

A Relação Global-Local na Programação da Rádio Jovem Pan Belém ¹

Erica MARQUES Dias²
Fábia Maria SEPÊDA Brabo³
George Luiz Miranda da SILVA⁴
Jobson Murilo Barbosa MARINHO⁵
Leonidas DIAS da Silva⁶
Guilherme Imbiriba GUERREIRO NETO⁷
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo

Os estudos realizados sobre a identidade cultural do homem na pós-modernidade, serviram de embasamento para a construção deste trabalho que busca apresentar como e porque os elementos da cultura local aparecem na programação de uma emissora de rádio aparentemente global e padronizada: a Jovem Pan Belém. Conhecida por sua trajetória editorial desde o seu nascimento em 1945, a rádio Jovem Pan cresceu e se adaptou em cada lugar onde tem uma filial. Essa sua adaptação sofreu diversas alterações e em Belém não poderia ser diferente. Pensamentos de estudiosos, mas principalmente de Stuart Hall, abordam essa identificação do homem pós-moderno com a sua cultura e tantas outras. Assim, essa busca de identidade é apresentada não somente no campo teórico, mas no campo mercadológico, local, nacional e internacional.

Palavras-chave: Identidade; Pós-modernidade; Jovem Pan Belém; Global; Local.

Introdução

Com o surgimento das novas tecnologias, o homem passou a ter a oportunidade de buscar novos conhecimentos históricos, profissionais, pessoais e culturais sem precisar sair de casa. Essa junção de novos conhecimentos aos saberes locais e tradicionais pode ser interpretada como perda de identidade ou hibridismo social. Para alguns, isso pode ser visto de um modo negativo, enquanto para outros é tomado como algo positivo. Seja qual for a interpretação escolhida, não é possível ignorar que o constante desenvolvimento de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. E-mail: ericaamd5@hotmail.com.

³ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. E-mail: fabiasepeda@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. E-mail: georgeluzjornalismo@gmail.com.

⁵ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. E-mail: jobsonmurilo@hotmail.com.

⁶ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFPA. E-mail: dias.leonidas@gmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFPA. E-mail: neto.guerreiro@gmail.com.

tecnologias de comunicação e informação trouxe mudanças severas ao cotidiano do homem moderno, a ponto de conceitos como identidade, modernidade e realidade começarem a ser fortemente questionados nas últimas décadas.

Partindo de discussões a respeito da identidade cultural do indivíduo no nosso tempo, buscou-se analisar a rádio Jovem Pan Belém com o objetivo de observar de que forma uma emissora de rede - que apresenta uma programação globalizada, *pop*, jovem e padronizada – apresenta elementos de uma identidade local em sua programação.

Assim, este trabalho é um ponto de partida para encontrar o que há de local em uma emissora aparentemente internacionalizada e padronizada como é a Jovem Pan. Para iniciar esta pesquisa, analisamos o programa local *Festa Pan*, dando atenção a programações específicas, promoções, chamadas e ao jeito como os locutores falam especificamente com o público de Belém.

Além disso, trazemos neste artigo uma discussão sobre os processos de identificação do público com o mesmo conteúdo em locais diferentes e de que forma a cultura local conversa com a cultura global.

A Jovem Pan no Brasil e em Belém

Inaugurada em 1945 como Rádio Panamericana S.A., a rádio Jovem Pan AM nasceu para transmitir novelas. Em seguida, tornou-se a emissora dos esportes. O projeto passou a ser executado pelo então diretor-geral Paulo Machado de Carvalho Filho, que em 1949 teve como secretário o irmão Antonio Augusto Amaral Carvalho, o Tuta. A rádio Panamericana mudou de direção em 1952, quando Paulo Carvalho Filho foi para a Rádio Record.

Quando Tuta assumiu a rádio novamente em 1965, mudou o nome para "Jovem Pan". Desde então, a antiga rádio Panamericana passou por sérias renovações em sua programação. "Era a época dos festivais de música popular brasileira e da Jovem Guarda. Artistas como Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Wanderléia, Elis Regina e Jair Rodrigues ganham programas na Jovem Pan" (FERRARETTO, 2008, p. 142).

Mas apesar da modernidade, a nova Jovem Pan enfrentava um grande desafio: o de se tornar diferente a fim de se destacar diante da forte concorrência entre as emissoras da época. Surgia então uma proposta que transformaria a rádio no maior segmento voltado ao público jovem/pop do Brasil; a ideia de transformar a linguagem da programação em algo jovem e atual, direcionada ao público mais novo. E não apenas isso, mas " graças à linguagem jovem e a sua plástica, a JP FM passou a ser referência do bom gosto e da

modernidade do rádio no país" (PASTANA, CORRÊA, MARQUES E SEPÊDA, 2013, p. 4).

Com seus novos modelos de programação a Jovem Pan FM conquistou os primeiros lugares de audiência, por mostrar as situações que outras emissoras também veiculavam, mas de maneira diferenciada, com uma linguagem irreverente e inteligente, transformando-se em uma marca de prestígio e sinônimo de rádio que sempre inova, como afirma Del Bianco em relação às rádios FM, que ainda produziam um conteúdo padronizado ou não tinham como inovar por conta da falta de novas tecnologias:

Essas emissoras conquistavam parcela significativa do público cansado da mesmice e do marasmo da programação das AMs. [...] A FM na década de 70 pode ser comparada a um produto lançado no mercado por uma empresa sedimentada há anos sem conquistar novas posições. Ela trouxe um alento tecnológico. O ouvinte ganhou programação diversificada, quanto aos estilos de música e à locução com uma qualidade sonora que se transformou em padrão de referência para a radiodifusão. Mais do que uma novidade tecnológica, a FM revolucionou o rádio brasileiro ao conquistar o público jovem pelo novo estilo de programação (Del Bianco, 1993, p. 5 e 6).

A Jovem Pan Belém surge no ano de 1994, como substituta da rádio Cidade Morena, na frequência de 102,3 MHz. A rádio no estado do Pará já é uma veterana, sendo uma das primeiras e principais filiadas da Jovem Pan FM de São Paulo. Com 21 anos de existência, a emissora paraense, segundo Massaro (2012), teve, desde o início, "uma boa aceitação por parte do público e mercado local, situação que foi conquistada também devido o planejamento de ações locais que auxiliam a promover a marca da rádio no mercado de Belém".

O avanço da internet no período atual, permitiu com que a JP ultrapassasse as fronteiras do rádio, e ingressasse no mundo virtual, fortalecendo uma das fortes características da Pan: a interatividade com o ouvinte. Além de *sites* e *blogs*, a Jovem Pan está presente também nas redes sociais, como *twitter*, *instagram* e *facebook*. Com o surgimento da internet, a programação, os anúncios e promoções puderam ser direcionados a um público específico, principalmente nas mídias sociais. Essas novas ferramentas fizeram com que a emissora adentrasse ainda mais no cotidiano da população jovem, conhecida pela sua forte ligação com a internet, onde recebem um feedback direto.

As promoções normalmente convidam o público a realizar ações, permitindo em troca, a chance de concorrer ao prêmio listado. Essas estratégias de comunicação fazem

com que o ouvinte, ao realizar uma dessas tarefas, contribua voluntariamente para a divulgação da emissora.



Ilustração 1 – Imagem do blog da Rádio Jovem Pan Belém.



Ilustração 2 – Imagem de uma das promoções realizadas no facebook da Rádio Jovem Pan Belém.

Até a fundação da filiada da Mix FM de São Paulo na cidade de Belém, a Jovem Pan local não enfrentava qualquer tipo de concorrência entre o público jovem/pop. A inauguração da Mix Belém no ano de 2012 é a prova de que o interesse por rádios do segmento jovem na cidade vem crescendo, principalmente de emissoras que usam da interatividade com os seus ouvintes como uma de suas estratégias de comunicação.

Em busca do local na Jovem Pan Belém e uma análise do programa Festa Pan

A programação da rádio Jovem Pan tem como uma das principais características um conteúdo globalizado. As músicas ocupam a principal parte da programação e podem ser

internacionais ou nacionais, desde que sejam topo de paradas de sucesso ou interpretadas por artistas já consagrados pelo público jovem em geral.

Considerando a filial da JP em Belém, é justamente a programação globalizada que nos apresenta o principal problema de pesquisa deste trabalho: afinal, há algo de local na filial de uma rádio tão globalizada como a Jovem Pan? Para encontrar o que há de local e global na emissora, vamos fazer o recorte de duas edições do programa *Festa Pan*, como exemplos da programação da rádio.

O *Festa Pan* é um programa semanal que vai ao ar todo sábado, das 10h às 14h. Esse programa foi escolhido para a nossa análise por ser mais completo que os demais programas locais da emissora (*Sequência Máxima* e *Hit Pan*). O *Festa Pan*, além da linguagem jovem, das músicas globalizadas, dos *remixes* feitos pelos DJs da rádio, das promoções e da interação entre locutores/produtores e os ouvintes, contém entrevistas em estúdio, comentários sobre temas atuais, informações do trânsito, fofocas da TV, cobertura dos vestibulares e campeonatos de DJs.

Para um melhor desenvolvimento serão analisadas duas edições do programa: a primeira edição analisada foi ao ar no dia de 26 de julho de 2014, no último fim de semana das férias escolares. Já a segunda análise é do programa de 06 de dezembro de 2014. Este é uma edição especial, onde acontece a final do 7º Campeonato de DJs da Pan.

Na edição do dia 26 de julho, Gisa Smith e Fa Marianno apresentam o programa. Fa Marianno é responsável pelo quadro de fofocas da TV, mas, excepcionalmente, o locutor estava substituindo o Loro da Doca no mês de férias. Já no primeiro dos sete blocos, o *Festa Pan* coloca um locutor ao vivo da Ilha de Mosqueiro, com informações do trânsito na saída de Belém. Em seguida, depois de uma breve apresentação, o DJ residente do programa, Izoney Pinheiro, toca uma sequência de “hits” internacionais.

No segundo bloco, os locutores comentam notícias do mundo da música e leem mensagens dos ouvintes que chegam pelo whatsapp ou pelo twitter. Em seguida, começa uma entrevista interativa com a Inspetora Marisol, da Polícia Rodoviária Federal. A inspetora faz um balanço dos acidentes nas principais rodovias do Pará durante o mês das férias, dá dicas de segurança no trânsito e responde perguntas enviadas pelos canais de comunicação do programa. O bloco termina com mais uma sequência musical. O terceiro bloco repete a fórmula do segundo, acrescentando uma nova entrada do locutor ao vivo em Mosqueiro.

No quarto bloco, a entrevista é com a Banda Biquini Cavado Cover. Os integrantes do grupo contam suas histórias, falam da agenda de shows em Belém e cantam um pouco. A interação pelo whatsapp e pelo twitter e as informações do verão em Mosqueiro também se repetem neste bloco, que também encerra com músicas remixadas.

O quinto bloco traz as fofocas dos bastidores da TV com o Fa Marianno. Além disso, é lembrado que o dia da avó é na data do programa e o apresentador titular, Loro da Doca, faz uma participação por telefone. Então, o programa segue com a sequência musical e com o intervalo.

O sexto bloco traz a última entrevista em estúdio, dessa vez sobre um circuito de corrida noturna que estava acontecendo em Belém na época. Os ouvintes ficam por dentro de como funciona o Belém Night Run e são convidados a participar das corridas. O bloco fecha com mais bastidores da TV (incluindo novidades das novelas, programas de auditório e *reality shows*) e sequência musical. O sétimo bloco apenas anuncia o fim do programa e toca mais músicas.

O *Festa Pan* do dia 06 de dezembro de 2014 é especial, pois a final do 7º Campeonato de DJs da Pan acontece ao longo do programa. As sequências musicais serão comandadas pelos quatro finalistas do concurso ou pela DJ Fani Mescouto, vencedora do campeonato em 2013.

Loro da Doca e Gisa Smith fazem a transmissão de dentro da Loja Keuffer, uma das patrocinadoras do campeonato que vende equipamentos de som, iluminação profissional e instrumentos musicais.



Figura 3 – Transmissão do *Festa Pan* ao vivo nas Lojas Keuffer

No lugar das entrevistas de serviço, esta edição traz entrevistas com os jurados do campeonato, que falam sobre a profissão e o mercado para DJs em Belém, além de

comentar o desempenho dos finalistas do concurso. No final, o vencedor é escolhido pelo voto dos jurados e dos ouvintes, que podem votar no DJ favorito através do Blog da Pan.

Além do campeonato, o programa do dia 06 de dezembro só faz um breve comentário sobre a cobertura dos vestibulares da cidade (que já é tradição da emissora), o clima natalino e alguns anúncios da promoção para visitar o camarim da Banda do Mar em Belém.

O *Festa Pan*, como os demais programas locais da Jovem Pan Belém, tem uma parte de programação musical que é majoritariamente composta por *hits* internacionais. A radiodifusão da música estrangeira se justifica pela própria constituição do indivíduo na contemporaneidade. Partimos aqui do que definiu Hall (2006) a respeito da identidade do sujeito na pós-modernidade. Vale ressaltar que neste trabalho, não entendemos a pós-modernidade como o período histórico em que nos encontramos após a ruptura da modernidade. Também não entendemos a modernidade e a tradição como períodos históricos, mas como experiências que coexistem e se confrontam constantemente ao longo da história.

Stuart Hall, ao tratar da identidade cultural na pós-modernidade, trabalha com três concepções de identidade: a do sujeito do Iluminismo, totalmente centrado, autônomo, dotado de razão e essência; a do sujeito sociológico, que depende diretamente da relação com a sociedade, identificando-se com a cultura do meio onde está inserido; e o sujeito pós-moderno, que está em constante contato com a mídia e com culturas que transcendem o local onde ele está inserido. Assim, o sujeito pós-moderno pode se identificar com qualquer cultura e até com várias culturas ao mesmo tempo (Hall, 2006, p. 10-13). Entraremos em mais detalhes a respeito das concepções de sujeito no próximo tópico.

Assim, para o sujeito pós-moderno, é mais apropriado falar em identificação do que em identidade, pois a identificação não é estática e pode variar conforme os contatos do indivíduo com as diferentes matrizes culturais.

A partir do pensamento de Hall, podemos deduzir que o sucesso Jovem Pan Belém também tem a ver com o processo de identificação, pois este permitiu que através da linguagem jovem, os ouvintes se identificassem com o conteúdo musical, mesmo que este não esteja em língua portuguesa e nem mesmo trate de temas regionais.

Isto não quer dizer que o paraense ouvinte da Jovem Pan deixe de se identificar com assuntos locais. Pelo contrário, acontece na maioria das vezes uma hibridização da cultura local com a global no processo de comunicação entre a rádio e os ouvintes.

Essa hibridização se materializa, por exemplo, na elaboração e consolidação de um programa de variedades como o *Festa Pan*. Barbosa Filho toma emprestada de Ortriwano a seguinte definição de programas de variedades:

[...] sem estar diretamente ligado à atualidade, pode conter a informação de interesse presumível para o público a que se destina, intercalada entre música, humor, etc. São as entrevistas de orientação, esclarecimentos sobre possíveis dúvidas presentes no dia-a-dia dos ouvintes, a prestação de serviço, etc. (ORTRIWANO, 1985, p.94 apud. BARBOSA FILHO, 2003, p. 140)

Entendemos que *Festa Pan* se apropria de diferentes ferramentas em um mesmo programa: piadas, músicas, concursos, promoções, entrevistas, prestação de serviços, informações do trânsito e sugestões culturais. Tudo isso para atrair o ouvinte não apenas pela linguagem jovem e músicas das paradas de sucesso internacionais, mas também pela utilidade da informação no local onde o ouvinte vive.

Assim, a fórmula do *Festa Pan* permite que programa se vista de jovem, traga elementos da cultura global, mas não deixe de lado as necessidades locais do ouvinte, possibilitando que este se identifique por qualquer um destes motivos com o programa. O conteúdo local da rádio Jovem Pan Belém acaba se tornando um ponto a mais de identificação com o ouvinte, o que a coloca na frente de mídias que apostam no conteúdo totalmente global e transmitido pelas redes.

Programação e globalização

Todos os programas locais da Jovem Pan Belém têm uma parte de programação musical que é majoritariamente composta por *hits* internacionais. Hall (2006), ao discorrer sobre o tema Globalização, utiliza um argumento de Anthony McGrew (1992) que diz que:

A Globalização se refere àqueles processos, atuantes em escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e experiência, mais interconectado (MCGREW, 1992 apud HALL, 2006, p. 67).

A Globalização é um dos fenômenos que foram responsáveis pela transformação do homem em sociedade ou, mais especificamente, da percepção da identidade deste na sociedade. Mas será que, de fato, o homem, como indivíduo, sentiu esta mudança?

Hall, ao tratar da identidade cultural na pós-modernidade, aborda três concepções de identidade. Ao desenvolver sua ideia, ele apresenta um esquema de evolução da identidade do homem. Partindo da ideia do Sujeito do Iluminismo (HALL, 2006, p. 10-11), que estava baseado num homem totalmente centrado e unificado nas capacidades da razão, ele o definiu como constituído de um núcleo-interior imutável e constante desde o nascimento até a sua morte, não sofrendo qualquer influência exterior no decorrer de sua história.

A evolução deste pensamento diz respeito ao Sujeito Sociológico, onde este núcleo interior não é autônomo, mas “formado na relação com outras pessoas importantes que mediavam a cultura para ele (HALL, 2006, p. 11)”. Assim, a “identidade é formada na integração entre o eu e a sociedade” (HALL, 2006, p. 11).

Já o Sujeito Pós-moderno (estágio atual do homem), a identidade “torna-se uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2006, p. 13). De um modo bastante específico e sintético, a identidade é definida historicamente e não biologicamente.

De um modo geral, é possível observar que a evolução da percepção do homem na sociedade passou por uma expansão no campo comunicacional, onde as relações interpessoais tomaram cada vez mais espaço na definição do perfil de público de interesse a qual este homem melhor se enquadra em dado momento.

Foi esse tipo de relação interpessoal e cultural do indivíduo com a cultura global que estabeleceu a maior marca da programação Jovem Pan, permitindo, também, trocas culturais entre as partes. Isso fica mais evidente ao observarmos o quanto a filial da Jovem Pan em Belém se apropria de alguns elementos próprios da cidade no momento em que os locutores se comunicam e interagem com os ouvintes.

Em todos os programas, os locutores conversam com os bairros de Belém, fazem piadas com a rotina da cidade, e, no caso específico do programa *Festa Pan*⁸, há um conteúdo informativo sobre a cidade que interessa só para os ouvintes de Belém e região metropolitana.

O ouvinte também tem a possibilidade de se apropriar e adaptar o conteúdo massivo para o uso popular local. Hall (2006), ao comentar os estudos de Robins (1991), fala sobre

⁸ YOUTUBE. FESTA PAN LOURO E GISA JOVEM PAN 14-01-2012: https://www.youtube.com/watch?v=7_a_1YA6Wto

os processos de Tradição e Tradução, onde o primeiro se configura como uma resistência à Globalização, já o segundo como uma adaptação à toda influência global através de apropriações de elementos consagrados.

Um dos exemplos de apropriação local da cultura globalizada são os tecnobregas, músicas eletrônicas produzidas na periferia de Belém. Muitos dos tecnobregas são versões de hits internacionais, adaptados à batida e ao idioma local. Entretanto, a cultura global não chega aos moradores de Belém exclusivamente pela emissora de rádio. A Jovem Pan concorre com programas de TV, com a Internet e com outras emissoras de rádio voltadas para o mesmo público. Por isso, o conteúdo local da rádio Jovem Pan Belém é tido como um diferencial da emissora em relação à concorrência, pois torna-se um ponto a mais de identificação com o ouvinte.

Considerações

Tendo como problema de pesquisa a relação entre o global e o local nos processos de comunicação que envolvem a filial da Jovem Pan em Belém, há ainda um longo caminho a ser percorrido, sendo este artigo o primeiro passo para desvendar esse processo.

Analisando apenas duas edições de um dos programas locais, já foi possível perceber que, ao contrário do que se esperava, existem muitas manifestações locais na produção do programa, manifestações estas que contribuem para o fortalecimento da relação com o ouvinte. Entretanto, sendo a Jovem Pan uma rádio multimídia, ainda existem vários aspectos de suas produções locais a serem analisados para compreender o quanto o conteúdo local influencia na audiência e importa na configuração geral da programação.

Ainda existe a possibilidade de realizar pesquisa com os ouvintes, além de análises dos perfis da rádio nas mídias sociais para aprofundar o conhecimento sobre a relação global-local materializada na relação emissora-ouvinte. Assim como aconteceu nesta pesquisa inicial, esperamos que ao longo dos próximos passos novos da investigação mais aspectos do processo de identificação do ouvinte belenense com o conteúdo global sejam desvendados.

REFERÊNCIAS

7º CAMPEONATO DE DJS DA PAN. **Festa Pan**, Belém: Jovem Pan Belém FM, 06 de dezembro de 2014. Programa de rádio.

BARBOSA FILHO, André. Gêneros Radiofônicos. São Paulo: Editora Paulinas, 2003.

BLOG DA PAN. **Vote agora no finalista do campeonato de DJs.** Disponível em: <http://blogdapan.com.br/jpbelem/2014/12/vote-agora-finalista-campeonato-de-djs.html> <acesso em 08 de dez. 2014>

FERRARETTO, Luiz Arthur. *Programação Radiofônica; A Decadência.* In: **RÁDIO: O Veículo, a História e a Técnica.** Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MASSARO, Carlos. **Jovem Pan FM completa 18 anos em Belém.** Disponível em: <http://tudoradio.com/noticias/ver/7795-exclusivo-jovem-pan-fm-completa-18-anos-em-belem> <acesso em 16 de nov. 2014>

PASTANA, Beatriz; CORRÊA, Emanuele; MARQUES, Erica e SEPÊDA, Fábila. **O ontem e o hoje da antiga rádio Panamericana, atual Jovem Pan.** Intercom Anais 2013.

Sobre a Jovem Pan. Disponível em < <http://jovempanfm.virgula.uol.com.br/jovempan/>> Acesso em 30 jun.2013

Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/7651933da05f2c7fb88d557ecf72659a.pdf> <acesso em 30 jun. 2013>