

Identidade Kariri, a nossa região tem voz aqui¹

Débora Silva COSTA²

Amanda Salustiano dos SANTOS³

Maria Valéria Alves SOUSA⁴

Rosane da Silva NUNES⁵

Universidade Federal do Ceará - Campus Cariri, Juazeiro do Norte, CE

RESUMO

O programa Identidade Kariri é um projeto desenvolvido na disciplina de Laboratório de Radiojornalismo do curso de Jornalismo na Universidade Federal do Ceará - Campus Cariri em parceria com a Rádio Padre Cícero FM de Juazeiro do Norte. O programa é diferente e variado, sob o formato de radiorrevista, uma espécie de almanaque radiofônico com entrevistas, enquetes, música, notícias, cordel, etc. O objetivo é conhecer, divulgar e promover a região do Cariri por uma perspectiva diferente, abordando temas diversos, mas sob a ótica, a realidade e a identidade caririenses. O programa fornece conhecimento diferenciado e de interesse público e também visa a participação do público, potencializada pelo uso das redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; Cariri; identidade; radiorrevista.

1 INTRODUÇÃO

Com a popularização da TV e consolidação como mídia de massa, o rádio foi relegado a segundo plano na transmissão de informações de caráter nacional e global. Mas, ao invés de decretar o fim do rádio, esse fenômeno foi responsável pela transformação do veículo, que adquiriu um novo caráter regional e também um retorno às suas origens intimistas. Segundo Alves (2005, pág. 163) “O rádio foi se tornando um companheiro íntimo das pessoas. (...) De uma audiência grupal, o rádio passou ao uso individual”, adaptando-se às características

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria VI - Rádio, TV e Internet RT 01 - Programa Laboratorial de Áudio (avulso ou seriado).

² Aluna líder, graduanda do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC - Campus Cariri, email: debora-s.costa@hotmail.com.

³ Aluna participante, graduanda do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC - Campus Cariri, email: amanda@cariri.ufc.br

⁴ Aluna participante, graduanda do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC - Campus Cariri, email: mvaleria_alvessousa@yahoo.com.br

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC - Campus Cariri, e-mail:rosane.nunes@cariri.ufc.br

do seu ouvinte em particular. Além disso, como produto do meio em que está inserido, o rádio também se adaptou à realidade regional. “As emissoras de rádio passaram a se dirigir mais para as comunidades das regiões onde funcionam. E, assim, atender à demanda de informações e entretenimento de cada região.” (ALVES, 2005, pág. 163)

A regionalização e individualismo são fatores que têm influência decisiva na programação e na própria linguagem do rádio. É o que pode ser observado na região do Cariri, localizada ao sul do estado do Ceará, e em cujas três principais cidades (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha) funcionam 19 emissoras de rádio. De acordo com pesquisa realizada pelo Projeto de Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri, desenvolvido pelo Curso de Jornalismo da UFC – Campus Cariri, “a maioria das rádios tem sua programação essencialmente musical. As produções jornalísticas possuem espaço menor na grade de programação.” (BRITO, 2011, pág. 3). Quanto aos estilos musicais há certa diversidade, mas prevalece o gênero forró. Além dos programas musicais (71%), também há espaço para programas religiosos (17%), jornalísticos (10%) e poucos de estilo diferenciado (2%).

Essas características da programação podem ser explicadas pela realidade da comunicação local, em que poucas as emissoras possuem estrutura e pessoal designado para a apuração e produção própria de informação, poucos profissionais possuem formação técnica adequada (de acordo com o mapeamento supramencionado, não há nenhum graduado em Jornalismo atuando nas rádios do Cariri) e onde muitas emissoras pertencem (direta ou indiretamente) a instituições religiosas ou figuras políticas da região. A predominância do gênero musical forró está associada ao estereótipo estabelecido de que esse seria o ritmo musical tipicamente nordestino.

2 OBJETIVO

Diante dessa realidade da radiocomunicação do Cariri, onde há predominância de programas musicais e um baixo número de produtos jornalísticos e de gêneros diversos, propõe-se uma alternativa a essa programação, que venha a suprir uma lacuna ao reunir informação e entretenimento. Em outubro de 2011, seis estudantes do 6º semestre do Curso

de Comunicação Social da UFC (Universidade Federal do Ceará) - Campus Cariri (Dominique Ribeiro, Débora Costa, Amanda Salustiano, Jayana Matias, Valéria Alves e Ruan Franklin – este último apenas nos seis primeiros programas) desenvolveram o programa Identidade Kariri, sob o formato radorrevista. O projeto foi desenvolvido na disciplina de Laboratório de Radiojornalismo do curso de Jornalismo sob a orientação da professora Rosane Nunes e com o apoio do técnico Paulo Victor. A Universidade Federal do Ceará firmou uma parceria com a Rádio Padre Cícero FM⁶, da cidade de Juazeiro do Norte, para que os alunos tivessem espaço semanal na programação para veicular o programa Identidade Kariri, uma vez que a universidade não dispõe de rádio universitária e o laboratório de Radiojornalismo ainda se encontrava em processo de construção.

O objetivo do programa Identidade Kariri é conhecer, divulgar e promover o Cariri por uma perspectiva diferenciada, para além do típico, abordando temas não específicos da região, ou seja, temas que poderiam ser tratados em qualquer cidade brasileira, mas sendo discutidos sob a ótica, a realidade e a identidade caririenses, mostrando a palavra da região sobre assuntos diversos e fornecendo conhecimento novo, diferenciado e de interesse público. Outro objetivo também é atender a uma demanda que existe nas emissoras de rádio da região, de uma programação regional, educativa e voltada para um público mais jovem.

Além disso, propõe-se um programa que fortaleça a identidade regional do público com a região do Cariri e que fuja aos clichês a respeito da imagem da região na mídia, aliada muitas vezes apenas ao folclore, tradições, religiosidade, vida rural, etc. Como propõe o slogan “Identidade Kariri, a nossa região tem voz aqui”, o programa visa divulgar a região aos conterrâneos e a sociedade em geral – o programa é transmitido pela Internet, e isso por ângulos diversos e temas variados, muitas vezes desconhecidos por grande parte da população, mostrando que o Cariri é uma região plural, rica e que reúne os mais diversos saberes e práticas, tendo, assim, propriedade para abordar qualquer temática que lhe seja apresentada.

⁶ A Rádio Padre Cícero é uma emissora educativa cuja concessão pertence à Fundação Educativa Salesiana Padre Cícero. Funcionando 24h por dia, sete dias por semana, a rádio possui uma programação mais direcionada a temas religiosos (67%), mas também conta com programas musicais (18%), jornalísticos (9%) e outros (9%). (COSTA, 2011)

3 JUSTIFICATIVA

O programa Identidade Kariri foi idealizado sob o gênero radiofônico jornalístico e formato revista. Radiorrevistas ou programas de variedades são “informativos que mesclam jornalismo e prestação de serviço com uma pitada de entretenimento e cultura” (BARBOSA FILHO, 2003, p.144). A ideia é potencializar os formatos tradicionais da programação radiofônica, apresentando um programa diferente e variado, uma espécie de almanaque radiofônico, que seja ao mesmo tempo educativo, dinâmico e participativo.

O programa de variedades em geral é elaborado tendo em mente um público específico, e sua estrutura é rígida, com ênfase no conteúdo. (...) O programa deve funcionar em moldes semelhantes, não se muda muita coisa. É igualmente óbvio, no entanto, que o programa precisa ser novo, para apresentar um conteúdo diferente e atualizado. (MCLEISH, 2001, pág. 141)

O programa é dirigido ao público jovem e adulto, dos vários gêneros e classes sociais, que reside no Cariri e/ou que se interesse em conhecer a região por um ângulo diferente. A estrutura do programa inclui diversos formatos radiofônicos, uma vez que no gênero jornalístico radiorrevista pode-se utilizar desde os mais tradicionais, como entrevistas, música, e notícias, e também inovar com enquetes e poesia de cordel. A proposta é que, através dos quadros, o ouvinte experimente tanto opiniões de especialistas, como também de gente “do povo”, interaja com a programação, escolhendo e opinando, utilize as novas possibilidades tecnológicas oferecidas pelas redes sociais, divirta-se, aprenda, e informe-se, mas tudo isso sem deixar de lado a identidade cultural caririense, a qual está presente não apenas no conteúdo mas na plasticidade do programa - vinhetas e música característica.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para se chegar ao formato final do programa Identidade Kariri, foram feitas inicialmente, diversas discussões com base nos conhecimentos teóricos e práticos obtidos nas disciplinas de Radiojornalismo I e II. A professora orientadora deu liberdade aos alunos para decidirem todos os aspectos do projeto, desde o formato radiofônico, que é radiorrevista, a escolha do nome (Identidade Kariri) e do slogan (“A nossa região tem voz aqui”). Também foi escolhida como característica musical do programa a canção Cariri com K, do cantor e compositor local Cicéu, que fala da identidade regional caririense e cita o nome de todas as

idades da região. Também foram escolhidos os formatos utilizados (entrevistas, música, notícias, poesia, enquete) e os nomes de cada quadro.

Por ser um programa semanal, o grupo decidiu por programas temáticos, sendo a temática de cada programa baseada em uma data comemorativa da semana em que o mesmo fosse veiculado, que é abordada no programa como curiosidades, entretenimento, prestação de serviços, educação e cidadania, mas sempre trazendo para a realidade do Cariri. Por exemplo, no mês de novembro podem ser tratados os temas: Astronomia (Dia da Astronomia – 02 nov.), Rádio (Dia do Radialista - 07 nov.), Mau-humor (Dia do Mau-humor – 13 de nov.), Música (Dia da Música – 22 nov.), etc. Outra proposta em relação à temática de datas comemorativas é fugir daquelas mais convencionais e tratadas em todos os veículos de comunicação, como Páscoa, Natal, Dia Das Mães, de maneira a fornecer uma alternativa à agenda pré-determinada a que a maioria dos veículos de comunicação se submete.

Após a definição do objetivo, da proposta e da estrutura do programa, foi elaborado um projeto que foi avaliado e aprovado pela diretoria da Rádio Padre Cícero FM. Também foi gravada uma chamada de divulgação para ser inserida na programação da emissora e as vinhetas para os principais quadros, as quais constituem “formas de identificação sonora que têm papel importante no reconhecimento pelo ouvinte dos programas radiofônicos.” (CHANTLER, 1998, pág. 164)

E, por fim, foi criado um espaço na internet (página Identidade Kariri no facebook: <<http://www.facebook.com/IdentidadeCariri>>) como estratégia de formação e fidelização de público, através da divulgação prévia de cada um dos programas. A rede social foi escolhida por ser uma ferramenta gratuita, simples e eficaz, uma vez que “o avanço tecnológico não deixa outra saída para o rádio senão a Internet, o que proporcionará um salto de qualidade tanto em propagação como em conteúdo.” (BARBEIRO, 2003, pág. 45) Além disso, ela passou a ser utilizada durante os programas para promover a participação do público através de votações nas enquetes, gerando interação efetiva com o ouvinte. “O radio via Internet substituirá o velho esquema ‘eu falo e você me escuta’ pelo diálogo com o público-alvo.” (BARBEIRO, 2003, pág. 47)

Antes de cada programa é feita reunião de pauta na qual é eleito o tema - no caso, a data comemorativa da semana a ser abordada, são definidos os entrevistados e elaborado o roteiro de cada entrevista, faz-se a produção e realização da entrevista, definição da pergunta da enquete e execução desta; escolha das músicas a serem usadas; pesquisa para os quadros que necessitem (como cordel, curiosidades, notícias), gravação do cordel escolhido, redação do roteiro pelos alunos e revisão pelo professor orientador. A gravação e edição das entrevistas, cordel, enquetes e pout-pourri das músicas é prévia, mas a locução é ao vivo na própria emissora - exceto nos programas especiais, que são preparados como retrospectiva dos programas anteriores. Os recursos técnicos utilizados para a produção e veiculação do programa foram basicamente gravadores de áudio, a sala de edição de áudio do curso, o estúdio radiofônico da Rádio Padre Cícero, computador com acesso à internet e linha telefônica.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O programa Identidade Kariri vai ao ar toda terça-feira às 20h, na Rádio Padre Cícero FM 104,9 MHz, com duração de 30 minutos e sem intervalos. Alguns quadros são gravados e editados previamente, e a locução ao vivo é feita por uma dupla de alunos que muda a cada programa, para dar oportunidade a todos de treinar a performance vocal através da locução, além da capacidade de improviso necessária a uma transmissão ao vivo. A primeira fase do Identidade Kariri iniciou no dia 13 de novembro de 2012 e se prolongou até o dia 26 de março, num total de vinte programas. Abaixo, as temáticas de cada um dos programas:

1. 13 de novembro de 2012: Mau-humor (13/11, Dia do Mau-humor)
2. 20 de novembro de 2012: Lixo (22/11, Dia da Reciclagem do Lixo)
3. 27 de novembro de 2012: Infância (27/11, Dia da Infância)
4. 04 de dezembro de 2012: Propaganda (04/12, Dia da Propaganda)
5. 11 de dezembro: Deficiente Visual (13/12, Dia Nacional do Cego)
6. 18 de dezembro: Mecânico (20/12, Dia do Mecânico)
7. 25 de dezembro: Especial de Natal (músicas e enquetes)
8. 1º de janeiro: Especial de Ano Novo (músicas dos artistas do Cariri)
9. 08 de janeiro: Fotógrafo (08/01, Dia do Fotógrafo)

10. 15 de janeiro: Riso (18/01, Dia do Riso)
11. 22 de janeiro: Aposentado (24/01, Dia Nacional do Aposentado)
12. 29 de janeiro: Paz (30/01, Dia da Mundial da Paz e Não-violência)
13. 05 de fevereiro: Internet Segura (05/02, Dia Mundial da Internet Segura)
14. 12 de fevereiro: Programa especial (retrospectiva com as melhores entrevistas)
15. 19 de fevereiro: Esportista (19/02, Dia do Esportista)
16. 26 de fevereiro: Turismo Ecológico (01/03, Dia do Turismo Ecológico)
17. 05 de março: Especial Reportagem (retrospectiva com as melhores entrevistas)
18. 12 de março: Especial Musical (retrospectiva com as melhores músicas)
19. 19 de março: Especial Cariri (retrospectiva com as melhores músicas de artistas do Cariri)
20. 26 de março: Especial Cordel (retrospectiva com os melhores cordéis)

Os oito quadros que compõem o programa Identidade Kariri são os seguintes:

- **Cordel.** O programa inicia-se sempre com alguns versos sobre o tema escolhido, produzidos por um cordelista da região ou pela própria equipe. A intenção é apresentar o tema de uma forma diferente e que tenha a cara da região, além de divulgar o trabalho do poeta. De acordo com Medeiros, “o rádio tem uma força muito grande ainda na sociedade e pode contribuir para atualizar e manter viva uma das expressões mais fortes do nordeste, que é a literatura de cordel.” (2007, pág. 1) A literatura de cordel é um meio bem regional de expressar informações, ideias e anseios de uma sabedoria popular, pois é repleta de “temas que abordam todos os aspectos que afetam o cotidiano das pessoas (religião, saúde, trabalho, política, casamento, economia, lazer, humor), enfim, relações sociais diversas.” (MEDEIROS, 2007, pág. 5)

- **Diz aí, meu povo!** Entrevista diferida, gravada com um convidado da região do Cariri, que represente a população e fale com propriedade sobre o tema do dia. “A utilização de opiniões de pessoas ‘comuns’ do povo acrescenta uma dimensão útil à cobertura de um tema que, de outra maneira, poderia limitar-se a uma mera reportagem ou a uma discussão (...) entre especialistas.” (MCLEISH, 2001, pág. 123) O objetivo é dar voz e um lugar de destaque na programação ao homem simples, do povo, que geralmente não tem o mesmo espaço na mídia que o especialista e estudioso.

- **Enquete musical.** A música é um dos elementos fundamentais do rádio. Nas palavras de Balsebre, “a música é a imagem no rádio. (...) E como a música é a linguagem da emoção, ela conota uma relação afetiva com o ouvinte.” (2005, pág. 333) Pensando nisso, foi criado um quadro da enquete musical, que, além de utilizar as potencialidades da música, também estimula a participação do público. A cada programa é feita uma votação com três opções de músicas sobre o tema da semana. As opções são exibidas num *pout-pourri* e o ouvinte pode escolher (por telefone ou pelas redes sociais) qual delas quer que seja veiculada no final do programa. Ao longo dos programas este quadro acabou se tornando um dos preferidos do público, chegando a registrar a participação de mais de 30 pessoas na edição do dia 27 de novembro, sobre o Dia da Infância.

Para estimular a participação do público neste quadro da enquete musical, também foram realizados em alguns programas sorteios de brindes (o prêmio oferecido era uma camisa personalizada do programa Identidade Kariri). “Concursos constituem um bom método de obter uma resposta do público. O apresentador poderá fazer perguntas e organizar brincadeiras no ar, oferecendo prêmios, ou simplesmente para divertir o ouvinte.” (MCLEISH, 2001, pág. 146)

- **Enquete da semana.** Enquete gravada previamente com pergunta aberta sobre o tema, que “consiste de rápidas declarações de pessoas escolhidas ao acaso, na rua, e editadas juntas, de forma bem clara.” (CHANTLER, 1998, pág. 107) Segundo Robert McLeish (2001, pág. 126), se “utilizada de modo adequado, a enquete representa mais uma cor na paleta do radialista. Proporciona um contraste com o material de estúdio e, ao refletir com precisão o que as pessoas estão dizendo, ajuda o ouvinte a se identificar com a emissora”.

- **Diz aí, doutor!** Entrevista diferida, gravada previamente com um especialista no tema. O objetivo desta entrevista é tirar dúvidas sobre o assunto e aprofundar o tema da semana, uma vez que “boas entrevistas revelam novos conhecimentos, esclarecem fatos e marcam opiniões.” (BARBEIRO, 2003, pág. 59) A proposta também é usar o espaço para divulgar a riqueza de cultura e educação que há na região, que é um grande polo universitário do Nordeste.

- **Oxe, tu num sabia, não?** Quadro de curiosidades com o objetivo de ampliar o entendimento do assunto. A pesquisa é feita na própria internet e adaptada à linguagem coloquial radiofônica.

- **Notícias.** Quadro com notícias curtas sobre o que está acontecendo na região do Cariri. “O boletim de notícias é a vitrine de uma emissora de rádio. Ele dá ao ouvinte, em poucos minutos, um panorama do que está acontecendo.” (CHANTLER, 1998, pág. 63)

- **O Cariri tem disso, sim!** O programa conta também a cada semana com uma canção de algum músico da região do Cariri. Na oportunidade, também é feita uma divulgação da vida e obra do artista. O rádio também tem o papel de contribuir para a cultura artística e intelectual dando oportunidades para artistas novos e consagrados de todos os gêneros. “Muitos artistas devem seu primeiro incentivo ao rádio, e por isso a radiodifusão deve ser vista como parte do processo que possibilita o surgimento de bons músicos.” (MCLEISH, 2001, pág. 131)

6 CONSIDERAÇÕES

“A linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não-sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio.” (BALSEBRE, 2005, pág. 329) Hoje em dia, no entanto, são poucos os programas que se utilizam bem de todos os recursos que a linguagem radiofônica tem a oferecer. O gênero jornalístico radorrevista é uma escolha dinâmica que emprega diversos formatos e exige bons temas que preencham satisfatoriamente cada um dos quadros.

Abordar a questão da identidade regional fugindo aos estereótipos estabelecidos, e utilizar a internet e suas ferramentas para potencializar o rádio e promover interação, são também outros dois grandes desafios para a radiocomunicação atual. O programa Identidade Kariri surge como uma inovação no cenário radiofônico da região em que está inserido, propondo, para os ouvintes, novas formas de ver o rádio e, para os profissionais da comunicação, novas possibilidades de trabalhar com esse veículo. Devido à boa aceitação do público, há planos de prolongar o Identidade Kariri, não sendo mais apenas um produto do Laboratório

de Radiojornalismo, mas consolidando-o como uma contribuição do curso de Jornalismo para a comunicação regional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rosental Calmon. **Radiojornalismo e a linguagem coloquial**. In: MEDITSCH, Eduardo. Teorias do rádio: textos e contextos, volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BALSEBRE, Armand. **A linguagem radiofônica**. In: MEDITSCH, Eduardo. Teorias do rádio: textos e contextos, volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BARBEIRO, Heródoto; e LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo: produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BRITO, Camila de Sousa; et al. **Projeto de Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri**. In: III Encontro Universitário da UFC no Cariri, 2011, Juazeiro do Norte-CE. Anais do III Encontro Universitário da UFC no Cariri, 2011. p. 1-4.

CHANTLER, Paul; e HARRIS, Jim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

COSTA, Débora Silva; CARNEIRO, Naiara. **Relatório de visita técnica à Rádio Padre Cícero FM de Juazeiro do Norte-CE**. [30 ago. 2011] Projeto de Monitoria de Graduação Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri. Juazeiro do Norte: UFC – Campus Cariri, 2011.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MEDEIROS, Hélcio Pacheco de. **O cordel no rádio: recriação e expressão cultural**. In: X Conferência Brasileira de Folkcomunicação, 2007, Ponta Grossa - PR. X Folkcom A Comunicação dos Migrantes Fluxos Massivos, Contra-fluxos Populares. Ponta Grossa - Paraná, 2007.