



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

SOM DA PARAHYBA
PROGRAMA RADIOFÔNICO PARA A DIFUSÃO DA CULTURA
PARAIBANA

FLÁVIO EVANGELISTA MEDEIROS NÓBREGA
JULIO CÉSAR FERREIRA ROLIM
PEDRO WAGNER MOTA OLIVEIRA

CAMPINA GRANDE – PB

2016

SOM DA PARAHYBA
PROGRAMA RADIOFÔNICO PARA A DIFUSÃO DA CULTURA
PARAIBANA

FLÁVIO EVANGELISTA MEDEIROS NÓBREGA
JULIO CÉSAR FERREIRA ROLIM
PEDRO WAGNER MOTA OLIVEIRA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social – Jornalismo – da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas

CAMPINA GRANDE – PB

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

N754s Nóbrega, Flávio Evangelista Medeiros
Som da Parahyba [manuscrito] : programa radiofônico para a
difusão da cultura paraibana / Flávio Evangelista Medeiros
Nóbrega, Júlio César Ferreira Rolim, Pedro Wagner Mota
Oliveira. - 2016.
57 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro
de Ciências Sociais e Aplicadas, 2016.

"Orientação: Profa. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas,
Comunicação Social".

1. Programa radiofônico. 2. Web rádio. 3. Cultura. 4.
Entretenimento. I. Título.

21. ed. CDD 384.54

FLÁVIO EVANGELISTA MEDEIROS NÓBREGA
JÚLIO CÉSAR FERREIRA ROLIM
PEDRO WAGNER MOTA OLIVEIRA

SOM DA PARAHYBA
PROGRAMA RADIOFÔNICO PARA A DIFUSÃO DA CULTURA
PARAIBANA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social – Jornalismo – da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

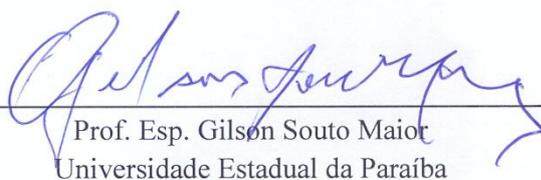
Orientadora: Prof^a. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas

Aprovada em: 17/05/2016.

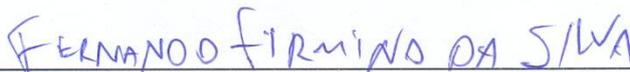
BANCA EXAMINADORA:


Prof^a. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas (Orientadora)

Universidade Estadual da Paraíba


Prof. Esp. Gilson Souto Maior

Universidade Estadual da Paraíba


Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

Universidade Estadual da Paraíba

CAMPINA GRANDE – PB
2016

Às nossas esposas e companheiras!

Aos nossos filhos e família, que são parte fundamental da nossa jornada!

A nós mesmos e aos nossos amigos, que sempre acreditaram em nós!

AGRADECIMENTOS

Aos nossos familiares e amigos pelos momentos de alegria e incentivo, e aos nossos professores que ao longo desses mais de quatro anos nos tem embasado e estimulado o pensamento acerca das possibilidades da Comunicação Social.

Agradecemos especialmente à nossa professora e amiga Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas, que nos orientou com muita sapiência, paciência e cordialidade neste trabalho de conclusão de curso.

Aos professores Gilson Souto Maior e Fernando Firmino por acreditar em nós, nos incentivar, e pela leitura examinadora deste trabalho de conclusão de curso.

Aos entrevistados que prontamente aceitaram nosso convite para participarem do programa.

Pela dedicação e empenho: nosso muito obrigado a todos!

Há mais pessoas que desistem do que pessoas que fracassam.

(Henry Ford)

Algo só é impossível até que alguém duvide e resolva provar ao contrário.

(Albert Einstein)

Não ande apenas pelo caminho traçado, pois ele conduz somente até onde os outros já foram.

(Alexander Graham Bell)

RESUMO

O “Som da Parahyba” é um programa radiofônico, veiculado na plataforma da web radio, de caráter jornalístico e de entretenimento, voltado à produção e disseminação de informações que abrangem e permeiam o universo cultural do estado da Paraíba, e, ao resgate da música e de artistas paraibanos. Promove os músicos e intérpretes contemporâneos da nossa terra, narrando um pouco das suas histórias, visando agregar valor à nossa cultura e contribuir para o desenvolvimento do cenário artístico-musical regional. Fundamentam teoricamente nosso trabalho autores como Magaly Prado (2011), Nair Prata (2013), Sabrina Brognoli d’Aquino (2003), Álvaro Bufarah Junior (2003), Gisele Sayeg Nunes Ferreira (2009), Luiz Artur Ferraretto (2013), dentre outros.

Palavras-chave: Programa radiofônico; Web rádio; Cultura.

ABSTRACT

The "Som da Parahyba" is a radio program of journalistic character and entertainment broadcasted on the web radio platform, aimed to the production and propagation of culture information from Paraíba's state and to the redemption from local artists' music. Another point is the promotion of musicians and contemporary interpreters of our state, relating some of their stories regarding their music and lives in order to add value to our culture and contribute to the development of regional artistic and music scene. Authors as Magaly Prado (2011), Nair Prata (2013), Sabrina Brognoli d'Aquino (2003), Alvaro Bufarah Junior (2003), Gisele Sayeg Nunes Ferreira (2009) and Luiz Artur Ferraretto (2013) are some of the names that supports our work theoretically.

Keywords: Radio program; Web radio; Culture.

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| GRÁFICO 01 - Frequência de acesso à web rádio..... | 24 |
| GRÁFICO 02 - Meios utilizados para acessar a web rádio..... | 24 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 1.1 – Da contextualização..... | 11 |
| 1.2 – Dos objetivos do trabalho acadêmico orientado, da justificativa e da organização do relatório..... | 12 |
| 2 UMA CONVERSA TEÓRICA..... | 15 |
| 2.1 – Síntese da história do rádio..... | 15 |
| 2.2 – O rádio no ambiente virtual..... | 19 |
| 2.3 – O arquivo de áudio..... | 20 |
| 3 CAMINHOS METODOLÓGICOS..... | 22 |
| 3.1 – Pesquisa bibliográfica..... | 22 |
| 3.2 – Coleta de dados..... | 22 |
| 3.2.1 – Dos resultados..... | 23 |
| 3.3 – Estrutura do programa..... | 27 |
| 4 DAS CARACTERÍSTICAS DO PRODUTO MIDIÁTICO..... | 29 |
| ESELHO DE PRODUÇÃO DE RÁDIO..... | 30 |
| SCRIPT..... | 32 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 48 |
| REFERÊNCIAS..... | 49 |
| APÊNDICES..... | 50 |
| APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO A COMUNIDADE ACADÊMICA..... | 50 |
| APÊNDICE 2 – PAUTA DE MATÉRIA JORNALÍSTICA ACERCA DO PROJETO 2ª SEGUNDAS DESENVOLVIDO PELA CIA BODOPITÁ PLAYBACK THEATRE..... | 53 |
| APÊNDICE 3 –PAUTA DE ENTREVISTA COM O INTÉRPRETE/CANTOR ALEXANDRE TAN REALIZADA FORA DE ESTÚDIO..... | 55 |
| ANEXOS..... | 58 |
| ANEXO 1 – Reunião de pauta..... | 56 |
| ANEXO 2 – Gravação do programa..... | 56 |
| ANEXO 3 – Gravação da entrevista com Alexandre Tann..... | 57 |
| ANEXO 4 – Finalização dos trabalhos..... | 58 |

1 INTRODUÇÃO

1.1 Da contextualização

O rádio, e a comunicação como um todo, vem passando por fases de significativas transformações. Com a evolução crescente da tecnologia, ambos tiveram que se adaptar às novas práticas e plataformas comunicacionais. O conceito de portabilidade, tão intrínseco ao rádio atual, tem se aliado à interatividade e instantaneidade características da internet, e invertido até mesmo, por certas vezes a lógica da demanda e oferta por conteúdo.

Em muitos casos, o rádio convencional já não mais acompanha o ritmo de consumo de informações e entretenimento de seus possíveis ouvintes. Estes mesmos ouvintes que se alimentavam através do filtro cultural dos programas de rádio e de seus locutores, passaram a perceber múltiplas possibilidades de acessar conteúdos de seu interesse, conforme a conveniência de seu gosto, e são até mesmo produtores de conteúdos diversos.

Apesar de ainda deter um relativo índice de satisfação entre seus ouvintes, o rádio convencional Hertziano, massivo, já não agrada a audiência como antigamente. É mais ouvido por falta de opção nas FM's do que por opção do ouvinte, e tem perdido espaço proporcionalmente para outros meios de comunicação. O fato de o rádio paraibano ter a característica de tendência à massificação reflete a falta de preocupação das emissoras em abranger em toda sua grade de programação opções mais variadas, que agreguem um maior número de públicos de gostos diversificados. Isto é, os conteúdos veiculados pela maioria das emissoras é bastante semelhante, chegando quase a homogeneidade. O repertório costuma ser o mesmo, a estética também, e até a limitação de conteúdo tende a ser padronizada. Apesar de estar exposto a um contexto cultural globalizado super segmentado.

Há um desafio muito inspirador para aqueles que almejam produzir programas de rádio na contemporaneidade, principalmente junto às rádios comerciais. O público ouvinte está mais exigente, e também mais impaciente. Pode facilmente alterar a sintonia daquilo que não lhe agrada frente à grande variedade de possibilidades acerca da comunicação, seja dentro do espectro rádio, seja fora dele por meio de aplicativos de interação social.

Nesse contexto surge um importante nicho de mercado para estes comunicadores dentro do conceito radiofônico, as web rádios. Rádios transportadas para a plataforma da WWW (world wide web) - facilmente acessadas atualmente, por meio de computadores e até mesmo por celulares - e que pela sua falta de regulamentação jurídica e pelo seu reduzido custo de produção, manutenção e, aquisição de equipamentos, tem levado milhares de pessoas e grupos a produzirem conteúdo jornalístico e de entretenimento alternativos, mais independentes das lógicas de mercado, dos jabás, e das concessões políticas.

1.2 Dos objetivos do trabalho acadêmico orientado, da justificativa e da organização do relatório

A ideia inicial do nosso TCC originou-se a partir de um trabalho desenvolvido para um componente curricular de rádio do curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo da UEPB, na figura de facilitador do professor Esp. Gilson Souto Maior. No Departamento de Comunicação Social – DECOM, nos reunimos, discutimos as possibilidades de produção dentro do meio rádio, e gravamos um piloto do que viria a ser o “Som da Parahyba”. Um programa que a princípio se atinha ao entretenimento musical e às informações acerca das músicas e dos artistas mencionados.

O nome do programa surgiu facilmente: pela ideia atrelada à música e por dar voz à classe artística, e pelo universo cultural abordado ser o da Paraíba. Ainda, a palavra “Parahyba” como escrita outrora, aponta para o caráter de resgate histórico pretendido pelos idealizadores.

Por ocasião do Trabalho de Conclusão de Curso, aproveitamos o piloto do programa como base para produzirmos um produto midiático. Acrescentamos as pautas ao programa e aprimoramos o conceito e a técnica jornalística empregada na execução do mesmo.

Além da necessidade de trabalhar a cultura paraibana em todos os seus aspectos: informativo, musical, artístico, político, social, econômico, enfim, tudo que a formação cultural possa abranger, percebemos, também, uma imensa parcela de ouvintes carentes de produtos e informações culturais para além das ingerências mercantilistas, em contradição ao

advento da tecnologia comunicacional. O que nos incentivou à fusão do jornalismo ao entretenimento.

Nossa proposta de comunicação é um programa de variedades no formato de arquivo de áudio (podcast). Um arquivo de conteúdo que pode ser baixado ou ouvido diretamente da internet, e que por isso ganha caráter mais atemporal, podendo ser escutado a qualquer momento e por repetidas vezes. Mais adequado ao público alvo do programa que, sendo de diversas faixas etárias, ainda que majoritariamente jovem, e de parcela economicamente ativa, tem uma ampla realidade de ocupação do tempo cotidiano, possuindo, portanto, necessidade diferenciada do horário de consumo do programa.

Trata-se de uma radiorevista¹ voltada para todas as faixas etárias. Nasce através da utilização das técnicas jornalísticas que foram absorvidas no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UEPB, com o objetivo de informar os ouvintes acerca dos acontecimentos que envolvem a cultura paraibana, possibilitando a organização do cenário artístico local e o ativismo cultural em nosso estado. E, também, com a finalidade paralela, e tão importante quanto, de fomentar o mercado artístico-musical paraibano de caráter mais regionalista e alternativo, auxiliando no processo de agregação de valor às obras de novos artistas, intérpretes, e de artistas renomados da Paraíba, a fim de reavivar o sentimento de pertencimento e identificação cultural de nosso povo com suas raízes e seus contemporâneos. Dando voz aos artistas, que se utilizarão do espaço do programa para divulgação de suas obras e atividades.

A presente proposta de um programa radiofônico se justifica pelo entendimento da necessidade de coexistir a teoria jornalística com a prática social inerente ao curso na formação inicial dos comunicadores sociais, e da perspectiva de atuação no mercado. O que nos levou à escolha de um produto midiático que mescle as vertentes de pesquisa, produção e execução jornalística, além do desenvolvimento da prática de entretenimento característica do rádio, num formato técnico viável economicamente à sua execução e à sua absorção pelo mercado. Dito isto, o Som da Parahyba é uma opção de ampliação dos espaços de divulgação da cultura e arte paraibana.

¹ De acordo com GARCIA, Rafael, (2006), Radiorevista é um gênero do rádio que tem como característica a mistura em um único programa dos vários gêneros existentes, baseando-se principalmente no tripé música-informação-entretenimento.

Contribuem teoricamente para a concepção deste trabalho de conclusão de curso autores como Magaly Prado (2011), Nair Prata (2013), Sabrina Brognoli d'Aquino (2003), Álvaro Bufarah Junior (2003), Gisele Sayeg Nunes Ferreira (2009), Luiz Artur Ferraretto (2013), dentre outros.

A organização textual deste relatório está dividida em: introdução (já apresentada), seguida de uma síntese da história do rádio e suas características de linguagem e técnica, e, uma discussão acerca da cultura paraibana e dos desafios de atingir o público almejado pelo programa. Seguido desses passos, apresentamos os caminhos metodológicos referentes ao planejamento e execução do programa Som da Parahyba, a descrição do produto midiático em si, e, o espelho e script do mesmo. Por fim, o relatório apresenta as considerações finais, as referências, os apêndices e os anexos.

2 UMA CONVERSA TEÓRICA

2.1 Síntese da história do rádio

O rádio em sua concepção inicial tinha o objetivo de substituir o telégrafo elétrico pelo radiotelégrafo, que independia de fios para transmitir suas mensagens. A finalidade dessa revolução tecnológica era inicialmente militar, e assim o foi durante a Primeira Guerra Mundial. Contudo, no pós-guerra, os equipamentos passaram a ser vendidos aos cidadãos que desejassem ouvir a programação de rádio concebida para a época. Em 1920 começa a serem transmitidas as primeiras notícias e músicas, modelo de rádio tal qual tem nos servido de base até os dias atuais. A partir da década de 30 até a década de 50, o rádio viveu seu apogeu através dos programas de auditórios, das radionovelas, programas humorísticos, ficando assim conhecido como a “Era do Rádio”.

Este ano o rádio no Brasil completa 94 anos. Sua chegada foi oficializada junto às festividades do centenário de independência, em 7 de setembro de 1922. Na ocasião, inaugurada com um discurso do presidente Epitácio Pessoa, também houve emissões de música lírica, conferências e concertos, possibilitada por aparelhos de rádio distribuídos pela cidade. No ano seguinte, mais especificamente no dia 20 de abril de 1923 surge a rádio sociedade do Rio de Janeiro pelas mãos de Roquet Pinto e Henry Morize. Foi instalada no Rio de Janeiro uma estação de rádio que fazia transmissões de programas musicais, informativos e literários. Essa estação acabou por estimular a criação de novas rádios e programas culturais e educativos por todo o país, que no início foram empreendidas pela própria sociedade civil, uma vez que a legislação da época proibia a publicidade associada. Já são mais de 90 anos contribuindo diretamente na vida das pessoas e em seus lares, modificando notoriamente a dinâmica social de todo um povo. Integrando as regiões mais remotas do país aos acontecimentos dos grandes centros urbanos, e levando também a cultura interiorana às metrópoles.

Para Prado (2012), o rádio influencia diretamente na formação da cultura brasileira, sendo um veículo de indiscutível importância social, pois integra pessoas e comunidades. Segundo a pesquisadora, o rádio é:

“Um meio de comunicação que é companheiro diário de milhões de brasileiros em suas tarefas cotidianas: o rádio noticia, transmite esportes ao vivo, leva música, serviço e entretenimento. Não se trata somente de um resgate da importância histórica, mas também de uma luz focando os principais momentos do rádio e dos profissionais que encantaram plateias e influenciaram diretamente a formação cultural brasileira.” (PRADO, 2012, p.1).

Assim como todo novo aparato tecnológico, ficou restrito às elites em seu início, pois além de caro, necessitava ser importado do exterior. Em seu primórdio era custeado por meio de clubes e sociedades de pagamento de mensalidades e até mesmo por doações (ORTRIWANO, 1985). Apenas dez anos depois de sua inauguração, no governo de Getúlio Vargas, seria permitida a publicidade no rádio, o que culminou com a orientação de que a programação passasse a ser regida por interesses comerciais e não mais dos associados. Na década de 1930, quando o rádio passou a ser tratado oficialmente como negócio, o modelo cultural e educativo que predominava em seu conteúdo passou a ceder espaço para a programação comercial, popular, voltada ao lazer e à diversão, propiciado pelo advento da publicidade.

A partir da publicidade no rádio foi que surgiu o conceito de audiência, que começou a ser aferida pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) – fundado com o objetivo de tal medição, estendendo suas funções de pesquisa apenas posteriormente (REIS, 2004).

No ano de 1956 foi inventado um transmissor que permitiu a fabricação de rádios menores que podiam ser levados a qualquer lugar. O rádio passou a ser portátil e a informação agora tinha caráter mais instantâneo com essa mobilidade. Ainda no final da mesma década o rádio iniciou a corrida para o jornalismo ao vivo dado o grande sucesso das reportagens de rua, ao vivo, e das entrevistas fora dos estúdios. Já era notória a dinamicidade inerente a este meio.

Suas características intrínsecas como, instantaneidade, imediatismo, clareza, objetividade, simplicidade, linguagem oral, mobilidade de transmissão e recepção, sensorialidade e, baixo custo, o permitiram consagrar-se como o meio de comunicação de maior capilaridade geográfica e social, permeando todas as classes econômicas e fazendo-se entender aos mais diversos níveis culturais e educacionais da sociedade. Na época, grande

parte da população era analfabeta, e facilmente criou-se um elo entre o rádio e os indivíduos, inserindo-os numa outra perspectiva na sociedade. O rádio tornou-se uma referência para toda uma nação, em relação à forma de pensar e de se comportar, detendo e dominando grande poder de mobilização.

Essa mídia tem duas funções primordiais. Segundo Xavier (2006), o objetivo social de interação da prática radiofônica é voltado ao entretenimento e a construção do conhecimento, resultando na integração dos seres humanos. Em suas palavras:

“... apresenta pelo menos duas funções explícitas e até mesmo inerentes ao próprio veículo tal como é concebido. São elas: entreter e informar. O rádio, na acepção que conhecemos hoje, foi criado fundamentalmente para encurtar as distâncias entre os homens, facilitando o contato e a troca de informações individuais ou coletivas.” (XAVIER, 2006, p.75)

Desde o seu início o rádio sempre andou bastante próximo da cultura, e foi veículo de propagação das mais variadas vertentes culturais. Não apenas da música, como é comum se pensar. Entretanto, inicialmente, esse caráter cultural, segundo Ferraretto, estava mais voltado aos:

“... valores burgueses de então, reproduzindo os saraus das entidades que agregavam integrantes da elite, nos quais, a música de teor erudito, a palestra de quem era tido como referência intelectual e a leitura de textos literários constituíam-se em prática comum, explicando a transposição destas para o rádio. Predomina, assim, o associativismo idealista de elite.” (FERRARETTO, 2013, p. 6).

Ainda segundo o autor, as produções culturais populares acabavam por ser marginalizadas nas emissoras. Porém, com o passar dos anos, as manifestações artísticas foram se expandindo no rádio, visando criar uma programação de entretenimento. Desta forma, elementos das artes, como instrumentistas, esquetes e pequenas dramatizações, foram inseridas, influenciando nos programas de auditório e nos humorísticos. (FERRARETTO, 2013).

Logo, a interligação entre o rádio e cultura torna-se indissociável, tendo em vista seu aspecto histórico e as próprias características radiofônicas. Nomes de repercussão nacional, conhecidos, sobretudo, através da televisão tiveram seus primeiros passos dados nas rádios, país afora.

Ressaltamos que dentre as características do rádio, há a de relação de identidade que o público ouvinte constrói ligando o veículo a algo mais próximo de si. Isto é, no aspecto jornalístico, por exemplo, busca-se, em geral, as notícias de maior proximidade local. Assim sendo, devem as emissoras buscar, também, difundir a cultura das localidades nas quais estão inseridas, não fugindo, pois, de seus pressupostos de proximidade.

Vale frisar, ainda, que, se por um lado o rádio construiu todas essas propriedades e potencialidades, por outro, tem equiparadas responsabilidades de o fazer com conteúdo e qualidade, levando em consideração aspectos externos à política empresarial dos veículos de comunicação.

Ainda sobre o aspecto histórico do rádio, na década de 70 surgiram as primeiras emissoras FM ² do país, trazendo mais qualidade às emissões sonoras. E, nos anos 90 as rádios começaram a se expandir, levando aos lares brasileiros cada vez mais adesão aos aparelhos de transmissão.

Finalmente, a partir do início do século 21, com o advento da internet, as rádios virtuais passaram a ser uma opção para os ouvintes, sobretudo para aqueles que moravam mais distantes dos grandes centros urbanos onde o sinal das principais programações circulava. Alguns anos mais se passaram e a programação passou a ser digitalizada, permitindo maior liberdade e facilidade de produção de programas alternativos em relação aos dos sistemas já consolidados:

“... as transformações tecnológicas têm alterado profundamente a história do rádio e que duas rupturas, do ponto de vista da linguagem, marcam essa história: a primeira ruptura foi com o advento da TV; a segunda acontece agora, com a web radio, que aponta para um novo modelo de radiofonia. Este processo de evolução, que pode ser

² Apesar da transmissão durante a celebração do centenário da Independência, o início efetivo e regular das transmissões do rádio ocorreu somente no ano seguinte, mais uma vez graças ao esforço de Roquette Pinto. Ele tentou em vão convencer o governo a comprar os equipamentos da Westinghouse, que permitiram a transmissão experimental. A aquisição foi feita pela Academia Brasileira de Ciências, e assim entrou no ar, em 20 de abril de 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. (Fonte: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2012-09-07/primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-90-anos>)

chamado de radiomorfose, altera e reconfigura os gêneros e as formas de interação presentes no rádio.” (FERRARETTO, 2013, p.)

2.2 O rádio no ambiente virtual

Três são os modelos de rádio que figuram no ambiente virtual, e trabalharemos com base no último deles:

1 - As rádios on-line Hertzianas abertas, que disponibilizam sua programação simultaneamente na internet sem alterações conceituais sobre a forma de fazer rádio, aproveitando em geral seu ouvinte de aparelho convencional na plataforma web;

2 - As rádios off-line virtuais, ou canais de áudio, que permitem a seleção de uma programação musical de acordo com as preferências do internauta ou por meio de banco de dados, sem a interferência de um locutor mediador entre conteúdo e ouvinte, descaracterizando esteticamente o modelo de rádio tal qual foi construído; e,

3 - As web rádios, que, por sua vez, são rádios exclusivamente voltadas para a rede de internet, com linguagem, características, e forma de fazer próprias, que unem a disponibilização de materiais em vários formatos, livres da conceituação tradicional do que é fazer rádio, com mais liberdade criativa e de caráter especializado na seleção e produção de sua programação.

A primeira web radio do mundo, suportada exclusivamente na plataforma da World Wide Web, de forma contínua e ao vivo foi a rádio Klif, que data de 1995, fundada nos Estados Unidos, no Texas. (PRATA e MARTINS, 2010) A partir da criação desta rádio, vários elementos tidos como necessários a implantação de uma rádio, tais como, concessão pública, interação em tempo real e a posse do próprio aparelho de rádio em si, foram suprimidos. No Brasil, a novidade chegou alguns anos depois, em 1997 (há fontes divergentes), com a rádio Totem, replicando a proposta de radiorevista no ambiente da internet.

Após passar pela fase de transformação pela mobilidade, possibilitada pelos transistores e gravadores magnéticos na década de 1940, e, pela fase da digitalização dos anos 1980, o rádio atingiu o ponto de convergência de suas plataformas anteriores potencializando

o uso deste meio, como forma de expressão, com o advento da internet. Passou a poder ser acessado por diversos tipos de aparelhos como o computador ou mesmo um celular, e não mais sintonizado por frequência, mas sim por um endereço virtual. Extrapolou seu alcance geográfico local e passou a poder ser acessado de todo o mundo.

É no último dos modelos de rádio apresentados, a web rádio, que o programa Som da Parahyba se fundamenta e se propõe a alterar a dinâmica da informação e da propagação da arte paraibana na sociedade. A partir da apropriação e do domínio das características próprias da linguagem da web rádio, por meio de um arquivo de áudio, tornaremos mais dinâmico o mercado informativo e fonográfico paraibano, construindo um canal democrático e sustentável de longo prazo que possibilite a efetiva concretização desse projeto.

O programa é produzido seguindo modelos de pluralidade e convergência, visando alcançar vários suportes técnicos para ser acessado. Pois, na plataforma web possibilita-se um alcance cada vez maior, tanto em relação às distâncias, quanto às possibilidades de o público acessar a programação, além de poder fazê-lo no horário que mais lhe convir.

Na atualidade, segundo Del Bianco:

“... é incontestável a tendência atual de adesão dos meios de comunicação tradicionais ao ambiente da internet e dos dispositivos móveis (...) o rádio nesse ambiente expandiu o dial, o seu alcance passou a ser mundial.” (DEL BIANCO, 2002, p.)

2.3 O arquivo de áudio

Na web rádio as programações são bastante diversificadas. Pode-se produzir sobre qualquer conteúdo que, pela amplitude da rede, será consumido por uma gama de pessoas. Tanto conteúdo quanto demanda por informação são especializados e abre-se um grande espaço para a produção jornalística, musical e cultural, foco do programa Som da Parahyba.

O arquivo de áudio não é exatamente um formato de rádio, mas sim um tipo de arquivo, não necessariamente ao vivo, mas, disponibilizado numa plataforma virtual, que pode estar ligada a uma rádio. Ou seja, é uma ferramenta deste.

O desenvolvimento das ferramentas tecnológicas e a revolução na forma como os seres humanos lidam com seu tempo disponível, nos fez caminhar na direção da produção de

um arquivo de áudio voltado para a web, comumente chamado de podcast. As relações de trabalho, os períodos de deslocamento entre atividades, o agravamento dos congestionamentos no trânsito, a contínua interação social, e a falta de tempo individual de ócio disponível, apontam para a necessidade de programas com maior liberdade e flexibilidade de acesso a qualquer hora do dia.

Programas radiofônicos que possam ser dados “play” ou “pause”, ou mesmo adiantados, de acordo com a conveniência do internauta/ouvinte, são mais livres e não condiciona-os a permanecer na escuta de um programa ao vivo na expectativa de alguma informação específica. O que pode parecer um equívoco, a princípio, pela necessidade que todo negócio de rádio voltado para a web tem de fazer seu público alvo ouvir e assimilar seu conteúdo e seus anunciantes. Mas que se configura como um ponto crucial no estabelecimento de uma relação honesta e de fidelidade com o novo ouvinte, já mais exigente e impaciente, que sabe o que quer ouvir na web rádio e não mede esforços em procurar algo novo.

Por definição, Podcast é o nome dado ao arquivo de áudio digital, frequentemente em formato MP3, publicado através da internet e atualizado via RSS. A palavra é uma junção do termo inglês “Personal On Demand”, POD, numa tradução literal que seria “Demanda Pessoal”, e o termo é creditado ao jornal britânico “The Guardian”, desde 2004.

3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

3.1 Pesquisa bibliográfica

Tomando por base a pesquisa bibliográfica, essencial para desenvolvimento do trabalho acadêmico, foram analisados autores de teorias do rádio de forma abrangente e da web rádio, que subsidiaram a elaboração do projeto e a consequente execução do programa.

Nos apoiamos em autores como Magaly Prado, Nair Prata, e Luiz Artur Ferraretto, que contribuem com análises e discussões acerca da web rádio, seu papel na construção social, e suas perspectivas de público e mercado.

Prata aponta, por exemplo, para a convergência do rádio no ambiente virtual e pela coexistência de várias lógicas comunicacionais simultâneas. Define o que é a web rádio e aponta dados para a construção de um programa voltado para esse meio.

Ferraretto fala sobre a cultura da portabilidade, do novo ambiente de conversa inerente a esse suporte da web, e do papel e responsabilidade intrínsecos ao locutor na formação cultural de seu público ouvinte.

E, Prado trabalha aspectos da história do rádio no Brasil, apresenta panoramas do meio rádio e suas transformações tecnológicas, e, aborda, ainda, o webjornalismo.

3.2 Coleta de dados

Como instrumento metodológico de coleta de dados, resolvemos aplicar um questionário, com estudantes universitários, para trazer mais atualidade e delimitação da realidade local, e compreender a dinâmica de interação desse novo público com essa mídia alternativa que é a web rádio, e suas expectativas em relação à programação e conteúdo necessários à sua fidelização.

A aplicação do questionário compreendeu um total de 21 perguntas, entre semiabertas e objetivas, para que fosse possível uma análise quantitativa e uma avaliação interpretativa das respostas, sendo aplicado entre os dias 26 e 27 de abril de 2016, conforme apêndice 1.

Foram objeto do questionário um total de 25 estudantes e professores universitários de cursos da UEPB e do IFPB, escolhidos de forma aleatória, priorizando aqueles que escutam web rádio. Dos 25 entrevistados, 21 são do sexo masculino e 4 do sexo feminino. O grupo analisado possui 14 membros entre 20 e 30 anos de idade e outros 11 membros entre 31 e 45 anos de idade. 18 deles possuem curso superior incompleto, e 7 superior completo em diversas áreas, sendo 4 deles com pós-graduação.

3.2.1 Dos resultados

Ao delimitar o grupo de aplicação do questionário, buscamos analisar a exposição média à programação de rádio na web para um grupo que está, em tese, em maior dinâmica social cotidiana. Analisamos as respostas extraídas do questionário aplicado com a finalidade de adaptar a grade da programação a esse perfil e percebermos os desafios para a expansão do nosso conceito de programa.

Questionamos os entrevistados sobre que tipo de programa preferiam escutar na web rádio. Eles podiam apontar mais de um tipo de programa, e houve a predominância da preferência por entretenimento. O programa musical é o que se destaca, sendo apontado por praticamente todos os entrevistados. Em seguida vem o aspecto informativo. O jornalismo ocupa importante espaço na audiência dos programas de rádio na web. Além destes, outros programas como podcasts sobre séries e transmissão de jogos foram citados.

A frequência com que os entrevistados acessam a web rádio ficou bem dividida, sendo 24% diariamente, 24% três vezes por semana, 16% finais de semana, e 36% raramente, como mostra o gráfico abaixo. Apontando para um desafio de tornar mais frequente o acesso dos ouvintes.

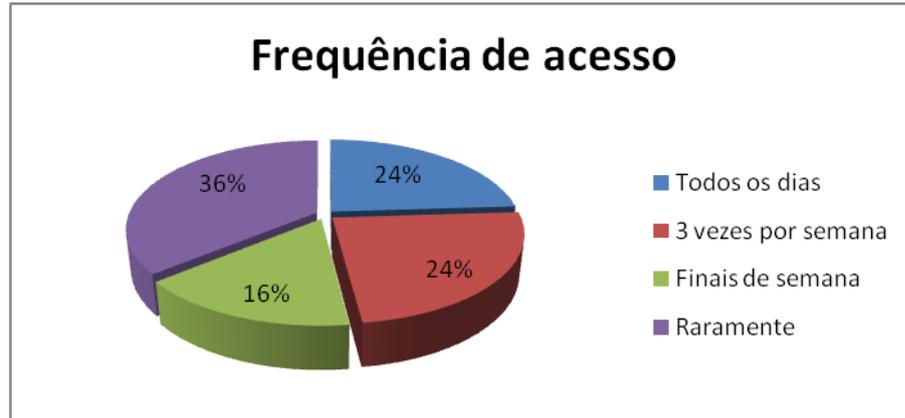


GRÁFICO 01 – Frequência de acesso a web rádio

As situações em que os entrevistados costumam ouvir rádio pela web mais apontadas foram quando navegando na internet, quando em casa durante os afazeres domésticos e hobbies, antes de sair de casa para informar-se sobre os principais acontecimentos e durante a cobertura de eventos de maior repercussão.

Quanto ao meio utilizado para escutar rádio na web, as repostas apontaram para o caráter da mobilidade dos meios. Sendo o PC gradualmente substituído pelos notebooks e tendo o celular gradualmente ganhado espaço com sua capacidade de interação instantânea, respaldando essa nova forma de ouvir rádio, como nos mostra o gráfico a seguir.



GRÁFICO 2 – Meios utilizados para acessar a web rádio

Para conhecer novas músicas, os entrevistados apontaram a internet como o principal meio. Rádios on line, playlists de canais de áudio, pesquisas aleatórias na net, Youtube, foram alguns dos exemplos citados. Enfim, apesar da liberdade dada pela internet, ainda denota certo caráter de passividade nas relações entre ouvinte e apresentação de novos conteúdos.

21 entrevistados disseram ouvir as rádios convencionais hertzianas na web, contra apenas 4 que disseram ouvir os conteúdos exclusivos para a web. Apontando mais uma vez para o desafio de tornar interessante e de credibilidade o entretenimento e informações, respectivamente, dessa nova forma de fazer rádio. Ainda, 18 entrevistados indicaram os programas ao vivo como mais interessantes pelo seu caráter mais imediato, contra 7 que disseram preferir os arquivos de áudio.

A grande maioria, 76%, disse que apenas ouve a programação, não interagindo com os programas. Postar comentários foi a forma de interação mais citada com 16% das respostas, e além destes ainda houve uma pessoa que disse produzir conteúdo e outra que disse baixar arquivos, representando 4% cada.

20% dos entrevistados afirmou considerar importante, e 80% considerou muito importantes a música e a informação cultural nesse tipo de programa. Nenhum dos entrevistados diminuiu a importância desses pontos numa programação. Já 80% do grupo disse sentir-se contemplado nas programações, contra 20% que disse não se sentir contemplado.

A maioria dos entrevistados, 52%, atribuiu o fato de a música paraibana ser pouco ouvida nas rádios à percepção dos diretores das rádios de que esse tipo de música não dá audiência. 16% disse que o público não quer ouvir música paraibana. Uma pessoa, representando 4% da amostra, disse que a Paraíba não possui uma produção musical de qualidade. E, 28% disse se tratar de outros motivos, tais como falta de valorização da cultura local, jabás, e, imposição de estilo musical.

O meio informativo a respeito dos eventos culturais na cidade que predomina atualmente é a internet. Na pesquisa correspondeu a 56% dos entrevistados. Rádio e conversas com outras pessoas vem empatados em seguida com 12 % cada, e, jornal e TV com 8% cada. Nenhum dos entrevistados se disse desinformado acerca dos eventos culturais na cidade, e também disseram não se informar por meio de panfletos e cartazes.

A agenda cultural foi bastante enfatizada como resposta aos tipos de notícias culturais que os entrevistados gostam ou gostariam de ouvir na web rádio. Eventos, shows, peças de teatro, dança e cinema local, merecem de fato um canal de veiculação contínuo e abrangente. Ainda, informações sobre os artistas e músicas foram citadas, além de debates culturais e críticas a obras artísticas diversas.

Quando questionados sobre se ouviriam pela web rádio um programa que transmitisse apenas músicas paraibanas e informações acerca do cenário artístico-cultural do estado, 92% dos entrevistados foram categóricos em dizer que sim, ouviriam um programa voltado para o entretenimento e a informação cultural do nosso estado. Apenas 8% disseram que não ouviriam esse tipo de programa.

Questionamos se novas mídias como Orkut, Facebook, e, mais recentemente WhatsApp, fizeram os entrevistados migrarem sua necessidade de interação com música e rádio. Essa questão partia do pressuposto de que a relação das pessoas com a música e o rádio está reduzida em relação ao período anterior às tais mídias sociais. Contudo, a maioria disse não haver alteração dessa relação e alguns até afirmaram que as mídias sociais potencializaram essa relação devido à facilidade de compartilhamento.

Partindo do pressuposto de que as pessoas conhecem apenas aquilo que de alguma forma lhes é apresentado, sendo, portanto, a execução da programação das rádios anterior à formação do gosto musical, perguntamos se os entrevistados acreditam que a rádio web tem um papel importante na formação do gosto dos ouvintes ou se o gosto dos ouvintes é que norteia as programações da web rádio. O que na visão da maioria dos questionados não é verdade. Pois entendem que a programação da rádio web é formulada de acordo com o gosto dos ouvintes, por uma questão de sobrevivência em meio ao mercado.

Informante 1: “Acredito que a maioria das rádios definam sua programação com base no que os ouvintes mais gostam, ou de acordo com aquilo que está na moda”.

Informante 2: “Se a rádio prioriza uma elevada audiência, deve ofertar um programação mais popular, naturalmente. Por isso entendo que o gosto dos ouvintes é que norteia a formulação da grade de programação.”

O grupo alvo da pesquisa foi enfático em apontar alterações externas a seus comportamentos para que pudessem modificar seu hábito de audição à rádio web. Características intrínsecas ao rádio como mais interação e maior variedade de conteúdo foram

cobrados. Programas de qualidade, de caráter mais regionalista, contínuos e de maior credibilidade e a divulgação dos programas existentes foram apontados como necessários a essa mudança de hábito. Além disso, ainda foi sugerido que fossem criados aplicativos próprios para celular das web rádios.

Concluímos, portanto, pela fundamental importância deste questionário, servindo de base para a construção e produção, além da definição do público alvo do nosso programa e dos desafios que temos por trilhar.

3.3 Estrutura do programa

Relato da pesquisa jornalística:

Para a fiel execução deste programa fez-se necessário observar os seguintes passos de produção:

Inicialmente, definimos a divisão dos blocos e o que seria apresentado em cada um deles. Posteriormente, definimos as pautas sobre as quais falaríamos no decorrer do programa, a matéria que seria produzida, e o artista que entrevistariamos.

Na pesquisa e escolha das pautas, procuramos trabalhar temas de interesse geral e atuais. Buscando integrar os ouvintes e contextualizá-los a uma realidade vigente e mais próxima, para que pudesse haver maior interação do público consigo mesmo e com o programa, objetivando gerar debates construtivos no seio da sociedade.

Na escolha da matéria a ser produzida, decidimos por uma pauta que associasse o tema cultural com os projetos de continuidade inerentes ao objeto da matéria. Decidimos por realizar uma matéria sobre o projeto “2ª segundas” da CIA Bodopitá Playback Theatre. Abordando tópicos sobre em que consiste o trabalho, história da técnica, e do grupo.

A escolha do artista convidado para a entrevista foi unânime. O intérprete paraibano Alexandre Tann foi imediatamente lembrado por todos da produção, pois levamos em consideração sua irreverência e seu espírito de vivacidade, para dar um toque especial ao programa. O convidamos a falar de sua vida e obra, sua trajetória, e de seus projetos futuros. Sem dúvidas, uma escolha acertada que contribuiu em muito para o sucesso do programa.

Relato da pesquisa musical:

Em relação à pesquisa musical, primeiramente, pesquisamos músicas de diversos artistas paraibanos, ou intérpretes, e as informamos entre nós mesmos as escolhidas para que não houvesse conflito na grade de programação.

Em seguida, procedemos à pesquisa histórica das músicas e dos artistas escolhidos, que se deu por meio de fontes diversas como, livros, jornais, internet, e por meio de contatos com os próprios artistas.

Posteriormente, definimos o texto com comentários sobre a obra e vida dos artistas escolhidos e encaminhamos junto com as músicas escolhidas para a edição do “script”. Os locutores participaram ativamente de todas as etapas de produção, edição e apresentação.

Com o “script” em mãos, deu-se início à etapa de gravação do programa em estúdio móvel. Foi um processo de adaptação ao tempo disponível, no qual foram descartados comentários e mesmo músicas, redefinindo o *script*.

As passagens do programa e vinhetas foram gravadas tendo por objetivo minimizar os ruídos de comunicação e desvios de atenção dos ouvintes, adaptando a tonalidade adequada das vozes, e organizando a ordem de execução musical, direcionando-a para atingir ápices de entretenimento.

4 DAS CARACTERÍSTICAS DO PRODUTO MIDIÁTICO

Partindo da necessidade de adaptar a proposta ao tempo de execução do programa, fez-se necessário a divisão do programa em quatro blocos de aproximadamente 15 minutos os dois primeiros, e aproximadamente 30 minutos os dois últimos, totalizando a duração de uma hora e meia. Sendo cada bloco delimitado por um quadro temático específico, além da execução musical, como está apresentado:

Primeiro bloco: Informativo - Explana acerca de tudo o que vai ser falado no programa, uma notícia sobre a abertura do 23º salão de artesanato da Paraíba, e uma rodada musical com os comentários sobre as músicas e os artistas.

Segundo bloco: Entretenimento - Trazemos à tona discussões sobre o tema cinema, com a notícia do espaço do SESI no parque do povo e fazemos outra rodada musical, em seguida a notícia sobre a popularização do teatro puxa o gancho da matéria do próximo bloco.

Terceiro bloco: Reportagem - Neste bloco será apresentada uma reportagem sobre o projeto segunda segundas do grupo Bodopitá. Em seguida fazemos uma rodada musical.

Quarto bloco: Entrevista - Trazemos uma entrevista com o artista Alexandre Tann, que fala sobre sua trajetória pessoal e musical e canta algumas músicas para o público ouvinte. Em seguida uma música de encerramento do programa.

ESPELHO DE PRODUÇÃO DE RÁDIO

| | | |
|-----------------------------|---|--|
| Programa | Som da Parahyba | |
| Duração | 01:30:00 (uma hora e meia) | |
| Periodicidade | Semanal (Às Sextas) | |
| Horário | Das 19:00h às 20:30h | |
| Equipe de produção | Flávio Evangelista Medeiros Nóbrega Júlio César Ferreira Rolim Pedro Wagner Mota Oliveira | |
| Locução | Flávio Evangelista Medeiros Nóbrega Júlio César Ferreira Rolim Pedro Wagner Mota Oliveira | |
| Equipe de Jornalismo | Flávio Evangelista Medeiros Nóbrega Júlio César Ferreira Rolim Pedro Wagner Mota Oliveira | |
| Bloco | Horário | Roteiro |
| 1 | 19h às 19h15min05seg | - Abertura - Apresentação acerca de tudo o que vai ser falado no programa; - Rodada musical (uma música). - Toque informativo; - Rodada musical (duas músicas). |
| 2 | 19h15min05seg às 19h31min51seg | - Toque informativo; - Rodada musical (três músicas); - Toque informativo. |
| 3 | 19h31min51seg às 19h57min20seg | - Reportagem; - Rodada musical (três músicas). |

| | | |
|---|---------------------------------|---|
| | | |
| 4 | 19h57min20seg às 20h30min | <ul style="list-style-type: none">- Entrevista com cantor Alexandre Tan, que fala sobre sua trajetória pessoal e artística;- Rodada musical (uma música)- Encerramento do programa. |

SCRIPT DO PROGRAMA SOM DA PARAHYBA

| | | | |
|------------------|---|---------|----------|
| LOGO DO PROGRAMA | UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB | | |
| | CENTRO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA – CIA | | |
| | CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA | | |
| | DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM | | |
| PROGRAMA: | SOM DA PARAHYBA | DATA: | 13/05/16 |
| REDATOR(ES): | FLÁVIO EVANGELISTA M. NÓBREGA JÚLIO CÉSAR FERREIRA ROLIM PEDRO WAGNER MOTA OLIVEIRA | PÁGINA: | 01 |

| | |
|-----------------|---|
| <u>TÉCNICA:</u> | SOLTA VINHETA MUSICADA DE ABERTURA/ CAI A BG AOS 30” / |
| FLÁVIO | SAUDAÇÕES CAROS OUVINTES! / EU SOU FLÁVIO EVANGELISTA E ESSE É O SOM DA PARAHYBA, UM PROGRAMA DE RESGATE E PROMOÇÃO DA CULTURA PARAIBANA, QUE TAMBÉM ROLA NA COMPANHIA DOS AMIGOS PEDRO WAGNER E JÚLIO ROLIM// |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOBE BG / TOCA 5“ CAI A BG</u> |
| FLÁVIO | E AÍ, CARAS? O QUE É QUE VOCÊS TROUXERAM DE BOM PARA APRESENTAR AOS NOSSOS OUVINTES?// |
| PEDRO | FALA FLÁVIO, JULIO/ CARAS, HOJE EU TROUXE ALGUMAS BANDAS DO CENÁRIO ALTERNATIVO/ ALÉM DE UMA MÚSICA BASTANTE SAUDOSISTA DO GRANDE POETA JOÃO GONÇALVES, O REI DO DUPLO SENTIDO// ALÉM DISSO, VOCÊ ACOMPANHA AS NOTÍCIAS SOBRE A CULTURA PARAIBANA COMO A REALIZAÇÃO DO VIGÉSIMO TERCEIRO SALÃO DE |

| | |
|-----------------|--|
| | ARTESANATO DA PARAÍBA, O ARRAIAL DA CULTURA DO SESI QUE ACONTECE NO PARQUE DO POVO, E A CAMPANHA DE POPULARIZAÇÃO DO TEATRO E DA DANÇA NO SEVERINO CABRAL/ |
| JÚLIO | É ISSO AÍ PEDRÃO, GRANDE FLÁVIO (CABA DOS FUSCA)/ HOJE NÓS TEREMOS UMA REPORTAGEM ESPECIAL SOBRE A COMPANHIA BODOPITÁ PLAYBACK THEATRE, QUE REALIZA O PROJETO SEGUNDAS SEGUNDAS // E UMA ENTREVISTA COM O CANTOR CAMPINENSE ALEXANDRE TAN / |
| <u>TÉCNICA:</u> | ELEVA BG 15” INÍCIO DA MÚSICA “PERFÍDIA” |
| JULIO | E PARA OUVIRMOS EU TROUXE UNS SONS VARIADOS/ UNS CABRA DA PESTE QUE VÃO DO SERTÃO AO LITORAL/ PRA COMEÇAR/ VAMOS OUVIR UM SANFONEIRO LÁ DE CAJAZEIRAS/ TOCANDO “HOMENAGEM A SÃO JOSÉ DE PIRANHAS”, COM VOCÊS CHICO AMARO// |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA MUSICA “HOMENAGEM A SÃO JOSÉ DE PIRANHAS” - 1’47”// PERMANECE MUSICA “HOMENAGEM A SÃO JOSÉ DE PIRANHAS” EM BG</u> |
| JÚLIO | ESTA MÚSICA É UMA COMPOSIÇÃO DE DIÁ DE JATOBÁ/ POETA E COMPOSITOR LÁ DE MINHA TERRA/ SÃO JOSÉ DE PIRANHAS/ QUE CRIOU ESTA BONITA HOMENAGEM/ NÃO APENAS A SUA CIDADE/ MAS A TODO SERTÃO/ SOBRETUDO QUANDO DIZ SE VOCÊ NÃO CONHECE O MEU SERTÃO/ NÃO ADIANTA FALAR DO QUE PASSOU”/ A METÁFORA SOBRE O ANEL/ NO QUAL SÃO JOSÉ É A PEDRA/ É SIMPLEMENTE BELA/ A CANÇÃO É INTERPRETADA POR CHICO AMARO, FORROZEIRO LÁ DE CAJAZEIRAS/ QUE CHEGOU A FAZER SUCESSO NACIONAL COM A MÚSICA “BANHO DE AÇUDE” E AINDA HOJE SE APRESENTA NO SERTÃO. |

| | |
|-----------------|--|
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA VINHETA DE PASSAGEM 1</u> |
| FLÁVIO | EITA SERTÃO VÉI QUE EU GOSTO!/ ISSO ME LEMBRA UMA VIAGEM QUE EU FIZ AO SERTÃO PARAIBANO/ EU PERCORRI SÃO JOSÉ DE PIRANHAS, CARRAPATEIRA, NAZAREZINHO/ NA ÉPOCA EU PERCORRI AQUILO TUDO NO POEIRÃO, E EU TENHO BASTANTE SAUDADE DESSA ÉPOCA E BASTANTE SAUDADE DESSA VIAGEM QUE EU FIZ/ BOM! , VAMOS ÀS NOTÍCIAS E NA VOLTA EU TRAGO UM SOM MUITO BACANA TAMBÉM/ |
| NOTÍCIA - PEDRO | ESTE ANO ACONTECE A VIGÉSIMA TERCEIRA EDIÇÃO DO SALÃO DE ARTESANATO DA PARAÍBA/ COMO JÁ TRADICIONALMENTE ACONTECE NO MÊS DE JUNHO, O SALÃO DE ARTESANATO É MONTADO EM CAMPINA GRANDE, APROVEITANDO O MÊS DA FESTA JUNINA DA CIDADE / COM O TEMA “O ALGODÃO COLORIDO É NOSSO”, O EVENTO, QUE ACONTECEU EM JOÃO PESSOA EM JANEIRO, CONTARÁ COM A PARTICIPAÇÃO DE CERCA DE QUATROCENTOS ARTESÃOS DE SESSENTA MUNICÍPIOS PARAIBANOS, REPRESENTANDO MAIS DE TRÊS MIL ENVOLVIDOS NA PRODUÇÃO/ AGORA EM DOIS MIL E DEZESSEIS O SALÃO SERÁ MONTADO NA AVENIDA SEVERINO CABRAL, NO BAIRRO DO CATOLÉ, ONDE FUNCIONOU A “OUROVEL”/ O SALÃO ACONTECE ATÉ O FINAL DO MÊS DE JUNHO, ABRANGENDO TODAS AS TIPOLOGIAS DO ARTESANATO: FIOS, MADEIRA, ALGODÃO COLORIDO, FIBRA, CERÂMICA, COURO, TECELAGEM, BRINQUEDO, PEDRA, METAL, ARTESANATO INDÍGENA, CORDEL, XILOGRAVURA, ALÉM DE HABILIDADES MANUAIS, E AINDA CONTA COM UM ESPAÇO VOLTADO À GASTRONOMIA REGIONAL// |
| FLÁVIO | VALE À PENA CONFERIR ESSA EDIÇÃO DO SALÃO DE ARTESANATO/ EU MESMO ESTAREI LÁ DEGUSTANDO DA NOSSA GASTRONOMIA REGIONAL// BOM!/ EU TAMBÉM TROUXE ALGUMAS MÚSICAS DA NOSSA TERRA, CAMPINA GRANDE, NA VOZ DE TONINHO BORBO/ TONINHO, GRANDE |

| | |
|-----------------|---|
| | AMIGO MEU QUE EU PRETENDO TRAZER AQUI PRA TÁ CONVERSANDO COM A GENTE NO SOM DA PARAHYBA// ELE QUE TÁ LANÇANDO SEU NOVO “CD”, CINZA, DO QUAL A MÚSICA TAMBÉM CHAMA-SE CINZA, E É ESSA MÚSICA QUE EU TOU TRAZENDO PRA GENTE HOJE/ |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA MUSICA “CINZA” - 4’27” / PERMANECE MUSICA “CINZA” EM BG</u> |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA VINHETA DE PASSAGEM 2</u> |
| PEDRO | POXA FLÁVIO, MUITO BOA ESSA MÚSICA DE TONINHO BORBO, REALMENTE / ÓTIMA CONTRIBUIÇÃO PARA O PROGRAMA DE HOJE/ MUITO BOM VER TRABALHOS NOVOS DESSAS NOVAS GERAÇÕES// AGORA, OLHA CARAS, PUXANDO PRO LADO UM POUCO MAIS REGIONAL DAQUI DE CAMPINA TAMBÉM, AÍ EU GOSTARIA DE CONTEXTUALIZAR PRA RECRIAR O CLIMA // HOUVE UM TEMPO MUITO BOM AQUI EM CAMPINA EM QUE ROLAVAM UNS SHOWS LÁ NAS BONINAS / POR TRÁS DO CAD/ UMA GALERA MUITO MASSA, MUITA CERVEJA, AQUELE CÉU CINZA DA MADRUGADA E AQUELA GAROA TÍPICA DA BORBOREMA / E É APROVEITANDO ESSE CLIMA QUE EU SOLTO “PASSARADA” DA “CABRUÊRA”// |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA MUSICA “PASSARADA”- 3’19” / PERMANECE MUSICA “PASSARADA” EM BG</u> |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA VINHETA DE PASSAGEM 3</u> |
| PEDRO | A CABRUÊRA JÁ ESTÁ HÁ MAIS DE 15 ANOS NA ESTRADA / FOI FORMADA EM 1998 POR ESTUDANTES DA UFCG E JÁ EM 99 SE APRESENTOU NO MAIOR SÃO JOÃO DO MUNDO / AQUI EM CAMPINA GRANDE, CLARO / JÁ NO ANO SEGUINTE COMEÇOU A FAZER TURNÊS PELO BRASIL E PELA EUROPA / ALIÁS A VINHETA DE ABERTURA DO SOM DA PARAHYBA É FORRÓ ESFEROGRÁFICO / TAMBÉM DO CABRUÊRA / LANÇADA EM 99 |

| | |
|------------------|--|
| | NO ALBÚM DE MESMO NOME DA BANDA / JÁ A MÚSICA PASSARADA, QUE OUVIMOS AGORA, FOI LANÇADA NO ALBÚM VISAGEM , EM 2010 / OUVINDO ME SINTO COMO SE ESTIVESSE À NOITE NO LARGO DAS BONINAS // |
| FLÁVIO | CABRUÊRA, DESDE SEU INÍCIO, LIDERADA POR ARTHUR PESSOA JÁ ESTÁ NA ESTRADA HÁ BASTANTE TEMPO E CONSTRUIU UMA CARREIRA SÓLIDA NO EXTERIOR / SE APRESENTANDO EM DIVERSOS FESTIVAIS PELA ALEMANHA, FRANÇA, INGLATERRA, E, SINCRONIZANDO SUAS MUSICAS EM FILMES E DOCUMENTÁRIOS PELO BRASIL, EUROPA E ESTADOS UNIDOS // VAMOS A UM BREVE INTERVALO E VOLTAMOS JÁ // |
| INTERVALO | |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA VINHETA MUSICADA – FORRÓ ESFEROGRÁFICO</u> |
| PEDRO | ESTAMOS DE VOLTA COM O SOM DA PARAHYBA! / TRAZENDO NOTÍCIA PRA VOCÊ!// |
| NOTÍCIA - FLÁVIO | O DEPARTAMENTO DE CULTURA DO SESI PARAIBA MAIS UMA VEZ INOVA, TRAZENDO AO PARQUE DO POVO, DURANTE O MAIOR SÃO JOÃO DO MUNDO, O ARRAIÁ DA CULTURA! // O COMPLEXO TRATA-SE DE UMA ESTRUTURA QUE OCUPARÁ UMA ÁREA DE MAIS DE TRÊS MIL E DUZENTOS METROS QUADRADOS // MONTADA PARA ENALTECER ELEMENTOS QUE MARCARAM ÉPOCA E QUE, PORTANTO, FAZEM PARTE DO CONTEXTO HISTÓRICO E CULTURAL DE CAMPINA GRANDE// A EXEMPLO DA PRAÇA CLEMENTINO PROCÓPIO, CINE CAPITÓLIO, ABRIGO MARINGÁ, RELÓGIO TÔ DOIDÃO, MONUMENTO DO LIONS CLUBE, PAU DE SEBO E ALÉM DE TANTAS OUTRAS ATRAÇÕES MUSICAIS // O CINE CAPITÓLIO SERÁ UM CINEMA FUNCIONAL QUE DURANTE OS FINS DE |

| | |
|-----------------|--|
| | <p>SEMANA EXIBIRÁ OBRAS DE CINEASTAS PARAIBANOS A EXEMPLO DE ANDRÉ DA COSTA PINTO E MARLOM MEIRELLES // AS EXIBIÇÕES OCORRERÃO SEMPRE EM DUAS SESSÕES, ÀS DEZENOVE E ÀS VINTE E UMA HORAS// UMA ÓTIMA PEDIDA PARA O SEU FIM DE SEMANA//</p> |
| JÚLIO | <p>UMA INICIATIVA SEM IGUAL DO SESI PARAÍBA / É O CINEMA INDO ATÉ AS PESSOAS// SEM DÚVIDA, UMA OPORTUNIDADE ÚNICA DE PRESTIGIAR O CINEMA PARAIBANO PARA QUEM ESTIVER PASSEANDO PELA CIDADE, E, TAMBÉM, PARA OS PRÓPRIOS CONTERRÂNEOS QUE PORVENTURA NÃO O CONHEÇAM//</p> |
| FLÁVIO | <p>AMIGOS, NOS ÚLTIMOS ANOS, CAMPINA GRANDE TEM SE TORNADO UM VERDADEIRO CELEIRO DE ARTISTAS/ A MÚSICA CAMPINENSE TEM GANHADO BASTANTE ESPAÇO NO CENÁRIO MUSICAL // DE CAMPINA GRANDE TAMBÉM SURGE A CANTORA GITANA PIMENTEL, DE QUEM EU TRAGO A MÚSICA “JEITO DE AMAR”/</p> |
| <u>TÉCNICA:</u> | <p><u>SOLTA MUSICA “JEITO DE AMAR”- 3’23” / PERMANECE MÚSICA “JEITO DE AMAR” EM BG</u></p> |
| FLAVIO | <p>“JEITO DE AMAR”, ESSE É O NOVO SOM DE GITANA PIMENTEL, FORROZINHO ROMÂNTICO QUE CAI MUITO BEM NESSA ÉPOCA JUNINA/ GITANA PIMENTEL RECENTEMENTE FEZ UM CLIPE, BOMBOU NAS REDES SOCIAIS E TAMBÉM NA MÍDIA TELEVISIVA/ PARABÉNS GITANA PELO SEU CLIPE!// ISSO É SOM DA PARAHYBA/</p> |
| JÚLIO | <p>NA PARAÍBA DE TODOS OS RITMOS NÃO PODIA FALTAR O BOM E VELHO ROCK’N ROLL / NESTA VIAGEM MUSICAL VAMOS OUVIR “UM MONTE DE AREIA EM CIMA DO CARRO” / BANDA AQUI DE CAMPINA/ COM A MÚSICA “CONTROLE REMOTO”.</p> |
| <u>TÉCNICA:</u> | <p><u>SOLTA MUSICA “CONTROLE REMOTO” -4’10”/ PERMANECE</u></p> |

| | |
|-----------------|---|
| | <u>MÚSICA “CONTROLE REMOTO” EM BG</u> |
| JÚLIO | A BANDA “UM MONTE DE AREIA EM CIMA DO CARRO” NASCEU NOS CORREDORES DO CAMPUS CAMPINA GRANDE DO IFPB/ FORMADA POR ESTUDANTES DA INSTITUIÇÃO QUE COMEÇARAM A SE APRESENTAR EM EVENTOS DA ESCOLA/ EMPOLGADOS, OS JOVENS FIZERAM SUAS PRÓPRIAS COMPOSIÇÕES E PASSARAM A SE APRESENTAR EM BARZINHOS E EVENTOS ALTERNATIVOS NA NOITE CAMPINENSE/ A MÚSICA QUE OUVIMOS, “CONTROLE REMOTO”, É UMA COMPOSIÇÃO DE PEDRO LIRA, ITAGIBA NETO E AUGUSTO CARVALHO/ ALÉM DISSO, NÓS TEMOS IGOR FERNANDES QUE FAZ PARTE DA BANDA/ “MONTE DE AREIA EM CIMA DO CARRO” É SOM DA PARAHYBA!/ |
| PEDRO | AGORA VOU SOLTAR AGORA UMA MÚSICA QUE TEM UM REFRÃO MUITO MASSA, QUE SIMPLIFICA A BUSCA PELA FELICIDADE / SEGUNDO GRAU COMPLETO, CURSO DE DATILOGRAFIA E UMA PASSAGEM DE ÔNIBUS / EU TOU FALANDO DE “TUDO PRA SER FELIZ” DE “TOTONHO E OS CABRA” |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA MUSICA “TUDO PRA SER FELIZ” 3’44” / PERMANECE MUSICA “TUDO PRA SER FELIZ” 3’44”</u> |
| PEDRO | TOTONHO APRENDEU A VERSAR COM CANTORES POPULARES, LÁ EM MONTEIRO, ONDE SE CRIOU / COM NOVE ANOS DE IDADE JÁ TINHA UMA BANDINHA DE BATE LATA COM AMIGOS / CURSOU FACULDADE EM JOÃO PESSOA, E NO FIM DOS ANOS 80 FOI PARA O RIO DE JANEIRO TENTAR A CARREIRA DE MÚSICO / É UM GRANDE ARTISTA // E ESSA MÚSICA É MUITO MASSA / ANTIGAMENTE ERA O QUE BASTAVA REALMENTE PRA SER FELIZ / SEGUNDO GRAU COMPLETO E A CORAGEM DE DEBANDAR PRA OUTRO LUGAR DO PAÍS, NÉ?/ HOJE EM DIA A GENTE TEM QUE TER CURSO SUPERIOR, MESTRADO, |

| | |
|-----------------|--|
| | DOUTORADO, FALAR NÃO SEI QUANTAS LÍNGUAS / ENFIM , PARECE QUE FICOU UM POUCO MAIS DIFÍCIL // AGORA VAMOS COM NOTÍCIA COM O REPÓRTER JÚLIO |
| NOTÍCIA - JÚLIO | O TEATRO MUNICIPAL SEVERINO CABRAL ESTÁ REALIZANDO MAIS UMA EDIÇÃO DA CAMPANHA DE POPULARIZAÇÃO DO TEATRO E DANÇA, O PROJETO ACONTECEU A PRIMEIRA VEZ EM 2014, A CAMPANHA OCORRE TODAS AS SEXTAS-FEIRAS A PARTIR DAS VINTE HORAS E VISA APRESENTAR ESPETÁCULOS TEATRAIS E ESPETÁCULOS DE DANÇA A PREÇOS POPULARES. OS INGRESSOS SÃO VENDIDOS AOS PREÇOS DE VINTE REAIS E DEZ REAIS PARA QUEM TEM DIREITO A PAGAR MEIA ENTRADA. A SELEÇÃO DOS ESPETÁCULOS SE DEU ATRAVÉS DE PROCESSO DISCIPLINADO POR EDITAL LANÇADO PELO TEATRO MUNICIPAL, NO QUAL OS REPRESENTANTES DE PRODUÇÕES ARTÍSTICAS PODIAM REALIZAR SUAS INSCRIÇÕES. EM SUA MAIORIA OS ESPETÁCULOS SÃO DE CAMPINA GRANDE, MAS EXISTEM PRODUÇÕES DE OUTRAS CIDADES A EXEMPLO DE JOÃO PESSOA. A PROGRAMAÇÃO ACONTECE ATÉ O MÊS DE JUNHO QUANDO A DIREÇÃO DO SEVERINO CABRAL LANÇARÁ OUTRO EDITAL PARA FECHAR A PROGRAMAÇÃO PARA O SEGUNDO SEMESTRE// E DEPOIS DESTA NOTÍCIA, AMIGOS, O SOM DA PARAHYBA DÁ UMA PAUSA PARA O INTERVALO E VOLTA JÁ// |
| INTERVALO | |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA VINHETA MUSICADA – FORRÓ ESFEROGRÁFICO</u> |
| FLÁVIO | ESTAMOS DE VOLTA COM O SOM DA PARAIBA / HOJE TRAZENDO UM VERDADEIRO CALDEIRÃO DE CULTURA COM OS MAIS VARIADOS NOMES DA MÚSICA DO NOSSO ESTADO, ALÉM DE NOTÍCIAS E REPORTAGENS DO UNIVERSO CULTURAL// AGORA VOCÊ CONFERE A REPORTAGEM ESPECIAL |

| | |
|--------------------|---|
| | DO REPÓRTER JULIO ROLIM SOBRE O PROJETO SEGUNDAS SEGUNDAS, DO GRUPO DE TEATRO BODOPITÁ// NA VOLTA TEM MAIS SOM DA PARAHYBA// |
| MATÉRIA - JÚLIO | <p>- TÉCNICA: SONORA 01: (0”02 A 0”30)</p> <p>“PODEMOS TRANSFORMAR SUA HISTÓRIA EM ARTE?” COM ESTA FRASE O CONDUTOR DO ESPETÁCULO DA CIA BODOPITÁ PLAYBACK THEATRE DÁ A DEIXA PARA QUE OS ATORES REALIZEM, UTILIZANDO TÉCNICAS DE IMPROVISO, UMA CENA QUE REcriA UM MOMENTO CONTADO POR ALGUÉM DA PLATEIA.</p> <p>O PLAYBACK THEATRE É UMA TÉCNICA TEATRAL, DESENVOLVIDA NOS ESTADOS UNIDOS, POR JONATHAN FOX E JO SALAS NA DÉCADA DE 1970. O ESPETÁCULO É FEITO TOTALMENTE DE IMPROVISO, NÃO HAVENDO QUALQUER TIPO DE TEXTO, ROTEIRO OU COMBINAÇÃO PRÉVIA ENTRE OS ATORES. ATRAVÉS DE TÉCNICAS CUIDADOSAMENTE ENSAIADAS, O ELENCO REcriA NO PALCO EMOÇÕES, SENTIMENTOS E HISTÓRIAS QUE SÃO CONTADAS PELA PLATÉIA QUE VAI ASSISTIR AO ESPETÁCULO. O PÚBLICO NÃO É FORÇADO A CONTAR NADA A RESPEITO DE SUAS VIDAS, APENAS AS PESSOAS QUE SE SENTIREM À VONTADE PARA ISTO RELATAM ALGO, OS DEMAIS SERÃO ESPECTADORES. A BUSCA DA ESSÊNCIA É A PREMISA BÁSICA DESTE TIPO DE TEATRO, NÃO É PERMITIDO QUALQUER TIPO DE PEGADINHA OU BRINCADEIRA COM A PLATÉIA. DESTE MODO, CADA ESPETÁCULO É ÚNICO E IMPOSSÍVEL DE PREVÊ QUE CAMINHO SEGUIRÁ, É PERFEITAMENTE POSSÍVEL QUE AS CENAS VARIEM DE DRAMAS PROFUNDOS A DIVERTIDAS COMÉDIAS. O DESENROLAR DO ESPETÁCULO DEPENDE DO QUE FOR</p> |

NARRADO PELOS PRESENTES, ÚNICO SUBSÍDIO PARA OS ARTISTAS NO PALCO. POR SE TRATAR DE UM ESPETÁCULO DE IMPROVISO, EM QUE SE BUSCA O RESPEITO ÀS NARRATIVAS CONTADAS, O CÔMICO E O TRÁGICO CONVIVEM HARMONICAMENTE NO MESMO ESPAÇO. PARA CHICO OLIVEIRA, DIRETOR ARTÍSTICO DA BODOPITÁ, O OBJETIVO DO ESPETÁCULO É TRANSFORMAR HISTÓRIAS DE VIDA EM ARTE SEMPRE RESPEITANDO O QUE FOI CONTADO, NÃO CABENDO JULGAMENTOS OU PRECONCEITOS:

- TÉCNICA: SONORA 02 COM CHICO OLIVEIRA (0”15 A 1”05)

ASSIM, A BODOPITÁ VEM EXECUTANDO HÁ TRÊS ANOS O PROJETO 2^{as} SEGUNDAS, QUE CONSISTE NA REALIZAÇÃO DE UM ESPETÁCULO TEATRAL SEMPRE NA SEGUNDA SEGUNDA-FEIRA DE CADA MÊS. A APRESENTAÇÃO É REALIZADA SEMPRE ÀS 20 HORAS, NO CENTRO DE ARTE E CULTURA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA, ANTIGA FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UEPB, EM CAMPINA GRANDE. O RITUAL ESCOLHIDO NÃO É COMUM NO TEATRO CONVENCIONAL, OS ATORES RECEPCIONAM O PÚBLICO QUE, ANTES DO INÍCIO DA CENA, TOMA CHÁ E CAFÉ JUNTO COM OS ARTISTAS, NUMA MISTURA QUE BUSCA DEMONSTRAR QUE, NA FILOSOFIA DO PLAYBACK, ATORES E PÚBLICO ESTÃO NO MESMO NÍVEL DE IMPORTÂNCIA PARA O ESPETÁCULO. O PROJETO, COM APOIO DA UEPB, NÃO COBRA INGRESSO, CADA ESPECTADOR RECEBE UM ENVELOPE AO ENTRAR NA SALA DE ESPETÁCULO, NA SAÍDA O ENVELOPE É DEVOLVIDO, DEIXANDO O PÚBLICO LIVRE PARA CONTRIBUIR COM A QUANTIA QUE PUDER OU QUIZER.

O ESPETÁCULO DA BODOPITÁ É COMPOSTO POR SEIS ATORES,

UM MÚSICO E UM CONDUTOR (QUE ATUA COMO DIRETOR). AO INÍCIO DA APRESENTAÇÃO O CONDUTOR CONVERSA COM A PLATÉIA, EXPLICANDO A TÉCNICA TEATRAL DE PLAYBACK, FAZENDO COM QUE O PÚBLICO COMPREENDA O JOGO E, DESTA FORMA, POSSA INTERAGIR COM O ELENCO. COMO NOS CONTA CHICO OLIVEIRA.

- TÉCNICA: SONORA 03 COM CHICO OLIVEIRA (2”17 A 2”54)

BASICAMENTE O ESPETÁCULO É DIVIDIDO EM DOIS MOMENTOS, NO PRIMEIRO A CONDUÇÃO BUSCA QUE O PÚBLICO CONTE SENTIMENTOS E EMOÇÕES PARA QUE SEJAM ENCENADOS PELO ELENCO, DE FORMA RÁPIDA, ATRAVÉS DE TÉCNICAS PRÓPRIAS, TAIS COMO ESCULTURAS FLUÍDAS, PARES, TRÊS PARTES, ENTRE OUTROS FORMATOS CÊNICOS NOS QUAIS OS ATORES, UTILIZANDO SEUS CORPOS E VOZES, RECRIAM, EM POUCOS SEGUNDOS, OS MOMENTOS DESCRITOS PELOS NARRADORES/PLATEIA. EM UM SEGUNDO MOMENTO, O CONDUTOR IRÁ CAPTAR HISTÓRIAS MAIS LONGAS DE ALGUNS DOS ESPECTADORES QUE, VOLUNTARIAMENTE, CONTARÃO SUAS EXPERIÊNCIAS. O NARRADOR (AUTOR DA HISTÓRIA) ESCOLHE QUAL ATOR/ATRIZ FARÁ CADA PERSONAGEM EXISTENTE NO ENREDO, APONTANDO, INCLUSIVE, QUAL ARTISTA INTERPRETARÁ O SEU PAPEL. SENTADO NO PALCO AO LADO DO DIRETOR DO ESPETÁCULO, O VOLUNTÁRIO RESPONDE A PERGUNTAS QUE IRÃO AJUDAR O ELENCO A COMPOR A CENA. OS DETALHES SÃO CONTADOS, ENTRETANTO, O MAIS IMPORTANTE É A BUSCA PELA ESSÊNCIA DA HISTÓRIA, SEMPRE RESPEITANDO O PONTO DE VISITA DO NARRADOR. APÓS O EPISÓDIO SER CONTADO INICIA-SE A CENA, RECRIANDO A NARRAÇÃO UTILIZANDO O

MOVIMENTO DRAMÁTICO E A PLASTICIDADE TEATRAL PARA ABRILHANTAR O QUE FOI NARRADO. OS ATORES POSSUEM A RESPONSABILIDADE DE OBEDECER AO QUE FOI DITO, PODENDO, ENTRETANTO, TER LIBERDADES POÉTICAS DENTRO DA NARRATIVA, AFINAL, TRATA-SE DE UMA OBRA DE ARTE E, COMO TAL, UTILIZA-SE DO EMOCIONAL, DO LÚDICO E DO FANTÁSTICO PARA RETRATAR A REALIDADE. A ATRIZ SUÉLLEN MARIA, QUE TAMBÉM ATUA NO TEATRO CONVENCIONAL, NOS FALOU DA IMPORTÂNCIA DA TÉCNICA PARA O SEU TRABALHO NOS PALCOS.

- TÉCNICA: SONORA 04 COM SUÉLLEN MARIA (0”05 A 1”22)

EM ENQUETE REALIZADA JUNTO AO PÚBLICO, PODEMOS PERCEBER O QUANTO O ESPETÁCULO É ENVOLVENTE, EMOCIONANDO A PLATEIA, TANTO OS QUE CONTAM MOMENTOS DE SUAS VIDAS QUANTO AQUELES QUE APENAS ASSISTEM ÀS CENAS.

- TÉCNICA: SONORAS DA ENQUETE

SONORA 05 (0”05 A 0”57)

SONORA 06 (0”02 A 0”06)

SONORA 07 (0”02 A 0”10)

A BODOPITÁ PLAYBACK THEATRE SURTIU EM CAMPINA GRANDE EM 2009, CRIADA PELO ATOR E DIRETOR CHICO OLIVEIRA QUE, DURANTE DEZ ANOS TRABALHOU COM ESSA TÉCNICA NO ESTADO DE SÃO PAULO, TENDO PARTICIPADO DA CIA SÃO PAULO PLAYBACK THEATRE, PRIMEIRA NO PAÍS A FAZER ESTE TIPO DE TRABALHO ARTÍSTICO, E DA BRASILIS

| | |
|-----------------|---|
| | <p>PLAYBACK THEATRE.</p> <p>AO RETORNAR À PARAÍBA, EM 2008, CHICO REUNIU UM GRUPO DE ATORES, TODOS DE TEATRO CONVENCIONAL, E ATRAVÉS DE OFICINAS, APRESENTOU O PLAYBACK THEATRE AOS COMPANHEIROS DE CENA. A PARTIR DAÍ SURGE A CIA BODOPITÁ. É O QUE NOS RELATOU O DIRETOR ARTÍSTICO DO GRUPO.</p> <p>- TÉCNICA: SONORA 8 COM CHICO OLIVEIRA(3”03 A 3”50)</p> <p>TODOS NA EQUIPE POSSUEM TRABALHOS ARTÍSTICOS EXTRAS, PORÉM O PLAYBACK PASSOU A SER UMA PAIXÃO ARTÍSTICA E PESSOAL. ATUALMENTE A COMPANHIA É A ÚNICA QUE REALIZA ESTE TIPO DE TÉCNICA NA PARAÍBA, ENTRETANTO, O PLAYBACK TEM CONSEGUIDO CADA VEZ MAIS ADMIRADORES E ADEPTOS POR VÁRIAS PARTES DO BRASIL E DO MUNDO.</p> <p>E SE, COMO DISSE OSCAR WILDE, A VIDA IMITA A ARTE, O PLAYBACK BUSCA MISTURAR AS DUAS COISAS NUMA MESMA REALIDADE, NÃO HAVENDO DISTINÇÃO ENTRE ELAS, MAS SIM, UMA CONEXÃO INDISPENSÁVEL PARA QUE O JOGO CÊNICO DA VIDA REAL POSSA ACONTECER DENTRO DO MUNDO DA FANTASIA.</p> <p>- TÉCNICA: SONORA 01 (1”23 A 1”36)</p> <hr/> |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA MUSICA “CAPITAL MUNDIAL DO FORRÓ” EM BG</u> |
| FLAVIO | AGORA TRAZENDO UMA FIGURA QUASE FOLCLÓRICA DA MÚSICA CAMPINENSE QUE TEM MUITA GINGA E CANTA DO XOTE AO AXÉ / AGORA NO SOM DA PARAÍBA, CAPILÉ E A MÚSICA “CAPITAL MUNDIAL DO FORRÓ”// |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA MUSICA “CAPITAL MUNDIAL DO FORRÓ”-2’15” / PERMANECE MÚSICA“CAPITAL MUNDIAL DO FORRÓ” EM BG</u> |

| | |
|----------------|--|
| FLÁVIO | <p>É ISSO AI!/ ESSE É O CAPILÉ!/ CAPILÉ QUE COMEÇOU A MOVIMENTAR A CIDADE DESDE OS ANOS 80 TOCANDO AQUELE FORRÓ CHAMEGADO, ANIMANDO AS NOITES NO “FORRÓDROMO” / ISSO MESMO FORRÓDROMO, CARA! BEM NOVINHO! / E LOGO ADERIU AO AXÉ LEVANTANDO A GALERA NOS CARNAVAIS FORA DE ÉPOCA E NAS SUAS FAMOSAS PRÉVIAS / LEMBRAM DO GALO DE CAMPINA? BONS TEMPOS, HEIN? NO MOVIMENTO AXÉ CAPILÉ FEZ GRANDES AMIGOS, COMO O BAIANO DURVAL LELIS DA BANDA ASA DE ÁGUIA ONDE JUNTOS CANTARAM GRANDES SUCESSOS COMO CALDEIRÃO DO AMOR, ENTRE OUTRAS/ NO MÍNIMO ÉPICO!//</p> |
| JULIO | <p>POR FALAR EM CALDEIRÃO/ VAMOS OUVIR O SOM DE UMA BANDA QUE GOSTA DE MISTURAR OS VÁRIOS RITMOS NORDESTINOS / TOCAIA DA PARAÍBA NASCEU LÁ EM CAJAZEIRAS / A MÚSICA SE CHAMA “FAROL”//</p> |
| <u>TÉCNICA</u> | <p><u>FADEOUT BG/ SOLTA MUSICA “FAROL” – 2’49”/ SOLTA MUSICA “FAROL” EM BG</u></p> |
| JÚLIO | <p>A TOCAIA DA PARAÍBA FOI CRIADA PELOS PROFESSORES UNIVERSITÁRIOS ERIVAN ARAÚJO E NALDINHO BRAGA/ QUE TRABALHAVAM NO CAMPUS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/ HOJE UFCG/ EM CAJAZEIRAS / LÁ PARTICIPA DE EVNTOS E FESTIVAIS DE MÚSICA/ SEMPRE SENDO SUCESSO DE PÚBLICO E CRÍTICA /A BANDA TEVE ALGUMAS FORMAÇÕES/ MAS NUNCA PAROU DE TOCAR SEU SOM ÚNICO E APAIXONANTE//</p> |
| PEDRO | <p>FLÁVIO, HOJE VOCÊ TROUXE CAPILÉ, UM DOS ARTISTAS MAIS ECLÉTICOS QUE CONHEÇO / E FALANDO EM SOM ECLÉTICO, A PRÓXIMA MÚSICA QUE EU TRAGO É DA BANDA PESSOENSE “JAGUARIBE CARNE” / É, NA VERDADE, MAIS QUE UMA BANDA, É UM GRUPO DE ESTUDOS E PRÁTICAS CULTURAIS, QUE ATUA NAS VERTENTES DA ARTE, DA POLÍTICA, DA EDUCAÇÃO E DA</p> |

| | |
|-----------------|--|
| | CULTURA / E QUE TOCA AGORA A MÚSICA “VEM DO VENTO” COM A PARTICIPAÇÃO DE LENINE // |
| <u>TÉCNICA</u> | <u>FADEOUT BG/ SOLTA MUSICA “VEM DO VENTO”- 4’23” / SOLTA MUSICA “VEM DO VENTO” EM BG</u> |
| PEDRO | JÁ TINHAM OUVIDO ESSE SOM? / O GRUPO JAGUARIBE CARNE FOI FUNDADO EM SETENTA E QUATRO PELOS IRMÃOS PEDRO OSMAR E PAULO RÓ, E TINHA O OBJETIVO DE TRANSFORMAR A CENA CULTURAL DE JOÃO PESSOA / DOS PROJETOS DO GRUPO SURGIRAM GRANDES NOMES DE NOSSA MÚSICA, COMO POR EXEMPLO O PRÓPRIO TONHO QUE JÁ TOCAMOS NESSE PROGRAMA, ESCURINHO E CHICO CÉSAR / O GRUPO É UM VERDADEIRO LABORATÓRIO DE EXPERIMENTAÇÃO DAS ARTES, QUE JÁ COMPLETOU QUARENTA ANOS DE GUERRILHA CULTURAL, COMO DENOMINAM // A MÚSICA QUE ACABAMOS DE ESCUTAR CONTA COM A PARTICIPAÇÃO DA VOZ DE SOTAQUE FORTE DO PERNAMBUCANO LENINE, MAIS UM DE SEUS PARCEIROS MUSICAIS / GRANDE BANDA, JAGUARIBE // BEM, VAMOS A MAIS UM INTERVALO, E NA VOLTA VOCÊ VAI CURTIR A VOZ DO GRANDE INTÉRPRETE ALEXANDRE TANN!// NÃO SAIA DAÍ// |
| INTERVALO | |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA VINHETA MUSICADA – FORRÓ ESFEROGRÁFICO</u> |
| FLAVIO | O SOM DA PARAHYBA ESTÁ DE VOLTA DIRETO DO RESTAURANTE CAMPINA GRILL!// E AGORA COM A ILUSTRE PRESENÇA DE ALEXANDRE TANN, GRANDE INTÉRPRETE CONTERRÂNEO NOSSO, QUE VAI NOS CONTAR UM POUCO DA A SUA TRAJETÓRIA// |

| | |
|---------------------------|--|
| <u>ENTREVISTA</u> | ENTREVISTA PINGUE PONGUE COM O CANTOR ALEXANDRE TAN |
| PEDRO | MEUS AMIGOS, PARA ENCERRAR O SOM DA PARAHYBA COM CHAVE DE OURO, EU GOSTARIA DE CHAMAR UMA MÚSICA BASTANTE SAUDOSISTA E REPLETA DE HISTÓRIA DO GRANDE POETA JOÃO GONÇALVES / VOCÊS JÁ DEVEM IMAGINAR, EU ESTOU FALANDO DE “CAMPINA DE OUTRORA” // |
| <u>TÉCNICA:</u> | <u>SOLTA MUSICA “CAMPINA DE OUTRORA”- 2’41”</u> |
| ENCERRAMENTO PEDRO | O SOM DA PARAHYBA SE DESPEDE. ATÉ O PRÓXIMO PROGRAMA. // |

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da criação desta proposta de produto midiático buscamos trabalhar o entretenimento e o jornalismo cultural paraibano especializados. Acreditando ser este segmento de caráter regionalista bastante merecedor de atenção e dedicação por parte daqueles que tem o jornalismo por profissão.

Entendemos ter a possibilidade de subvertermos a lógica da produção midiática de massa através dos novos aparatos tecnológicos e suas vertentes de comunicação em meio a um ambiente amplamente globalizado. O jornalista está mais livre dos formatos tradicionais de comunicação e dos conceitos amarrados das organizações midiáticas. Pode agora, como nunca antes, empreender sua própria proposta.

Esse trabalho nos proporcionou pôr em prática várias das técnicas e conhecimentos adquiridos ao longo desses mais de quatro anos dentro da academia. Permitiu, também, aprimorarmos as mesmas técnicas e conhecimentos e ampliar nossa visão de jornalismo e de projetos de cunho acadêmico e produtos comerciais. Cumpre o objetivo proposto de ser um programa de rádio de variedades no formato de radiorrevista, com seus quadros informativos e de entretenimento, com conteúdos e estilos musicais diversificados. E abre espaço para outros produtos semelhantes se estabelecerem.

Extraímos dos questionários aplicados diversos dados que nos permitiram inferir várias afirmativas sobre o rádio, tais como: o rádio se reinventou e continua exercendo sua força entre os meios de comunicação, as pessoas tem o rádio como um meio crível, e cada vez mais procura-se um jornalismo e entretenimento especializados na web radio.

Fizemos do Som da Parahyba uma vitrine para expor os mais variados nomes da nossa música e elementos da nossa cultura, através do conceito colaborativo, dos instrumentos de participação e da proposta eclética. Ao longo de meses nos debruçamos sobre esse produto, que é um desafio constante no nosso imaginário, realizando reuniões, preparação de pautas, entrevistas, gravações e, por fim, a edição a apresentação do resultado final do produto.

Assim sendo, o Som da Parahyba não pretende se encerrar nesta única apresentação. Pretende ser um referencial na forma de fazer web rádio no aspecto jornalístico e de entretenimento na Paraíba, e contribuir para o surgimento de outras forças de expressão da nossa cultura pelo rádio e por outros meios de comunicação.

REFERÊNCIAS

- BARBEIRO, H; LIMA, P.R.** Manual de Radiojornalismo. Editora Campus, 2003.
- BRECHT, B.** Ao pequeno aparelho de rádio. In: _____. *Poemas*. 1913-1956. Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Editora 34, 2000.
- FERRARETTO, L. A.** Da segmentação à convergência, apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. Manaus: Intercom, 2013.
- GARCIA, R.** Webrádio: Técnicas de produção, montagem e edição, Apostila, 2006.
- PRADO, M.** História do Rádio no Brasil. Fortaleza: Intercom, 2012.
- PRATA, N. e MARTINS, H. C..** A web radio como *business*. Caxias do Sul: Intercom, 2010.
- XAVIER, A. C. S.** *A linguagem do rádio: estratégias verbais do comunicador*. São Paulo: Respel, 2006.
- http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142007000200017**

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO A COMUNIDADE ACADÊMICA

Questionário aplicado junto a estudantes e professores da Universidade Estadual da Paraíba e do Instituto Federal da Paraíba, ouvintes da web rádio, com o objetivo de descobrir o perfil, preferências e opiniões do público ouvinte, a frequência de audiência ao rádio na web, e os meios e situações mais utilizadas para terem acesso às informações culturais e músicas paraibanas.

01-Sexo: () Masculino - () Feminino;

02-Idade: _____

03-Escolaridade:

() Superior incompleto;

() Superior completo; Área: _____

() Pós graduação.

04-Profissão: _____

05-Que tipo de programa você escuta na web rádio?

06-Com que frequência você acessa rádio pela web?

() todos os dias;

() três vezes por semana;

() só finais de semana;

() raramente

07-Em que situação você costuma ouvir rádio pela web?

08-Qual meio você utiliza para escutar rádio na web? (aponte o predominante)

() Celular

() Computador (De mesa - PC)

Notebook, netbook, ultrabook

09- De que forma você prefere conhecer novas músicas?

10- Você escuta a programação das rádios convencionais ou conteúdos exclusivos para web?

rádio convencional (FM's/AM's online/off-line)

conteúdo exclusivo para a web

11- Você acha mais interessante programas ao vivo ou arquivos de áudio?

ao vivo

arquivo de áudio

12- De que forma você interage com os programas voltados à web rádio?

sugerindo pautas

produzindo conteúdo

postando comentários

baixando arquivos

apenas ouço a programação

13- Para você, qual o grau de importância da música e da informação cultural?

muito importante;

importante;

pouco importante;

sem importância.

14- Você se sente contemplado na programação das emissoras de rádio web que escuta?

sim

não

15- A que você atribui o fato da música paraibana ser pouco ouvida nas rádios?

a Paraíba não possui uma produção musical de qualidade;

o público não quer ouvir música paraibana;

os diretores das rádios acreditam que esse tipo de música não dá audiência;

os artistas paraibanos já tem o espaço que merecem;

outros: _____

16- Como você se informa a respeito dos eventos culturais em sua cidade?

jornal;

internet;

rádio;

cartazes e panfletos;

TV;

conversas com outras pessoas;

não sou informado acerca da programação cultural.

17- Que tipo de notícias do tema cultural você gosta ou gostaria de ouvir na rádio web?

18- Você ouviria pela web rádio um programa que transmitisse apenas músicas paraibanas e informações acerca do cenário artístico-cultural do estado?

sim

não

19- Novas mídias como Orkut, Facebook e mais recentemente WhatsApp, fizeram você migrar sua necessidade de interação com música/rádio?

20- Você acredita que a rádio web tem um papel importante na formação do gosto dos ouvintes, ou o gosto dos ouvintes é que norteia as programações?

21- O que faria você mudar ou potencializar seu hábito, e passar a ouvir mais a web rádio?

APÊNDICE 2 – PAUTA DE MATÉRIA JORNALÍSTICA ACERCA DO PROJETO 2ª SEGUNDAS DESENVOLVIDO PELA CIA BODOPITÁ PLAYBACK THEATRE.

Retranca: Realização do projeto teatral 2ª Segundas.

Produção: Flávio Evangelista, Júlio César Rolim, Pedro Mota.

Reportagem: Flávio Evangelista, Júlio César Rolim, Pedro Mota.

Sinopse: A Cia Bodopitá realiza mensalmente o Projeto 2ª Segundas, que consiste na realização de um espetáculo de Playback Theatre, técnica criada na década de 1970 por Jonathan Fox e Jo Salas, nos EUA, e que utiliza técnicas de improvisação para recriar histórias contadas por pessoas da plateia.

Encaminhamentos: Acompanhar um espetáculo do Projeto para verificar como é o andamento da apresentação, bem como entender como é feita a técnica de Playback Theatre. Realizar pesquisa sobre o Playback, seu criador e sobre a companhia campinense, visando subsidiar a reportagem. Conversar com os membros da Bodopitá sobre o 2ª Segundas e suas carreiras. Entrevistar pessoas que assistiram ao espetáculo para verificar suas impressões.

Contatos:

- Chico Oliveira, Diretor Artístico da Bodopitá Playback Theatre;
- Atores da Cia;
- Pessoas que assistiram ao espetáculo.

Sugestões de perguntas:

- Para Chico Oliveira, Diretor Artístico da Bodopitá Playback Theatre:

- 1 – Como surgiu o Playback Theatre?
- 2 – Qual diferença o Playback Theatre e o teatro convencional?
- 3 – Vocês da Cia fazem teatro convencional?
- 4 – Como você descobriu o Playback Theatre?
- 5 – No que consiste o Projeto 2ª Segundas?
- 6 – Há um público específico para os espetáculos?
- 7 – Além do Projeto 2ª Segundas vocês realizam outros espetáculos de playback?
- 8 – Quais as semelhanças e diferenças entre o Playback Theatre e psicodrama?
- 9 – A Bodopitá possui algum apoio para realizar suas apresentações?
- 10 – Como tem sido a aceitação do público?

- Para atores da Bodopitá:

- 1 – Como você entrou para a companhia?
- 2 – O que mais chama sua atenção no Playback Theatre?
- 3 – Você faz outros projetos teatrais?
- 4 – Qual a importância do Playback Theatre para sua carreira artística e vida pessoal?
- 5 – Qual a diferença entre um ator convencional e um playbaker?

- Para pessoas da plateia:

- 1 – Como soube da existência Playback Theatre?
- 2 – Qual sua impressão sobre o espetáculo?
- 3 – Costuma assistir espetáculos teatrais?
- 4 – Você se sente a vontade para contar suas histórias?
- 5 – Voltaria para assistir a outra edição do Projeto 2ª Segundas?
- 6 – O que mais chamou sua atenção na apresentação?
- 7 – Em sua opinião há alguma combinação entre elenco e as pessoas que contam as histórias?

Contatos:

Chico Oliveira, diretor artístico da Cia Bodopitá

Suéllen Maria, atriz da Cia Bodopitá

Napoleão Gutemberg, ator e iluminador da Cia Bodopitá

APÊNDICE 3 – PAUTA DE ENTREVISTA COM O INTÉRPRETE/CANTOR ALEXANDRE TAN REALIZADA EM ESTÚDIO.

Retranca: Vida e obra do artista Alexandre Tan

Produção: Flávio Evangelista, Júlio César Rolim, Pedro Mota.

Entrevista: Flávio Evangelista, Júlio César Rolim, Pedro Mota.

Sinopse: Entrevista ao vivo com o cantor Alexandre Tan. Falar sobre sua carreira, influências e sua visão acerca do cenário musical paraibano.

Encaminhamentos: entrar em contato com a Assessoria do artista para agendar entrevista para o Programa O Som da Parahyba. Realizar entrevista, acertar com o entrevistado para que este faça um número musical ao vivo.

Sugestões de perguntas:

- 1 – Em que momento de sua vida, você se descobriu cantor?
- 2 – Quando decidiu cantar profissionalmente?
- 3 – Conte um pouco de sua história com a banda Adágio.
- 4 – O que a noite campinense representa para o artista Tan?
- 5 – Qual perfil do seu público?
- 6 – Quais suas principais influências?
- 8 – Como você analisa o atual cenário musical paraibano?
- 9 – Na música paraibana, quem são seus artistas preferidos?
- 10 – Quais os momentos mais marcantes de sua carreira? Tanto no aspecto positivo, quanto no negativo.
- 11 – A internet tem ajudado na sua carreira?
- 12 – Quais os meios de comunicação você utiliza para divulgar seus shows?

Após o término da entrevista, o artista faz um número musical ao vivo nos estúdios da rádio.

Contatos:

Alexandre Tann

ANEXOS



(Reunião de pautas e testes de gravação)



(Reunião de orientação com a professora Goretta Sampaio)

ANEXOS



(Gravação do programa)



(Gravação da entrevista com Alexandre Tann no Campina Grill)

ANEXOS



(Finalização do trabalho – Som da Parahyba em CD)



(Da esquerda para a direita: Pedro Mota; Julio Rolim; Goretti Sampaio – orientadora; Gilson Souto Maior e Fernando Firmino – examinadores; e, Flávio Evangelista)