



PROGRAMA FANZINE ¹

Wyllian Eduardo de Souza CORREA²

André Bonsanto DIAS³

Fábio Augusto ANSOLIN⁴

Grazieli EURICH⁵

Suellen Alessandra Yoshihara DIAS⁶

Marcio Ronaldo FERNANDES⁷

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

O programa Fanzine foi desenvolvido com a proposta de trazer um olhar diferenciado à música, ao cinema e à literatura. Tendo a linha editorial focada na cultura pop, o projeto define seu formato através da noção de um jornalismo cultural que visa informar opinião, aliado às características do rádio, bem como ao cenário comunicacional regional. É um programa semanal de uma hora de duração com música, informação e comentários.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; cultura pop; fanzine; jornalismo cultural

INTRODUÇÃO

O Fanzine é uma iniciativa de acadêmicos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, História e Letras-Literatura, vinculados à Psiu!Imagem & Comunicação – Empresa Jr de Comunicação Social e ao Programa de Educação Tutorial, PET-Letras, com o apoio da Coordenadoria de Comunicação da Unicentro.

Com um nome comum e a idéia de colocar produtos culturais em discussão nasceu o projeto. Concebido por alunos que desejavam ganhar experiência na área de comunicação atuando com um assunto que lhes parecia o mais natural, aplicando o que aprendiam e suprimindo uma demanda temática. Se música, cinema e literatura rendem

¹ Trabalho submetido ao IX Expocom Sul, na categoria B1.2 Jornalismo/Sonoro, modalidade processo, como representante da Universidade Estadual do Centro-Oeste.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. ano do Curso de Letras Português e suas Literaturas da UNICENTRO, email: weduardo@gmail.com

³ Estudante do 4º. ano do Curso de História da UNICENTRO, email: andrebonsanto@hotmail.com

⁴ Estudante do 4º. ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNICENTRO, email: fabioansolin@gmail.com

⁵ Estudante do 4º. ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNICENTRO, email: graeurich@hotmail.com

⁶ Estudante do 3º. ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNICENTRO, email: lilasdeoutono@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNICENTRO, email: marciorf@globo.com



conversas como as de uma mesa redonda do futebol de domingo, guardadas as devidas proporções, por que não as profissionalizar?

O projeto então ganhou formas. Uma hora, veiculação semanal, músicas, informações e comentários sobre cultura. Porém, na visão antropológica tudo que é produzido pela ação humana é cultura. No jornalismo cultural há então uma seleção, um recorte, que determinamos de acordo com o pouco espaço dedicado pela mídia local ao segmento e pelo público carente que era percebido. O Fanzine passa a ser definido como um programa que busca “a diferença no seu rádio”, através da abordagem da cultura pop.

Na complexa teia das relações humanas na contemporaneidade, em que as pessoas organizam-se de maneira tribalizada, como aponta Maffesoli (1987), a proposta é produzir conteúdo para uma faixa etária entre os 15 e 25 anos, que assiste vídeos, ouve mp3, acessa blogs de resenhas e lê revistas de música. Os consumidores da chamada cultura pop não se encaixam no esquema tradicional da indústria cultural, passivos aos bens simbólicos que lhes seriam impostos de forma sistemática. Filhos do capitalismo tardio e envoltos pelas mídias, se colocam numa interzona da apreciação estética ainda pouco explorada academicamente. “Em uma primeira aproximação, o que chamamos de cultura pop abrange a cultura massificada (com possibilidades de reciclagem), um maior acesso (mesmo que as classes mais baixas ainda estejam à margem) à cultura de elite e um domínio simultâneo da cultura de massas e da cultura de elite. (PRYSTHON apud CARVALHO, 2005, p.3)

A tentativa de Prysthon em conceituar essa dinâmica social é válida, mesmo assim se mostra insuficiente e conflitante em uma série de termos, tais como a dicotomia massa/elite. Porém nesse trabalho não pretendemos nos aprofundar no tema.

Como produto e produtor desse contexto, o Jornalismo Cultural se coloca como peça chave na mediação entre o público e o assunto, e pauta para a própria reflexão de problemáticas atuais. O Fanzine passa a ser então uma experiência prática em questões que se mostram imediatas a uma geração que vive sobre o ímpeto da torrente das mídias eletrônicas e em que a idéia de produção cultural sofre novos direcionamentos.

2 OBJETIVOS

Produzir um programa de rádio que pudesse aliar conteúdos culturais diferenciados das rádios comerciais, dando subsídio informativo e opinativo para o público interessado. Também aplicar os conhecimentos obtidos durante a graduação em Comunicação



Social, buscando inovar quanto ao formato da produção radiofônica cultural, mas sem perder de vista a aceitação das emissoras e a sustentabilidade do projeto, caindo no puro exercício conceitual do experimentalismo.

3 JUSTIFICATIVA

A iniciativa se dá pela observação da existência de grupos interessados em produções culturais alternativas ao mainstream musical e aos grandes blockbusters cinematográficos, que por sua vez não tinham espaço definido na mídia regional.

Através da análise da programação das duas rádios FM e comerciais locais, Cultura e Guairacá, encontramos que estas focam a maior parte da programação em músicas referentes à gêneros como o sertanejo, gauchesco, pop rock e ritmos que estejam em evidência na temporada.

Como a Rádio Universitária tem como proposta uma produção diferenciada, logo o programa encontra o veículo adequado a sua proposta.

A cultura pop define a linha editorial do Fanzine, dando conta de um segmento que se mostra ainda preterido por um certo número de pessoas, como aponta o jornalista Daniel Piza, sobre a noção de um elitismo e populismo aplicadas às produções. “O que acontece (...) é que a maioria das pessoas associa 'cultura' a algo inatingível, exclusivo dos que lêem muitos livros e acumularam muitas informações, algo sério, complicado, sem a leveza de um filme-passatempo”(PIZA, 2003, p.43).

Douglas Kellner aponta para a importância em se atentar aos temas contemporâneos, daquilo que denomina “cultura da mídia”, de maneira renovada, devido a forma complexa que estes se encadeiam, fora de esquemas simplistas e dualistas.

Partimos do pressuposto de que os textos da cultura [na] mídia não são simples veículos de uma ideologia dominante nem entretenimento puro e inocente. Ao contrário, são produções complexas que incorporam discursos sociais e políticos cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura e crítica capazes de articular sua inserção na economia política, nas relações sociais e no meio político em que são criados, veiculados e recebidos (KELLNER, 2001, p.11)

Além da necessidade do Jornalismo Cultural tratar da temática por sua natureza em si, o meio de comunicação em que tem suporte é fundamental. O rádio aparece como uma opção popular, saindo do esquema segmentado das publicações impressas e canais da tv



paga sobre o assunto, o que lhe proporciona um público potencial maior, além de não ter custo ao ouvinte que necessita apenas da compra de um aparelho.

O Fanzine através de seus comentários busca “informar opiniões” diferentes, o que é evidenciado graças ao discurso em primeira pessoa de seus integrantes, demarcando a subjetividade do discurso, o que se contrapõe ao “formar opiniões” em uma postura pretensiosa e arrogante com o público, como trata Cardoso dialogando com as idéias de Cimenti.

Informar a opinião é a função principal do jornalista cultural, segundo Cimenti, o que se contrapõe à noção de que o jornalista deve formar opinião, postura que Cimenti considera pretensiosa e autoritária. Ele critica esse comportamento, dizendo que é “muita pretensão de alguns jornalistas querer mandar na cabeça e no gosto dos leitores, dirigindo mensagens autoritárias do tipo ‘leia tal livro’, ‘não assista a tal espetáculo’, ‘fuja de tal show’, ‘visite tal cidade’, etc.” Cimenti afirma que para o leitor é, sim, importante saber a opinião do jornalista sobre a produção cultural, mas que, se essa opinião aparecer de forma autoritária, ele pode sentir-se manipulado e mandado. Assim me parece que funciona com a crítica cultural. (CARDOSO, 2007, p. 305)

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Em um primeiro momento foi pensado um formato tradicional, tal como uma revista no rádio, dividido em blocos e editorias específicas, cada qual com seu responsável por texto e locução, além de uma dupla de apresentadores fixa.

O piloto nesses moldes foi aceito com ressalvas, já que a direção da rádio gostaria de algo mais descontraído e menos fechado.

Foi então que pensando como é tratado o futebol nas tradicionais mesas redondas, tanto no rádio quanto na tv, que decidimos por um modelo semelhante, marcado pelas opiniões em debate.

Um das definições importantes para o desenvolvimento dos comentários é o reforço de elementos subjetivos na linguagem. O objetivo é fornecer informações e uma opinião sobre determinado filme, álbum ou livro, não impor gostos pessoais sobre a cobertura de uma isenção objetiva.

Com pomposidade e gravidade, a imprensa especializada presume-se autorizada para ditar o que é ou não de “bom-tom” para os seus leitores (ou epígonos), para lançar ou abandonar os modismos que lhe aprouvesse. Os jornalistas travestindo-se de arautos dessa nova era pós-moderna. (PRYSTHON apud CARVALHO, 2005, p.5)



Em sua atual formulação, o programa passou a ser dividido em quatro blocos de quinze minutos, pelos quais eram distribuídos os temas a serem discutidos pelos integrantes do programa. Normalmente é pauta o trabalho de uma banda nacional e internacional, escritores contemporâneos, filmes de cunho autoral, sem ter necessariamente como gancho uma notícia ou lançamento, escapando do atrelamento das agendas que Daniel Piza (2003) destaca como prejudicial ao funcionamento do Jornalismo Cultural de qualidade, caindo no imediatismo e no modismo.

Foram então divididas as funções para o projeto: Um apresentador/coordenador, três comentaristas e um auxiliar técnico, além das rotinas das reuniões de pauta, produção e gravação.

Como a estrutura da Rádio Universitária fica a certa distância da Universidade, o que prejudicava o acesso aos acadêmicos sem transporte, optou-se por realizar a gravação e edição no estúdio do curso de Comunicação Social.

Uma das ferramentas importante dentro da rotina de produção de programa é a internet, na seleção de informações e obtenção de mídias, tendência que é acompanhada em todos veículos, como trata a professora da UNB Nélia del Bianco em seu artigo “Radiojornalismo em Mutação na Era Digital”(2004).

O programa é gravado e editado em ambiente não linear com software próprio, Adobe Audition, por um integrante orientado pelo espelho de edição.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Com uma hora de duração, é dividido em quatro blocos de quinze minutos cada. Conta com um apresentador e três comentaristas, que vão discutir temas sobre cinema, música e literatura. O espaço para comentários tem em torno de três minutos, para evitar um desgaste excessivo ao ouvinte. Buscasse ressaltar os aspectos impressionistas e sócio-históricos de cada um dos trabalhos analisados, na medida que estas informações tenham a clareza e pertinência à discussão.

Intercalando as opiniões dos integrantes temos músicas selecionadas de acordo com as pautas e a linha editorial do programa, o que rende em torno de doze faixas no total.

O Fanzine é veiculado semanalmente pela Rádio Universitária FM 99,7, de Guarapuava/PR, Web Rádio Universitária (<http://www.radiouniversitaria.com.br>), de Cascavel/PR e Rádio Fadep Online (<http://www.fadep.br>), de Pato Branco/PR.



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o ano de 2008 ficaram acertadas a criação de novos quadros dentro do programa, como um bloco de notícias e entrevistas, trabalhando com outros gêneros de texto jornalístico para rádio. Também pretende-se estudar novas formas para que o ouvinte interaja, além do usual e-mail.

Do ponto de vista de abrangência, pretende-se também ampliar o número de rádios que retransmitem o Fanzine, através de acordos com outras instituições vinculadas ao meio acadêmico, que facilitariam a entrada de uma produção experimental em suas programações.

Há ainda a criação do *Blog do Fanzine*, disponível no endereço <http://programafanzine.blogspot.com>, no qual serão disponibilizados conteúdos específicos e relacionados diretamente ao programa, como o arquivo em mp3 para download.

O programa Fanzine mostrou ser uma iniciativa válida na aplicação de uma proposta diferenciada de produção, tanto em uma perspectiva acadêmica quanto em sua viabilidade dentro de uma rotina comercial, servindo de incentivo para que outros acadêmicos também busquem uma integração à prática durante a graduação.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A . Rock e imaginário: as relações imagético-sonoras na atualidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n.18, pp. 34-43, agosto, 2002.

BARBEIRO, H. **Manual de Radiojornalismo: produção, ética e Internet**. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BIANCO,N.R.. Radiojornalismo em Mutação na Era Digital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.

CARDOSO, E. T. Crítica de um enunciador ausente: a configuração da opinião no jornalismo cultural. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 13, n. 2, p. 299-314, jul/dez 2007.

CARVALHO,P.T.. Transformação dos saberes na (pós)modernidade - Primeiras considerações sobre o Hype. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.



FARO, J. S. Jornalismo Cultural: Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, Metodista, Ano 28, n. 46, 2006.

GUEDES, V. M. Fragmentos de um discurso: a narrativa do jornalismo cultural na pós-modernidade. 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/guedes-viviane-fragmentos-de-um-discurso.pdf>>. Acesso em 21 de março de 2008.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia, estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo: EDUSC, 2001.

LOPEZ, D.; FREIRE, M. O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense, 1987.

MEDITSCH, E. B. V. . Sete meias verdades e um lamentável engano que prejudicam o entendimento da linguagem do radiojornalismo na era eletrônica. In: ZAREMBA, L.; BENTES, I. (Org.). **Rádio Nova: Constelações da Radiofonia Contemporânea**. 1 ed. Rio de Janeiro: Publique-UFRJ, 2002, v. 5, p. 00-0.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

SIQUEIRA, D. da C. O.; SIQUEIRA, E. D. de . A cultura no jornalismo cultural. **Líbero (FACASPER)**, v. 19, p. 107-116, 2007.