

Parlatório Barão¹

Calebe Remoto TOZATTI²

Gabriel Aparecido Carmello CALDAS³

Leonardo José da SILVA⁴

Samuel Ferreira LEITE⁵

Eduardo Vicente Soares⁶

Centro Universitário Barão de Mauá, Ribeirão Preto, SP

RESUMO

O Parlatório Barão é um projeto experimental que acontece dentro do 3º. e 4º. Semestres do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá.. O objetivo é usar as técnicas de apuração, pauta, entrevistas, edição e as novas tecnologias no ensino das práticas de rádio. Os dois programas escolhidos trazem, além de notícias factuais, reportagens especiais sobre “Lugares de Ribeirão”. No primeiro programa, um especial sobre os personagens que trabalham no Cemitério da Saudade. No segundo, a reportagem especial é no Terminal Rodoviário. O programa tem aproximadamente 25 minutos e conta com a participação de alunos do curso de jornalismo. Constatou-se que o projeto em funcionamento auxilia na prática pedagógica do aprendizado de radiojornalismo e motiva o aluno a desenvolver atividades práticas de ensino.

Palavras – chave: atividade prática, jornalismo, novas mídias, radiojornalismo.

1 INTRODUÇÃO

O rádio surgiu no Brasil em 1922, desde essa data ele vem obtendo diversos modelos e formatos de programas. No início apenas copiava literalmente o que era

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, Modalidade: trabalho laboratorial de rádio

² Estudante do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: calebelom@hotmail.com

³ Estudante do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: biel.caldas@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: jrsleo@hotmail.com

⁵ Aluno líder do grupo estudante do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: samuelseixas@hotmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: eduvin@hotmail.com

produzido nos jornais impressos. Com o passar dos anos foi buscando formas próprias para se narrar os fatos.

O desenvolvimento do rádio no país foi permeado de ações que atendiam interesses econômicos, políticos e ideológicos, onde um dos maiores exemplos registrados na história da política brasileira foi à forma com que Getulio Vargas usou o rádio durante a implantação do Estado Novo. O presidente fez desse meio de comunicação de massa, poderoso na época, instrumento de seu regime ditatorial. (MACHADO, 2007)

Mas ainda hoje no século XXI, o rádio ainda é o campeão de audiência entre os meios de comunicação de massa eletrônicos, principalmente no início da manhã. Mesmo concorrendo com a internet, o rádio é capaz de transmitir a informação simultaneamente à ocorrência do fato, permitindo ainda a mobilidade de quem recebe a informação, a um baixo custo e deixa o ouvinte livre para executar outros afazeres enquanto escuta o rádio.

O rádio é o jornal de quem não sabe ler, é o mestre de quem não pode ir a escola, é o divertimento gratuito do pobre, é o animador de novas esperanças, o consolador do enfermo, o guia dos sábios, deste que o realizem com espírito altruísta e elevado, de forma a proporcionar uma informação clara, objetiva e direta. (FERRARETO, 2000, p.97)

Atualmente, a radiodifusão sonora passa por momentos ainda mais promissores. Pesquisas apontam que os jovens vêm redescobrendo esse meio. Programas como o Pânico da Rádio Jovem Pan (sem entrar no mérito da qualidade do conteúdo, que não é o foco dessa discussão) conquista mais espaço entre este público.

Dentro do jornalismo também se segmentam mais ainda as rádios, até mesmo no FM. As chamadas “All News” informativas, que 24 horas “tocam” notícia se proliferam cada vez mais. Um exemplo é a rádio CBN (Central Brasileira de Notícias), emissora de jornalismo 24 horas que vem explorando a veiculação de crônicas, comentários, reportagens e até mesmo programas temáticos com informações que se atualizam a cada meia hora.

A rádio all-news está comprometida com produção de noticiário que retrate com fidelidade, precisão, rapidez e qualidade os acontecimentos de interesse social. Não se deve confundir a irradiação de notícias esparsas, muitas vezes obtidas através do “gillet press”- artifício de cortar jornais e revistas e ler no ar – com o jornalismo em rádio. (BARBEIRO, 2001, p.14)

Ainda segundo (BARBEIRO, 2001), com o fim da Guerra Fria e as transformações sociais ocorridas com o capitalismo no final do século XX, a internet tornou-se um meio de comunicação mais eficiente, autônomo e livre do controle do Estado,

incentivando a produção e mudando o olhar de todos que trabalham com informação e o jornalismo.

A internet não acabará com o rádio. A internet não concorre com o rádio. É a salvação deste. O avanço tecnológico na deixa outra saída para o rádio senão a internet, o que proporcionará um salto de qualidade tanto em propagação como em conteúdo e com isso pulará a etapa do rádio digital propagado tradicionalmente por transmissor e antena. (BARBEIRO, 2001, p.45)

Hoje não é tarefa fácil entrar numa sala de aula do curso de jornalismo e ministrar disciplinas práticas. Primeiro, porque a queda da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão já tem deixado uma interrogação quanto à eficiência do curso na cabeça de boa parte dos alunos. E também porque com as novas tecnologias, apenas formar um profissional de comunicação que tenha conhecimento teórico e crítico, não é mais o que garante a ele uma vaga num mercado extremamente exigente e competitivo.

E quando pensamos na internet e fazemos um paralelo com o rádio, a previsão não é muito boa. O rádio é um dos mais tradicionais meios de comunicação do país. Em 2010 completou 88 anos. Por muito tempo, foi o único meio de comunicação que em tempo real informava e também divertia a população. (SANTIAGO, 2005)

Ribeirão Preto acompanhou o surgimento do rádio no país através da PRA-7, terceira emissora do país, disputando, em qualidade, com a Rádio Nacional e a Tupi, ambas do Rio de Janeiro, o terceiro lugar no cenário brasileiro. (SANTIAGO, 2005)

Além disso, a cidade teve excelente espaço no jornalismo com figuras como Alceu Silveira, Wilson Roveri, Sebastião Porto, Fuad Cassis, Antônio Magrini, Welson Gasparini, Porto Alegre, Wilson Toni e J. Beschizza.

Muitos já apontaram o fim desse meio de comunicação. Até mesmo quem já trabalha há tempos nesse meio e o viu crescer. Heródoto Barbeiro, jornalista e âncora do jornal da CBN e escritor de vários livros na área, acredita que o futuro do rádio é na internet. (BARBEIRO, 2003)

E a instantaneidade e a interatividade do rádio se assemelham muito com a internet, por isso hoje ela deve ser uma aliada e não uma inimiga. O automóvel levou 120 anos para atingir 94% da população nos EUA. Já a internet menos de 10 anos para atingir metade da população. (PARADA, 2000)

Essa transformação do meio rádio e as novas possibilidades vão exigir um novo profissional. Para isso é necessário alterar as metodologias de ensino e o jeito de se fazer o

rádio. Nesse ponto, as novas tecnologias são essenciais para que o aluno de jornalismo experimente essa nova forma de fazer o rádio e dessa forma aprenda como se comportar no momento de produzir informações.

Discutindo com os alunos da disciplina radiojornalismo do segundo ano de jornalismo, foi criado um programa de rádio que é produzido ao vivo e transmitido pela internet com som e imagem semanalmente usando as novas tecnologias e ferramentas de interação com redes sociais, de modo que além de ouvir, os ouvintes podem ver os apresentadores dentro do estúdio e interagir através de um chat com quem está produzindo o conteúdo, transformando assim a forma de se fazer o radiojornalismo e também de capacitar o aluno para as competências necessárias para atuar no mercado de trabalho, uma vez que ele mesmo cria seu próprio caminho para o aprendizado.

2 OBJETIVO

O objetivo de aliar um programa jornalístico de rádio, com reportagens especiais, transmitido pela internet e utilizando as ferramentas de interação social são os seguintes.

- Habilitar o aluno a levantar, captar, processar e transmitir informação através da linguagem radiofônica.
- Adequar o texto do aluno e a locução do meio eletrônico.
- Dominar os processos de levantamento e produção de pautas, condução de entrevistas e reportagens.
- Desenvolver técnicas de redação de chamadas, passagens, edição e apresentação no rádio.
- Desenvolver o interesse do aluno na produção e apresentação de programas radiojornalísticos.
- Despertar a importância do trabalho em equipe e as funções de cada profissional na produção e finalização da notícia.
- Criar recursos de interação, inovação e recriação do rádio em ambiente diferente do meio tradicional, se reinventado através das novas mídias e das ferramentas de interação com o ouvinte/internauta.

3 JUSTIFICATIVA

Fazer com que o laboratório de rádio dentro da universidade funcione bem próximo do que acontece no mercado de trabalho não é tarefa fácil. Os alunos de jornalismo ainda sentem essa distância para com as redações, principalmente nas disciplinas que trabalham com os produtos eletrônicos (rádio e TV). Por isso, desenvolver um projeto de rádio que alie novas tecnologias, cidadania, jornalismo público e prestação de serviço, é fundamental para que os alunos experimentem a linguagem e repensem o papel enquanto formadores de opinião.

4 METÓDOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Por meio de um “mesão” discutimos os melhores assuntos e abordagens que possam se transformar em pautas para reportagens especiais. Os alunos são divididos em grupos, de no máximo quatro alunos. Após escolherem o tema, eles vão a campo para um levantamento das possíveis fontes. Feito o levantamento, os alunos partem para a captação das entrevistas em campo. O próximo passo é a redação de um roteiro para a edição, onde eles amarram textos, escolhem trilhas sonoras e também a sonoplastia da reportagem especial. Matéria pronta é hora da apresentação do programa.

Os alunos redigem as cabeças para o programa especial e estão prontos para dar início ao programa, que é transmitido ao vivo pela internet.

Através de uma parceria da agência Parlatório e o portal de notícias www.ribeiraopretonline os programas gravados no estúdio de rádio, são transmitidos em tempo real. Utilizando a ferramenta gratuita na internet chamada “twitcam”, são transmitidas as imagens e o áudio para os ouvintes, com link permanente no portal ribeirão online e na agência parlatório. Unindo ainda a ferramenta das redes sócias, o “twitter”, é possível que os alunos que produzem o programa possam interagir por meio de um “chat” com os internautas que estão ouvindo (e também assistindo) o programa, direcionando o conteúdo e fazendo com que emissor e receptor troquem informações.

A nova mídia se refere aos meios que lidam com a linguagem, a informação, o entretenimento e os serviços disponíveis mediante artefatos tecnologicamente avançados em relação aos suportes conhecidos – como o papel, o rádio por ondas eletromagnéticas e o bulbo clássico do aparelho de televisão. Ou seja, tudo aquilo capaz de transformar a comunicação onipresente, persuasiva. É a comunicação Multimídia composta pelo celular, pelos aparelhos

portáteis aptos a carregar textos, fotos, áudios e vídeos para qualquer um e em qualquer lugar. (COSTA, 2009, p.16)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O aluno de jornalismo chega ao terceiro ano do curso com uma idéia bem fundamentada por disciplinas teóricas do que é transmitir informação e no que se resume o trabalho do jornalista. Porém, até esse momento, ele só teve contato com a teoria e muito pouco com a prática. Depois do primeiro bimestre, onde dentro da disciplina de radiojornalismo precisamos também lançar mão de conhecimentos teóricos, o aluno passa a seguir para as aulas laboratoriais e a ideia, assim como em outras disciplinas, é que o aluno produza um jornal-laboratório utilizando-se da linguagem radiofônica.

Nos cursos de Comunicação Social, os jornais-laboratórios foram oficialmente implantados à partir do que chamamos de Terceiro Currículo Mínimo, pela resolução nº 11/69 que prevê a realização de “atividades profissionais” dentro das próprias IES. São elas “jornal-laboratório, estúdio-laboratório (para rádio, TV e cinema), ateliê de publicidade, escritório de pesquisa e opinião de mercado. (MOURA, 2002, p.86).

E segundo (LOPES, 1989) foi estabelecida sua obrigatoriedade pela resolução nº 03/78, que regulamenta a forma de realização desses trabalhos, discriminando até mesmo os equipamentos mínimos necessários.

Partindo da necessidade de se produzir conteúdo laboratorial, mas sem possuir diretamente uma rádio para produção desses programas foi criada a “Agência Podcast de Notícias, Parlatório Barão”, na internet. A idéia surgiu dentro da própria sala de aula, quando os alunos discutiam o descaso do jornalismo dentro do rádio no interior paulista. A comercialização de certas rádios e falta de espaço para programas de notícias e informação. Criar a agência é uma forma de resgatar, fomentar e alimentar a produção do bom jornalismo radiofônico, uma vez que quem acessa o site (www.parlatoriobarao.blogspot.com) pode ficar por dentro de notícias regionais e também baixar o conteúdo e usar nos programas de rádio locais.

Os alunos que freqüentam o curso de jornalismo são bem heterogêneos. Cada um é praticamente advindo de uma cidade da região. Barretos, Nuporanga, Sertãozinho, Pradópolis, Sales de Oliveira, Tambaú, Morro Agudo, Ribeirão Preto entre outras. A idéia então é que cada um se torne um repórter em sua própria cidade, coletando informações através de entrevistas e a produção de reportagens utilizando a linguagem radiofônica e o

meio sonoro como agente de captação e transmissão do conteúdo. Dessa forma, eles atuam como correspondentes e multiplicadores das notícias dessas cidades.

Outro objetivo é que o aluno entre em contato com as novas mídias, no caso a internet. Ao invés de só produzir uma reportagem radiofônica, os estudantes também produzem fotos e “hypertextos” que são postados semanalmente no blog da agência de notícias. A expressão nova mídia não se refere apenas a uma nova maneira de gerar e veicular informação é uma nova interlocução com o público que a consome. (COSTA, 2009)

A nova mídia abarca inclusive a “velha mídia”, uma vez que as novas maneiras de fazer e distribuir informação se imiscuíram nas práticas daqueles que veiculam seus conteúdos em suportes tradicionais, incorporando-as, trazendo para si os novos preceitos e uma nova forma de relacionamento com a informação e com o público – interativa, participativa. (COSTA, 2009, p.16)

Entendendo que produzir conteúdo radiofônico em outra plataforma também permitiria outras formas de interagir com o receptor dessa informação, a agência também deu início a produção de dois programas no estúdio que são transmitidos AO VIVO pela internet. O Parlatório Debate e o Barão Esporte Clube são dois desses programas. O primeiro sempre debate uma questão que está em pauta na mídia na semana em que o programa é produzido. Já o Barão Esporte Clube, gravado sempre as quartas, traz as notícias e informações do esporte regional e a atualização das rodadas do brasileiro. Na ocasião da Copa do Mundo e das Eleições, por exemplo, os programas discutiam e traziam à tona assuntos pertinentes ao cotidiano do público ouvinte. Também são produzidos programas especiais, sempre com uma grande reportagem, mas respeitando os limites do ouvinte/internauta, É o caso dos dois programas escolhidos aqui, que fazem parte da série “Lugares de Ribeirão”. O primeiro sobre os “Trabalhadores da Necrópole”, que mostram os personagens que tem como ofício tirar o sustento de um lugar pouco convidativo, um cemitério. O segundo aponta curiosidades de um lugar comum em todas as cidades, mas que guarda histórias de personagens que por ali passam e outros que ali resistem: a Rodoviária de Ribeirão Preto.

6 CONSIDERAÇÕES

Dessa forma, fica claro que além de transformar o rádio e convertê-lo para a internet, objetiva-se fazer um resgate da sua real função e participação dentro do processo de comunicação, informação e entretenimento desse meio. É possível continuar ouvindo em qualquer lugar através dos dispositivos móveis, com o bônus da imagem, e ainda a possibilidade de continuar interagindo com quem produz e quem recebe essa informação.

Através de entrevista informal aplicada aos alunos que participam do projeto, constatou-se que a maioria melhorou a forma de expressar a voz, conseguiram ainda transformar a teoria da linguagem radiofônica em processo prático, além de agregar outras formas de comunicação no processo de construção da notícia.

Os alunos se mostraram muito mais dispostos e motivados a produzir os programas, trazer reportagens, sugerir assuntos, elaborar as pautas, uma vez que para a comunicação é fundamental a interação com quem recebe a informação. Nas entrevistas, fica claro a satisfação em produzir algo que vai ter um objetivo concreto que é comunicar e informar a população que faz o uso do programa.

O sentimento despertado em boa parte dos alunos pode se resumir em uma frase: “Estamos participando ativamente como agentes transformadores da sociedade”.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto, LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo – produção, ética e internet**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia. Uma moral provisória**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar. Ed, 2009.

DUARTE, Newton. **As pedagogias do “aprender a aprender” e algumas ilusões da chamada sociedade do conhecimento**. Revista Brasileira de Educação, 2001.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2ª. Ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato.

GENTILLI, Victor. **Jornalismo, a pesquisa e o ensino**. Observatório da Imprensa, 2005. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.br/artigos.asp?cod=346DAC0>
02 Acesso em: 11 out. 2010.

LOPES, Dirceu Fernandes. *Jornal laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor*. São Paulo: Summus, 1989.

MOURA, Cláudia Peixoto de. *O curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. Ediotra Panda. 2000

SANTIAGO, Gil. *PRA-7: a primeira rádio do interior do Brasil*. Edição do autor; 2005.