



## Outras Ondas<sup>1</sup>

Denise Ferreira BARBOSA<sup>2</sup>

Emília Gomes MORAIS<sup>3</sup>

Iara Gomes de MOURA<sup>4</sup>

Joana Vidal MAIA<sup>5</sup>

Andrea Pinheiro Paiva CAVALCANTE<sup>6</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### RESUMO

O *Outras Ondas* é um programa de rádio desenvolvido por alunos do quinto semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. O programa aqui apresentado foi realizado durante o primeiro semestre de 2009 e veiculado durante cinco semanas pela Rádio Universitária FM 107,9. Cada edição tem duração aproximada de trinta minutos, divididos em dois blocos. Trata-se de um jornalismo feito para jovens, tanto na linguagem quanto no conteúdo, sem perder, contudo, a criticidade e o espírito informativo.

**PALAVRAS-CHAVE:** radiojornalismo; programa laboratorial; rádio universitária

### INTRODUÇÃO

É lugar-comum a expressão de que vivemos na sociedade da imagem. Norval Baitello Júnior (1997, pág. 4) chega a afirmar que “vivemos, profundamente, até a última das nossas fibras, dentro de um mundo da visualidade”. Neste contexto, o papel do rádio é muitas vezes ofuscado e negligenciado frente aos meios visuais. Muitos de nós, estudantes de Comunicação, chegamos à Universidade sem ter tido um contato mínimo com o veículo ou, em alguns casos, somente através de emissoras comerciais com programação eminentemente musical. O caminho que trilhamos na construção do *Outras Ondas* foi, certamente, revelador do potencial educativo e criativo da linguagem radiofônica. Durante o semestre, pudemos mesclar a pesquisa teórica com a experimentação empírica das técnicas de locução, produção e entrevista e edição.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Programa Laboratorial de Radiojornalismo (conj/série).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social/ Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: [denise.cr@hotmail.com](mailto:denise.cr@hotmail.com).

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social/ Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: [emilia\\_gmorais@hotmail.com](mailto:emilia_gmorais@hotmail.com).

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social/ Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: [iaragmoura@gmail.com](mailto:iaragmoura@gmail.com).

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social/ Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: [joanavmaia@gmail.com](mailto:joanavmaia@gmail.com).

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: [andrea@virtual.ufc.br](mailto:andrea@virtual.ufc.br).



O contato com teóricos que, apesar da homogeneização das programações, ainda defendem o potencial do rádio de comunicar com rapidez, educar, informar, entreter e emocionar foi fundamental para esta descoberta. Armand Balsebre (2005) alerta que o uso do rádio com fins meramente comerciais vem fazendo com que se perca uma das suas características mais importantes e peculiares: a expressão. Esta característica está ligada aos elementos que dialogam com a subjetividade do ouvinte: a música, os efeitos sonoros, o silêncio, a voz do locutor. As músicas despertam emoções e a voz do locutor oferece companhia. “A fala do locutor é percebida pelo ouvinte como real e presente e proporciona uma relação de empatia e de identificação” (BALSEBRE, 2005, p.331).

Ferrareto (2000) nos coloca as principais características que mantêm a perenidade do rádio, entre as quais: a linguagem oral e simples, o custo baixo, a possibilidade de coexistir com outras tarefas e a capacidade de falar à emoção. As pessoas ouvem rádio enquanto trabalham, enquanto tomam banho, fazem atividades domésticas, lêem. Segundo McLuhan (2005), o rádio é um veículo quente porque é indissociável do cotidiano prático das audiências.

Fruto desta caminhada entre teoria e prática, o *Outras Ondas* reuniu nossos anseios de levar ao ar de Fortaleza um programa diferente que resgatasse a estética expressiva e poética do rádio dando ênfase ao seu poder informativo e educativo. A liberdade editorial fundamental pro nosso aprendizado deve-se ao perfil da própria Rádio Universitária 107.9, espaço aberto ao aprendizado.

## 2. OBJETIVOS

Informar, entreter e incentivar o pensamento crítico são os principais objetivos do **Outras Ondas**, com relação ao público-alvo: jovens de dentro e fora da Universidade. Quanto aos alunos envolvidos na elaboração, a finalidade é colocar em prática o conhecimento a cerca da redação jornalística no Rádio, além de cultivar a responsabilidade da produção de um programa semanal a ser veiculado fora dos limites da academia. Já para o curso de Comunicação Social da UFC, esta edição do *Outras Ondas*, produzida no primeiro semestre de 2009, teve o objetivo e a responsabilidade de reavivar as peças fruto da disciplina de Radiojornalismo 2, que há tempos não tinham uma atuação fixa e constante na Rádio Universitária.



### **3. JUSTIFICATIVA**

A execução do programa, em todas as suas fases, é um meio de fazer com que os alunos de Radiojornalismo 2 vivenciem a realidade da produção de uma atração jornalística para o Rádio, concretizando o aprendizado acumulado em outras duas disciplinas (Introdução às técnicas Jornalísticas e Radiojornalismo 1) associado também às discussões teóricas que acontecem durante a preparação do projeto do programa a ser realizado.

O programa surgiu devido à carência da produção radiofônica no curso que, apesar de preparar os alunos para atuar nos vários tipos de mídia, ainda sofre maior influência do jornalismo impresso. Outro fator decisivo para que a execução do Outras Ondas fosse apresentada aos alunos no quinto semestre foi o número reduzido de pessoas que optam pelo Rádio na disciplina de Laboratório, ofertada no sexto semestre do curso.

Além de questões práticas, como edição e linguagem no radiojornalismo, a elaboração do Outras Ondas envolve questões éticas do dia-dia do jornalista, para as quais os universitários podem preparar-se melhor ao realizar a tarefa em constante diálogo com a professora responsável pela disciplina.

### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para iniciar a elaboração do programa, a turma de aproximadamente quinze alunos teve, antes, que aprofundar o conhecimento teórico a cerca da cultura e linguagem radiofônicas. Além das particularidades da prática dos gêneros jornalísticos no rádio. Essa etapa do processo durou cerca de um mês e meio, até que o projeto do programa começasse a ser discutido.

Todos os detalhes do Outras Ondas foram decididos pela turma, que, entrando em contato com outras versões do programa, produzidas em semestres anteriores, escolheu mudar proposta e estilo, mantendo somente o nome. Assim sendo, começou-se a estudar o público para o qual seria destinada a atração e os objetivos que deveriam ser alcançados com relação a esse público. A partir dessas definições foram escolhidos os tipos de assunto a serem abordados e foram escolhidas também as vinhetas e a abertura.

O programa era gravado no laboratório da própria Universidade na sexta-feira anterior à segunda em que iria ao ar. Antes da gravação, a turma decidia as pautas e as funções que cada aluno desempenharia para a edição seguinte, visto que todos se revezavam nas tarefas de repórter, produtor, editor e comentarista, sendo fixos apenas os apresentadores.

## **5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O Outras Ondas foi apresentado em cinco edições, veiculadas pela Rádio Universitária entre os dias 11 de maio e 8 de junho de 2009, sempre às segundas feiras no horário das 14:30 às 15h. O programa é dividido em dois blocos de aproximadamente quinze minutos. Cada edição tem em média oito quadros, dos quais alguns são fixos e outros aparecem esporadicamente:

### **5.1. Reportagens**

É um dos carros-chefe do programa, aparecendo duas ou três vezes em cada edição. Além da reportagem que abre o programa, cuja temática era de livre escolha dos repórteres, foram criadas duas editorias: uma de esporte e outra de projetos sociais. Para alcançar o objetivo de fazer algo diferente do que a mídia comercial já faz em Fortaleza, as histórias contadas eram sempre aquelas menos procuradas pelas grandes emissoras locais e as fontes prioritárias eram as não-oficiais.

Uma marca das reportagens é o uso de recursos sonoros que ambientam o ouvinte no cenário da matéria, como atesta Vigill (2003, pág. 54): “O bom rádio reflete a vida. E na vida, naquilo que nos cerca, ouvem-se ruídos, cantos e palavras.”

### **5.2. Impressões**

A partir da curiosidade de conhecer outros países e das experiências de alguns alunos da turma em viagens internacionais, nasceu o *Impressões*. A idéia é que esse fosse uma espécie de diário de bordo, revelando detalhes da vida, da culinária e do que mais fosse observado pelos autores. O quadro aparece nas cinco edições do programa e traz as impressões de quatro universitários sobre Cuba, Espanha, Coréia do Sul e Estados Unidos.

### **5.3. Minha música, minha história**

O BG que introduz esse quadro é uma música antiga, cheia de sentimento. Músicas remetem a pessoas, lugares, momentos, e captar essa afetuosidade que as pessoas travam com suas músicas favoritas era o objetivo principal. Vigill (2003, p.59) nos fala sobre a relação da música e a emotividade: “É próprio da música envolver-nos em uma atmosfera emotiva. Estamos nos referindo, ainda, aos sentimentos mais elaborados de alegria ou de tristeza, de ódio ou de amor. A atmosfera musical é mais ampla e prévia. Toca o nível

primário e instintivo do prazer artístico, da beleza, decodificado no lóbulo direito do nosso cérebro”

Alguns entrevistados eram personagens anônimos, um deles quando criança só comia ouvindo o jingle do herói favorito, o Jaspion, outra, uma moça que dançava axé nos Carnavais do seu bairro e por alguma artimanha da memória a música “Vem Neném” ficou gravada para sempre.

Outros foram selecionados propositalmente, como foi o caso do maior colecionador de discos de vinil da América Latina, Nirez, que, entre os milhares de músicas que possui, teve que escolher uma, e foi a valsa “Ciúme sem razão” gravada por Orlando Silva em 1937. O primeiro bailarino cearense, Hugo Bianchi, escolhe a marcha “O Cisne Branco” porque ela tem o poder de tocar-lhe o sentimento sempre que soa.

#### **5.4. Entrevista**

Certamente, essa foi a técnica jornalística que mais se desejou transformar no Outras Ondas. Buscava-se uma conversa, uma aproximação entre entrevistado e entrevistador e o modo sério e distante de entrevista das empresas jornalísticas foi um modelo forte para estudantes de Comunicação se desvencilharem por completo.

Entre os entrevistados estavam pessoas de dentro e fora da Universidade, visto que o público da rádio onde os programas foram veiculados não está restrito à comunidade acadêmica. A primeira entrevista foi com o pesquisador e professor da UFC, Wellington Jr. Nesse momento, o desafio era tornar compreensível o objeto de estudo do mestre, a Glossolalia (conhecida na religião como “orar em línguas” ou “a língua dos anjos”).

Em seguida, a conversa foi com o estudante Andy Monroy, que veio de Cabo Verde estudar Publicidade em Fortaleza. Depois, o vice-presidente da Federação Cearense de Cicloturismo foi convidado para a terceira entrevista, e a jornalista Katiuzia Rios foi a quarta entrevistada.

O sanfoneiro nacionalmente conhecido, Waldonis, conversou com a turma sobre a sanfona e o forró no contexto geral da música brasileira, encerrando a série de entrevistas, que, de início, mostra um diálogo roteirizado e pré-determinado que, aos poucos, vai dando lugar à naturalidade.

#### **5.5. Pronto. Falei!**

Esse era o espaço para análise da mídia, das coberturas jornalísticas, dos programas populares. A oportunidade de apresentar o senso crítico desenvolvido na sala de aula. O



título remete a desabafo, denúncia, como o público que, na maioria das vezes, só recebe o trabalho e quando tem a chance, se posiciona mesmo e diz “Pronto. Falei!”.

Portanto foram por duas óticas que se analisou a imprensa, como estudantes de Comunicação e como espectadores das coberturas sobre a Gripe Aviária, a queda o Avião da Air France e as tragédias causadas pela chuva em Santa Catarina. Além disso, foram tratadas questões como a exposição de crianças na mídia e as emissoras de jornalismo 24 horas.

### **5.6. Concha Acústica**

Esse é o nome do espaço na Universidade Federal do Ceará onde acontecem, além das cerimônias de colação de grau, as calouradas, animadas pelas bandas universitárias. O Concha Acústica funciona como uma vitrine para bandas de estudantes com produção própria de música. A ideia é contar as histórias dos grupos de um jeito rápido e descontraído, apresentando sempre no final uma das músicas da banda.

### **5.7. Agenda Cultural**

O quadro foi pouco utilizado nos programas. Nele, foi dada prioridade a exposições, amostras de Teatro e outros eventos gratuitos nos aparelhos culturais da cidade como o Centro Dragão do Mar e o Theatro José de Alencar de forma que se tornasse acessível aos estudantes. Indicou-se Bazar beneficente Emaús onde os livros custam um ou dois reais, e caso queira o visitante também pode adquirir cadeiras de dentistas e sandálias plataforma.

### **5.8. Tá Rolando!**

A idéia era fazer uma enquete, onde as pessoas dissessem o que “rolava” no seu MP-4, no seu computador, ou seja o que estavam ouvindo, assistindo, jogando, lendo. O quadro só teve uma aparição com a jornalista Mariana Sasso, apresentadora de um noticiário esportivo.

## **6. CONSIDERAÇÕES**

A primeira consideração a ser feita é que o Outras Ondas foi um programa que buscou uma nova forma de fazer jornalismo via rádio. Diferenciar-se da grande mídia foi prioridade para os alunos, tanto em formato como em conteúdo e, por isso, temos cinco edições de um programa com conteúdos tão diversos.



Dialogar de forma real com o público também foi um dos elementos mais pensados. As matérias eram apresentadas sempre em tom leve, de conversa. Sabemos que o rádio não volta e, por isso, passar a informação de forma direta e tentar fazer isso de forma a tornar o conteúdo atrativo levou os alunos do 5º semestre do curso de Comunicação Social da UFC a buscar novas formas de linguagem, fosse aliando à músicas, a efeitos sonoros ou a expressões coloquiais.

A clareza da produção para com o público também pode ser colocada. Foi repetido, em todas as edições, que o programa era uma produção da disciplina, totalmente feito por estudantes.

O pensar da identidade do programa foi uma fase importante do processo, que norteou toda a concepção de fazer rádio da turma. O que se queria com aquele programa era a pergunta que guiava a construção e sonoridade que identificava o produto também tentou fugir do lugar-comum, integrando-se assim com o projeto editorial.

Pela primeira vez no curso, houve oportunidade para esses estudantes de experimentar a rotina da produção de um programa radiofônico. Compreender o tempo do rádio e a responsabilidade do espaço em uma emissora levou inclusive à apresentação de programas ao vivo.

Finalizando, podemos apontar o aprendizado que não se restringiu ao veículo rádio, mas passou também pelo conhecer um pouco melhor a cidade de Fortaleza e alguns elementos dela que somente se supunha saber bem. Além disso, o interesse em se sair da Universidade e ao mesmo tempo renovar o que já se conhecia dela levou os estudantes a produzir um programa diverso, utilizando-se de toda a sensibilidade que o rádio oferece.



## **REFERÊNCIAS BIBLIGRÁFICAS**

BAITELLO, Norval Jr. **A Cultura do Ouvir**. 1997. Disponível em [http:// www.cisc.org.br](http://www.cisc.org.br) (aceso em 04/05/2010).

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

BARBEIRO, Heródoto. Lima Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo**. Produção, Ética e Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FERRARETTO, Luis Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Ed. Sagra-Luzzatto, RS, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 20. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.

LÓPEZ VIGIL, José Ignácio. **Manual Urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.