

Programa Rádio Pop – cultura pop nas ondas do rádio¹

Jackeline da Conceição Portela Carvalho²
Ivan Carlo Oliveira Andrade³
Universidade Federal do Amapá

RESUMO:

Este trabalho foi desenvolvido como projeto de extensão, promovido pela coordenação de Jornalismo. Com um modelo de entretenimento, mescla notícias sobre cinema, quadrinhos, seriado, música e literatura, além de interagir com o público através das redes sociais, utilizando-se das técnicas radiofônicas estudadas nas disciplinas de Radiojornalismo. Apresentado todas às quartas-feiras, às 10h, na Rádio Universitário Unifap 96,9FM.

PALAVRAS-CHAVE: radiojornalismo; entretenimento; programa de rádio; projeto de extensão.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade Radiojornal (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: jcarvalho122@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor Msc. do curso de Jornalismo da Unifap. E-mail: profivancarlo@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O rádio é um dos meios de comunicação mais democráticos que existe. Diria que mais que a televisão até. Pois é através da oralidade que a mensagem é direcionada pelo emissor para o receptor. Em legendas, sem caracteres. Seja em frequência modulada(FM) ou amplitude modulada(AM), as ondas do rádio liga os lugares mais longínquos e liga as mais diversas camadas da sociedade. Exemplo disso são as comunidades ribeirinhas nas margens dos rio na região amazônica. Mesmo que com meia dúzia de pilhas, o ouvinte da beira do rio está conectado ao mundo, mesmo não sabendo ler e escrever.

Na Amazônia, onde as distâncias e a falta de infra-estrutura de acesso afastam e isolam os moradores, o rádio acaba preenchendo esse espaço, devolvendo ao mais humilde ribeirinho o sentimento de fazer parte de uma comunidade muito maior.(MARTINS, 2005, p.114)

E é através de um canal de FM, que o Programa Rádio Pop conseguiu desenvolver um estilo, um viés radiofônico. Projeto de extensão, sob a orientação do Prof. Msc. Ivan Carlo Oliveira, mesclava cultura, informação e entretenimento, sem pedantismo na linguagem e que se firmou nas manhãs de quarta-feira na Rádio Universitária Unifap.

Procurava se aproximar do contexto cultural local e incentivava o consumo cultural com dicas simples e acessíveis, visando a comunidade mais humilde. A intenção era mostrar que todos podiam ter acesso à cultura e que nem sempre cultura é sinônimo de consumo perdulário. Seja cultura em forma de livros, cinema, quadrinhos ou os seriados.

O rádio, pelas suas características: adentramento, intimidade (fala ao indivíduo), regionalismo, imediatismo, mobilidade, acessibilidade, custo barato, função social e comunitária, continua sendo um poderoso meio de comunicação de massa.” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 18).

Dizer que cada vez que surge um novo meio de comunicação, anula-se um antigo, é insistir num erro crasso. Nos anos 50, como o surgimento da Tv, a profecia dizia que o rádio iria acabar. Mas com o passar das décadas, o rádio ressignificou e hoje continua a levar informação e entretenimento. Esteja o ouvinte onde estiver.

2 OBJETIVO

O objeto do programa é atualizar o ouvinte sobre cultura, relembrar temas que fazem parte do imaginário do público, como as séries antigas; interagir com os ouvintes. Oferecer uma terceira via na escolha de entretenimento radiofônico utilizando as técnicas do rádio.

3 JUSTIFICATIVA

Produzir um produto que destoasse do “mais do mesmo” da programação local foi o combustível para que o programa Rádio Pop fosse criado. E acima de tudo: com apresentadores de que se identificassem completamente com a linha editorial e que acreditassem no projeto desde sua concepção.

Em um horário em que os programas jornalísticos terminam e cedem espaço para os programas de variedades, permeados de intervalos e comerciais, a vantagem do Programa Rádio Pop em relação às programações de outras emissoras de rádio é justamente a falta de intervalos na programação. Pelo fato de ser uma rádio universitária, em que o horário é cedido mediante a apresentação de um projeto bem elaborado e consistente, o Programa Rádio Pop focou no entretenimento do ouvinte.

Diante da escassez, a escolha da linha editorial também partiu da necessidade de proporcionar ao ouvido notícias de temática cinematográfica e musical, passando pelo universo HQ e seriados atuais ou antigos e a apresentações de álbuns musicais poucos conhecidos do grande público.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A linha editorial do programa foi mesclada com humor, notícias e interação com ouvinte. Além de direcioná-la para um público de todas as idades, pois o programa faz as ligações entre várias gerações através de seus quadros.

A duração de 1h foi dividida em seis quadros:

- Notícias da cultura pop: notícias atuais, quentes.
- O filme da sua vida: o convidado diz qual o filme que lhe marcou.
- Do fundo do Baú: crítica sobre seriados antigos de tv.

- Qual é a trilha?: o ouvinte tem que adivinhar qual o filme que corresponde à trilha, através do Twitter ou Facebook.
- Meninos, eu vi!: resenha sobre uma obra, seja de âmbito cinematográfico, musical ou literário.
- Música Pop: um álbum desconhecido de um artista famoso ou uma banda lançada no mercado recentemente é escolhido e escolhe-se cinco músicas, que tocam intercaladas por comentários.

O modelo adotado foi o de Ferrareto(2001), em que as manchetes são apresentadas primeiro e em seguida os destaques e os quadros fixos.

Os BGs(background) foram escolhidos tanto para compor as vinhetas quanto para os quadros e toda semana muda de acordo com o tema escolhido. Por exemplo: “O filme de sua vida” é o quadro que convidava um acadêmico ou professor pra relatar qual o filme que lhe marcou. O BG é trilha sonora do filme escolhido pelo convidado. Assim como no “Do fundo do baú”, que faz uma releitura das séries de tv antigas. A virada de um quadro para o outro tinha que vir do *time* de cada apresentador.

Como é ao vivo, o improviso é recurso bastante usado. Os comentários são embasados, já que os apresentadores pesquisam sobre as notícias e os temas dos quadros durante a semana e debatem nas reuniões de pauta. Segundo André Barbosa Filho (2009, p. 103), o comentário é uma peça importante, por criar ritmo e ampliar o cenário sonoro do receptor. Por meio do comentarista, se acrescenta mais uma voz às já existentes na transmissão.

Como o programa vai ao ar ao vivo todas às quartas-feiras, às 10h, o roteiro é fechado nas terças-feiras. Cada apresentador escolhe o quadro que quer apresentar na semana. Isso faz com que os apresentadores circulem por todos os quadros. As notícias são dadas em forma de notas curtas, pesquisadas em sites sobre cinema, música, quadrinhos ou seriados. Durante uma semana, BGs, vinhetas, notícias e convidados são analisados através de reuniões dos apresentadores por e-mail.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Com roteiro em mãos, segue padrão de radiojornal: saúda o ouvinte, explica que programa é um projeto de extensão do curso de jornalismo e anuncia o convidado do dia. Depois informa os canais nos quais o ouvinte podia interagir com os apresentadores. No caso, Twitter e Facebook, através do perfil @radiopop_ ou pela fan page Programa Rádio Pop.

Após a abertura, segue na sequência dos quadros citados no tópico acima. O dinamismo e a interação com o público, através da internet ou o aplicativo de telefonia móvel, o WhatsApp, possibilita os apresentadores reproduzir comentários de internautas ou mandar um “alô” para determinado ouvinte.

Durante a semana, notícias que entrariam no roteiro, mas que por sua instantaneidade, não pode esperar até o próximo programa, é postada tanto no perfil do Twitter quanto na página de Facebook.

Com 1h de duração é dividido em seis quadros fixos. A linguagem é coloquial, já que o público-alvo são os jovens. E cada programa entrevista um convidado diferente, de preferência acadêmico ou docente da universidade.

Além de sintonizar na Rádio Universitária 96,9FM, o ouvinte pode ouvir o programa através do link disponibilizado no Portal da Unifap (www.unifap.edu.br).

6 CONSIDERAÇÕES

O Rádio Pop foi pensado para ser um programa leve, divertido, dinâmico e interativo. Fugindo do formato de entretenimento, atrelado aos direcionamentos comerciais de outras emissoras de rádio, a linha editorial era livre para compor o roteiro. Proporcionou ao ouvinte olhar a cultura não mais pelo prisma comercial, a se atualizar a cerca do que é novidade no cenário de cultura pop. Fez com que gerações distintas se encontrassem, possibilitou várias esferas da sociedade ter acesso ao mínimo de cultura possível. Não cultura boa ou ruim, mas algo bem distribuído em diversos estilos e padrões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: Os formatos e os programas em áudio**/ André Barbosa Filho – 2. Ed.- São Paulo: Paulinas, 2009

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

MARTINS, Benedito Rostan. **Alô, Alô, Amazônia** – A linguagem da floresta no rádio. São Paulo: Limiar, 2005.