

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO

VALDERIZA DA SILVA PEREIRA

**CULTURA VIVA: UM PROGRAMA QUE FAZ
TODA A DIFERENÇA**

CARUARU

2019

VALDERIZA DA SILVA PEREIRA

**CULTURA VIVA: UM PROGRAMA QUE FAZ TODA A
DIFERENÇA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de bacharel
em Comunicação Social

Orientadora: Sheila Borges de Oliveira

CARUARU, 2019

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

P436c Pereira, Valderiza da Silva.
Cultura Viva: O programa que faz toda diferença. / Valderiza da Silva Pereira. – 2019.
67 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Sheila Borges de Oliveira.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Comunicação social, 2019.
Inclui Referências.
Acompanha 2 arquivos em MP3 com programa piloto de rádio.

1. Rádio comunitária. 2. Comunicação. 3. Cultura. 4. Mídia. I. Oliveira, Sheila Borges de (Orientadora). II. Título.

CDD 302.2 (23. ed.) UFPE (CAA 2019-130)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE PROJETO DE
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL DE
VALDERIZA DA SILVA PEREIRA

CULTURA VIVA: UM PROGRAMA QUE FAZ TODA A DIFERENÇA

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o(a) aluno(a) **VALDERIZA DA SILVA PEREIRA**.

APROVADO(A)

Caruaru, 09 de julho de 2019.

Profª Sheila Borges de Oliveira

Profº Diego Gouveia Moreira

Diana Bezerra da Silva

Dedico este trabalho aos curiosos e aos que vivem sob o caminho dos dolorosos nãos. Este trabalho existe como uma prova de que tudo pode se tornar realidade. Basta sonhar, acreditar e ir em frente com um coração prestativo. Dedico toda minha satisfação, respeito e honra à minha grandiosa orientadora Sheila Borges, que nunca descreditou e sempre esteve comigo nesse longo caminho da graduação. E também a todos os meus professores de Comunicação e Design que ajudam o Agreste a crescer.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus todo poderoso por nunca me deixar cair durante o caminho. Obrigada por sempre me mostrar as pessoas corretas. Gratidão senhor! E também a todos os meus professores de Comunicação e Design que tanto amo: Amanda Mansur, Amilcar Bezerra, Eduardo César Maia, Diego Gouveia, Teresa Lopes, Ricardo Sabóia, Ana Cristina, Daniela Bracchi, Fabiana Moraes, Ana Beatriz Nunes da Silva, Juliana Leitão, Gustavo Alonso, Rodrigo Barbosa, Izabella Domingues, Charles Leite, Marcelo Martins, Geni Pereira e, em especial, a Sheila Borges por me escolher como sua orientanda e por me ensinar, durante estes quatro anos de graduação, a ser uma pessoa melhor e mais forte para mim e para o outro sempre. Obrigada por me ensinar a observar os outros lados da mesma moeda e por construir em mim uma nova pessoa. Gratidão a todos!

RESUMO

O objetivo deste projeto de graduação foi desenvolver um programa de rádio, em duas edições pilotos, que tem foco na produção cultural de Toritama, município da Região Agreste do Estado de Pernambuco. Ele é intitulado Cultura Viva. Por meio dele, elaborou-se um conteúdo que valorizasse a produção cultural local, uma vez que as duas rádios daquela cidade, ambas com registros de comunitárias, concedem espaços majoritariamente a quadros religiosos, policiais e musicais. Elas não abrem as suas programações para dar voz à pluralidade dos setores que integram àquela comunidade, como os segmentos da produção de cinema e de moda, por exemplo, contemplando a diversidade cultural de Toritama. Para dar aporte teórico e metodológico ao trabalho, recorreu-se a autores que trabalham os conceitos de rádio comunitária e gêneros radiofônicos, como Peruzzo (2006, 2010) e Barbosa Filho (2003). Com base nesses autores e no mapeamento do trabalho de campo, evidenciou-se a possibilidade de se criar e produzir um programa, com duas edições pilotos, com duração de 30 minutos cada uma delas, para mostrar como é possível elaborar um conteúdo com foco na cultura local e, assim, preencher o vácuo nas grades das programações das emissoras de Toritama, ditas comunitárias.

Palavras-Chave: : Rádio. Rádio Comunitária. Mídias Sonoras. Comunicação. Cultura.

ABSTRACT

The objective of this graduation project was to develop a radio program, in two pilot editions. The focus of the project is on the cultural production of Toritama, a city located in the Agreste Region of the State of Pernambuco. The program is entitled Live Culture. A content was elaborated to enrich the local cultural production because the two radios of the city – both with registries of community radios – have reserved spaces mainly to religious, police and musical themes. They do not open their radio programming to give voice to the plurality of sectors that are part of the community, such as the segments of fashion and film production, for example, to contemplate the cultural diversity of Toritama. In order to provide a theoretical and methodological contribution to the project, we researched authors who work on the concepts of community radio and radiophonic genres, such as Peruzzo (2006, 2010) e Barbosa Filho (2003). Based on these authors and on the mapping of the fieldwork, the project created and produced a program with two pilot editions, lasting 30 minutes each, to show that it is possible to elaborate a content focused on the culture and to fill the schedules of the stations of Toritama that are considered community radios.

Key-words: radio. community radio. sound media. Communication. culture

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	OBJETIVO GERAL	13
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.3	JUSTIFICATIVA.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS: LEGAIS, LIVRES, DE POSTE E VIRTUAIS	17
2.2	OS GÊNEROS NO RÁDIO	19
3	METODOLOGIA.	24
4	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA: OS PERFIS DAS RÁDIOS DE TORITAMA E O PROGRAMA CULTURA VIVA.....	25
4.1	ROTEIRO / GRADE DO PROGRAMA CULTURA VIVA	32
4.2	SCRIPTS DOS PROGRAMAS	32
5	CRONOGRAMA DO PROJETO.....	57
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
	REFERÊNCIAS	60
	ANEXO A - MODELO DE QUESTIONÁRIO APLICADO NAS RÁDIOS.....	62

1 INTRODUÇÃO

O rádio é um veículo que faz parte de minha trajetória desde criança, quando utilizava um telefone residencial para participar dos programas que existiam nas emissoras radiofônicas que funcionavam em Toritama, cidade da Região Agreste de Pernambuco. Hoje, são duas emissoras que operam no município: A Associação de Radiodifusão Professor Falcão e a Associação Comunitária Joaquim Mariano da Costa, ambas são comunitárias. Na época, ligava para os veículos de comunicação com o objetivo de pedir música e enviar recados para os amigos e familiares. Observo, desde aquela fase, que as programações de rádio têm a capacidade de atrair a atenção dos ouvintes ou de afastá-los, o que influencia na formação da audiência das emissoras.

A partir dessa curiosidade, despertada na infância, desenvolvi a proposta deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que foi a de criar, em um primeiro momento, para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, um programa para ser veiculado em uma das duas rádios comunitárias de Toritama e, em um segundo momento, após a defesa, irei expandir a proposta para a internet por meio de um podcast. Pretendo oferecer o programa a uma das duas emissoras comunitárias de Toritama. Mas, especificamente para os scripts do TCC, coloquei como um programa que será exibido na grade da Rádio Cordel, projeto de rádio comunitária de poste, desenvolvido pela Agência Aveloz, laboratório do curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste.

Já o projeto para o podcast, realizado após a defesa deste TCC, poderá estar vinculado, ou não, ao programa para a rádio comunitária de Toritama. É importante explicar aqui que o podcast é uma forma de transmissão de arquivos multimídias na internet, criados por qualquer indivíduo para disponibilizar músicas ou opiniões. Ele fica disponível para ser acessado a qualquer tempo. Nele, utilizaremos a tecnologia de serviço de transmissão de áudio por ferramentas digitais para a produção e veiculação do conteúdo ao vivo ou gravado, atendendo à linguagem própria da web. Atualmente, os dois programas mais utilizados para isso são o Soundcloud¹ e o Spotify².

Assim, o nosso objetivo foi construir um programa para uma rádio comunitária de

¹ O SoundCloud é uma plataforma on-line de publicação de áudio utilizada por produtores de música ligados aos circuitos massivos e alternativos e por ouvintes. Ela possibilita o estabelecimento de redes entre o público, os músicos e outros profissionais ligados ao áudio, que colaboram, compartilham, promovem e distribuem as suas composições.

² O Spotify funciona como um aplicativo e um web player, em streaming, que pode ser usado em computadores, tablets ou smartphones. O país no qual ele se originou é a Suécia. Foi lançado em outubro de 2008, mas só chegou ao Brasil em janeiro de 2014.

Toritama que possa dar possibilidade para amplas vozes, dialogando com novas culturas e coexistindo com as diversas demandas socioculturais existentes na cidade. Dentre as atividades socioculturais desenvolvidas em Toritama, que não encontram espaço nas programações das atuais rádios comunitárias, estão o circuito de cinema, as ações vinculadas à moda, já que a cidade é conhecida como a capital do jeans, e o festival de teatro vanguardista, que há 27 anos acontece na cidade, chamado de Festertama. O programa, contudo, vai para além dos movimentos culturais, ele dará visibilidade às pessoas que tenham práticas que envolvam o consumo de bens culturais, que passa pela moda, um campo forte naquele município, mas também atravessa toda a manifestação artística que vai dar significado à identidade da sociedade local.

A cultura, para o campo da Sociologia, é um conceito que representa ideias, práticas e objetos criados pelo homem. Como afirma Borges (2015), é o resultado da capacidade que o indivíduo tem de transformar o ambiente natural e de criar símbolos e valores que são compartilhados coletivamente para se estabelecer um estilo de vida. A cultura, dessa forma, vai dar significados e fornecer regras para a ação social. Ela pode ser observada por meio de comportamentos e objetos produzidos pelas pessoas. Cultura, inclusive, chega a ser sinônimo do conceito de sociedade para parte dos pesquisadores do campo da sociologia. É esse entendimento amplo que fundamentou a aplicação do conceito de cultura em nosso programa proposto por este TCC. Para elaborá-lo, buscamos compreender como são utilizados os gêneros jornalísticos na produção das notícias das rádios locais que contemplem as informações culturais de Toritama.

Dessa forma, na minha pesquisa de campo, no projeto teórico e no produto que produzi, buscarei responder à seguinte pergunta: Qual o programa que uma rádio comunitária em Toritama deve apresentar para que possa dar espaço às expressões da cultura local? Para responder a pergunta, fizemos uma revisão bibliográfica sobre a construção dos gêneros e formatos no rádio. Este trabalho teve amparo no conceito de gênero radiofônico, utilizado por Barbosa Filho (2003) e Prado (2006), que explicaremos mais adiante. Fizemos uma pesquisa de campo para ter acesso às grades das programações das rádios de Toritama e, conseqüentemente, aos gêneros mais utilizados pelas emissoras. Para tanto, mapeamos as programações. Essa foi a nossa metodologia, realizada por meio de duas técnicas: a da escuta radiofônica e a da aplicação de questionários semiabertos com entrevistas, direcionadas para os diretores, produtores e comunicadores das emissoras locais.

Antes de explicarmos as nossas referências teóricas e metodológicas, é necessário contextualizar o cenário no qual esta pesquisa foi realizada. Até mesmo para se destacar a

importância dela dentro da história do rádio, que é um veículo que chega ao País não só para dar publicidade às informações, mas para educar a população brasileira. Grande parte dela, na época, não tinha sido alfabetizada e não tinha acesso fácil a livros e jornais impressos, como registram Tavares (1999) e Maranhão Filho (2000).

A história do rádio no Brasil passa por Pernambuco, quando um grupo de empresários, motivado por sua paixão à nova tecnologia, implementa a primeira rádio no Brasil e em toda América Latina. Em 1919, no dia 6 de abril, instalou-se de forma experimental, a Radio Club³. De acordo com Maranhão Filho (2000) e Oliveira (2001), muito antes do surgimento oficial do rádio no Brasil, em 1922, esses experimentos colocaram Pernambuco como pioneiro na realização das primeiras transmissões de rádio. Foi somente em 1923, que ela foi reorganizada, transformando-se em emissora, passando da recepção radiotelegráfica para a radiodifusão.

Parte dos registros sobre a primeira transmissão do rádio, no entanto, não considera o experimento realizado em Pernambuco. Prefere apontar a veiculação, em 1922, no Rio de Janeiro, de um discurso do então presidente Epitácio Pessoa, no dia 7 de setembro, via telefone de alto-falante como a primeira transmissão. Ela ocorreu em uma estação montada no Corcovado, que se constituiu na Estação do Sumaré. Já outros autores, de acordo com Figueiredo, Pereira, Gomes e Oliveira (2011), preferem reconhecer como pioneiro, no trabalho da radiodifusão, o professor Roquete Pinto, que, em 1923, com Henry Morize, fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

Nesse momento inicial do rádio, não existia ainda uma programação completa. Funcionavam duas horas de programação pela manhã e duas à noite, sendo instrumentalizada, naquele momento inicial, para servir à própria elite, que utilizava a sua exibição, sem necessariamente optar por sua estratégia tecnológica principal, que é seu poder massivo de penetrar nos lares brasileiros. Esse poder já era descrito por Berlot Brecht (2015), quando conheceu as possibilidades do rádio como meio de comunicação. O filósofo alemão escreveu, em artigos publicados em 1927 e 1932, que a “nova invenção” provocaria “um verdadeiro furacão” na sociedade.

Inicialmente, o rádio ainda não tinha aberto suas portas para a propaganda, foi somente em 1932, por meio do Decreto-Lei nº 21.111, que a propaganda comercial começou a ser implantada nas emissoras, dando impulso para a concorrência e, conseqüentemente, motivando a busca por profissionalização na área. Paralelamente à nova legislação, diversas

³ Foi desta forma que o nome da emissora foi registrado por seus fundadores. A notícia foi veiculada no Jornal do Recife, na edição do dia 7 de Abril de 1919.

rádios começaram a surgir em Pernambuco, porém foi a *Rádio Jornal do Commercio* que obteve bastante êxito, dispondo de oito transmissores o que possibilitou sua veiculação para diferentes países. Nesse sentido o slogan, *Pernambuco falando para o mundo*, exemplificava para os ouvintes sua forte abrangência através de suas ondas sonoras.

Da mesma forma, segundo Figueiredo, Pereira, Gomes e Oliveira (2011), várias rádios foram ascendendo com o princípio comercial de atingir uma ampla audiência, qualificando cada vez mais sua programação para um nicho subjetivo específico de público, guiado muitas vezes pelo viés ideológico de seus donos. Dentro desse arcabouço de novas emissoras, a história da radiodifusão brasileira se amplia com o surgimento da Rádio Evangélica em 1977, que foi pioneira no seguimento evangélico. Ao longo dos anos, esse panorama cresceu e se revelou em novos veículos que foram arrendados por igrejas que conseguiram concessões públicas.

Com a massificação da utilização dos automóveis e a ampliação das alternativas dos transportes coletivos, o rádio se torna também um importante meio de comunicação para ser utilizado pelas pessoas durante os trajetos, assumindo definitivamente algumas de suas características mais marcantes, como a prestação de serviços e a veiculação de notícias em tempo real. A linguagem simples e objetiva, características marcantes do rádio, fez o veículo permanecer sólido mesmo quando a televisão ameaçou sua audiência na década de 1950 do século passado. Prova disso é “a presença do rádio em 90% dos lares brasileiros em 1999” (COSTELLA, 2002, p. 186).

Atualmente, o Ministério das Comunicações oferece três tipos de concessões públicas para as emissoras radiofônicas: comercial, educativa e comunitária. A rádio comunitária, porém, será o nosso objeto de estudo. Neste trabalho, contudo, é necessário tratar, mesmo que de forma resumida, dos tipos existentes com a intenção de esclarecer as características de cada uma delas. Nesses três tipos de serviços de radiodifusão, existem deveres que, segundo o Ministério da Educação, precisam ser seguidos para a obtenção das outorgas. Ou seja, a autorização para o funcionamento delas por parte do governo federal. Cada um desses segmentos exige um perfil específico de audiência, assim como linguagem e estrutura. Os tipos de outorgas se dirigem a instituições públicas, particulares e municípios, por meio de fundações públicas, particulares e associações comunitárias.

A linguagem da rádio comercial é destinada a um público amplo, sem nenhum tipo de divisão pré-determinada. A programação pode contemplar publicidade para se vender anúncio. Já a rádio educativa deve transmitir uma programação cultural e educativa, atuando no ensino, visando, principalmente, à educação básica. A publicidade não deve ser

de cunho comercial, mas de apoio educacional. Enquanto isso, a rádio comunitária foi criada com a intenção de atender às pequenas comunidades, trazendo lazer e entretenimento para um público que não era contemplado com as emissoras maiores, que, normalmente, estavam instaladas nas grandes cidades.

Assim, a rádio comunitária visa dar voz aos moradores de cidades pequenas, bairros periféricos dentro das grandes cidades e comunidades específicas, como as situadas em área rural. Também não pode ter fins lucrativos e nenhum vínculo com partidos políticos e instituições religiosas. A propaganda veiculada nela deve ser gratuita. Mas pode ter apoio cultural, como a rádio educativa. Como nosso objeto de estudo, ressaltaremos a importância da rádio comunitária para que possamos entender o seu importante papel social e de utilidade pública, responsável por tratar dos direitos humanos à liberdade de expressão e ao acesso à informação. O conceito de rádio comunitária será aprofundado mais adiante na fundamentação teórica.

1.1. OBJETIVO GERAL

Produzir um programa que valorize a produção cultural de Toritama

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Realizar um perfil das rádios de Toritama;
- 2) Mapear as grades de programações das rádios que funcionam no município;
- 3) Fazer um levantamento dos gêneros radiofônicos mais utilizados;
- 4) Apresentar uma grade de programação alternativa para dar mais espaço às vozes das comunidades no campo cultural;
- 5) Criar dois episódios pilotos para um programa de cultura para as rádios comunitárias.

1.3. JUSTIFICATIVA

No Brasil, existem 4.377 rádios comunitárias, de acordo com a Associação Nacional das Rádios Comunitárias. Deste grupo, quatro emissoras estão inscritas em Toritama, município que é o foco deste TCC onde a autora reside. Nem todas, contudo, estão funcionando regularmente. Realizamos uma pesquisa para localizar as emissoras e só duas estão operando na cidade: A Associação de Radiodifusão Professor Falcão e a Associação Comunitária Joaquim Mariano da Costa.

A Associação de Radiodifusão Professor Falcão foi a primeira a ser autorizada a funcionar pelo Governo Federal, em 20 de novembro de 1999, começando a operar no sistema de rádios comunitárias no mesmo ano. O nome da rádio é em homenagem ao professor Falcão, natural da Cidade de Ribeirão. Ele era militante das causas sociais, membro do Partido Comunista. Foi perseguido pelo regime militar e pelo governo do ex-presidente Getúlio Vargas. Foi professor na cidade de Toritama e, em 1969, sofreu um atentado à bomba na mesma noite em que a filha nasceu. Por esse motivo, resolveram homenageá-lo.

A rádio diz contemplar todas as demandas sociais da cidade. Os diretores entrevistados em nossa pesquisa, argumentam que sempre dialogam com a audiência, recebendo críticas e sugestões. A grade, contudo, não é planejada com a consulta à comunidade e privilegia programas musicais, religiosos e policiais, como iremos detalhar mais à frente. É conhecida pelo seu nome fantasia: “Líder FM”, escolhido por Fernando Lima, ex-locutor. Hoje, ele está no conselho da Associação.

Já a Associação Comunitária Joaquim Mariano da Costa também teve o seu processo de outorga oficializado em 1999. O nome fantasia da rádio é “Toritama FM, a rádio da cidade” em homenagem à própria cidade de Toritama. Apesar da autorização para o funcionamento ter ocorrido no ano de 1999, só começou a veicular a sua programação a partir de 2003.

A direção explicou que a rádio demorou a entrar no ar por falta de equipamentos. Os dirigentes afirmaram que toda a programação está ligada às atuais necessidades dos ouvintes, que é a de ter notícia sobre o cotidiano. Parte da programação também é destinada a informações religiosas. Não há, como analisaremos mais adiante, uma grade plural que contemple os diversos setores da sociedade toritamense.

Os perfis das rádios comunitárias de Toritama – Associação de Radiodifusão Professor Falcão e Associação Comunitária Joaquim Mariano da Costa –, serão mais detalhados quando formos apresentar o resultado da pesquisa de campo de nosso trabalho. Isso porque

um dos pontos principais deste projeto é procurar entender qual o foco que essas rádios estão dando ao seu produto informativo e quais principais assuntos estão sendo veiculados no campo cultural.

Como já explicamos na introdução deste TCC, a rádio comunitária precisa destacar assuntos locais e que não são contemplados nas agendas das mídias mais tradicionais, como as televisões, rádios e jornais de Caruaru, município pólo do Agreste que exerce grande influência na agenda de assuntos que são comentados pela população de Toritama. Ao investigar se as grades das duas rádios contemplam temas pertinentes ao cenário cultural do município, verificamos que essa não é a prática das emissoras. Um dos papéis de uma comunicação comunitária é trazer informação com responsabilidade e ética, promovendo campanhas educativas, dando visibilidade às manifestações culturais locais e provocando a reflexão para que o indivíduo possa exercer a sua cidadania com o foco no interesse público e coletivo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O Ministério das Comunicações define as rádios comunitárias como um serviço de radiodifusão comunitária, criado pela Lei 9.612, de 1998, regulamentada pelo Decreto nº 2.615/1998 do mesmo ano⁴. Trata-se de radiodifusão sonora, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts) e cobertura restrita a um raio de 1km a partir da antena transmissora. Podem explorar esse serviço somente associações e fundações comunitárias sem fins lucrativos, com sede na localidade da prestação do serviço. Devem ser prestadoras de serviço de Radiodifusão Comunitária admitindo patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que eles estejam restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.

Por não possuir qualquer finalidade lucrativa, as rádios comunitárias se mostram de extrema importância para a produção e a propagação dos interesses locais, atribuindo valor para um público que estaria fora dos meios de comunicação de massa, que costumam dar visibilidade a notícias mais gerais. Foi exatamente em um contexto de globalização dos veículos de comunicação que a rádio comunitária foi pensada.

Foi na década de 80 que a comunicação comunitária passou a ser difundida no Brasil como resposta à globalização e ao monopólio da informação nas mãos dos conglomerados de mídias, grupos empresariais detentores de veículos de comunicação sob o comando de um mesmo proprietário. Ou seja, a comunicação comunitária passa a ser valorizada como uma reação à globalização, que define o mundo como uma grande aldeia, uma vez que valoriza local a cultura das pequenas aglomerações humanas.

É importante recordar que, nessa mesma época, as lutas sociais explodiram, pois os cidadãos buscavam lutar por seus direitos em uma fase na qual o Brasil ainda estava sendo administrado pelos militares (GIRARDI, JACOBUS, 2009). Entre 1964 e 1988, o período ditatorial iniciado com o Golpe Militar, os movimentos sociais, organizados pela sociedade civil, mobilizaram-se em resposta à censura para as liberdades individuais e a livre expressão dos cidadãos. Em uma reação à mídia comercial que, por meio dos conglomerados de comunicação, tentavam unificar a pauta de notícias, como se um problema passado pelos moradores do Rio de Janeiro, por exemplo, fosse de interesse de todos os brasileiros do Oiapoque (no extremo Norte) ao Chuí (no extremo Sul). A comunicação comunitária vai dar relevância ao debate local, às questões que estimulem a prática social que seja coletiva e solidária. Só assim é possível se superar os problemas que afetam as pequenas comunidades, excluídos da concorrida agenda de notícias da

⁴ Informação disponível no link: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9612.htm, consultado 05 de dezembro de 2018

mídia nacional. A comunicação comunitária torna o indivíduo da comunidade em um protagonista da sua pauta local de temas que interessam à coletividade mais próxima.

Em relação aos conteúdos dos veículos de comunicação comunitária, eles devem ser tratados em uma grade de programação que contemple os temas mais relevantes para os grupos aos quais eles se destinam. Essa grade deve conter gêneros radiofônicos que possam transmitir o conteúdo de maneira educativa e da forma mais simples possível, para que a população menos instruída possa compreender. Neste projeto, o nosso interesse é promover esse debate em torno das rádios comunitárias, uma vez que ela é hoje um importante instrumento que ajuda na construção de saberes de vários grupos da sociedade, que, muitas vezes, não têm voz na chamada mídia tradicional, composta por veículos impressos, radiofônicos, televisivos e digitais.

Alinhada a essa perspectiva, procuramos refletir sobre a construção de uma programação, por meio de estudo de campo, para um tipo de programação que está sendo veiculada nas rádios de Toritama. Na parte desse estudo de campo, identificamos como estão sendo produzidos os conteúdos relacionados à cultura local, que detalharemos na parte dos resultados obtidos na pesquisa empírica.

a. AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS: LEGAIS, LIVRES, DE POSTE E VIRTUAIS

No Brasil, as rádios comunitárias são emissoras de caráter público, sem fins lucrativos, geridas de forma coletiva. Para Peruzzo (2010), essas emissoras desempenham um papel estratégico no processo de mobilização social. As rádios comunitárias são divididas em quatro tipos: as legalmente constituídas, as livres comunitárias, as de alto-falante ou poste, e as virtuais.

Rádios comunitárias legalmente constituídas são rádios lideradas por organizações comunitárias locais e destinadas a atender pequenas áreas geográficas urbanas e rurais. Transmitem em frequência modulada (FM) de baixa potência. [...] Rádios livres comunitárias são emissoras que se assemelham as da modalidade anterior, mas com a diferença de que não possuem a autorização para funcionar. São, de fato, rádios livres de caráter comunitarista, as quais os setores conservadores chamam de “piratas” ou “clandestinas”. Elas não se consideram piratas porque não visam lucro, nem clandestinas, pois não escondem seus endereços nem as frequências através das quais difundem seus conteúdos. [...] As rádios de alto-falante, também são conhecidas como rádio-poste ou rádio-corneta são pequenos sistemas sonoros de “rádio popular” (rádio do povo) que transmitem suas mensagens através de bocas de alto-falantes ou de caixas reproduzidas/amplificadoras de sons. [...] As rádios virtuais comunitárias difundem suas mensagens somente pela Internet, portanto só existem no ciberespaço, (PERRUZO, 2010, P.2).

Quando é chamada de comunitária, a rádio é reconhecida pelo trabalho que desempenha, transmitindo, para Peruzzo, uma programação de interesse social. Normalmente, ela está vinculada à realidade local, permitindo a participação ativa das pessoas. É essa ação que faz com que a rádio comunitária contribua para ampliar a cidadania e melhorar a educação informal.

De acordo com Peruzzo (2010), a programação dessas rádios deveria ser de interesse público e estar a serviço dos grupos organizados e/ou das localidades nas quais se inserem, numa perspectiva de que esse tipo de conteúdo contribuísse para o desenvolvimento social, baseando-se em princípios da comunicação libertadora. Por isso, as emissoras comunitárias precisam fazer algo diferente em relação aos veículos radiofônicos comerciais. Assim, necessitam trazer na sua pauta diferentes temas, respeitando a diversidade cultural da comunidade local, um problema que a nossa pesquisa de campo identificou nas rádios, ditas comunitárias, de Toritama, como veremos mais à frente.

Nunes (1998) também faz um alerta importante, que é o uso comercial ou político dessas emissoras, o que vai representar uma ameaça à legitimação desse espaço alternativo de expressão das classes populares. Segundo a autora, por meio da utilização de práticas clientelistas, associações comunitárias são forjadas para justificar a concessão de canais comunitários que acabam nas mãos de políticos e comerciantes, distorcendo assim o verdadeiro sentido de existência dessas emissoras. Dessa forma, só seriam consideradas comunitárias as rádios que asseguram a participação plural de amplos segmentos sociais de todos os matizes que compõem uma comunidade.

Como grupo social, agregado por interesses, vivências e/ou não de um espaço geográfico comum, que participam de forma organizada e decidem coletivamente os caminhos a serem trilhados pelo grupo, tendo voz ativa nos diferentes canais de participação necessários à estruturação da emissora, tais como vivências políticas, elaboração da programação, etc. (NUNES, 1998, p. 73).

Apesar de terem surgido, segundo Lacerda (2017), “como sopros de esperança na democratização da comunicação”, a legislação das rádios comunitárias frustraria as expectativas dos setores que defenderam a criação de uma legislação específica para assegurar o papel das comunitárias. A Lei n.º 9.612/98, que instituiu as rádios comunitárias, foi sendo alterada por inúmeras portarias do Ministério das Comunicações, desfigurando a real essência do papel plural e inclusivo das comunitárias.

b. OS GÊNEROS NO RÁDIO

É por meio da linguagem que o indivíduo expressa e traduz os seus pensamentos. A voz é um dos dispositivos da linguagem, quando acionada vai formular palavras e sentenças. Para que a comunicação tenha sentido, é preciso que existam vários tipos de termos que se organizam formando os vários discursos. Para que possam ser entendidos, é necessário que haja uma certa organização para que o processo de decodificação seja efetivado pelos interlocutores. Mas a comunicação só é realizada quando o enunciador sente vontade de interagir. Por isso, não é um processo linear. Para se materializar, o discurso tem que ser construído na direção do outro. Por isso, a linguagem é objeto de poder, dominação e resistência.

Nesse contexto, os gêneros textuais surgem para dar ordem às palavras. Está relacionado com a tentativa de organizar, de classificar as coisas para que elas possam ser entendidas. É como se a gente colocasse etiquetas para facilitar o trabalho de identificação. O conceito vem da literatura. Todorov (1978) afirma que um gênero é sempre a transformação de um ou vários gêneros antigos: por inversão, por deslocamento, por combinação. Para Bakhtin (2000), o gênero é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo. Seguindo essa linha de raciocínio, são duas categorias de gênero que existem: o primário (formas espontâneas de comunicação – a conversa) e o secundário (formas complexas – a escrita). Sobre o conceito de comunidade discursiva, Bonini (2002) estabelece uma terceira categoria: o terciário que leva em consideração as estratégias de comunicação do jornalismo impresso.

Na comunicação, os gêneros formam um sistema de regras que envolvem qualquer processo comunicativo na tentativa de produzir uma mensagem. São estratégias de comunicabilidade realizadas dentro de determinado contexto. Ou seja, os gêneros são estratégias organizacionais que, por exemplo, o jornalismo encontrou para mostrar as diferenças dos estilos textuais para os consumidores. Como são dinâmicos, eles ajudam a identificar as regras, trabalhadas pelos jornalistas na produção da informação que vai virar notícia. Desde 1850, os gêneros jornalísticos são estudados por meio de jornais impressos.

Os gêneros jornalísticos impressos mais importantes são: reportagem, retranca, foto-legenda, editorial, artigo, nota, coluna e nota comentada. Na reportagem, por exemplo, o

fato é narrado com a apresentação das opiniões e personagens envolvidos na questão com a busca do equilíbrio entre os vários discursos. Segue o formato básico aprendido nas escolas de comunicação, o da pirâmide invertida, começando pelo lide, que consiste em narrar a matéria a partir do que é considerado mais importante, novo ou curioso. Isso vai inspirar o esquema dos 5 W e 1 H, criado pelos americanos, para a apresentação da notícia, traduzido em: quem ou com quem aconteceu o fato (Who), o que aconteceu (what), quando (when), onde (where) por quê (why) e como se deu este fato (how).

Na televisão, os gêneros são formatos e enquadramentos que organizam a grade de programação, como etiquetas colocadas nos programas para a indicação de conteúdos. Machado (1999) considera que os gêneros se baseiam na concepção dialógica da busca pela verdade e pela construção da realidade. Diante da infinidade de gêneros na TV, analisou os que se enquadravam em dois grupos: os formatos fundados no diálogo e os fundados na narrativa seriada.

Fechine (2001) prefere avaliar as especificidades de cada produto televisivo e enumerou os 12 formatos mais reconhecidos pela população brasileira, classificando-os com base no diálogo, no folhetim, no filme, na performance, no jogo, no apelo pedagógico, na propaganda e publicidade, na paródia, no jornalismo, na transmissão direta, nas histórias em quadrinhos e no voyeurismo. Chegou à conclusão que nem sempre um programa pode ser compreendido a partir de um único formato.

Souza (2004) fez um mapeamento na TV brasileira e identificou 37 gêneros e 31 formatos, dividindo-os em blocos que integram cinco categorias: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros. Ele chegou à conclusão que as emissoras de TV estipulam horários fixos para que determinados gêneros sejam exibidos, criando um hábito no telespectador. Para ele, os gêneros sofrem influência e dialogam entre si.

Já no rádio, os estudos mais profundos sobre gêneros foram realizados por Barbosa Filho (2003). Ele encontrou gêneros radiofônicos que se relacionam diretamente com a função específica que possuem na programação. Essa função é estrategicamente articulada para manter e conquistar a audiência. Tudo isso porque pesquisas apontam que cada horário do rádio tem um ouvinte presumível. O público foi formado desde que o veículo foi inventado. No início, essa grade foi construída a partir de uma rotina doméstica e de trabalho. Depois, foi consolidada para que a memória do ouvinte a identificasse.

Para Barbosa Filho, os gêneros jornalísticos mais reconhecidos no rádio são a nota, a notícia (flash), o boletim, a reportagem, a entrevista, o comentário, o editorial, a crônica, o radiojornal (jornal falado), o documentário, os debates, os programas policial e esportivo e a divulgação tecnocientífica. A nota é um informe sintético de um fato atual, redigido por

meio de frases diretas, quase telegráficas. A notícia ou o flash é o módulo básico da informação, escrita de forma curta com, no máximo, um minuto e meio, sem aprofundamento. Normalmente, é realizada ao vivo. O boletim é um pequeno programa informativo de cinco minutos de duração, distribuído ao longo da programação e apresentando notas, flashes, reportagens e pequenas entrevistas.

A reportagem é a narrativa mais completa do acontecimento, oportunidade para se divulgar o maior número possível de versões, vozes. A entrevista é uma das principais fontes de coletas da informação e está presente em todos os gêneros. O comentário é uma opinião sobre um fato, exige conhecimento especializado. O editorial é o posicionamento da emissora sobre um determinado acontecimento.

A crônica conta uma história de forma diferente, geralmente da atualidade, o texto transita entre as fronteiras do jornalismo e da literatura. O radiojornal é o jornal falado da uma emissora de rádio, produto mais nobre que congrega vários formatos e dura meia hora. O documentário jornalístico é uma abordagem mais profunda sobre um fato, produzido a partir de uma minuciosa pesquisa.

O debate é um espaço de discussão coletivo sobre um ou mais temas no qual os participantes apresentam idéias diferenciadas. No programa policial há uma cobertura de acontecimentos na área policial por meio de flashes, reportagens, entrevistas e comentários. No programa esportivo existe a cobertura dos eventos esportivos. Na divulgação tecnocientífica, o rádio cumpre sua função de divulgar e informar os ouvintes sobre o campo da ciência.

Enquanto isso, o gênero educativo-cultural é o formato mais importante da programação por meio do qual o rádio se propõe a elevar o nível de consciência e estimular a reflexão. É o mais acionado na programação das emissoras dos países desenvolvidos. No Brasil, foi utilizado intensamente na fase inicial do rádio pelo professor Roquete Pinto como elemento educacional. Nele, existem os seguintes subgrupos: programa instrucional, audiobiografia, documentário educativo-cultural e programa temático.

Já o gênero de entretenimento desperta crescente interesse pelo seu caráter diversional, pois pretende conquistar a audiência explorando a riqueza do universo da linguagem do rádio, podendo ir do real à ficção. Ele tem a capacidade de incorporar outros gêneros radiofônicos. Segundo Barbosa Filho, nesse gênero se pode encontrar os seguintes subgêneros: o programa musical, a programação musical, o programa ficcional, o programete artístico, o evento artístico e o programa interativo.

O gênero publicitário utiliza o espaço radiofônico para a divulgação ou a venda de

produtos e serviços. Nele, estão os subgêneros: spot, jingle, testemunhal e peça de promoção. Já no gênero propagandístico, o rádio propaga ideias, crenças, princípios e doutrinas. Nele, o autor identificou a peça radiofônica de ação pública (governamental), o programa eleitoral e o programa religioso.

No gênero de serviço, o subgênero informativo se distingue dos subgêneros do jornalismo pelo seu caráter de “transitividade”, por meio do qual se veicula notícias sobre trânsito, tempo e anúncios de utilidade pública. Ou seja, ele provoca uma reação imediata do ouvinte. Esse formato ganha cada vez mais espaço nas programações e pode ter as seguintes classificações: as notas de utilidade pública, o programete de serviço e o programa de serviço. O gênero especial é um formato híbrido que apresenta características de vários modelos detalhados por Barbosa Filho. É um gênero multifuncional que se divide em peça infantil e programa de variedades.

Após explicar a categorização dos gêneros radiofônicos com base em Barbosa Filho, mostraremos como produzimos um programa cultural tomando como suporte gêneros jornalísticos radiofônicos, como a reportagem, a nota e a entrevista. Por meio deles, apresentaremos as manifestações artísticas e as pessoas que fazem e acontecem no campo cultural de Toritama. Antes, porém, identificamos os gêneros radiofônicos que são mais utilizados hoje nas rádios comunitárias localizadas naquela cidade, tomando como base os já categorizados por Barbosa Filho.

A partir dessas referências, fizemos um mapeamento das grades de programações e sinalizamos como o nosso programa cultural poderia ser inserido nas atuais grades das emissoras locais. Esse mesmo programa será feito para uma rádio comunitária convencional, colocando como exemplo as grades das próprias emissoras analisadas, e uma rádio que, no futuro, pretendemos criar, via podcast, na web. Barbosa Filho (2003) não considerou as influências que a internet passou a exercer nas narrativas radiofônicas, quando fez o seu estudo. Este TCC, porém, irá considerar a possibilidade de criar outras estratégias comunicativas com os ouvintes, que podem ir para além das identificadas por ele no seu mapeamento sobre os gêneros radiofônicos tradicionais, uma vez que iremos colocar os podcasts do programas cultural que iremos criar na web.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para ter acesso às grades das programações e aos gêneros radiofônicos das rádios de Toritama mesclou as estratégias que fazem parte dos tipos de pesquisas quantitativas e qualitativas. Com base neles, elaboramos o programa cultural proposto por este TCC: Cultura Viva. Inicialmente, dentro de uma amostra intencional, aplicamos questionários⁵ semiabertos com perguntas fechadas e abertas sobre as emissoras, abordando da origem da criação delas às formas de interação com os ouvintes. O questionário apresentou 51 perguntas, respondidas em um tempo médio de 1 hora e meia em cada veículo. Nos dois veículos, essa fase foi concluída em 5 dias com visitas às sedes das rádios.

Em paralelo ao processo de aplicação dos questionários, cumprimos a etapa de acompanhamento das programações das duas rádios inscritas no Ministério das Comunicações. Para realizarmos um mapeamento das programações, fizemos a escuta das rádios durante sete dias. Neles, identificamos como as grades são produzidas em uma programação que se inicia às 5h às 00:00 horas, dividindo as estratégias de fidelização da audiência com foco nos horários mais fortes de uma emissora tradicional: os da manhã e da noite. As programações das emissoras Líder FM e Toritama FM serão detalhadas no próximo tópico deste trabalho.

Dentro desse arquétipo de informações coletadas, procuramos traçar os perfis dos veículos radiofônicos de Toritama, autorizados a funcionar como comunitários. Neles, dados importantes que envolvem as características gerais dos indivíduos que atuam nas emissoras, observando as variáveis como sexo, idade, classe social e nível de escolaridade, mas também religião, renda individual e familiar, profissão e moradia. Além disso, tratamos de conhecer melhor as formas como essas rádios interagem com seus ouvintes, levando em consideração o novo ambiente da comunicação que mudou em função de uma sociedade que, está cada vez mais, conectada por meio da internet e das redes sociais.

Depois, para aprofundar as informações dos questionários semiabertos e das escutas radiofônicas, realizamos entrevistas em profundidade com diretores, produtores e comunicadores das emissoras locais para detalhar os dados levantados pelos questionários semiestruturados. Elas fazem parte da etapa da pesquisa qualitativa. As entrevistas em profundidade são estudadas a partir dos trabalhos desenvolvidos por Queiroz (1991), Bauer e Gaskel (2002) e Duarte (2005), que nos ajudaram a entender como o problema levantado por este estudo pode ser trabalhado por essa técnica de entrevista.

⁵ O modelo do questionário está colocado como material em anexo a este projeto.

As entrevistas em profundidade são classificadas por suas características: abertas, semiabertas e fechadas. O modelo semiaberto foi o escolhido por se caracterizar mais aberto quanto à possibilidade de o assunto ser abordado o máximo possível, sempre utilizando um roteiro-base a fim de garantir o foco da pesquisa. Após o preenchimento do questionário, serão observados os fatores que influenciam tanto a manutenção quanto a mudança dos gêneros executados pelas rádios de Toritama. Isso não criou nenhuma dificuldade que pudesse impedir certa flexibilidade, à medida que conversam, os entrevistados já trazem novos tópicos de conexão com o tema, oferecendo novas possibilidades de investigação.

Quanto ao material coletado nas entrevistas em profundidade, serão documentados através de questionários, cadernos de anotações e gravadores. Queiroz (1991) diz que, ao utilizar o gravador como forma de captação do real, valorizamos o relato oral. O material gravado assegura uma maior conservação quanto à legitimidade do momento da entrevista, dando uma maior veracidade a emoções como entonação da voz e pausas, detalhes esses que não eram possíveis quando a entrevista era registrada com apenas a transcrição imediata para o papel.

No entrecruzamento do material coletado no questionário semiaberto, nas escutas e nas entrevistas em profundidade, pudemos identificar os gêneros radiofônicos que mais são usados, baseando-se nos primeiros formatos e nos que são mais novos, que se transformam a partir do cenário que está levando o rádio para novos enquadramentos. Com esse trabalho de pesquisa, os dados coletados não são apenas identificados, mas, sobretudo, interpretados e reconstruídos dentro de uma perspectiva crítica. Consolidando esse material, a ideia é produzir perfis de cada rádio estudada, sempre destacando histórias, os gêneros e as grades de programação, assim como as estratégias de interação das próprias emissoras com seus ouvintes.

Depois, com base no resultado da pesquisa realizada, identificamos como o nosso programa Cultura Viva pode ser inserido nessas grades. O objetivo é apresentar um produto com conteúdo inovador e criativo para dar visibilidade às manifestações culturais e às pessoas que fazem arte e influenciam culturalmente a sociedade de Toritama.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA: OS PERFIS DAS RÁDIOS DE TORITAMA E O PROGRAMA CULTURA VIVA

Durante as visitas às rádios comunitárias Associação Joaquim Mariano da Costa e Associação de Radiodifusão Professor Falcão, os atuais diretores dos veículos responderam ao questionário semi aberto, estruturado com 51 perguntas, aplicados entre os dias 15 e 19 de outubro de 2018. As respostas foram gravadas para que o registro fosse feito, neste TCC, com mais fidelidade ao que foi dito pelos comunicadores. Com base nas respostas, elaboramos os perfis e as grades das emissoras que funcionam em Toritama. E, a partir dessas grades, buscamos posicionar o objeto da pesquisa e responder à pergunta central deste TCC: Qual o programa que uma rádio comunitária em Toritama deve apresentar para que possa dar espaço às expressões da cultura local?

A primeira rádio que abriu sua agenda para a execução da entrevista foi a Associação Joaquim Mariano da Costa, que atende pelo nome fantasia “Toritama FM”. A entrevista teve a duração de uma hora e meia. O atual diretor Jonhny Filho informou que a principal audiência da emissora é formada pela classe C, moradores de Toritama e redondezas que ganham até três salários mínimos. Ou seja, grupo de pessoas das camadas mais populares.

A Toritama FM é conhecida pelo slogan: “a mais ouvida do seu rádio”. Funciona na faixa FM e no sistema operacional analógico. Está na internet por meio de um site, acessado pelo link: radiotoritamafm.com.br. Com ele, retransmite a programação da rádio na internet, sem trazer para o internauta nenhum produto diferenciado utilizando os recursos digitais. Em relação às redes sociais, possui perfil no Facebook: Toritama FM. Tinha um canal no Youtube, que foi desativado. A mediação via WhatsApp é feita pelos contatos dos comunicadores dos respectivos horários dos programas. Com essa ferramenta, promove muitos engajamentos dos ouvintes com a programação da emissora.

A grade de programação é direcionada para todos os públicos. Em relação às preferências da audiência, a rádio já fez pesquisa sobre isso no passado. Hoje, porém, não tem dados precisos sobre o tema. A propaganda é feita como apoio cultural, como a legislação determina para as rádios comunitárias, e é veiculada a cada hora. Os principais anunciantes são supermercados, armazéns, lojas de tecidos e de óticas.

Desde a inauguração em 2003, a programação pouco mudou. Quase a metade dela é musical, boa parte destinada ao público evangélico. A outra metade da grade é ocupada por notícias sobre a cidade e o mundo. Os comunicadores de maior destaque são Evandro Lins, Paulo Sobral e Téia Nascimento. Nenhum tem formação superior em jornalismo,

radialismo ou comunicação. Sobre os profissionais que trabalham na emissora, 70% são homens e 30% são mulheres. Desse grupo, 80% são brancos, 10% pardos, 10% amarelos e apenas um se declarou negro.

Atualmente, a rádio opera 24 horas por dia, sendo que a grade de programação é replicada de segunda à sexta com os mesmos quadros. A programação começa com músicas que tocam em formato aleatório. Os programas ao vivo iniciam às 5h com um programa de forró regional. Às 6h, entra um programa policial. Nele, há espaço para as informações locais com o locutor Téia Nascimento. Elas, contudo, estão direcionadas aos casos de violência da cidade.

Às 7h, a rádio abre a grade para a programação evangélica, produzida pela Igreja Batista. Às 8h, entra outro programa evangélico com a direção da Igreja Assembleia de Deus. Às 9h, começa um programa jornalístico com entrevistas, notícias e debates. Esse, segundo o diretor, é o horário de maior audiência da emissora. A população pode interagir por meio do WhatsApp, telefone fixo e comparecendo aos estúdios da própria rádio. No caso de ir presencialmente, o ouvinte precisa marcar horário para poder falar, já que o programa tem microfone aberto para a participação do público. Os locutores responsáveis são Paulo Sobral e Evandro Lins.

Às 12h, é executado um programa sobre esportes. Às 13h, entra na grade outro programa evangélico sob a responsabilidade da Casa da Bênção. Às 14h, a Assembleia de Deus volta e assume o horário até às 18h, quando entra outro ramo do campo evangélico neopentecostal: a Vale da Bênção. A programação focada no público evangélico vai até às 20h, quando começa a fase musical da rádio. Ela é interrompida às 23h, para a mensagem de encerramento da programação da emissora, que é direcionada para audiência evangélica. Ao longo da programação, a única retransmissão executada e a obrigatória, a da Voz do Brasil. No quadro abaixo, podemos ter uma síntese da grade da emissora, que se repete de segunda-feira à sexta-feira, das 05h às 23h.

TORITAMA FM

Hora	Segunda à Sexta	Sábado	Domingo
05h	Forró Regional	Sala de Reboco	Vale a Pena Ouvir de Novo

06h	Programa Policial	Programa Tora 104	Show de Domingo
07h	Programa Evangélico	Programa Evangélico	
09h	Programa Jornalístico		
10h		Puxe o Fole	
12h	Programa Esportivo	Programa Evangélico	Programa Evangélico
13h	Programa Evangélico		
14h		Frequência Máxima	Show de Domingo
18h		Os melhores da Semana	
20h	Programa Musical		
23h	Mensagem Final		

Fonte: Elaboração própria

Depois de apresentar a grade de programação da Associação Joaquim Mariano da Costa, que atende pelo nome fantasia “Toritama Fm”, iremos mostrar agora a organização da grade dos programas que preenchem os horários da segunda rádio que opera em Toritama: a Associação de Radiodifusão Professor Falcão, que adota o nome fantasia de “Líder FM” e tem o slogan: “a líder do seu rádio”. Ela opera na faixa FM com o sistema operacional analógico. Os principais locutores são Nal do Forró, Wendel Galdino, Jessé Santos, Maviael Santos, João Henrique e Niedson Lopes. Nenhum deles tem formação superior em jornalismo, radialismo ou comunicação. Os homens ocupam 100% da programação. Não há mulher trabalhando no veículo. Quase todos os comunicadores são brancos, apenas um locutor afirma que é negro.

Está na internet com um site, que pode ser acessado pelo link: falcaoliderfm.com.br. Por meio do site, transmitem a programação, sem usar a potencialidade da internet, apenas reproduz a programação da rádio. Em relação às redes sociais, possui perfil apenas no Facebook: Rádio Líder FM. A mediação via Whatsapp é feita por meio dos números dos celulares dos próprios comunicadores que coordenam os programas. Não há um Whatsapp exclusivo da rádio, mas é, por meio dele, que a audiência mais interage com os locutores. O comercial é elaborado como apoio cultural e veiculado a cada 30 minutos. Os principais anunciantes são supermercados, armazéns, lojas de tecidos e de óticas.

O atual diretor da emissora, Alberto Galdino, informou que, no ano de 1999, o município não tinha uma rádio comunitária. Assim, a Líder FM chegou na cidade para suprir a necessidade que o povo tinha de receber notícias da comunidade. De acordo com Galdino, a Líder FM tem seu trabalho reconhecido pelos ouvintes, pois a associação atende as expectativas da audiência por retransmitir as missas locais, as reuniões na Câmara Municipal de Vereadores e dar visibilidade aos atos realizados pelos Poderes Executivo e Judiciário que atuam na cidade. O diretor explicou que a emissora busca contemplar toda a comunidade local, promovendo um diálogo aberto com os mais diversos segmentos, sem fazer discriminação de raça ou religião.

A rádio opera 19 horas por dia. Só fica fora do ar durante o período da madrugada. Sobre a grade de programação, 50% é direcionada a programas musicais. Os outros 50%, para notícias. A rádio entra no ar às 5h com o programa “Desperta Toritama”, comandado pelo comunicador Nal do Forró. Nele, a principal atração é o forró regional. O programa está em operação há mais de 11 anos. Uma hora depois começa o programa policial da rádio. Às 7h, a Igreja Adventista do Sétimo dia participa da grade com suas atrações. Às 8h, entra o programa musical Show de Sucessos. Duas horas depois chega à vez do Programa Tribuna do Povo, liderado pelos locutores Wendel Galdino e Jessé Santos, que está no ar há mais de 11 anos. O material jornalístico é produzido a partir do que está sendo debatido em outras plataformas.

Ao meio-dia, a Líder FM coloca no ar um programa destinado às canções da MPB. Às 14h, o *programa Show da Tarde* se inicia, repetindo uma tradição de mais de 11 anos. Às 16h, a grade abre espaço para um programa religioso, organizado pela Igreja Católica. Às 20h, o Programa *Noite Alegre* começa com a coordenação do locutor Maviael Santos. Os ouvintes participam por meio do telefone do comunicador, que fica disponível para a mediação entre a rádio e a audiência. Às 22h, volta a programação musical. Como também ocorre com a Toritama FM, a Líder FM retransmite apenas a *Voz do Brasil*, cadeia obrigatória de rádio realizada sob o comando do Governo Federal. Um resumo da grade da emissora pode ser apresentado no quadro abaixo, que se repete de segunda-feira à sexta-feira, das 05h às 22h.

LIDER FM

Hora	Segunda à Sexta	Sábado	Domingo
05h	Despertar Toritama		Programa Musical

06h	Programa Policial	Ponteado da Viola	
07h	Programa Evangélico	Programa da Família	
08h	Programa Musical		
09h	Tribuna do Povo	Sucessos de Verão	
10h		Minha Manhã com Você	Domingo Total
12h	Programa MPB	Sabadão com Pedro Augusto	
13h		Especial com Amado Batista	
14h	Show da Tarde	Show do Brega	Programa Musical
16h	Programa Católico	Sábado Total	
19h		Especial	
20h	Noite Alegre		
22h	Programa Musical	Noite Pentecostal	22h

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar as grades das programações das duas rádios comunitárias, que estão em funcionamento em Toritama, percebe-se que não há nenhum programa voltado para o campo cultural, apesar de a cidade ser um polo na produção cultural. As grades das duas emissoras em atividade destinam a maior parte das programações com conteúdo evangélico e musical, sem focar na música produzida por artistas da terra. Entre as atividades socioculturais desenvolvidas no município, há um famoso festival de teatro vanguardista, que há 27 anos acontece na cidade, assim como ações nas áreas de cinema e moda, temas dos dois primeiros episódios do programa piloto que apresentamos neste TCC. O programa

Cultura Viva, todavia, dará visibilidade a outras práticas que envolvem o consumo de bens culturais, focando principalmente na moda, arte, cinema, teatro, música e gastronomia.

Neste Trabalho de Conclusão de Curso, elaboramos o projeto Cultura Viva, que tem como slogan: um programa que faz toda a diferença. Ele foi produzido em dois episódios, que serão veiculados semanalmente. O tempo de duração de cada episódio é de 30 minutos. Ele é dividido em três blocos com notas, reportagens e entrevistas. As notas trazem informações que irão contextualizar o tema trabalhado. No primeiro, cinema. No segundo, moda. As reportagens aprofundam aspectos interessantes sobre os dois temas, trazendo personagens que marcam a história cultural de Toritama.

Na parte das entrevistas, o programa contará sempre com uma participação especial de pessoas que conhecem, de forma detalhada, os campos do cinema e da moda, respectivamente. Nas entrevistas, podemos ainda dar voz aos especialistas para que eles possam passar ainda mais conhecimento aos ouvintes.

A proposta do projeto é produzir programas temáticos que abarquem os diversos assuntos relacionados à cultura. Para este TCC, no entanto, produzimos dois episódios do programa, como pilotos que devem ser exibidos para as duas rádios de Toritama no sentido de buscar espaço nas grades das programações.

Para produzir os dois primeiros episódios pilotos do programa, fomos às ruas conversar com os toritamenses sobre momentos importantes da história da cidade e sobre pessoas marcantes, que ficaram e que ainda continuam vivas e guardadas na cultura da cidade. Logo nos primeiros relatos, encontramos a história do cinema de seu Zé Aurélio, que fez história entre os toritamenses. Quando o assunto trazia lembranças, as pessoas ficavam nostálgicas, recordavam de um ex-namorado, de uma época da infância, de um momento na adolescência e até de uma passagem na vida adulta.

Observamos todas as colocações feitas nas conversas, registrando tudo no papel, sem a gravação em dispositivo digital para deixar todos mais à vontade. Entrecruzamos as informações e vimos que o Cinema de seu Zé Aurélio estava sempre sendo citado. Buscamos então conversar com seu Zé sobre a história do seu cinema, o *Cine Aurélio*. Fizemos com ele uma reportagem, um dos gêneros radiofônicos trabalhados no programa proposto neste trabalho, chamado Cultura Viva.

Nas mesmas conversas, pudemos perceber outras histórias que nos deram também vários nortes, outras possibilidades de acolhimento dos gêneros escolhidos e necessários para a construção dos quadros do programa. Algumas histórias nos levaram a Vanderson Barone,

o primeiro cineasta de ficção da história de Toritama. Ao ouvirmos o relato, como ele conseguiu fazer os filmes e quais eram as suas fantasias quando construiu o filme Indiana Jones, que se transformou em Barone Jones, fizemos a entrevista do primeiro episódio do programa.

Achamos necessário colocar na grade do programa, um quadro com algumas curiosidades sobre o tema trabalhado, escrito para o gênero notas. Dessa forma, tentamos dar mais visibilidade a tantas informações coletadas na pesquisa de campo. Outro ponto importante é dar voz à população. Pensando nesse tema, fomos às ruas com o microfone aberto para que as pessoas fizessem as suas perguntas sobre os temas abordados nos programas. No primeiro episódio, procuramos o especialista em cinema João Victor Soares, criador da página Cinefilia, para responder às inquietações dos toritamenses. O quadro se chama Na Boca do Povo.

Para o segundo programa, procuramos personagens que pudessem falar sobre moda. Foi nessa busca que percebemos que as pessoas de Toritama confundiam moda com vestuário de moda. Por isso, conversamos com a professora do curso de Design, do Centro Acadêmico do Agreste, Geni Pereira. Ela falou para o quadro Curiosidades, explicando A história da moda: do surgimento à moda feita no Agreste.

Para a reportagem, procuramos tratar do sistema de produção do polo de moda do Agreste, composto pelas cidades de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. Estudando o modo de produção de Toritama em específico, percebemos que se trata de uma alta reprodução de um mesmo artigo: o jeans. Buscamos linkar esse contexto com os trabalhos feitos no curso de Design no campo da ciência e da tecnologia. Assim, convidamos a professora de Design e Comunicação Teresa Lopes para falar no programa. Para explicar a importância do design na produção do jeans de uma empresa, convidamos o criador da empresa *Rota do Mar*, Arnaldo Xavier, que tem uma marca conhecida no mundo todo. Também participou do segundo episódio a empreendedora Agda Alves, criadora da marca Margarida Bolsas.

No quadro entrevista, convidamos Juliana Nunes, graduada em Design para analisar os mercados local, nacional e internacional. Para finalizar o segundo episódio do programa, com o quadro Na Boca do Povo, a designer Íris Fideliz responder as perguntas feitas pelas pessoas nas ruas sobre moda. A seguir, exibiremos os roteiros e os scripts de cada um desses dois episódios do programa, que estão com as gravações anexadas ao material impresso. Abaixo, o roteiro geral da grade formatada, que orientou os scripts de cada episódio produzido.

a. ROTEIRO / GRADE DO PROGRAMA CULTURA VIVA

Roteiro programa 1 – cinema

- i. Vinheta de abertura;
- ii. Âncora se apresenta;
- iii. Âncora apresenta a proposta do programa;
- iv. Bloco 1 – (curiosidades sobre cinema e reportagem);
- v. Bloco 2 – (panorama de informações sobre cinema em pernambuco);
- vi. Bloco 3 – (entrevista e na boca do povo);
- vii. Âncora encerra o programa;
- viii. Vinheta de encerramento.

Roteiro programa 2 – moda

- 1) Vinheta de abertura;
- 2) Âncora se apresenta;
- 3) Âncora apresenta a proposta do programa;
- 4) Bloco 1 – (Historia da moda no quadro curiosidades);
- 5) Bloco 2 – (entrevista);
- 6) Bloco 3 – (reportagem e na boca do povo);
- 7) Âncora encerra o programa;
- 8) Vinheta de encerramento.

b. SCRIPTS DOS PROGRAMAS

SCRIPT DO PROGRAMA PILOTO – EPISÓDIO 1: CINEMA

SONOPLASTIA	LOCUTORES
<p>TÉC: VINHETA ABREVIADA – EXPLODE E VAI À BG.</p> <p>TÉC: VINHETA – EXPLODE E VAI À BG</p>	<p>LOC 5: CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>LOC 1: /MODA/</p> <p>LOC 2: CINEMA/</p> <p>LOC 3: MUSICA/</p>

<p>TEC: TRILHA EXPLODE E VAI À BG</p>	<p>LOC 4: ARTES/ LOC 5: CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>ÂNCORA: O CULTURA VIVA / UM PROGRAMA QUE DÁ VISIBILIDADE ÀS DIVERSAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DE TORITAMA/ CIDADE QUE FICA NA REGIÃO AGRESTE DO ESTADO DE PERNAMBUCO//</p> <p>ÂNCORA: UM PROGRAMA FEITO POR GENTE DA</p>
--	---

<p>TÉC: VINHETA ABREVIADA - EXPLODE E VAI À BG.</p> <p>TEC: TRILHA SOBE E VAI A BG.</p>	<p>TERRA/ ÂNCORA: ESTE PROGRAMA FAZ PARTE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/ DO CENTRO ACADEMICO DO AGRESTE/ CAMPUS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO EM CARUARU//</p> <p>CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>ÂNCORA: MEU NOME É VALDERIZA PEREIRA E A PARTIR DESTA PRIMEIRA EDIÇÃO DO PROGRAMA CULTURA VIVA/ ESTAREI COM VOCÊS UMA VEZ POR SEMANA AQUI/ NA RÁDIO CORDEL//</p> <p>ÂNCORA: O PROGRAMA CULTURA VIVA ENTRA NO AR TODAS AS SEXTAS-FEIRAS/ SEMPRE ÀS OITO DA MANHA/ COM MEIA HORA DE PROGRAMAÇÃO//</p> <p>ÂNCORA: NO CULTURA VIVA/ VAMOS TRAZER PARA VOCÊS INFORMAÇÃO COM RESPONSABILIDADE/ ENTREVISTAS/ ENTRETENIMENTO/ CURIOSIDADES E MUITO MAIS//</p> <p>ÂNCORA: O PROGRAMA CULTURA VIVA ENTRA NO AR TODAS AS SEXTAS-FEIRAS/ SEMPRE ÀS OITO DA MANHÃ/ COM MEIA HORA DE PROGRAMAÇÃO//</p>
---	---

	<p>ÂNCORA: QUEM NÃO ESTÁ SINTONIZADO NO RÁDIO/ PODE NOS OUVIR TAMBÉM PELA INTERNET// SINTONIZA AI NA RÁDIO CORDEL PELO LINK: CORDEL RÁDIO PONTO WIX SITE PONTO COM BARRA WEB SITE///</p> <p>ÂNCORA: VOCÊS PODEM PARTICIPAR DO PROGRAMA MANDANDO MENSAGENS PELO NOSSO INSTAGRAM: ARROUBA PROGRAMA CULTURA VIVA// TAMBÉM PODEM ENTRAR EM CONTATO PELO ZAP/ ANOTA AÍ: OITO UM/ NOVE/NOVE/SEIS/OITO/CINCO/DIZESSETE/ QUANTRO / CINCO//</p>
<p>TEC: VINHETA ABREVIADA EXPLODE, VAI À BG.</p> <p>TEC: TRILHA SOBE E VAI À BG.</p>	<p>ÂNCORA: EM CADA EDIÇÃO DO CULTURA VIVA/ ABORDAREMOS UM TEMA IMPORTANTE NO CAMPO CULTURAL/ NO PROGRAMA DE HOJE/ FALAREMOS SOBRE CINEMA///</p> <p>CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>ÂNCORA: NESTE PRIMEIRO BLOCO DO PROGRAMA/ VAMOS SABER MAIS SOBRE O CINEMA EM TORITAMA?// E VAMOS REVELAR ALGUMAS CURIOSIDADES// O CINEASTA LUIZ BAHIA ABRIU UM CINEMA NA CIDADE EM 1955/ PORÉM ELE NÃO FOI O PRIMEIRO/ JÁ EXISTIA OUTRO CINEMA/ MAS ESSA INFORMAÇÃO NÃO FOI PRESERVADA NA MEMÓRIA DO POVO//</p> <p>ANCORA: NO ANO DE 1964/ DOIS CINEMAS FUNCIONAVAM SIMULTANEAMENTE AQUI EM TORITAMA: O DE LUIZ BAHIA E O DE SEU FILHO// NA ÉPOCA/ A TELEVISÃO NÃO ERA UM APARELHO DOMÉSTICO COMUM NA CIDADE// O CINEMA ERA A ÚNICA DIVERSÃO//</p> <p>ÂNCORA: O PRIMEIRO CURTA METRAGEM DE FICÇÃO/ FILAMDO NO AGRESTE/ FOI BARONE JONES// NA ÉPOCA FICOU GUARDADO POR UM ANO// ISSO TUDO PORQUE NÃO HAVIA UM SISTEMA DE EDIÇÃO NA REGIÃO//</p>

	<p>ÂNCORA: ANTIGAMENTE/ QUANDO OS FILMES ERAM EXIBIDOS/ OS DONOS DOS CINEMAS OFERECIAM SÉRIES GRATUITAS/ RODADAS ANTES DOS FILMES PRINCIPAIS//</p> <p>ÂNCORA: ESSA SÉRIES MOSTRAVAM CENAS DO FILME QUE SERIA EXIBIDO NA SEMANA SEGUINTE// ISSO OCORRIA TODAS AS QUARTAS-FEIRAS// PARA TENTAR GARANTIR QUE AS PESSOAS VOLTASSEM PARA VER O PRÓXIMO FILME//</p> <p>ÂNCORA: TORITAMA TAMBÉM JÁ TEVE UM PROGRAMA DE RÁDIO TEMÁTICO/ FEITO ESPECIALMENTE PARA MOSTRAR AS TRILHAS DE FILMES FAMOSOS/ VOCÊ SABIA?// ISSO FOI EM</p>
<p>TEC: TRILHA DISSOLVE E SOLTA REPORTAGEM.</p> <p>DURAÇÃO: 5'82"</p> <p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p>	<p>2003/ NA ANTIGA INTERATIVA F-M// O PROGRAMA ERA PRODUZIDO POR VANDERSON BARONA/ O MESMO PRODUTOR DE BARONE JONES//</p> <p>ÂNCORA: ACOMPANHE AGORA A REPORTAGEM DE ERIK DENNER COM JOSÉ AURÉLIO DA SILVA/ MAIS CONHECIDO COMO SEU ZÉ/ PROPRIETÁRIO DO CINE AURÉLIO/ FUNDADO EM 1986// ELE É UM VISIONÁRIO/ UM APAIXONADO PELA SÉTIMA ARTE// É UMA LENDA VIVA DA HISTÓRIA DO CINEMA EM TORITAMA// CONFERE AI//</p> <p>REPORTER: NASCIDO EM TORITAMA EM 1945/ SEU ZÉ AURÉLIO/ COMO É MAIS CONHECIDO/ TEVE O PRIMEIRO CONTATO COM O CINEMA/ A GRANDE PAIXÃO DELE/ QUANDO TINHA SETE ANOS DE IDADE// ISSO OCORREU NO ANO DE 1955/ NO ANTIGO CINEMA DE LUIZ BAHIA/ O ÚNICO LUGAR PARA A SÉTIMA ARTE QUE TORITAMA TINHA NAQUELA ÉPOCA/ OS OLHOS DELE PUDEAM VER O PRIMEIRO FILME/ O ÉBRIO// NESSA ÉPOCA/ POR INSISTÊNCIA DELE/ CONVENCEU O DONO DO CINEMA A ABRIR UMA VAGA PARA ELE NA BILHETERIA//</p>

DEIXA INICIAL: "NESSA ÉPOCA/ O DONO DO CINEMA..."

DEIXA FINAL: "...AI EU FICAVA LÁ MAI ELE AJUDANDO".

TEC: SOLTA ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "EU ESTAVA TRABALHANDO NA CASA DE..."

ENTREVISTA DE ZÉ AURÉLIO/

REPÓRTER: DESDE AQUELA ÉPOCA/ SEU ZÉ JÁ HAVIA ESCOLHIDO QUE O CINEMA SERIA A GRANDE PAIXÃO DA VIDA DELE// MAS FOI COM O OFÍCIO DE PEDREIRO QUE APRENDEU A GANHAR O PÃO DE CADA DIA// MESMO EXERCENDO UM TRABALHO TÃO DURO/ NUNCA SE AFASTOU DO GRANDE SONHO: TER SEU PRÓPRIO CINEMA// FOI EM 1982 QUE ELE REALIZOU ESSE PROJETO//

DEIXA FINAL: "...E EU DISSE QUE COMPRAVA"

TEC: SOLTA ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "AS BANCAS ERAM TUDO..."

DEIXA FINAL: "...A NOSSA DIVERSÃO ERA ESSE CINEMA".

ENTREVISTA DE ZÉ AURÉLIO

REPÓRTER: DESDE ENTÃO/ O CINE AURÉLIO/ DE SEU ZÉ AURÉLIO/ ESTEVE PRESENTE NA MEMÓRIA AFETIVA DA POPULAÇÃO DE TORITAMA// QUANDO COMEÇOU A CASA LOTAVA TODOS OS DIAS// FILMES COMO TARZAN/ FAROESTE E MAZAROPI FIZERAM O SUCESSO DO CINEMA// DONA ANGELINA CABRAL ERA FREQUENTADORA ASSÍDUA DO LOCAL/ ELA FALA SOBRE ESSE MOMENTO//

ENTREVISTA DE D. ANGELINA

TEC: SOLTA
ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "PRA
EU COMPRAR AQUI..."

DEIXA FINAL: "...
FIZ A CASA DE MORADA
E FIZ O CINEMA".

REPÓRTER: DONA ANGELINA CONTOU COMO O
CINEMA DE SEU ZÉ MARCOU A VIDA DELA// MAS
COM A CHEGADA DA TELEVISÃO NAS CASAS DOS
MORADORES/ O NEGÓCIO FOI ENFRAQUECENDO//
MESMO ASSIM/ SEU ZÉ NUNCA DEIXOU O
DESÂNIMO LHE ABATER/ FOI QUANDO COMEÇOU A
PROCURAR UM TERRENO PARA CONSTRUIR O
CINEMA E TENTAR FUGIR DO ALUGUEL//

ENTREVISTA DE SEU ZÉ

REPÓRTER: HOJE O CINEMA AURÉLIO/ DE SEU ZÉ
AURÉLIO/ FUNCIONA EM CASA PRÓPRIA/ QUE
FICA NA RUA JOÃO PEREIRA TABOSA NÚMERO
28// HÁ 43 ANOS/ SEU ZÉ CONTINUA FAZENDO
CRESCER A ALEGRIA E O SONHO DA SOCIEDADE
TORITAMENSE// O CINEMA DE SEU ZÉ FAZ PARTE
DA CULTURA VIVA DE TORITAMA//

TEC: TRILHA EXPLODE
E VAI À BG.

TEC: VINHETA
ABREVIADA EXPLODE E
VAI À BG.

TEC: DURAÇÃO 10:38

ÂNCORA: DEPOIS DESSA REPORTAGEM/ VOCÊ
SOUBE UM POUCO MAIS SOBRE O CINEMA QUE
PRODUZIMOS NO AGRESTE E O AMOR DE SEU ZÉ
PELA SÉTIMA ARTE//

CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA
DIFERENÇA//

ÂNCORA: NESTE PRIMEIRO BLOCO/ VOCÊ
CONHECEU ALGUMAS CURIOSIDADES SOBRE O
CINEMA DAQUI DE TORITAMA// VAMOS PARA UM
RÁPIDO INTERVALO E VOLTAMOS EM UM MINUTO//

FIM DO PRIMEIRO BLOCO

ÍNICIO DO SEGUNDO BLOCO

TEC: VINHETA
ABREVIADA E TRILHA
EXPLODE E VAI À BG.

TEC: TRILHA SOBE E
VAI À BG.

TEC: SOLTA
ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "ESSE
CICLO..." **DEIXA**

FINAL: "... O CINEMA
NACIONAL."

DURAÇÃO: 1:40

TEC: TRILHA EXPLODE
E VAI À BG.

CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA
DIFERENÇA//

ÂNCORA: VOLTAMOS AGORA COM O PROGRAMA
CULTURA VIVA// NESTE SEGUNDO BLOCO/ VAMOS
CONHECER O QUE ESTÁ SENDO FEITO NO CAMPO
DO CINEMA AQUI NO ESTADO E NO AGRESTE//

ÂNCORA: PERNAMBUCO SEMPRE FOI UM ESTADO
IMPORTANTE PARA O CAMPO DO CINEMA//
CINEASTAS E ATORES PERNAMBUCANOS ESTIVERAM
PRESENTES DESDE O INÍCIO DESSA HISTÓRIA//
UM BOM EXEMPLO FOI A PARTICIPAÇÃO DOS
PERNAMBUCANOS NO MOVIMENTO NACIONALISTA DO
SUPER OITO DE MIL NOCENTOS E SETENTA E
TRÊS// FALAMOS SOBRE ESSE TEMA COM A
PROFESSORA IOMANA ROCHA/ DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL/ DO CENTRO ACADÊMICO DO
AGRESTE/ O CAMPUS DA U-F-P-E QUE FICA EM
CARUARU// ELA FALA SOBRE O CICLO DO SUPER
OITO PARA OS PERNAMBUCANOS//

ENTREVISTA IOMANA ROCHA

ÂNCORA: DEPOIS DE NOS EXPLICAR COMO FOI A
CENA PERNAMBUCANA DENTRO DO CICLO DO SUPER

<p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "EU ACHO QUE O CINEMA..."</p> <p>DEIXA FINAL: "... VAMOS FALAR ASSIM".</p> <p>DURAÇÃO: 2:39</p> <p>TEC: TRILHA EXPLODE E VAI À BG.</p> <p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "ALÉM DA DIFUSÃO..."</p> <p>DEIXA FINAL: "... SENDO PRODUZIDO NO INTERIOR".</p> <p>DURAÇÃO: 00:53</p> <p>TEC: TRILHA EXPLODE E VAI A BG.</p>	<p>OITO/ IOMANA ROCHA FALA AGORA SOBRE A PARTICIPAÇÃO DA REGIÃO AGRESTE NO CAMPO CINEMATROGRÁFICO//</p> <p>ENTREVISTA IOMANA ROCHA</p> <p>ÂNCORA: ACABAMOS DE OUVIR UMA ENTREVISTA FEITA POR NOSSA PRODUÇÃO COM A PROFESSORA IOMANA ROCHA SOBRE A CENA DO CINEMA EM PERNAMBUCO E NO AGRESTE// OBRIGADA IOMANA POR SUA PARTICIPAÇÃO NO CULTURA VIVA//</p> <p>ÂNCORA: MUITOS FESTIVALS MARCAM ESSA PARTICIPAÇÃO MAIS ATIVA DO AGRESTE NO CAMPO DO CINEMA AQUI EM PERNAMBUCO// ENTRE ELES/ TEMOS O CURTA TAQUARY/ QUE JÁ ESTÁ EM SUA DÉCIMA SEGUNDA EDIÇÃO EM TAQUARITINGA DO NORTE/ CIDADE BEM PERTO AQUI DE TORITAMA// VAMOS OUVIR AGORA ALEXANDRE SOARES/ O IDEALIZADOR DO PROJETO// ELE EXPLICA QUE/ ALÉM DE EXIBIR OS FILMES/ O FESTIVAL OFERECE CURSOS DE FORMAÇÃO//</p> <p>ENTREVISTA ALEXANDRE SOARES/</p> <p>ÂNCORA: ALEXANDRE SOARES FALOU SOBRE A PRODUÇÃO DO CURTA TAQUARY E O ESTÍMULO À PROMOÇÃO DE CURSOS DE FORMAÇÃO NO FESTIVAL// AGORA VAMOS OUVIR OUTRO PRODUTOR/ EDVALDO SANTOS/ SOBRE O FESTIVAL DE CINEMA DE CARUARU/ QUE ESTÁ NA SUA</p>
---	---

<p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "COMEÇAMOS A INICIATIVA..."</p> <p>DEIXA FINAL: "...SETOR DO AUDIOVISUAL".</p> <p>DURAÇÃO: 1:42</p> <p>TEC: TRILHA EXPLODE E VAI À BG.</p> <p>TEC: VINHETA ABREVIADA EXPLODE E VAI À bg.</p> <p>TEC: TRILHA EXPLODE E VAI À BG.</p> <p>DURAÇÃO: 8:47</p> <p>TEC: VINHETA ABREVIADA E TRILHA EXPLODE E VAI À BG.</p>	<p>QUINTA EDIÇÃO//</p> <p>ENTREVISTA EDVALDO SANTOS</p> <p>ÂNCORA: ACABAMOS DE OUVIR A ENTREVISTA DE EDVALDO SANTOS SOBRE O FESTIVAL DE CINEMA DE CARUARU// COME É BOM TER PRODUTORES TÃO ENGAJADOS NO ESTÍMULO DA CENA DO CINEMA NO AGRESTE// NÃO É MESMO?//</p> <p>CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>ÂNCORA: MAS NÃO SÓ É EM CARUARU E EM TAQUARITINGA DO NORTE QUE TEMOS CINEMA// AQUI/ EM TORITAMA/ TAMBÉM TEMOS UMA HISTÓRIA EMOCIONANTE QUE LIGA A CIDADE À HISTORIA DA SÉTIMA ARTE// VAMOS FALAR SOBRE ISSO NO PRÓXIMO BLOCO/ LOGO APÓS O INTERVALO// SEGURA AÍ//</p> <p>FIM DO SEGUNDO BLOCO</p> <p>INÍCIO DO TERCEIRO BLOCO</p> <p>CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>ÂNCORA: ESTAMOS DE VOLTA// VOCÊ ESTÁ ACOMPANHANDO O PROGRAMA CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA// QUEM NÃO ESTÁ SINTONIZADO NO RÁDIO/ PODE NOS OUVIR TAMBÉM PELA INTERNET// SINTONIZA AI NA RÁDIO CORDEL EM: CORDEL RÁDIO/ PONTO WIX SITE/ PONTO COM/ BARRA WEBSITE//</p> <p>ÂNCORA: VOCÊS PODEM PARTICIPAR DO PROGRAMA MANDANDO MENSAGENS PELO NOSSO INSTAGRAM:</p>
---	---

<p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "BOM DIA VALDERIZA..."</p> <p>DEIXA FINAL: "...E TENTAR COLOCAR UM POUCO DE HUMOR ALÍ"</p> <p>DURAÇÃO: 00:67</p> <p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "ENTÃO O PRIMEIRO..."</p> <p>DEIXA FINAL: "... NÓS GANHAMOS TRÊS</p>	<p>ARROUBA PROGRAMA CULTURA VIVA// TAMBÉM PODEM ENTRAR EM CONTATO PELO ZAP/ ANOTA AI: OITO /UM/ NOVE/NOVE/SEIS/OITO/CINCO/DEZESSETE/QUATRO CINCO//</p> <p>ÂNCORA: VOCÊ ESTÁ OUVINDO O PROGRAMA CULTURA VIVA/ FEITO POR GENTE DA NOSSA TERRA//</p> <p>ÂNCORA: AGORA ESTAMOS AQUI NO ESTÚDIO COM VANDERSON BARONE/ O PRIMEIRO ROTEIRISTA DE CINEMA DA CIDADE// VANDERSON JÁ FILMOU TRÊS CURTAS METRAGENS AQUI NO AGRESTE// ENTRE ELES ESTÁ O FILME A ESTRADA/ QUE LEVOU TRÊS ESTATUETAS NAS CATEGORIAS: MELHOR ATRIZ/ MELHOR ROTEIRO E MELHOR DIREÇÃO DO FESTIVAL DE CINEMA CURTA TAQUARY//</p> <p>ÂNCORA: COMEÇAMOS AGORA NOSSA ENTREVISTA ESPECIAL// UM PROFISSIONAL E/ ACIMA DE TUDO/ AMANTE DO CINEMA ESTÁ COMIGO AQUI/ VANDERSON BARONE/ FALAREMOS SOBRE PRODUÇÃO/ E A PAIXÃO PELO CINEMA// VOU COMEÇAR LOGO PERGUNTANDO A VANDERSON// COMO FOI PARA VOCÊ CRIAR SEUS PRÓPRIOS FILMES E QUAIS DIFICULDADES VOCÊ ENFRENTOU?//</p> <p>FALA DE VANDERSON</p> <p>ÂNCORA: VOCÊ CHEGOU A GANHAR ALGUMA PREMIAÇÃO COM O FILME BARONE JONES?//</p> <p>FALA DE VANDERSON</p>
--	---

<p>PRÊMIOS”</p> <p>DURAÇÃO: 00:31</p> <p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p> <p>DEIXA INICIAL: “ENTÃO COMO EU DISSE...”</p> <p>DEIXA FINAL: “...ERA UMA FESTA”.</p> <p>DURAÇÃO: 00:53</p> <p>TEC: SOLTA ENTREVISTA</p> <p>DEIXA INICIAL: “É INTERESSANTE...”</p> <p>DEIXA FINAL: “... RELACIONADO A VÍDEO MESMO”.</p> <p>DURAÇÃO: 00:21</p>	<p>ÂNCORA: VANDERSON GOSTARIA QUE VOCÊ FALASSE TAMBÉM SOBRE O PROCESSO CRIATIVO// COMO FOI QUE VOCÊ CHEGOU NA IDEIA DE FAZER UM REMAKER DO FILME INDIANA JONES QUE NA VERSÃO AGRESTE VIROU BARONE JONES?//</p> <p>FALA DE VANDERSON</p> <p>ÂNCORA: VANDERSON PARA ENCERRAR NOSSA ENTREVISTA/ COMO VOCÊ VER ESSA INICIATIVA NO JOVEM TORITAMENSE SE HOJE?//</p> <p>FALA VANDERSON</p> <p>ÂNCORA: ENCERRAMOS AQUI NOSSA ENTREVISTA ESPECIAL SOBRE CINEMA EM TORITAMA E REGIÃO// GOSTARIA DE AGRADECER AO NOSSO ENTREVISTADO VANDERSON BARONE/ OBRIGADA VANDERSON POR SUA PARTICIPAÇÃO NO NOSSO PROGRAMA// É BOM SEMPRE LEMBRAR QUE A IMPORTÂNCIA DA NOSSA CULTURA ESTÁ EM SABERMOS MAIS SOBRE A HISTÓRIA E A IMPORTÂNCIA DELA NA CONSTRUÇÃO DOS SABERES//</p> <p>ÂNCORA: PROGRAMA CULTURA VIVA/ VALORIZANDO NOSSAS RAÍZES//</p>
---	---

<p>TEC: SOLTA PERGUNTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "MEU NOME É..."</p> <p>DEIXA FINAL: "... CAMINHO QUE ELE VAI TOMAR A PARTIR DISSO".</p> <p>DURAÇÃO: 00:20"</p> <p>TEC: SOLTA RESPOSTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "BOM A GENTE VAI..."</p> <p>DEIXA FINAL: "COMO UM TODO"</p> <p>DURAÇÃO: 1:27</p> <p>TEC: SOLTA PERGUNTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "OLÁ MEU NOME É..."</p> <p>DEIXA FINAL: "...UMA PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA".</p> <p>TEMPO: 00:12</p> <p>TEC: SOLTA RESPOSTA</p> <p>DEIXA INICIAL: "BOM OS DESAFIOS..."</p> <p>DEIXA FINAL: "...NÃO É BARATO PRODUTEC:</p>	<p>ÂNCORA: VOCÊ ESTÁ OUVINDO O PROGRAMA CULTURA VIVA/ FEITO POR GENTE DA NOSSA TERRA//</p> <p>ÂNCORA: E COMO NÃO PODERIA FALTAR/ VAMOS ENCERRAR NOSSO TERCEIRO E ÚLTIMO BLOCO NA BOCA DO POVO/ RESPONDENDO AS PERGUNTAS DAS PESSOAS NAS RUAS// QUEM RESPONDE É O CRIADOR DO SITE CINEFILIA/ O ESPECIALISTA EM CINEMA JOÃO VICTOR SOARES// A PRIMEIRA PRIMEIRA PESSOA A PARTICIPAR É O VINICIUS DE SOUZA/ ALUNO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL// FAZ TUA PERGUNTA///</p> <p>FALA DE VINICIUS</p> <p>RESPOSTA DE JOÃO VICTOR</p> <p>FALA MARCONDES</p> <p>RESPOSTA JOÃO VICTOR</p>
---	---

VINHETA ABREVIADA
EXPLODE E VAI À BG.

ÂNCORA: ACABAMOS DE OUVIR AS PERGUNTAS DAS PESSOAS NAS RUAS/ COM O QUADRO NA BOCA DO POVO/ RESPONDIDAS POR NOSSO QUERIDO JOÃO VICTOR SOARES/ O CRIADOR DO SITE CINEFILIA// COM ELE ENCERRAMOS O PROGRAMA PILOTO DO CULTURA VIVA//

ÂNCORA: ESTA FOI A PRIMEIRA EDIÇÃO DO CULTURA VIVA / O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//

ÂNCORA: O CULTURA VIVA É UM PROGRAMA QUE DÁ VIVIBILIDADE ÀS DIVERSAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DE TORITAMA/ CIDADE QUE FICA NA REGIÃO AGRESTE DO ESTADO DE PERNAMBUCO//

ÂNCORA: O PROGRAMA CULTURA VIVA/ VOLTA SEMANA QUE VEM COM UM NOVO TEMA/ A MODA EM TORITAMA // EU SOU VALDERIZA PEREIRA/ E ATÉ PRÓXIMA SEMANA//

TEC: EXPLODE VINHETA
E DISSOLVE

CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//

ÂNCORA: ESTE PROGRAMA FAZ PARTE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE/ CAMPUS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO EM CARUARU//

ÂNCORA: O PROGRAMA CULTURA VIVA FOI PRODUZIDO POR VALDERIZA PEREIRA E ERIK DENNER COM CAPTAÇÃO DE SOM DE GABRIEL PEDROZA E CAIO CÉZAR E COM EDIÇÃO DE RAYANNE ELISÃ E CARLA NOGUEIRA// AS VINHETAS SÃO DE DIOGO CAVALCANTI/ COM A COLABORAÇÃO DE VICTÓRIA MELO/ JÉSSICA ROSENI/ ALEX TORRES E MATHEUS TAVARES// A

<p>DURAÇÃO : 9:38</p>	<p>ORIENTAÇÃO DO PROJETO FOI DA PROFESSORA SHEILA BORGES DE OLIVEIRA/ DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/ DO CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE///</p> <p>LOC 1: /MODA/</p> <p>LOCO 2: CINEMA/</p> <p>LOC 3: MUSICA/</p> <p>LOC 4: ARTES/</p> <p>LOC 5: CULTURA VIVA/O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>FIM DO TERCEIRO BLOCO</p>
------------------------------	--

SCRIPT DO PROGRAMA PILOTO -- EPISÓDIO 2: MODA

SONOPLASTIA	LOCUTORES
<p>TEC: VINHETA BREVIADA EXPLODE E VAI À BG.</p> <p>TÉC: VINHETA. EXPLODE E VAI À BG.</p> <p>TEC: TRILHA EXPLODE</p>	<p>CULTURA VIVA / O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA</p> <p>LOC 1: MODA/ LOC 2: CINEMA/ LOC 3: MÚSICA/ LOC 4: ARTES/ LOC 5: CULTURA VIVA / O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//</p> <p>ÂNCORA: CULTURA VIVA/ UM PROGRAMA QUE</p>

E VAI À BG.

TEC: VINHETA
ABREVIADA DE
PASSAGEM

TEC: TRILHA EXPLODE
E VAI À BG.

DÁ VISIBILIDADE ÀS DIVERSAS
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DE TORITAMA/
CIDADE QUE FICA NA REGIÃO AGRESTE DO
ESTADO DE PERNAMBUCO//

ÂNCORA : UM PROGRAMA FEITO POR GENTE
DA TERRA//

ÂNCORA: ESTE PROGRAMA FAZ PARTE DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL/ DO CENTRO
ACADÊMICO DO AGRESTE/ CAMPUS DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO EM
CARUARU//

LOC 1 : CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE
FAZ TODA DIFERENÇA//

ÂNCORA: MEU NOME É VALDERIZA PEREIRA
E/ A PARTIR DESTA PRIMEIRA EDIÇÃO DO
PROGRAMA CULTURA VIVA/ ESTAREI COM
VOCÊS UMA VEZ POR SEMANA AQUI/ NA
RÁDIO CORDEL// NO CULTURA VIVA VAMOS
TRAZER PARA VOCÊS INFORMAÇÃO COM
RESPONSABILIDADE/ ENTREVISTAS/
ENTRETENIMENTO/ CURIOSIDADES E MUITO
MAIS//

ÂNCORA: O PROGRAMA CULTURA VIVA ENTRA
NO AR TODAS ÀS SEXTAS-FEIRAS/ SEMPRE
ÀS OITO DA MANHÃ/ COM MEIA HORA DE
PROGRAMAÇÃO//

ÂNCORA: QUEM NÃO ESTÁ SINTONIZADO NO
RÁDIO/ PODE NOS OUVIR TAMBÉM PELA
INTERNET// SINTONIZA AI NA RÁDIO
CORDEL PELO LINK: CORDEL RADIO PONTO
WIX SITE PONTO COM BARRA WEBSITE

TEC: VINHETA
ABREVIADA DE
PASSAGEM

TEC: TRILHA EXPLODE
E VAI À BG.

TEC: SOLTA
ENTREVISTA

DEIXA INICIAL:
"ENTÃO A MODA
SURTIU QUANDO
SURTIU O SISTEMA
CAPITALISTA..."

DEIXA FINAL:
"...ELA QUER QUE
VOCÊ ALTERE TAMBÉM
ESSES BENS DE
CONSUMO".

TEMPO ENTREVISTA:
2:18

TEC: SOLTA
ENTREVISTA

ÂNCORA: VOCÊS PODEM PARTICIPAR DO
PROGRAMA MANDANDO MENSAGENS PELO NOSSO
INSTAGRAM: ARROUBA PROGRAMA CULTURA
VIVA// TAMBÉM PODEM ENTRAR EM CONTATO
PELO ZAP/ ANOTA AÍ:
oito/um/nove/sei/oito/cinco/dezesete/
quatro/cinco

ÂNCORA: EM CADA EDIÇÃO DO PROGRAMA
CULTURA VIVA/ ABORDAREMOS UM TEMA
IMPORTANTE DO CAMPO CULTURAL// NO
PROGRAMA DE HOJE/ FALAREMOS SOBRE
MODA//

LOC 1: CULTURA VIVA /O PROGRAMA QUE
FAZ TODA DIFERENÇA//

ÂNCORA: NESTE PRIMEIRO BLOCO DO
PROGRAMA/ SEPARAMOS PARA VOCÊ UMA
SUPER AULA SOBRE PRODUÇÃO /MODA E
SOCIEDADE/ NO QUADRO CURIOSIDADES VOCÊ
VAI FAZER UMA GRANDE VIAGEM AO PASSADO
ATÉ O PRESENTE// VAMOS SABER MAIS
SOBRE A HISTÓRIA DA MODA COM A
PROFESSORA DE DESIGN GENI PEREIRA?

ENTREVISTA GENI PEREIRA

ÂNCORA: PROFESSORA GENI/ ENTÃO COMO
EXPLICAR PARA AS PESSOAS O FENÔMENO DE
MODA?//

DEIXA INICIAL:

"MODA SE
REPETINDO..."

DEIXA FINAL:

"...TEM INICIO ,
MEIO E FIM".

DURAÇÃO

ENTREVISTA:1:03

TEC: SOLTA

ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "O
POLO DO AGRESTE..."

DEIXA FINAL: "... E
RECONHECIDA

NACIONALMENTE".

DURAÇÃO

ENTREVISTA:2:08

TEC: TRILHA EXPLODE
E VAI À BG.

TEC: VINHETA
ABREVIADA DE
PASSAGEM

TEMPO TOTAL: 9'20"

TEC: VINHETA
ABREVIADA E TRILHA
EXPLODE E VAI À BG

ENTREVISTA GENI PEREIRA

ÂNCORA: PROFESSORA, E COMO É PRODUZIDA
A MODA NO AGRESTE?

ENTREVISTA GENI PEREIRA

ÂNCORA: VOCÊ ACABOU DE OUVIR UMA AULA
COM PROFESSORA GENI PEREIRA SOBRE A
MODA NO MUNDO E NO AGRESTE // E VOCÊ
ESTÁ GOSTANDO DESSA PROGRAMAÇÃO ,
FEITA ESPECIALMENTE PARA VOCÊ?/

CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA
DIFERENÇA//

ÂNCORA: NESTE PRIMEIRO BLOCO
CONVERSAMOS SOBRE A MODA NO AGRESTE/
ENTÃO SENTA AI QUE DAQUI A POUCO TEM
MAIS// VAMOS PARA UM RÁPIDO INTERVALO
E VOLTAMOS EM UM MINUTO//

FIM DO PRIMEIRO BLOCO

ÍNICIO DO SEGUNDO BLOCO

CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA
DIFERENÇA//

ÂNCORA: VOLTAMOS COM O PROGRAMA CULTURA VIVA// NESTE SEGUNDO BLOCO/ COMEÇAREMOS COM NOSSO QUADRO ENTREVISTA// DAQUI A POUCO CONVERSAREMOS COM UMA DESIGNER E PROFISSIONAL DO MERCADO//

ÂNCORA: QUEM NÃO ESTÁ SINTONIZADO NO RÁDIO/ PODE NOS OUVIR TAMBÉM PELA INTERNET// SINTONIZA AI: CORDEL RADIO/ PONTO COM/ BARRA/ WEBSITE WIXSITE// VOCÊS PODEM PARTICIPAR DO PROGRAMA MANDANDO MENSAGENS PELO NOSSO INSTAGRAM : ARROUBA PROGRAMA CULTURA VIVA// TAMBÉM PODEM ENTRAR EM CONTATO PELO ZAP/ ANOTA AI: OITO UM/ NOVE/NOVE/SEIS/OITO/CINCO/DEZESSETE QUATRO CINCO//

ÂNCORA - AGORA ESTAMOS AQUI NO ESTÚDIO COM JULIANA NUNES/ FORMADA EM DESIGN PELA UNIVERIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO/ NO C-A-A// HOJE TRABALHA NA ÁREA INSTITUCIONAL / ONDE PRESTA APOIO AS EMPRESAS DE CONFECÇÕES QUE DESEJAM ALCANÇAR NOVOS MERCADOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS//

ÂNCORA - BOM DIA A TODOS QUE NOS ESCUTAM NESSE MOMENTO/ COMEÇAMOS AGORA NOSSA ENTREVISTA ESPECIAL// UMA PROFISSIONAL NA ÁREA DO MERCADO/ GRADUADA EM DESIGN/ ESTÁ COMIGO AQUI/ JULIANA NUNES/ FALAREMOS SOBRE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL E O MERCADO// VOU COMEÇAR LOGO PERGUNTANDO A JULIANA NUNES// O QUE VOCÊ FAZIA ANTES DE INGRESSAR NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO?//

TEC: SOLTA ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "ENTÃO VAL..."

DEIXA FINAL: "... PRESTANDO SERVIÇO

FALA DE JULIANA

PRAS EMPRESAS”;

TEMPO

ENTREVISTA: 00:30

TEC: SOLTA

ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: “BEM,
QUANDO EU... ”

DEIXA FINAL:

“...BASTANTE
EXPERIÊNCIA NA
ÁREA”.

TEMPO ENTREVISTA:

1:23

TEC: SOLTA

ENTREVISTA

DEIXA INICIAL “ O
QUE ME LEVOU FOI...

DEIXA FINAL “ EU
PRESTAVA PARA
TODAS”

TEMPO ENTREVISTA:

1:07

TEC: SOLTA

ENTREVISTA

DEIXA INICIAL:

“ENTÃO/ CADA
MERCADO...”

DEIXA FINAL: “...
TODOS ESSES POLOS
QUE TEM”.

TEMPO ENTREVISTA:

ÂNCORA: COMO ERA O TEU PROCESSO CRIATIVO ANTES DE CURSAR DESIGN NA UFPE E COMO FOI ESSA ENTRADA PARA O ENSINO SUPERIOR NA SUA VIDA?

FALA DE JULIANA

ÂNCORA: JULIANA EU GOSTARIA QUE VOCÊ FALASSE SOBRE A ESCOLHA DE SUA CARREIRA PROFISSIONAL// O QUE FOI QUE TE LEVOU PARA A ÁREA INSTITUCIONAL?

FALA DE JULIANA

ÂNCORA: ME FALA DA SUA VISÃO SOBRE A PRODUTIVIDADE ATUAL DE TORITAMA/ COMO VOCÊ VÊ O MERCADO DO JEANS AQUI/ TENDO UM MERCADO TÃO COMPETITIVO COMO POR EXEMPLO O DE FORTALEZA?//

FALA DE JULIANA

ÂNCORA: FALA AGORA PRA GENTE SOBRE O

00:50

TEC: SOLTA
ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "O
SACI É UM
PROJETO..."

DEIXA FINAL: "...
ACESSO FACILITADO
AO CRÉDITO"

TEMPO

ENTREVISTA: 1:27

PROJETO DE MERCADO INTERNACIONAL
CHAMADO SACI/ NA QUAL VOCÊ É UMA DAS
PROFISSIONAIS ENGAJADAS QUE ESTÁ POR
DENTRO// ME FALA QUAL É A INTENÇÃO
DESSE PROJETO PARA O AGRESTE?

FALA DE JULIANA

ÂNCORA: ENCERRAMOS AQUI NOSSA
ENTREVISTA ESPECIAL SOBRE MODA E
MERCADO NO AGRESTE// GOSTARIA DE
AGRADECER À NOSSA ENTREVISTADA JULIANA
NUNES// É BOM SEMPRE LEMBRAR QUE SABER
MAIS SOBRE AS NOSSAS FORMAS DE
PRODUÇÃO E QUAIS ESTRATÉGIAS ESTÃO
SENDO SEGUIDAS PELO MERCADO É MUITO
IMPORTANTE PARA O POVO DE TORITAMA E
REGIÃO/ E É SOMENTE ATRAVÉS DA
EDUCAÇÃO QUE PODEREMOS CRIAR UMA
SOCIEDADE MAIS SUSTENTÁVEL E MAIS
CONSCIENTE DE SUAS AÇÕES//

ÂNCORA: PROGRAMA CULTURA VIVA /
VALORIZANDO NOSSAS RAÍZES//

TEC: VINHETA
ABREVIADA EXPLODE E
VAI À BG.

CULTURA VIVA/ O PROGRAMA QUE FAZ TODA
DIFERENÇA//

ÂNCORA: CHEGAMOS AO FINAL DO NOSSO
SEGUNDO BLOCO FALANDO DE MERCADO E DE
ESTRATÉGIAS QUE PODEM AJUDAR O MERCADO
DAS CIDADES DO AGRESTE A SE
POSICIONAREM DE FORMA MAIS ATIVA//
TECNOLOGIA E SOCIEDADE/ ANDANDO JUNTOS
DE MÃOS DADAS/ FAZEM REVOLUÇÃO //
ESPERA MAIS UM POUCO QUE O PROGRAMA

TEMPO TOTAL: 9'48"

TEC: VINHETA
ABREVIADA E TRILHA
EXPLODEM E VAI À
BG.

AINDA TEM MUITA COISA PARA MOSTRAR/
NÃO SAI DAÍ QUE JÁ JÁ A GENTE VOLTA
COM O PROGRAMA CULTURA VIVA//

FINAL DO SEGUNDO BLOCO

INÍCIO TERCEIRO BLOCO

CULTURA VIVA / O PROGRAMA QUE FAZ TODA
DIFERENÇA

ÂNCORA: ESTAMOS DE VOLTA/ VOCÊ ESTÁ
ACOMPANHANDO O PROGRAMA CULTURA VIVA/
O PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//
QUEM NÃO ESTÁ SINTONIZADO NO RÁDIO/
PODE NOS OUVIR TAMBÉM PELA INTERNET/
SINTONIZA AÍ NA RÁDIO CORDEL EM:
CORDEL RÁDIO PONTO/ WIXSITE/PONTO
COM/WEBSITE// VOCÊS PODEM PARTICIPAR
DO PROGRAMA MANDANDO MENSAGENS PELO
NOSSO INSTAGRAM: ARROUBA PROGRAMA
CULTURA VIVA// TAMBÉM PODEM ENTRAR EM
CONTATO PELO ZAP/ ANOTA AÍ: OITO UM/
NOVE/NOVE/SEIS/OITO/CINCO/DIZESSETE/
QUATRO/CINCO//

ÂNCORA: VOCÊ ESTÁ OUVINDO O PROGRAMA
CULTURA VIVA/ FEITO POR GENTE DA
TERRA//

ÂNCORA: ACOMPANHE AGORA A REPORTAGEM
QUE FIZEMOS SOBRE A IMPORTÂNCIA DO
CURSO DE DESIGN DA UFPE DE CARUARU/
FOI FEITO UM PANORAMA SOBRE A PRODUÇÃO
INDUSTRIAL E LEVATAMOS DADOS SOBRE O
QUE ESTÁ SENDO FEITO NO PARA O
DESENVOLVIMENTO DO POLO DAS CONFECÇÕES
NO AGRESTE// O REPORTER ERICK DENNER
CONVERSOU COM PROFESSORES,
PROFISSIONAIS E ALUNOS QUE FALARAM

TEC: SOLTA
REPORTAGEM

TEMPO TOTAL: 5'39"

SOBRE ESSA PARCERIA ENTRE
DESENVOLVIMENTO TÉCNICO E INCLUSÃO
SOCIAL//

REPÓRTER: O POLO DE CONFECÇÕES SITUADO
NO AGRESTE PERNAMBUCANO/ ABRIGA MAIS
DE 12 MIL EMPREENDIMENTOS/
MOVIMENTANDO MAIS DE DOIS BILHÕES DE
REAIS POR ANO E PRODUZINDO MAIS DE 693
MILHÕES DE ITENS DE CONSUMO
ANUALMENTE// PARA OTIMIZAR TODO ESSE
CRESCIMENTO/ DISTRIBUÍDO NAS CIDADES
DE CARUARU/ TORITAMA E SANTA CRUZ DO
CAPIBARIBE/ TEMOS O CURSO DE DESIGN/
NA U-F-P-E/ SITUADO NO CENTRO
ACADÊMICO DO AGRESTE / QUE HÁ MAIS DE
DOZE ANOS VEM CONTRIBUINDO PARA
INOVAÇÃO DO SETOR// PARA FALAR SOBRE O
ASSUNTO/ CONVERSAMOS COM A PROFESSORA
DE DESIGN E COMUNICAÇÃO TERESA LOPES/
QUE NOS FALOU COMO ESSA PARCERIA VEM
AJUDANDO PARA O CRESCIMENTO DO POLO
DAS CONFECÇÕES//

TEC: SOLTA
ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "É
QUE O CURSO DE..."

DEIXA FINAL: "...
do que a gente vive
hoje".

FALA TERESA LOPES

REPÓRTER: ALÉM DE COMENTAR SOBRE OS
PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO DO
DESIGN/ TERESA LOPES FALA DA
IMPORTANCIA DA MODA AUTORAL BASEADA NO
PONTO DE VISTA DO AUTOR.

TEC: SOLTA
ENTREVISTA

DEIXA INICIAL: "É O
FATO DE QUE..."

DEIXA FINAL:
"...PONTO MUITO
IMPORTANTE".

FALA TERESA LOPES

REPÓRTER: TERESA LOPES NOS CONTA SOBRE
A OPORTUNIDADE DE TERMOS PROFISSIONAIS
QUE CRIAM SEUS PRÓPRIOS PRODUTOS/
SOBRE ISSO/ FALAMOS TAMBÉM COM A
DESIGN AGDA ALVEZ/ CRIADORA DA MARCA
MARGARIDA BOLSAS QUE NOS CONTOU UM
POUCO SOBRE O SEU PROCESSO DE
CRIAÇÃO//

TEC: SOLTA
ENTREVISTA
DEIXA INICIAL: "O
MEU FOCO..."
DEIXA FINAL: "...
TAMBÉM ARRUMADA"

TEC: SOLTA
ENTREVISTA
DEIXA INICIAL: "O
DESIGN É..."
DEIXA FINAL:
"...TEXTIL DO
AGRESTE".

TEC: TRILHA EXPLODE
E VAI À BG.

FALA AGDA ALVES

REPÓRTER: A MARGARIDA BOLSAS/ DE AGDA ALVEZ/ NASCEU EM 2019 E ESTÁ MOSTRANDO SEU POTENCIAL CRIATIVO A PARTIR DE IDÉIAS E PESQUISA DE MERCADO// PARA MOSTRAR MAIS SOBRE A IMPORTÂNCIA DO DESIGN NA PRODUÇÃO DO AGRESTE/ FALAMOS TAMBÉM COM ARNALDO XAVIER/ O CRIADOR DA MARCA ROTA DO MAR/ EMPRESA CONHECIDA NO MUNDO INTEIRO/

FALA ARNALDO XAVIER

REPÓRTER: NOS ÚLTIMOS ANOS/ A ROTA DO MAR DE ARNALDO XAVIER FOI UMA DAS EMPRESAS QUE OBTIVE MAIS DESTAQUE NO POLO DAS CONFECÇÕES NO RAMO DA MODA/ EXATAMENTE POR VALORIZAR A QUALIFICAÇÃO DO PROFISSIONAL EM DESIGN PARA PROSPECÇÃO DE NOVOS MERCADOS// OBSERVANDO ESSES IMPORTANTES RELATOS/ PODEMOS ENTENDER QUE O PAPEL DO DESIGN ESTÁ ALÉM DA CRIAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS// O DESIGN PROPORCIONA BEM-ESTAR E QUALIDADE DE VIDA PARA AS PESSOAS//

ÂNCORA: DEPOIS DESSA REPORTAGEM/ PODEMOS ENTENDER UM POUCO MAIS SOBRE O PAPEL IMPORTANTE QUE O CURSO DE DESIGN/ DA U-F-P-E/ VEM PROPORCIONANDO PARA A SOCIEDADE/ AJUDANDO AS PEQUENAS E GRANDES EMPRESAS A SE QUALIFICAREM DE FORMA SUSTENTÁVEL//

ÂNCORA: E COMO NÃO PODERIA FALTAR/ VAMOS ENCERRAR NOSSO TERCEIRO E ÚLTIMO BLOCO NA BOCA DO POVO RESPONDENDO AS PERGUNTAS DAS PESSOAS NAS RUAS/ A DESIGNER ÍRIS FIDELIZ É QUEM VAI TIRAR TODAS AS DUVIDAS//

TEC: SOLTA PERGUNTA
DEIXA INICIAL: "MEU NOME É..."

DEIXA FINAL: "...E EM QUAL ÉPOCA OBRIGADA"

TEMPO: 00:09

TEC: SOLTA RESPOSTA
DEIXA INICIAL: "OI FILIPE..."

DEIXA FINAL: "...ROUPA DE BAIXO".

TEMPO: 00:43

TEC: SOLTA PERGUNTA
DEIXA INICIAL: "MEU NOME É..."

DEIXA FINAL: "...DE SE VESTIR".

TEMPO: 00:05

TEC: SOLTA RESPOSTA
DEIXA INICIAL: "OI ALLAN..."

DEIXA FINAL: "...SEJA VOCÊ".

TEMPO: 00:37

TEC: TRILHA EXPLODE E VAI À BG./

ÂNCORA: A PRIMEIRA PESSOA A PARTICIPAR É O PHILLIP RAMOM QUE É FOTÓGRAFO// FAZ TUA PERGUNTA GAROTO//

PERGUNTA FELIPE RAMOM

RESPOSTA ÍRIS FIDELIZ

PERGUNTA ALLAN ALISSON

RESPOSTA ÍRIS FIDELIZ

ÂNCORA: ACABAMOS DE OUVIR AS PERGUNTAS DAS PESSOAS NAS RUAS DO QUADRO NA BOCA DO POVO// RESPONDIDAS POR NOSSA QUERIDA ÍRIS FIDELIZ// COM ELE/ ENCERRAMOS A SEGUNDA EDIÇÃO DO PROGRAMA CULTURA VIVA//

ÂNCORA: O CULTURA VIVA É UM PROGRAMA QUE DÁ VISIBILIDADE ÀS DIVERSAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DE TORITAMA/ CIDADE QUE FICA NA REGIÃO AGRESTE DO ESTADO DE PERNAMBUCO//

TEC: VINHETA
ABREVIADA EXPLODE E
VAI À BG.

ÂNCORA: PROGRAMA CULTURA VIVA/ O
PROGRAMA QUE FAZ TODA DIFERENÇA//

ÂNCORA: O PROGRAMA CULTURA VIVA VOLTA
SEMANA QUE VEM COM UM NOVO TEMA: A
MÚSICA EM TORITAMA// EU SOU VALDERIZA
PEREIRA E ATÉ A PRÓXIMA//

CULTURA VIVA / O PROGRAMA QUE FAZ TODA
DIFERENÇA/

ÂNCORA: ESTE PROGRAMA FAZ PARTE DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL/ DO CENTRO
ACADÊMICO DO AGRESTE/ CAMPUS DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO EM
CARUARU//

ÂNCORA: O PROGRAMA CULTURA VIVA FOI
PRODUZIDO POR VALDERIZA PEREIRA E ERIK
DENNER COM CAPTAÇÃO DE SOM DE GABRIEL
PEDROZA E CAIO CÉSAR E COM EDIÇÃO
RAYANNE ELISÃ E CARLA NOGUEIRA// AS
VINHETAS SÃO DE DIOGO CAVALCANTI/ COM
A COLABORAÇÃO DE VICTÓRIA MELO/
JÉSSICA ROSENI/ ALEX TORRES E MATHEUS
TAVARES// A ORIENTAÇÃO DO PROJETO FOI
DA PROFESSORA SHEILA BORGES DE
OLIVEIRA, / DO CURSO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL, / DO CENTRO ACADÊMICO DO
AGRESTE//

TEC: VINHETA
EXPLODE E VAI À BG.

LOC 1: MODA/

LOC 2: CINEMA/

LOC 3: MÚSICA/

LOC 4: ARTES/

LOC 5: CULTURA VIVA / O PROGRAMA QUE
FAZ TODA DIFERENÇA//

TEMPO TOTAL: 10'53''

**FIM DO TERCEIRO
BLOCO**

5 CRONOGRAMA DO PROJETO

Agosto/2018

Levantamento das emissoras de Toritama

Leitura de livros sobre rádio: história, tipos de rádios e gêneros radiofônicos

Setembro/2018

Leitura de livros sobre rádio: história, tipos de rádios e gêneros radiofônicos;

Redação da introdução, objetivos geral e específicos e justificativa.

Outubro/2018

Entrevistas com os responsáveis pelas emissoras de rádio de Toritama;

Redação do referencial teórico e da metodologia.

Novembro/2018

Redação dos resultados da pesquisa de campo e dos perfis das rádios

Dezembro/2018

Revisão da redação do projeto: introdução, objetivos geral e específicos, justificativa, referencial teórico, metodologia, resultados da pesquisa e perfis das rádios;

Elaboração do roteiro geral do projeto para orientar a produção dos programas;

Entrega do projeto para a disciplina de TCC 1.

Fevereiro/Março 2019

Elaboração dos roteiros e captação de material para os programas;

Análise das entrevistas e dos dados coletados para os programas;

Produção das vinhetas do programa.

Abril/Maio 2019

Elaboração dos roteiros e dos scripts dos programas;

Edição dos programas.

Junho/2019

Finalização dos programas;

Redação do resumo e das palavras-chave, da conclusão e considerações finais do projeto escrito;

Entrega do projeto

Julho/2019 Defesa

do TCC.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar as grades das programações das duas rádios comunitárias, que estão em funcionamento em Toritama, percebemos que não há nenhum programa voltado para o campo cultural, apesar da cidade ter diversas manifestações culturais, como descrevemos neste TCC e apresentamos nos scripts do programa Cultura Viva. As grades das duas emissoras em atividade destinam a maior parte dos quadros aos conteúdos evangélico, policial e musical. Assim, a nossa pesquisa e o trabalho de campo buscaram responder à pergunta central deste TCC: Qual o programa que uma rádio comunitária em Toritama deve apresentar para que possa dar espaço às expressões da cultura local?

A nossa resposta veio com a criação e produção do Programa Cultura Viva, formatado em dois episódios pilotos, aqui apresentados. Eles podem entrar em um das grades das rádios comunitárias de Toritama no horário das 08h, às sextas-feiras, dando visibilidade às diversas práticas que envolvem o consumo de bens culturais. Nas duas séries do nosso piloto, elas estão focadas no cinema e na moda, a partir do que está sendo produzido naquele município e na Região Agreste.

De acordo com as grades de programações das rádios de Toritama, apresentadas na análise, o programa Cultura Viva, que tem o slogan: um programa que faz toda a diferença, poderá entrar semanalmente, com um tempo de duração de 30 minutos, para suprir a ausência de um programa de cultura local. Ele terá notas, reportagens e entrevistas. Ao final, um quadro de interação com o ouvinte. Na parte das entrevistas, o programa contará sempre com uma participação de um especialista do tema trabalhado naquela edição. O objetivo foi elaborar um produto com conteúdo inovador e criativo para dar visibilidade às manifestações culturais e às pessoas que fazem arte e influenciam culturalmente a sociedade de Toritama.

Pretendemos ampliar este trabalho, após a defesa do TCC, procurando produzir podcast dos programas para ampliar o potencial das rádios comunitárias, uma vez que, na internet, o formato de podcast permite que os usuários acompanhem a programação. No podcast, o próprio usuário fica responsável por escolher qual o momento ideal para consumir determinado produto, seja notícia ou entretenimento.

É nessa nova dinâmica, na qual o consumidor organiza de forma pessoal sua programação, que o consumo da programação de uma rádio pode ser repensado e, conseqüentemente, a produção e veiculação de nosso projeto de programa cultural para Toritama. Na tradicional grade de programação, os produtores são delimitados por horários para que os ouvintes se submetam ao hábito de consumir determinado programa. Nele,

estamos sugerindo que o nosso programa entre às sextas-feiras pela manhã.

A cada dia se torna ainda mais importante que as rádios comunitárias comecem a repensar seus produtos, dando possibilidade de se produzir podcast para que o público consuma a programação nas plataformas digitais. Isso sem perder a referência de uma rádio que é caracterizada como comunitária. Ou seja, dar direito às múltiplas vozes da população com participação ativa na formatação da programação, que deve priorizar o interesse social vinculado sempre à realidade local para se ampliar o exercício da cidadania.

Este projeto se vincula ao sentimento de construir junto à sociedade e às rádios comunitárias toritamenses uma rota para que possam trazer mais acessibilidade e valorização às manifestações culturais da cidade. Isso possibilitará a abertura de pontos de vistas diferentes, explorando ao máximo as potencialidades existentes no município.

Assim, podemos preencher as programações das rádios comunitárias com produtos que promovam, de forma igualitária, a vocação cultural da cidade, em função dos vácuos existentes na programação, mapeados em nosso trabalho de campo, que foram expostos ao longo deste TCC.

Este trabalho ainda faz parte de uma pesquisa, desenvolvida por professores de cursos de Comunicação e Jornalismo em universidades públicas e privadas do Estado, intitulada “O Inventário do rádio em Pernambuco: memória, atualidade e perspectivas”. Ela vai fazer um mapeamento das rádios comerciais e comunitárias que operam no Estado. Com o trabalho de campo deste TCC, contribuimos com a elaboração dos perfis das rádios de Toritama.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BAUER, M. W. e GASKELL, G. (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BONINI, A. **Gêneros textuais e cognição: um estudo sobre a organização cognitiva da identidade dos textos**. Florianópolis: Insular, 2002.
- BORGES, S. **O repórter-amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum**. Editora Cepe: Recife, 2015.
- BRECHT, Bertolt. Teoria do rádio (1927 – 1932). In: MEDITSCH, Eduardo (organizador). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- COSTELLA, Antônio F. **Comunicação – do Grito ao Satélite: História dos meios de comunicação**. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2002.
- DUARTE, J. **Entrevista em profundidade**. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (org.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005, p. 64-82.
- FECHINE, Y. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. **Revista Symposium**, Recife, ano 5, nº 1, p. 14-26, janeiro-junho, 2001.
- FIGUEIREDO, Carolina; PEREIRA, Éden; GOMES, Fábila e OLIVEIRA, Sheila Borges. O Panorama do rádio no Recife. In: Prata, Nair (org.). **Panorama do rádio no Brasil**. V1. Florianópolis: Insular, 2011.
- GIRARDI, Ilza e JACOBUS, Rodrigo (org.) **Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre : Revolução de Idéias, 2009.
- LACERDA, Rosane Freire. Radiodifusão Sonora Comunitária em Terras Indígenas: os obstáculos da colonialidade na legislação de RadCom. In: José Geraldo de Sousa Júnior; Murilo César Ramos; Elen Geraldine; Fernando Oliveira Paulino; Janara Sousa; Helga Martins de Paula; Talita Rampin; Vanessa Negrini. (Org.). **O Direito Achado na Rua - Introdução Crítica ao Direito à Comunicação e à Informação**. 1.ªed.Brasília: FAC Livros - UnB, 2017, v. 8, p. 317-323.
- MACHADO, Arlindo. Pode-se falar em gêneros na televisão? **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 10, p. 142-158, junho, 1999.
- MARANHÃO FILHO, Luiz. **Memória do rádio**. Recife: Jangada, 2000.
- NUNES, Márcia Vidal. **Rádio e Política: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza**. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1998.
- OLIVEIRA, Valdir. **Notícia no ar: técnicas de radiojornalismo**. Recife: Bagaço, 2001.
- PERUZZO, Círcia M. Krohling. Rádio comunitária na Internet: empoderamento social das tecnologias. **Revista Famecos**, v. 13, n. 30, p. 115-125, 2006.

_____, Cicilia M. Krohling. Rádios Comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na **CONFECOM**, 2010. Presidência da República Casa Civil - **Legislação**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9612.html. Acesso em

PRADO, Magaly. **Produção de rádio: um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

QUEIROZ, M. I. P. de. **Variações sobre a técnica de gravador no registro de informação viva**. São Paulo: T.A. Queiroz, Editor, 1991.

SOUZA, J. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

TODOROV, T. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

TAVARES, Reynaldo. **Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo**. São Paulo: Harbra, 1999.

Questionário para as rádios

1. Qual é a região da rádio?
 - Agreste
 - Região Metropolitana do Recife
 - Sertão
 - Zona da Mata

2. Qual é o nome da rádio?

3. Qual é o nome fantasia da Rádio?

4. Qual é a Frequência da rádio?

- FM
- AM
- Híbrido

5. Sistema operacional

- Analógico
- Digital

6. Endereço completo

7. Site

8. E-mail

9. Endereço do Facebook

10. Nome do perfil no Instagram @

11. Nome do perfil no Twitter @

12. Telefone para contato – Whatsapp

13. Telefone para contato 1

14. Telefone para contato 2

15. Perfil do público

Descreva o perfil do público atual e do antigo, caso tenha havido alterações: gênero, renda, faixa etária, região, religião – caso se aplique. As rádios maiores têm pesquisa sobre isso. As menores não. Solicitar se for o caso/ ver se a rádio pode disponibilizar dados mais precisos dos seus levantamentos de Ibope e/ou outras fontes

16. Concessão

Comercial

- Educativa
- Comunitária

17. Qual o ano de inauguração?

18. Nomes que a rádio já teve

19. Proprietário (s) atuais da rádio

20. Proprietário (s) que a rádio já teve

21. Slogan antigo/atual

22. Programação

Descreva a programação atual e o perfil da programação antiga, caso tenha havido alterações, levando em consideração os horários manhã, tarde e noite e os dias da semana

23. Programação detalhada da transmissão de terça-feira

24. A rádio é filial? Retransmite programas de rede? Quais programas são produzidos localmente?

25. Quais os principais programas da emissora? Descreva.

26. Jornalismo da rádio: (Se houver, qual é o seu perfil, horários e forma de inserção na programação)

27. Quais os formatos e gêneros que predominam na programação?

28. Qual o tempo do comercial na programação?

29. Principais anunciantes/parceiros

30. A rádio é transmitida na internet?

Sim

Não

31. Através do site da Rádio?

Sim

Não

32. Live via Facebook?

Sim

Não

33. Outro serviço de streaming?

Sim

Não

34. Fazem uso de redes sociais?

- Sim
- Não

35. Quais redes sociais a rádio utiliza?

- Facebook
 - Twitter
 - Youtube
 - Google+
 - Instagram
 - Snapchat
 - Linkedin
 - Whatsapp
 - Outro:

36. Qual a rede social de maior “engajamento” do público? Enumere de acordo com a ordem de maior preferência.

37. Possuem conteúdos diferentes para cada rede social? Quais as principais estratégias de comunicação utilizadas?

38. De qual forma o/a ouvinte pode entrar em contato com a rádio?

- E-mail
- Whatsapp
- Telefone
- Twitter
- Facebook

39. De qual forma público que mais interage com a rádio?

- E-mail
- Whatsapp
- Telefone
- Twitter
- Facebook

40. Há diferença de público e forma das interações via telefone ou redes sociais?

41. Em caso de jornalismos e outras informações o público é usado como fonte?

Como?

42. Quais são os/as comunicadores/as de maior destaque na rádio

43. Qual a formação desses (as) profissionais?

44. Quantos comunicadores são homens?

45. Quantos comunicadores são mulheres?

46. Quantos comunicadores brancos trabalham na rádio?

47. Quantos comunicadores pardos trabalham na rádio?

48. Quantos comunicadores negros trabalham na rádio?

49. Quantos comunicadores amarelos trabalham na rádio?

50. Quantos comunicadores indígenas trabalham na rádio?

51. Religião

- Católicos
- Evangélicos
- Espíritas
- Umbandistas
- Candomblecista
- Judeus
- Budistas
- Muçulmanos

- Hindus
- Ateus
- Agnósticos
- Outro