu alimento as minhas redes. E isso é curioso. Eu acho que o termo rádio pode desaparecer e passar a ser áudio. Isto porquê, porque o termo rádio engloba tudo aquilo que fazemos apenas com o som. Pode ser a rádio como a conhecemos, a online, os podcasts que podem vir a ser o futuro. Eu acho que o termo áudio vai começar a ser mais usado. O termo podcast parece um pouco pobre, mas não. Eu faço rádio e tenho um podcast.

A.S: Falando agora dos podcasts, alguns dos teus podcasts tiveram momentos ao vivo e isso mostra como os mesmos auxiliaram imenso com a utilização da imagem.

F.A: Os podcasts seguiram o mesmo caminho dos blogs. Eram descobertas. Eles são a montra perfeita para serem descobertos para as rádios. Eles podem ser comparados com as antigas rádios pirata dos anos 80. Como é que eu fui descoberto? Através dos rádios piratas. Começavas numa e depois alguém te descobria. Um dia a Fernanda Freitas apanhou-me numa rádio e falou-me de um casting e aqui estou eu após esses anos todos.

A.S: Achas que a inclusão da imagem pode abrir portas a novas evoluções?

F.A: Nós agora podíamos fantasiar tanto com isso. Não há semana nenhuma em que não pense em novas formas de comunicar, de renovar, de tornar-me mais apelativo. E penso sempre em como criar algo que as pessoas possam ser seduzidas. E se quisermos realizar essa conversa, o que nos espera a A.I. Em programas como o meu? Com *bots* especializados, *bots* moderadores, *bots* provocadores. Pode haver imensa coisa que nos

ajude. Estás a fazer um programa, e tens imensas mensagens. Não podes estar a responder a todas. E aquele *bot* funciona de acordo com as indicações que lhes damos. Há uns tempos entrevistei o Bruno de Carvalho e quando vi tinha 600 mensagens e tu não consegues moderar isso. Há um ano mudei por completo o panorama do meu programa. Introduzi o WhatsApp. E até então as pessoas entravam em direto e um ano depois, isso não está vedada ao auditório. As pessoas podem ligar, mas não ligam. As pessoas participam e interagem. As pessoas querem apenas dizer o que pensam sem ter de passar por aquela coisa de "De onde é, o que faz?". Não... As pessoas não querem passar por esse crime. Eu acho que a comunicação passa muito por isso e acho que a imagem fará parte da comunicação áudio. E aquela ideia que eu dei, poderá fazer mais sentido num futuro próximo.

6.4.2 Mário Antunes (M.A)

A.S: A imagem está cada vez mais presente no mundo da rádio. Acredita que exista uma razão pelo qual a imagem faça parte do quotidiano da rádio?

M.A: Uma razão: eu acho que a única razão plausível, que me ocorre, é no fundo, a rádio estar a viver num tempo em que o multimédia é uma plataforma e um parceiro fundamental. E não apenas para a rádio. Também tem sido para a própria televisão e para a imprensa e por isso não vejo nada que possa significar que a rádio esteja diminuída sem a imagem e até do ponto de vista estrutural não há nada que mostre o contrário. A não ser o facto das novas tecnologias permitirem à rádio que esta não se desvirtua da sua essência. Podendo assim ter novos contributos como o texto e a imagem.

A.S: A internet e as redes sociais, são grandes impulsionadores deste novo *modus operandi*. Acredita que estes fatores foram mais preponderantes do que outros factos para a inclusão desta forma de trabalhar?

M.A: São o grande apelo. À utilização da imagem. Estar nas redes, a rádio já tinha emissão *streaming* que permitiu, na minha opinião, a maior revolução de todas. Deixando o nacionalismo e a passar para o internacional. E nós podemos ter acesso a rádios de outros locais. Ter a possibilidade de a colocar à escala global. Depois, uma outra ideia de rádio, os podcasts. Permite construir as bases da rádio e podemos ouvir naquele momento e na dimensão como quisermos. As redes sociais são aquilo que, acabam por ser, o *feedback* do nosso trabalho. Estar nas redes é promover antes de fazer. É acompanhar a recuperação e por isso é fundamental, para qualquer outra atividade, tanto para a rádio é igual.

A.S: O Mário é jornalista da Antena 1, sendo esta de formato mais informativo, existe algo que permite esta rádio estar na internet que garanta a necessidade de utilizar a imagem em alguns dos seus programas?

M.A: Cada vez mais é rádio, televisão e multimédia. Um jornalista quando é colocado num determinado local, como correspondente, já lhe é solicitado algum domínio de algumas destas áreas. Especialmente a multimédia. É assim que eu vejo a chegada da imagem a alguns programas. Não me parece que seja do domínio da televisão nem da rádio. Estamos num híbrido. Eu acho que isto permite chegar a novos públicos, que já não consumiam a rádio e aí entra numa geração mais nova que é muito mais utilizadora de smartphones, tablets e por isso é aí que ouvem a rádio e consomem outro produto que não é nem rádio nem televisão. E é nesse domínio da multimédia que eu acho que seja uma plataforma fundamental.

A.S: **Existem os puristas da rádio que cresceram acompanhados pela rádio e que sempre associaram à rádio a magia de não associarem caras a vozes. Acredita que esta mudança de paradigma pode ser positiva ou negativa? Não no ponto de vista de um purista, mas sim de um que trabalha no meio.**

M.A: Se gosta de ouvir rádio, apenas pelo som, poder continuar a fazê-lo sem que esteja condicionado à necessidade da imagem, eu acho que não é uma questão de ser positivo ou negativo. Se eu puder continuar a fazer rádio apenas com recurso ao som vou continuar a fazer aquilo que é a essência da rádio. Permitir que a pessoa se concentre na imagem. A imagem é um elemento desestabilizador. Distrai da essência do discurso da rádio. Para além de dar mais está a tirar o foco da mensagem. Se eu continuar a ter a liberdade de fazer rádio apenas para o som e permitir que se criem as imagens mentais, daquilo que é dito, descrito, há uma magia em imaginar a cara de quem fala mas não ter a referência e acho que isso não se deve quebrar. E se meter a imagem, irei meter um elemento que distrai.

A.S: **Podemos considerar a imagem como sendo uma nova forma de linguagem radiofónica?**

M.A: Não. A imagem será sempre um suporte. Desse ponto de vista não me parece que possa vir a ter esse papel. A rádio será, a meu ver, um produto que é feito para uma multiplicidade de ouvintes. Por exemplo: podcasts são um produto diferente. É algo que é moldável e feito para um público

específico. Se acrescentar a imagem eu estou a entrar naquilo que é a multimédia. Mas não estou a dizer com isto que os programas, como temos na Antena 1, não podem ser acompanhados na internet. Mas se eu estiver a acompanhar a emissão, só estou a ver um estúdio e um locutor, Não vejo nada que acrescentem informação. Por isso, continua a ser o som que me conduz. O som continuará a ser exclusivamente parte do domínio da rádio.

A.S: Enquanto jornalista, como é que vê estas mudanças?

M.A: É um dado com o qual temos de lidar. Falava na linguagem radiofónica, por isso a mesma não se altera pela possibilidade de existência de uma câmara. Eu considero que exista uma vantagem em alguns produtos. Vamos imaginar uma entrevista. Para além da rádio, os jornais também já fazem isto e acabam por ter uma equipa de televisão para recolher imagens e sons dessas entrevistas e até as televisões utilizam essas imagens. E qual a estratégia? É marketing. Procurar chegar a mais público. Eu acho que deste ponto de vista, se virmos a transmissão da imagem e recurso da Internet, estamos à procura de outro público que não é o da rádio, que está em casa ou no carro a ouvir. Está a entrar num *target* diferente. Pois não está a acrescentar nada de novo.

A.S: Sendo que através da imagem podem ser abertas portas a novas mudanças, acha possível, continuar a evoluir esta forma de estar no meio?

M.A: *Million-dollar question*. Não sabemos. E eu muito menos. A evolução que nós tivemos em termos de junção da imagem ao som. Ou seja: o multimédia. Nos últimos 10 anos, pelo menos, revolucionou a forma como todos nós passámos a trabalhar. Especialmente aqueles dos grandes grupos de comunicação. E nós todos aprendemos aquilo que hoje é aquele sentido de polivalência. Portanto se nós estivéssemos a pensar muito nisto há uns 20 e tal anos, eu não imaginava que hoje estaria preocupado em tirar umas fotografias e com alguma qualidade para juntar às plataformas online e promover o meu trabalho. Ou ter programas na rádio que estão a ser transmitidos online e quando um repórter vai ao estrangeiro, o mesmo envia vídeos para o online. Com a evolução que houve até agora, nem consigo imaginar como será a rádio do futuro. Nós todos andamos com um

smartphone no carro e as rádios que ouvimos já são mais rádios online de outros países até. É difícil imaginar o que irá acontecer. O que eu espero é que esta rádio, para a qual trabalho (rádio sonora), espero que nunca deixe de existir. Pelo menos enquanto eu tiver força para trabalhar.

6.4.3 Carlos Dias (C.D)

A.S: Atualmente a rádio engloba o som e a imagem dentro do mesmo formato. Acredita que exista algo para isto ter acontecido?

C.D: O que acontece, conosco, enquanto rádio é que existe um aproveitamento da imagem. Especialmente através da imagem. No fundo é chegar de uma outra forma, aos que já nos ouvem, ou aqueles que através da imagem pode ser ouvintes de rádio. Há uma evolução natural, com os *smartphones* e é uma das formas de conseguir chegar aos que são potenciais ouvintes. É uma forma também de, através da imagem, mostrar o que é o mundo da rádio. Durante anos havia o mistério de ouvir rádio. E agora existe forma de conhecer um estúdio de rádio, a forma como trabalhamos, quando vamos ao exterior, no trabalho que fazemos fora do estúdio, acabamos também por recorrer à imagem e chegar a quem nos acompanha.

A.S: A internet e as redes sociais tiveram um grande impacto neste método atual. Achas que os mesmos acabaram por ser pertinentes para este acontecimento?

C.D: A questão aqui é simples. A partir do momento em que existe maior desenvolvimento, e através das redes sociais que vão aparecendo, obviamente a rádio não podia ficar distante. Se nós jornalistas usamos essas ferramentas, naturalmente, quem nos ouve, também as usa. Seja para o que for. Por isso a rádio não podia estar fora. Não temos de pensar como começou esta ligação. Mas sim na necessidade de adaptação da rádio, novos conceitos de comunicação. A disponibilidade das pessoas em ouvir e ver outras coisas. Porque a notícia hoje, não é a mesma que há uns anos. Facilmente chega a informação às pessoas. Atualmente existe mais noticiais e um dos problemas atuais são as *fake news* pois todos acreditam no que vêem. E por isso, mais do que preocupar com o peso de cada, é olhar para o futuro e no trabalho em que podemos ter com a internet e com as redes sociais.

A.S: A RR (Rádio Renascença) é uma das principais rádios nacionais. O facto de a imagem ser usada permite uma maior aproximação para com o seu público?

C.D: Nós temos 4 rádios. Temos a: Renascença, a RFM, Mega Hits e a Rádio Sim. São rádios para públicos diferentes e em termos de objetivos também. A grande questão aqui é: as pessoas têm uma perceção da RR que não é parecida com a realidade. O aproveitamento da imagem pode ajudar a essas pessoas a possibilidade de nos ouvir e nós podemos agradar esse ouvinte, sobre um tipo de linguagem e programação que pode não ser de acordo com a realidade. Mas o recurso à imagem do grupo é transversal, de formas diferentes, consoante a rádio e o seu público.

A.S: Podemos considerar a imagem como sendo uma nova forma de linguagem radiofónica?

C.D: Eu penso que a imagem é algo a rádio aproveita para. A linguagem radiofónica é a linguagem da rádio. Pode ter alguma evolução, mas a rádio é a rádio e a televisão é a televisão. Nós rádio não nos cingimos somente à rádio pura, só com a voz e acabamos por dar a imagem das vozes. Algo que antes não acontecia e agora passa a acontecer e também para todas as atividades, passatempos e reportagens, muitas delas, partilhamos as imagens. E fora do site temos também a multimédia. Com inúmeros trabalhos em vídeo. E isso é importante. Na informação temos entrevistas semanais, em colaboração com o Público, e que quando as mesmas têm força são partilhadas por outros canais de comunicação. Na questão desportiva, se nós já conseguimos de forma distinta conseguir entrevistas que muitas televisões nos pedem o som, algum dos nossos trabalhos são feitos com imagem. E nós acabamos por dar a imagem. Dando uma resposta a quem nos ouve e quem nos vê e todos nós sabemos o poder da imagem. Dai, nós que fazemos rádio, estamos também preocupados com a imagem.

A.S: A rádio possuía uma certa mística pois não associavas caras a vozes. Nos dias de hoje isso já não acontece tanto. Podemos considerar positiva ou negativa essa mudança?

C.D: As pessoas nos dias de hoje querem ver tudo e saber tudo. E daí as nossas caras estarem no site e nos diretos. São novas formas de relatar. Dão mais foco ao nosso trabalho de rádio, mas também, mostra como nós fazemos as coisas. Se é positiva ou negativa? Em termos pessoais, perde-se alguma privacidade, mas nos dias de hoje isso é normal. Quem é que nos dias que correm não fez um direto ou tirou uma *selfie* ao despor de todos. Se nós não nos adaptamos às novas formas de comunicação, no caso da rádio, a linguagem que temos tem de ser adaptada aos tempos e contextos e por isso, penso que é algo natural. Para a rádio é bom pois tem outro meio de propagação, para quem trabalha: é mais uma peça para ter em conta no seu dia-a-dia.

A.S: Pegando um pouco no caso da Renascença, em particular. O facto de a imagem ser usada, pode ser considerada como sendo uma forma de vender o seu produto com maior facilidade?

C.D: Isso vai de encontro ao que tenho estado a falar. Atualmente quando se lança um novo programa é sempre uma preocupação. Quando o novo programa da manhã foi lançado houve uma preocupação em mostrar a todos quem eram as caras da manhã. As pessoas querem saber quem está do outro lado. Antes imaginavam, agora querem saber. Agora existem mil e uma formas de conhecer a pessoa, os seus hábitos e isso também tem de ser aproveitado. E isso tem a ver com a autoridade que temos de ter. O que as pessoas querem da rádio. Neste caso, a RR, é um programa diferente, com três mulheres, com as suas características e por isso vamos mostrá-las para depois as pessoas as ouvirem e terem curiosidade em ouvir mais.

A.S: Acreditas que o uso da imagem abra portas para novas mudanças no meio? Se sim, quais?

C.D: A rádio está a mudar. Mas se formos ver os programas de TV, há períodos em que os programas de TV são o que eram a rádio. Por exemplo: os programas da manhã, da tarde, com entrevistas. Eram a rádio antigamente. Falar dos mais variados assuntos e histórias incríveis, entre outras coisas. No fundo o que a rádio fazia antes, está agora a TV a fazer. Porque provavelmente a rádio passa muita música, pois as pessoas querem companhia. E isso varia muito de rádio para rádio. Há uma série de ofertas

que as pessoas podem aproveitar. Naturalmente acima de tudo estamos a falar através da imagem de uma reconversão da rádio. São formas diferentes. A rádio já mudou quando começou a meter sons no site. Os podcasts. Por exemplo: depois da Bola Branca, diariamente, colocamos os sons principais no site. Mas como disse: o que é a notícia? Diferente do antigamente, sem dúvida. E por isso estamos sempre em mudança. Não sei o que o futuro reserva. Mas há uns anos não estaria a dar esta entrevista em vídeo pois não havia assunto, nem câmara para filmar. E isso mostra o quão evoluídos os media estão. Temos de procurar outros públicos ou recuperar outros que perdemos. E há pouco dei o exemplo dos programas inclusivos. Do convidado, da conversa mais estendida e a rádio não deve ser só isso. Não é uma fórmula de sucesso. A rádio é mais rápida e instantânea. Por outro lado, mais companhia, música. Cuidadosa com a parte comercial. Não devemos fechar as portas do estúdio, acima de tudo. Isso não podemos fazer e isso é algo que não tem acontecido, como é visível.

6.4.4 Nélon Ribeiro (N.R)

A.S: Atualmente a rádio é um meio que utiliza cada vez mais a imagem. Cada vez mais o mesmo faz parte do meio radiofónico. Acha que existe alguma razão específica para esta utilização da imagem num mundo dominado pelo som?

N.R: Julgo que existe uma razão. E penso que seja por vivermos num meio essencialmente visual. E isso explica que mesmo um meio sem imagem associada sinta a necessidade de ter essa dimensão. Paralelamente num atual estágio de desenvolvimento dos meios de comunicação, aquilo que estamos a assistir é uma enorme convergência. Aquilo que vemos é a distinção clássica entre a imprensa e a rádio. Essa separação com o digital desapareceu levando a que a rádio, pelo menos no universo digital, quer estar com os mesmos argumentos que os outros. Em particular a fotografia e o vídeo.

A.S: Podemos considerar as redes sociais como um dos grandes impulsionadores do uso da imagem na rádio?

N.R: Não sei até que ponto são as redes sociais. Sim, através da interação podemos afirmar. Eu julgo que foi uma mudança operada na rádio na última década. A rádio sempre foi muito interativa entre todos. Mas essa interação era feita através das famosas cartas e muito mais tarde com o *email*. Lembro-me de ser muito importante. E depois isso passou para as plataformas de media sociais. Se pensarmos na realidade portuguesa, onde se nota a utilização de conteúdos de forte componente visual. Não só nas redes como nos seus sites. E também muitas vezes até em ambientes analógicos onde o mesmo passou a ser importante. Por exemplo: as apostas constantes da rádio ao estarem presentes em inúmeros eventos, perto das pessoas. Mostrando como a componente visual da rádio é muito importante.

A.S: Pegando agora nos exemplos mais recentes, podemos ver a rádio como sendo uma ferramenta de aproximação?

N.R: Eu julgo que as rádios tentam usar a imagem como forma de atrair novos consumidores. Mas por outro lado, quando analisamos o consumo de

rádio e desta mesma multiplataforma, notamos que quem consome o conteúdo produzido pelas rádios em meio digital, são em grande parte os que consomem rádio. São vários meios que criam uma comunidade de ouvintes em que essa comunidade não existe apenas por causa de ouvirem uma só estação, mas também vão ao Facebook daquela estação, e eu vejo isso como forma de estreitar a relação com os ouvintes. Não quer dizer que não possam existir estratégias de cativar mais pessoas através da imagem. Mas aquilo que vemos é o papel da imagem como forma de reforço de uma comunidade de ouvintes.

A.S: Toda esta situação da rádio procurar aproximar-se dos seus ouvintes, da necessidade de utilizar cada vez mais a imagem, como pode ser vista esta nova realidade através do olhar mais académico?

N.R: Eu diria que esta nova realidade sobre a qual estamos a conversar lança vários pontos interessantes no âmbito do estudo e da investigação. Uma dessas questões é o conceito de rádio. Como é que definimos a rádio? Tradicionalmente sabíamos o que era. A rádio era transmitida através das ondas hertzianas e tinha apenas o áudio. Hoje a rádio não é assim. Como é que podemos definir? É um conceito que está a ser repensado, não há uma definição exata da sua atualidade. Mas sinto-me tentado a dizer que a rádio não tenha mudado assim tanto. Mesmo a rádio tendo uma componente de imagem, nós enquanto consumidores de rádio, vemos isso como uma extensão da mesma. Tudo isso é um campo de estudo importante, tal como a nova realidade do ecossistema mediático. Como é o facto de os meios estarem presentes nas mesmas plataformas e todos produzem os mesmos tipos de conteúdos. Tudo isso trouxe alterações aos media muito significativas. E não só do ponto de vista de discussão teórica, mas também prática. Atualmente, ser profissional de rádio é diferente do que era um profissional há 20 anos. Não iríamos imaginar que alguém que fosse fazer uma reportagem teria de levar uma máquina fotográfica. Isto só para ilustrar que não é algo só teórico. É mais que isso. Tem uma grande correspondência na prática e que os profissionais sentem quando trabalham no meio.

A.S: Podemos considerar a imagem como parte de uma nova forma de linguagem radiofónica?

N.R: É difícil responder a isso. Podem existir versões diferentes sobre o que é a linguagem radiofónica. A meu ver não faz parte. E porquê? Porque a linguagem tem uma forma específica que a define e que se refere a uma linguagem de consumo e não envolve a imagem. Dai os vídeos que as rádios produzem ou até divulgam, têm uma linguagem diferente da usada no dia-a-dia da rádio. E ainda assim nas rádios continuam a usar, conforme os profissionais, na emissão uma linguagem que não tem essa componente de imagem. Não fazendo muito sentido a sua ligação. Não faz sentido, num noticiário, um jornalista ler algo que pode assumir que estamos a ver. Nós temos rádios que produzem utilizando uma linguagem própria e algo feito com uma linguagem que engloba a imagem. Algo que envolve os media. Aquilo que eu vejo é uma mesma organização, mas que utiliza várias linguagens conforme a plataforma onde está a disseminar o seu conteúdo. A meu ver, nos dias de hoje, para se trabalhar em rádio não basta dominar a linguagem, é preciso dominar outras linguagens de acordo com aquilo que se tem em mãos. Isso é desafiante e obriga a uma versatilidade que permite alargar o seu âmbito de conhecimento.

A.S: Antigamente havia a mística da rádio. Hoje não tanto. Em grande parte por causa da imagem e das inúmeras possibilidades que a mesma trouxe. Essa mudança pode ser considerada positiva ou negativa?

N.R: Não sei. Acho que tem tanto aspetos negativos, como aspetos positivos. Tem aspetos positivos no sentido em que: existe uma relação que se pode fazer com um certo locutor numa dada altura. Haver algum interesse em saber mais sobre quem está do outro lado. E por outro lado, os locutores querem dar mais a conhecer. Criando uma melhor relação com os ouvintes. A rádio é um meio muito relacional. Criamos hábitos de ouvir certas pessoas. Mas também pode ter aspetos negativos. Isto porque havia uma certa magia que hoje já não existe. Enquanto ouvintes de rádio criávamos uma certa imagem que hoje já não acontece. Acabávamos por criar algo. Durante muitos anos trabalhei numa rádio e eu lembro-me de ter assistido a situações em que ouvintes iam à radio conhecer um locutor e em

inúmeras vezes o primeiro comentário era: "É totalmente diferente da imagem que tinha na minha cabeça". Isto porque, a partir da voz criamos uma imagem mental da pessoa que está do outro lado. Que diria, não tem uma grande correspondência com a realidade. Há uma parte dessa mística que desaparece, mas como hoje é possível conhecer outras características permite criar uma relação mais próxima com um determinado grupo de ouvintes.

A.S: Acredita que a imagem possa trazer novas mudanças no futuro? Se sim, quais podem ser?

N.R: Eu diria que seria difícil perspetivar o que irá acontecer. É obvio que há práticas que se alteraram em sequência da entrada da imagem. Desde logo a forma como as pessoas apresentam os programas. Hoje passou a haver a preocupação de tirarem imagens e fazerem vídeos. Aumentado a preocupação na apresentação de cada um. Agora, que caminhos novos podem levar? Os caminhos que a rádio vai criando nos seus locutores no trabalho com a imagem, isso acaba por criar profissionais tendencialmente mais versáteis e isso parece-me que eventualmente nós em vez de ter profissionais da rádio vamos passar a ter profissionais de várias áreas em inúmeras plataformas. Isso já acontece com os blogs e os canais de Youtube. E isso já acontecia antes. Mas agora irá acontecer em maior escala porque as fronteiras pré-estabelecidas ficam abolidas. Cada vez mais os profissionais não se vão ver como sendo da rádio, mas sim como pessoas especializadas na produção de conteúdos. E isto pode ser ligado às plataformas existentes como aquelas que estão para existir. É muito difícil prever o futuro. Aquilo que dou como certo, até ao dia que estiver errado, é que o futuro será diferente do presente. Atualmente vivemos numa era dominada pelas redes sociais, daqui a uns anos serão outras situações a ter toda a atenção dos mais jovens. O próprio Facebook que ainda tem uma grande importância social, tendo em conta eventos recentes, mas todos sabemos que o Facebook, enquanto plataforma é algo do passado e do presente, e vemos isso quando os mais jovens estão a afastar-se cada vez mais dessa rede. Há que pôr em perspetiva o momento em que estamos. É um ponto onde estamos agora e que iremos partir. Nesta discussão dos

meios, falamos do passado e do presente como se fosse algo para acontecer durante outros anos. E temos visto isso pois o setor dos media tem sido um setor com inúmeras evoluções ao longo dos anos.

6.4.5 Rosário Lira (R.L)

A.S: Atualmente a rádio utiliza a imagem nas suas emissões. Ou seja, o mundo da rádio deixou de ser só som. A imagem faz parte desse meio. Acha que existe algo para ter acontecido essa mudança?

R.L: Acho que a razão fundamental foi o aparecimento da internet. Mudou tanto conteúdo como forma e é no conteúdo que se prende a imagem. E ela serve para mostrar algo que a rádio não conseguia mostrar. A questão é: o que é que a rádio pretende mostrar e o que faz sentido mostrar. Não há uma emissão exaustiva das emissões de rádio. Há uma seleção de imagens, não estou a falar de fotografia nem filmagens, procura-se selecionar alguns dos protagonistas. Quando a rádio utiliza a imagem, usa para, sobretudo, mostrar pessoas que não surgiam ao conhecimento. Não tanto o locutor, ou o jornalista. Mas sim para mostrar com quem estamos a falar. Mas também pode ser utilizada num ponto de vista da promoção. Passou-se a utilizar para promover a rádio. Porque a imagem tem outro apelo dos sentidos que a rádio não tem. E nesse aspeto concreto é complementar. Caso contrário não faz sentido, pelo menos para mim, utilizar a imagem para ver um locutor a passar música ou falar no microfone. Isso não traz nada, a imagem tem de acrescentar algo ao meio rádio e acrescenta no sentido de a promover e chegar mais próximo das pessoas. Pois a nossa sociedade é cada vez mais de imagem. Não quer dizer que seja sempre assim, pode tornar-se saturante e obrigue a voltar a aperfeiçoar a escuta rádio.

A.S: Pegando agora no que falou sobre complementar a rádio. Podemos afirmar que as redes sociais tiveram um grande impacto nessa mudança?

R.L: Sim, as redes sociais, na medida em que permitem a tal divulgação que falei faz sentido. Eu continuo a centrar-me na internet. Atualmente temos conteúdos de rádio próprios para a internet como a rádio *ZigZag* ou a rádio Amália. Neste momento são produzidos conteúdos próprios para as rádios na internet. As redes sociais, como é óbvio, com os conteúdos que circulam e as curiosidades que fomentem, acaba por ser uma forma da rádio chegar mais próximo das pessoas e divulgar mais os seus conteúdos e

simultaneamente também porque depois começam a ser falados os conteúdos dos programas de rádio. E as pessoas querem saber o que aconteceu. Um bom exemplo são as entrevistas gravadas em rádio. E isso é outro aspeto importante da imagem na rádio. A promoção dos conteúdos da rádio nos outros meios. O que acontece? Imaginem que a rádio faz uma entrevista ao Primeiro-Ministro. Quando não podíamos gravar a entrevista em vídeo, ela (RTP1) o que fazia era passar uma imagem estática do mesmo com um excerto áudio da entrevista. Isto é totalmente diferente de mostrar e dar a conhecer aquele momento que aconteceu. Pois podia ter uma expressão que faz toda a diferença ou até uma hesitação. Isso é uma mais valia de podermos gravar conteúdos de rádio e exibir em outros meios de comunicação social. Portanto também sobre esse ponto de vista continuamos no lado da promoção. Isso é a grande vantagem da imagem na rádio, é mostrar e dar a conhecer. E sim faz sentido dar imagem e corpo a alguns sons da rádio, mas como disse, não na sua totalidade, mas apenas a alguns aspetos específicos.

A.S: Pegando agora no seu exemplo. Trabalha no grupo RTP e possui um programa que passa tanto na rádio como na televisão. O facto de surgir em dois meios diferentes muda em alguma coisa a forma como conduz o seu trabalho? Ou acaba por fazer o mesmo de igual forma mesmo quando existe duas formas de transmissão a acontecer?

R.L: Tem de ser diferente. No caso da entrevista que faço, é uma entrevista para a rádio, mas com uma pessoa que está ao meu lado que trabalha para o jornal. Portanto acresce ainda dificuldades. Eu venho do meio rádio faço atualmente televisão, tenho ao meu lado uma pessoa que está habituada a entrevistar para jornal. Quem entrevista para jornal não se importa com pausas, não se importa em voltar atrás na entrevista. A forma de condução é totalmente diferente. Na rádio não posso fazer pausas, tenho de ter ritmo na entrevista. São necessidades diferentes e é preciso compatibilizar a questão da rádio com a do jornal. Necessariamente o meu comportamento é condicionado pelo facto de estar a gravar. Por isso é que dizia há pouco, qual era o interessante de ter uma câmara constantemente num estúdio quando apenas está um locutor e umas folhas na imagem? Só se quiser

fazer palhaçada para a imagem ou algo diferente. Se for para mostrar aquilo que está a acontecer apenas vemos uma pessoa e um microfone e isso não faz sentido. Nas entrevistas nós temos a consciência que há uma gravação vídeo e há determinados gestos que nós e os realizadores, há sempre realizadores, temos sempre em conta. E o que fazemos quando estamos dois a dois e precisamos de comunicar, o plano fica no convidado e o realizador tem isso em atenção. Mas é óbvio que os comportamentos são diferentes quando estamos a gravar. E isto também para dizer que na Antena 1 temos um conteúdo que transmite para a Antena aberta. Um pouco para falar sobre o fator do locutor estar sozinho. É um dos casos em que vemos o locutor a fazer gestos para a cabine, e a ler do computador e isso pouco acrescenta, a meu ver.

A.S: Disse que o facto de termos alguém sozinho a fazer gestos para uma câmara não acrescenta nada para a emissão de rádio pois apenas estamos a ver o locutor a ler algo do computador ou a fazer gestos para o vazio, ao contrário de quando está acompanhado por uma segunda pessoa. Acha que, tendo em conta essa situação, a imagem pode ser considerada como fazendo parte da linguagem radiofónica?

R.L: Eu acho que se for para referir como um terceiro estilo, acho difícil. Acontece que, quando faço televisão não consigo deixar de posicionar a voz como faço na rádio. Mas vou perdendo esse hábito. Pois quando estamos na televisão vamos dando mais importância à imagem. Enquanto na rádio o nosso único instrumento é a voz. Na verdade, não me parece que possa existir outro tipo de linguagem. Pois irás sempre inclinar para uma ou para outra. Um meio termo. Eventualmente pode existir. Sabemos que estamos a transmitir para um ou outro. Temos cuidado como estamos fisicamente e como a voz está. Agora criar algo, não acredito. Iremos estar sempre a jogar com o meio imagem ou com o meio rádio. Ou então vamos esquecer que um deles existe e usar "as fichas todas no outro". Mas há quem possa acreditar nisso. Juntar as duas vias num formato diferente. Eu não acredito muito nisso.

A.S: Antigamente havia uma certa magia que hoje não é possível. A vontade de conhecer quem era a voz por detrás do microfone criava na rádio uma identidade própria que deixava quem ouvisse a imaginar como seria o locutor. Nos dias de hoje essa mesma situação já não acontece por causa da imagem. Essa mudança pode ser considerada positiva ou negativa?

R.L: Deixa-me dizer que era incontornável de isso não acontecer, por causa das redes sociais. Antes da internet ou das redes não tinha como saber quem era o apresentador. Apenas ao vivo. De uma forma ou de outra a pessoa ia conseguir ver de quem era a cara. Não é o facto de termos imagem numa emissão de rádio que isso irá alterar. É sim o facto de haver redes sociais e a presença das rádios nas mesmas. De resto, o mistíssimo não termina, termina para os personagens, mas na verdade, tendencialmente o que vai acontecer, independentemente de conhecer a figura ou não, quando estou a ouvir depois de a conhecer, não estou a visualizá-la, até posso durante uns tempos, pois criou um efeito de choque, e isso pode criar uma imagem em mim, mas isso tenderá a passar especialmente se os produtos exibidos forem muito marcantes. A rádio continua a ser voz, som e continua a ser companhia e por isso nós continuamos a querer ouvir a rádio no carro, e não ver televisão. Pois quando estamos no carro ou em casa conseguimos ouvir rádio e fazer outras coisas. Conseguimos dispersar os nossos sentidos e estar a ouvir rádio. Mas mais do que isso, continuas a projetar imagens com base no que ouves. Aquilo que ouves, seja nas notícias ou na programação, continuas a projetar imagens do que ouves. Essa rádio companhia, rádio que continua a levar para lá ou a trazer sons que a imagem não consegue dar, que eu acho que é o mais significativo da rádio, e daí para não morrer é continuar a criar e reinventar-se. A imagem não vai acabar com a rádio nem a rádio irá morrer por causa da imagem. Ela vai continuar por causa do som e da sua companhia. Da possibilidade de colocar em evidência o que é mais relevante e do som. Já fizemos o exercício aqui na Antena 1 onde colocamos duas reportagens uma feita para televisão e outra para a rádio e foi unânime que gostaram mais da de rádio do que da televisão. Enquanto tens imagem, e isso é um problema da mesma, desvalorizas o som. Numa entrevista, estás mais atento ao que ela faz e ao que ela diz. E quando

estás a ver as imagens estás a imaginar as suas expressões. Isto para dizer que, o som em rádio é mais valorizado do que em televisão. E foi isso que vimos nas reportagens feitas. São coisas que conseguias valorizar em rádio que em televisão nem davas conta. Isto para dizer que, a rádio continua a ser som, auxiliada pela imagem e porque sobretudo ela é companhia.

A.S: Visto que a imagem ajudou a abrir novas portas e novas formas de trabalhar no meio radiofónico, acha que poderá haver outras melhorias no meio?

R.L: Eu acho que a imagem trouxe à rádio a possibilidade de continuar viva. Foi uma das mais valias da imagem. Faz todo o sentido se tivermos uma banda em estúdio, mostrá-la. E será esse o caminho que irá seguir. E também há uma questão que não podemos esquecer, que é: fazer rádio é mais barato que fazer televisão. E essa questão é muito relevante quando se quer avançar a mais projetos que envolvam imagem. Pois implica a criação de um estúdio para imagem, equipas próprias para a imagem. Mesmo que seja cada vez mais simples fazer imagem, implicará sempre custos extras. Pois irá sempre haver algo para a transmissão em imagem. A rádio é um meio mais económico do que televisão. E isso é algo a ter em conta. Caso contrário, acho que, a rádio valoriza os seus conteúdos em imagem e é isso que tem sido dito até agora. Há mais conteúdos onde podemos utilizar a imagem, há conteúdos que podemos fazê-lo por termos imagem e isso sim é desvirtuar do fundamento da existência da rádio. Quando passarmos a fazer coisas na rádio pois temos imagem, aí sim, começamos a trabalhar para uma nova forma de estar e uma nova forma de projetar a rádio que é diferente. Se me perguntares se é bom ou mau, depende do que queres mostrar. Porque uma coisa é pensar no conteúdo para rádio, outra é pensar no conteúdo para imagem e que serve para a rádio e espero que isso não aconteça. O que eu quero é que continuemos a projetar um conteúdo para a rádio e pensarmos se compensa ou não a imagem. Há situações onde faz sentido, mas em termos gerais gostava que a rádio mantivesse o seu *mainstream* e mantivesse a sua química auditiva, de criar as tais imagens e de valorizar o som. Em vez de se pensar em torno da imagem, que é a tendência que ocorre se houver meios para isso, que é o mais preponderante a acontecer.

6.5 Autorizações

DECLARAÇÃO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM

Eu, Carlos Manuel Costa Dias, maior de idade, portador de cartão de cidadão n.º 9521096, válido até 18/10/2019, residente em Seixal (morada), declaro expressa, livre e incondicionalmente, sem limite temporal:

1. Autorizar a minha participação como figurante nas gravações da obra audiovisual com o título provisório de "O som que nós vemos", adiante designado como documentário académico, produzido por **Alexandre Venceslau Santos**, no dia 19/03/2019, cujas gravações irão decorrer nos Estúdios da Renascença;
2. Autorizar que **Alexandre Venceslau Santos** proceda à captação de imagens e som no âmbito e no contexto da identificada obra audiovisual com o título provisório de "O som que nós vemos", adiante designada como obra em virtude ou para a referida obra audiovisual;
3. Autorizar que que a **Alexandre Venceslau Santos** divulgue, exhiba e difunda, por qualquer forma e através de qualquer meio, as imagens por si captadas na/da referida obra, ou para promoção da mesma;
4. Ceder, gratuitamente, a **Alexandre Venceslau Santos** as imagens captadas pelo mesmo para utilização/fixação na obra, que serão ou poderão ser utilizadas pelo próprio ou por terceiros a quem sejam transmitidos os direitos sobre a obra:
 - a. Radiodifusão por todos os meios e para todos os fins, o que inclui a sua difusão, de forma linear e/ou não linear, no todo ou em parte, qualquer que seja o número de transmissões, para todo o mundo, utilizando qualquer tipo de sistema de televisão ou de rádio, através da utilização de qualquer meio técnico de difusão, de distribuição ou de comunicação, atualmente conhecido ou que venha a ser criado, incluindo a transmissão através da via digital e/ou hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone, fixo ou móvel, por fibras óticas, sistemas de receção por encomenda, ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados, ou não, para a apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão através da Internet, em emissões televisivas ou serviço de obra audiovisual s televisivos ou radiofónicos existentes ou a criar, sejam eles generalistas ou temáticos, de âmbito internacional, nacional, regional ou local, de acesso condicionado ou não condicionado; qualquer que seja o número de transmissões, e, bem assim, autorizar a operadores de redes de comunicações eletrónicas (designadamente, de redes de telefone fixo ou móvel) a transmissão integral e simultânea;
 - b. Exploração direta ou indireta da obra através de quaisquer plataformas interativas incluindo, sem limitação, os SMS'S e MMS's, os serviços de IVR, os serviços de audiotexto e teletexto e, bem assim, através de todas as demais plataformas suscetíveis de serem utilizadas para esse efeito, sob qualquer forma, designadamente para fins de promoção;

- c. Reprodução total ou parcial da obra por qualquer meio, com fins comerciais ou não, sua adaptação ou efetuar outras modificações conformes às exigências da obra audiovisual ou da exploração dos direitos previstos nas alíneas anteriores, utilizando a obra na sua totalidade ou sob a forma de extratos;
- d. Distribuição da obra, incluindo a venda, o aluguer e o comodato, para difusão televisiva ou qualquer outro fim;
- e. Exploração dos direitos de usos secundários da obra, qualquer que seja o fim e a forma de distribuição do original ou de cópias, tal como a venda, o aluguer, a emissão codificada, o "vídeo on demand", "catchup tv", a edição em livros, discos, CD, DVD, CD-ROM, ou quaisquer outros suportes existentes ou que venham a ser criados;
- f. Divulgação ou promoção da obra, qualquer que seja o suporte;
- g. Exploração de quaisquer outros direitos de usos secundários da obra, nomeadamente, a edição em livros ou fascículos, fotografias, ou quaisquer outros suportes existentes ou que venham a ser criados, direitos de *merchandising* a partir do original ou de cópias da obra, de produtos ou serviços aí veiculados;
- h. Apresentação, divulgação ou qualquer tipo de comunicação da obra, tais como, em ações promocionais, festivais, feiras, cinema, estabelecimentos de ensino, hospitais, estabelecimentos prisionais, gares, aeroportos, portos, aeronaves, barcos, autocarros ou comboios, ou quaisquer outros locais públicos ou privados;
- i. Exploração de formas de patrocínio publicitário da obra.

Mais declaro que: (a) a presente autorização para os fins acima descritos é prestada a título gratuito, nada me sendo devido, a qualquer título, seja remuneração, compensação ou indemnização, bem como; (b) estar consciente que a participação enquanto figurante nas gravações da obra audiovisual com o título provisório de "XXXXXXXXXX", não resulta em qualquer direito ou expectativa de as imagens serem exibidas.

Esta autorização é prestada de forma livre e esclarecida, compreendendo todas as possibilidades de utilização aqui previstas. Ao assinar a presente declaração presto o meu consentimento expreso à utilização das imagens nos termos acima descritos, para efeitos da legislação de Proteção de Dados Pessoais e do Artigo 79.º do Código Civil.

Mais declaro que:
 Lisboa, 16 de Maio de 2019
 participação em...
 resultado em...

 Carlos Manuel Espírito Santo

Esta autorização
 (Assinatura)

Número de identificação

DECLARAÇÃO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM

Eu, Luís Costa Ribeiro, maior de idade, portador de cartão de cidadão n.º 10568786, válido até / / , residente em Lisboa (morada), declaro expressa, livre e incondicionalmente, sem limite temporal:

1. Autorizar a minha participação como figurante nas gravações da obra audiovisual com o título provisório de "O som que nós vemos", adiante designado como documentário académico, produzido por **Alexandre Venceslau Santos**, no dia 24/04/2019, cujas gravações irão decorrer Universidade Católica;
2. Autorizar que **Alexandre Venceslau Santos** proceda à captação de imagens e som no âmbito e no contexto da identificada obra audiovisual com o título provisório de "O som que nós vemos", adiante designada como obra em virtude ou para a referida obra audiovisual;
3. Autorizar que que a **Alexandre Venceslau Santos** divulgue, exhiba e difunda, por qualquer forma e através de qualquer meio, as imagens por si captadas na/da referida obra, ou para promoção da mesma.
4. Ceder, gratuitamente, a **Alexandre Venceslau Santos** as imagens captadas pelo mesmo para utilização/fixação na obra, que serão ou poderão ser utilizadas pelo próprio ou por terceiros a quem sejam transmitidos os direitos sobre a obra:
 - a. Radiodifusão por todos os meios e para todos os fins, o que inclui a sua difusão, de forma linear e/ou não linear, no todo ou em parte, qualquer que seja o número de transmissões, para todo o mundo, utilizando qualquer tipo de sistema de televisão ou de rádio, através da utilização de qualquer meio técnico de difusão, de distribuição ou de comunicação, atualmente conhecido ou que venha a ser criado, incluindo a transmissão através da via digital e/ou hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone, fixo ou móvel, por fibras óticas, sistemas de receção por encomenda, ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados, ou não, para a apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão através da Internet, em emissões televisivas ou serviço de obra audiovisual s televisivos ou radiofónicos existentes ou a criar, sejam eles generalistas ou temáticos, de âmbito internacional, nacional, regional ou local, de acesso condicionado ou não condicionado, qualquer que seja o número de transmissões, e, bem assim, autorizar a operadores de redes de comunicações eletrónicas (designadamente, de redes de telefone fixo ou móvel) a transmissão integral e simultânea;
 - b. Exploração direta ou indireta da obra através de quaisquer plataformas interativas incluindo, sem limitação, os SMS'S e MMS's, os serviços de IVR, os serviços de audiotexto e teletexto e, bem assim, através de todas as demais plataformas suscetíveis de serem utilizadas para esse efeito, sob qualquer forma, designadamente para fins de promoção;

- c. Reprodução total ou parcial da obra por qualquer meio, com fins comerciais ou não, sua adaptação ou efetuar outras modificações conformes às exigências da obra audiovisual ou da exploração dos direitos previstos nas alíneas anteriores, utilizando a obra na sua totalidade ou sob a forma de extratos;
- d. Distribuição da obra, incluindo a venda, o aluguer e o comodato, para difusão televisiva ou qualquer outro fim;
- e. Exploração dos direitos de usos secundários da obra, qualquer que seja o fim e a forma de distribuição do original ou de cópias, tal como a venda, o aluguer, a emissão codificada, o "video on demand", "catchup tv", a edição em livros, discos, CD, DVD, CD-ROM, ou quaisquer outros suportes existentes ou que venham a ser criados;
- f. Divulgação ou promoção da obra, qualquer que seja o suporte;
- g. Exploração de quaisquer outros direitos de usos secundários da obra, nomeadamente, a edição em livros ou fascículos, fotografias, ou quaisquer outros suportes existentes ou que venham a ser criados, direitos de *merchandising* a partir do original ou de cópias da obra, de produtos ou serviços aí veiculados;
- h. Apresentação, divulgação ou qualquer tipo de comunicação da obra, tais como, em ações promocionais, festivais, feiras, cinema, estabelecimentos de ensino, hospitais, estabelecimentos prisionais, gares, aeroportos, portos, aeronaves, barcos, autocarros ou comboios, ou quaisquer outros locais públicos ou privados;
- i. Exploração de formas de patrocínio publicitário da obra.

Mais declaro que: (a) a presente autorização para os fins acima descritos é prestada a título gratuito, nada me sendo devido, a qualquer título, seja remuneração, compensação ou indemnização, bem como; (b) estar consciente que a participação enquanto figurante nas gravações da obra audiovisual com o título provisório de "XXXXXXXXXX", não resulta em qualquer direito ou expectativa de as imagens serem exibidas.

Esta autorização é prestada de forma livre e esclarecida, compreendendo todas as possibilidades de utilização aqui previstas. Ao assinar a presente declaração presto o meu consentimento expresso à utilização das imagens nos termos acima descritos, para efeitos da legislação de Proteção de Dados Pessoais e do Artigo 79.º do Código Civil.

Lisboa, 24 de Set de 2019



DECLARAÇÃO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM

Eu, Rosênio Uno, maior de idade, portador de cartão de cidadão n.º 08176511, válido até / / , residente em Usbc (morada), declaro expressa, livre e incondicionalmente, sem limite temporal:

1. Autorizar a minha participação como figurante nas gravações da obra audiovisual com o título provisório de "O som que nós vemos", adiante designado como documentário académico, produzido por **Alexandre Venceslau Santos**, no dia 28/5/2019, cujas gravações irão decorrer RTP;
2. Autorizar que **Alexandre Venceslau Santos** proceda à captação de imagens e som no âmbito e no contexto da identificada obra audiovisual com o título provisório de "O som que nós vemos", adiante designada como obra em virtude ou para a referida obra audiovisual;
3. Autorizar que que a **Alexandre Venceslau Santos** divulgue, exhiba e difunda, por qualquer forma e através de qualquer meio, as imagens por si captadas na/da referida obra, ou para promoção da mesma.
4. Ceder, gratuitamente, a **Alexandre Venceslau Santos** as imagens captadas pelo mesmo para utilização/fixação na obra, que serão ou poderão ser utilizadas pelo próprio ou por terceiros a quem sejam transmitidos os direitos sobre a obra:
 - a. Radiodifusão por todos os meios e para todos os fins, o que inclui a sua difusão, de forma linear e/ou não linear, no todo ou em parte, qualquer que seja o número de transmissões, para todo o mundo, utilizando qualquer tipo de sistema de televisão ou de rádio, através da utilização de qualquer meio técnico de difusão, de distribuição ou de comunicação, atualmente conhecido ou que venha a ser criado, incluindo a transmissão através da via digital e/ou hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone, fixo ou móvel, por fibras óticas, sistemas de receção por encomenda, ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados, ou não, para a apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão através da Internet, em emissões televisivas ou serviço de obra audiovisual s televisivos ou radiofónicos existentes ou a criar, sejam eles generalistas ou temáticos, de âmbito internacional, nacional, regional ou local, de acesso condicionado ou não condicionado, qualquer que seja o número de transmissões, e, bem assim, autorizar a operadores de redes de comunicações eletrónicas (designadamente, de redes de telefone fixo ou móvel) a transmissão integral e simultânea;
 - b. Exploração direta ou indireta da obra através de quaisquer plataformas interativas incluindo, sem limitação, os SMS'S e MMS's, os serviços de IVR, os serviços de audiotexto e teletexto e, bem assim, através de todas as demais plataformas suscetíveis de serem utilizadas para esse efeito, sob qualquer forma, designadamente para fins de promoção;

- c. Reprodução total ou parcial da obra por qualquer meio, com fins comerciais ou não, sua adaptação ou efetuar outras modificações conformes às exigências da obra audiovisual ou da exploração dos direitos previstos nas alíneas anteriores, utilizando a obra na sua totalidade ou sob a forma de extratos;
- d. Distribuição da obra, incluindo a venda, o aluguer e o comodato, para difusão televisiva ou qualquer outro fim;
- e. Exploração dos direitos de usos secundários da obra, qualquer que seja o fim e a forma de distribuição do original ou de cópias, tal como a venda, o aluguer, a emissão codificada, o "video on demand", "catchup tv", a edição em livros, discos, CD, DVD, CD-ROM, ou quaisquer outros suportes existentes ou que venham a ser criados;
- f. Divulgação ou promoção da obra, qualquer que seja o suporte;
- g. Exploração de quaisquer outros direitos de usos secundários da obra, nomeadamente, a edição em livros ou fascículos, fotografias, ou quaisquer outros suportes existentes ou que venham a ser criados, direitos de *merchandising* a partir do original ou de cópias da obra, de produtos ou serviços aí veiculados;
- h. Apresentação, divulgação ou qualquer tipo de comunicação da obra, tais como, em ações promocionais, festivais, feiras, cinema, estabelecimentos de ensino, hospitais, estabelecimentos prisionais, gares, aeroportos, portos, aeronaves, barcos, autocarros ou comboios, ou quaisquer outros locais públicos ou privados;
- i. Exploração de formas de patrocínio publicitário da obra.

Mais declaro que: (a) a presente autorização para os fins acima descritos é prestada a título gratuito, nada me sendo devido, a qualquer título, seja remuneração, compensação ou indemnização, bem como; (b) estar consciente que a participação enquanto figurante nas gravações da obra audiovisual com o título provisório de "XXXXXXXXXX", não resulta em qualquer direito ou expectativa de as imagens serem exibidas.

Esta autorização é prestada de forma livre e esclarecida, compreendendo todas as possibilidades de utilização aqui previstas. Ao assinar a presente declaração presto o meu consentimento expresso à utilização das imagens nos termos acima descritos, para efeitos da legislação de Proteção de Dados Pessoais e do Artigo 79.º do Código Civil.

Lisboa 28 de Maio de 2019

Rosendo Lima

7. Referências bibliográficas

- Aufderheid, P. (2007). *Documentary film: A very short introduction*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Espanha.
- Bellis, M. (11 de Maio de 2019). *ThoughtCo*. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <https://www.thoughtco.com/invention-of-radio-1992382>
- Britannica, E. d. (20 de Julho de 1998). *Enciclopédia Britannica*. Obtido em 16 de Agosto de 2019, de <https://www.britannica.com/art/documentary-film>
- Comission, F. C. (2003-2004). *Federal Communications Comission*. Obtido em 18 de Agosto de 2019, de Federal Communications Comission: https://transition.fcc.gov/omd/history/radio/documents/short_history.pdf
- Cordeiro, P. (2003). *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. Univerisdade do Algarve.
- Cordeiro, P. (Março de 2005). Rádios temáticas: perfil da informação radiofónica em Portugal. O caso TSF. *II Congresso Luso Brasileiro de Estudos Jornalísticos*.
- Damáσιο, A. (2013). *O sentimento de si*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Esteves, J. (2005). *Dicionário no Feminino (séculos XIX-XX)*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Fraser, N. (2012). *Why Documentaries Matter*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

IMDB. (s.d.). Obtido em 13 de Fevereiro de 2019, de IMDB:
https://www.imdb.com/title/tt0025456/?ref=nm_knf_t2

Inês Rocha, M. J. (07 de Abril de 2017). *Renascença. A história de 80 anos de rádio*. Obtido de Rádio Renascença:
https://rr.sapo.pt/especial/80687/renascenca_a_historia_de_80_anos_de_radio

Maia, J. M. (1994). *Aqui Emissora da Liberdade*. Lisboa: Editorial Caminho.

Maia, J. M. (1995). *Telefonia*. Lisboa: Círculo dos Leitores.

Melo, C. d. (2002). Obtido em 02 de Fevereiro de 2019, de Portal de periódicos eletrónicos da Universidade Federal de Goiás.:
<https://revistas.ufg.br/ci/article/viewFile/24168/14059>

Nichols, B. (2001). *Introduction to Documentary*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.

Penafria, M. (1999). *O filme documentário: História, identidade, tecnologia*. Lisboa: Edição Cosmo.

Penafria, M. (2001). *O ponto de vista no filme documentário*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Peres, S. S. (2 de Setembro de 2007). O formato e a linguagem dos documentários produzidos sobre a cidade de São. *XXX Congresso Brasileira das Ciências da Comunicação*, p. 10.

Platinga, C. (1987). Defining Documentary: Fiction, Nonfiction, and Projected Worlds. *Persistence of Vision 5*, 44-54.

Platinga, C. (2005). What a Documentary Is, After All. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 44-54.

Priberam. (s.d.). Obtido de Priberam Dicionário:
<https://dicionario.priberam.org/document%C3%A1rios>

- Reis, A. I. (2013). As notícias nos sites de rádio: contributos para a identidade da notícia ciber-radiofónica. *Livro de Atas do III COBCIBER* (pp. 1-20). Porto: Universidade do Porto.
- Ribeiro, F. C. (1964). *Rádio Produção-Realização-Estética*. Lisboa: Arcádia.
- Santos, R. (2014). *A Rádio em Portugal* . Lisboa: Edições Colibri.
- System, P. B. (1998). *Public Broadcasting System*. Obtido em 23 de Agosto de 2019, de <http://www.pbs.org/wgbh/aso/databank/entries/dt01ma.html>
- Teixeira, M. J. (2001). *A Linguagem Radiofónica - O caso da Rádio Fundação*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Vieira, J. (2010). *A Nossa Telefonia - 75 anos de Rádio Pública em Portugal*. Lisboa: Tinta da China.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.

8. Fontes diretas

Alvim, Fernando, entrevista de Alexandre Venceslau Santos. *O som que nós vemos* (24 de Fevereiro de 2019).

Antunes, Mário, entrevista de Alexandre Venceslau Santos. *O som que nós vemos* (01 de Março de 2019).

Dias, Carlos, entrevista de Alexandre Venceslau Santos. *O som que nós vemos* (19 de Março de 2019).

Ribeiro, Nélon, entrevista de Alexandre Venceslau Santos. *O som que nós vemos* (24 de Abril de 2019).

Lira, Rosário, entrevista de Alexandre Venceslau Santos. *O som que nós vemos* (28 de Maio de 2019).