

## UM ESTUDO SOBRE A SIMILITUDE ENTRE RÁDIO E CINEMA ATRAVÉS DA TRILHA SONORA DE FILMES

Luís Geraldo Rocha<sup>1</sup>; Daniela Pereira Bochembuzo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Graduado em Jornalismo - Universidade Sagrado Coração – USC - luis.geraldo21@hotmail.com

<sup>2</sup>Professora do curso de Jornalismo - Universidade Sagrado Coração – USC -  
daniela.bochembuzo@usc.br

**Grupo de trabalho:** Comunicação Social

**Palavras-chave:** Cinema; Rádio; Webrádio; Trilha-sonora.

**Introdução:** Com elaboração tecnológica construída no final do século XIX e início do século XX, o cinema constitui-se em uma nova forma de entretenimento e de arte. Até o final da década de 1920, o cinema caracterizava-se por transmitir somente imagens (CAPUZZO, 1986). Somente a partir de 1927, ele tornou-se uma expressão artística e comercial transmitida por linguagem (CAPUZZO, 1999). O rádio também surgiu no mesmo período e, a partir dos anos 1920, as primeiras emissoras comerciais atingiram as grandes massas (FERRARETO, 2001). Paralelamente, esses meios passaram a apresentar uma simbiosidade: as trilhas sonoras cinematográficas atingiram e permaneceram na mente das grandes multidões pelo rádio. Assim, esta pesquisa objetivou detectar esse relacionamento, a partir da produção e veiculação de programas radiofônicos sobre trilhas sonoras pela plataforma digital da Universidade Sagrado Coração, questionando se as pessoas detêm na memória as grandes trilhas sonoras veiculadas pelo rádio.

**Objetivos:** Analisar os benefícios trazidos pela produção e difusão de um programa radiofônico sobre cinema para a Webrádio USC, sob a ótica de uma fusão das linguagens radiofônica e cinematográfica, aliando produção científica à produção extensionista e, por fim, divulgando e resgatando histórias das principais trilhas sonoras do cinema, para verificar se há simbiose entre a linguagem radiofônica e a música cinematográfica fixada no imaginário popular.

**Relevância do Estudo:** O interesse neste projeto deve-se à observação do aumento de número de salas de cinema no Brasil nos últimos dez anos; mesmo com o aumento do preço do ingresso, o público não diminuiu, indicando a existência de pessoas que são interessadas em cinema e consumiriam o produto resultante dessa pesquisa - um programa sobre cinema no rádio<sup>1</sup>. Na cidade de Bauru, onde o programa foi veiculado, existiam nove salas de cinema, sendo cinco no Bauru Shopping e quatro no Alameda Quality Center. No ano de 2013, a cidade ganhou mais cinco salas de cinema no Boulevard Shopping Nações, o que reforça a idéia da necessidade e possível interesse de um programa radiofônico inovador sobre cinema para a cidade. No campo do ensino, o programa serve para explorar as potencialidades do meio webrádio, colocando em prática os conhecimentos teóricos adquiridos pelos alunos em sala de aula. É de extrema importância, também, a relação do projeto de iniciação científica com a atividade de extensão, que faz uma junção da produção científica com a produção técnica, o que traz um retorno de conhecimento para ambas as partes, tanto o público ouvinte quanto os produtores do programa e a USC.

---

<sup>1</sup> Informações retiradas do site da Agência Nacional de Cinema (Ancine). Conteúdo disponível em: <[http://oca.gov.br/filmes\\_bilheterias.htm](http://oca.gov.br/filmes_bilheterias.htm)>; <[http://oca.ancine.gov.br/filmes\\_bilheterias.htm](http://oca.ancine.gov.br/filmes_bilheterias.htm)>; <[http://publique.ancine.gov.br/oca/rel\\_salasexibicao.htm](http://publique.ancine.gov.br/oca/rel_salasexibicao.htm)>. Acesso em 19 de MAR. 2013.

**Materiais e métodos:** Com o intuito de oferecer o embasamento teórico sobre o tema pesquisado, foi realizada pesquisa bibliográfica sobre meios de comunicação, rádio, cinema e webrádio, produção de conteúdo experimental em áudio sobre trilha sonora para o Projeto de Extensão Webrádio USC e, por fim, a realização de pesquisa qualitativa por meio de grupo focal com cinco participantes, que ouviram um dos programas realizados e deram suas impressões sobre o mesmo, aliando, assim, ensino, pesquisa e extensão. Os programas foram produzidos a partir de subsídios das obras de Ferrareto (2001) e Mcleish (2001), entre outros autores.

**Resultados e discussões:** Os programas produzidos duravam entre 15 e 20 minutos, dependendo da quantidade de informações disponíveis sobre os filmes, colhidas na internet, em sites como Internet Movie Database (IMDB) e em pesquisas bibliográficas referenciadas por autores como Rodrigues (2012) e Ewald Filho (2001). Os filmes foram escolhidos segundo sua relevância social na época do lançamento e o êxito de suas trilhas sonoras nas paradas de sucesso, a partir da década de 1950, tais como “Os Embalos de Sábado à Noite”, de 1977, e “Grease – Nos Tempos da Brilhantina”, trazendo encantamento às ouvintes do grupo focal, mostrando que o rádio cumpre papel fundamental ao divulgar tais trilhas. Sendo assim, a produção do “Rádio Cine” atingiu seus objetivos iniciais, conciliando as duas linguagens em um programa cuja temática resgata as memórias e sentimentos mais profundos do ouvinte. Diante da boa receptividade do programa pelas entrevistadas, pode-se dizer que as hipóteses fixadas neste projeto são verdadeiras.

**Conclusão:** O cinema e o rádio são duas mídias que, apesar de suas linguagens distintas, guardam similaridades e surgiram em um momento em que o mundo clamava por novas invenções tecnológicas, tendo posteriormente desenvolvidas suas particularidades ao longo dos anos. Os primeiros filmes eram mudos e, com o passar dos anos, ganharam a linguagem e a trilha sonora. Sensoriais, populares e massivos, cinema e rádio têm como similitude o uso da trilha sonora. A produção de um programa radiofônico sobre cinema para o Projeto de Extensão Webrádio USC, intitulado “Rádio Cine”, confirmou a possibilidade de unir com êxito duas mídias diferenciadas - as linguagens cinematográfica e radiofônica. Isso reforça os méritos deste trabalho, que chega ao fim com a crença de que o rádio e o cinema atravessaram muitas décadas e se mantêm devido à sua linguagem mágica, atraente e cativante.

#### Referências:

- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- CAPUZZO, HEITOR. **Cinema, a aventura do sonho**. São Paulo: Editora Nacional, 1986.
- \_\_\_\_\_. **Lágrimas de Luz: o drama romântico no cinema**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- DEFLEUR, Melvian Lawrence; ROKEACH, Sandra Ball. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Luzzatto, 2001.
- EWALD FILHO, Rubens. **Os 100 melhores filmes do século 20**. São Paulo: Vimarç, 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- MCLEISH, ROBERT. **Produção de Rádio: Um Guia Abrangente de Produção Radiofônica**. São Paulo: Summus, 1999.
- RODRIGUES, Rodrigo. **Almanaque da música pop no cinema**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.
- ROSENFELD, Anatol. **Cinema: arte e indústria**. São Paulo: Perspectiva, 2002.