

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO

CYNTHIA KALYNE DE LIMA FEITOSA RIJO

“SEXTOU” - UMA PROPOSTA DE SEÇÃO CULTURAL PARA
O PROGRAMA INFORITMO DA 94 FM

BAURU
2022

CYNTHIA KALYNE DE LIMA FEITOSA RIJO

“SEXTOU” - UMA PROPOSTA DE SEÇÃO CULTURAL PARA
O PROGRAMA INFORITMO DA 94 FM

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como parte dos requisitos
para obtenção do título de bacharel em
Jornalismo - Centro Universitário
Sagrado Coração.

Orientadora: Prof.^a Ma. Daniela Pereira
Bochembuzo

BAURU
2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com
ISBD

F311s

Feitosa, Cynthia Kalyne De Lima

"Sextou" - Uma proposta de seção cultural para o Programa
Inforitmo da 94FM / Cynthia Kalyne De Lima Feitosa. -- 2022.

50f.

Orientador: Prof.^a M.^a Daniela Pereira Bochembuzo

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) -
Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru -
SP

1. Bauru. 2. Cultura. 3. Jornalismo. 4. Rádio. 5. Radiojornalismo.
I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.

Dedico este trabalho à minha mãe, pois, se não fosse pelo seu incentivo e por não ter desistido de acreditar em mim, certamente eu não teria chegado até aqui. Você sempre será meu maior exemplo de força e determinação. Obrigada por tanto e por fazer das minhas conquistas as suas também.

AGRADECIMENTOS

A Deus por me dar a saúde, a força e criar as oportunidades que me trouxeram até aqui. Hoje consigo entender que melhor é o fim das coisas do que o seu princípio (Eclesiastes 7:8).

À minha mãe, que foi a minha maior incentivadora. Respeitou minhas escolhas, esperou meu tempo, mas nunca desistiu de mim. Essa vitória é nossa. Obrigada por ser a melhor mãe do mundo e sempre fazer o melhor por nós. Sou feliz demais em ter você.

Aos professores, que marcaram minha jornada e me ensinaram tanto, em especial, à minha orientadora Daniela Bochembuzo, que topou esse desafio e, ao longo do caminho, me deu palavras de coragem, incentivo e me guiou em cada etapa. A você todo o meu respeito e admiração.

Ao meu esposo, que nesse processo foi apoio. Pacientemente, me escutou, me ajudou e fez todo esse processo ser mais leve.

Ao meu irmão, por todas as idas à biblioteca comigo. Ter você como meu parzinho é muito legal.

Aos colegas e amigos da faculdade e aos amigos fora da vida acadêmica, obrigada por todas as palavras de encorajamento e pela ajuda durante todo esse percurso.

O caminho foi meu e tive que percorrer as milhas necessárias, mas isso só foi possível porque tive as pessoas certas, que foram apoio, coragem e acalento nos momentos difíceis.

RESUMO

A cultura contribui, de forma decisiva, para a definição de costumes e hábitos de uma sociedade. Definir o que é arte é, também, associá-la ao campo do saber pelo qual a cultura é ligada ao estudo e ao conhecimento. Diante disso, temos o rádio, um dos veículos pioneiros, que há décadas promove cultura e saber, sendo um instrumento essencial à população. Na cidade de Bauru, local onde este Trabalho de Conclusão de Curso foi desenvolvido, a primeira rádio do município, PRG-8 Bauru Rádio Clube, atualmente a 94FM, vem desde 1930 inovando e criando conteúdo para se manter atualizada diante dos seus públicos. Pensando nisso, o objetivo deste trabalho é criar uma seção de cultura e prestação de serviços que deve fazer parte do programa Inforitmo, integrante da grade jornalística da 94 FM.

Palavras-chave: Bauru. Cultura. Jornalismo. Rádio. Radiojornalismo.

ABSTRACT

Culture is an essential part used to define customs and habits of a society, define what art is, it is also associated with the field of knowledge by which culture is linked to study and knowledge. In view of this, we have the radio, one of the pioneering vehicles that for decades has promoted culture and knowledge, being an essential instrument for the population. In the city of Bauru, where this TCC project is developed, the first radio station in the municipality, RCG-8, currently 94FM, has been innovating and creating content since 1930 to remain traditional and up to date. With that in mind, the objective of this work is to create a framework of culture and service provision that should be part of the Inforitmo program that makes up the journalistic grid of 94 FM.

Keyword: Bauru. Culture. Journalism. Radio. Radiojournalism.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	08
2. RÁDIO, CULTURA E SOCIEDADE.....	12
2.1 SOBRE A 94 FM	21
3. PRODUÇÃO DE RÁDIO	24
3.1. PROPOSTA DO PROGRAMA “SEXTOU”	29
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
REFERÊNCIAS	33
APÊNDICES	34

1. INTRODUÇÃO

Quase universal, o rádio percorre o mundo em ondas curtas através de uma fração de segundos. Dá vida às palavras e nos liga aos fatos da vida, educa, informa, entretém e nos faz imaginar; faz propagandas; suas músicas cobrem o vazio de qualquer lugar; une quem está separado geograficamente; diminui distâncias culturais, de aprendizado e até de status. (MCLEISH, 2001).

No ápice de sua juventude, uniu famílias, amigos e até desconhecidos através da escuta coletiva e todos, sem exceção, queriam estar perto, queriam escutá-lo, queriam imaginar aquele mundo que ele mostrava, queria saber de quem era aquela voz (PRADO, 2002). O meio de comunicação encantava com a sua maneira de transmitir as notícias, com as suas músicas, seus programas e suas novelas.

Um aparelho tão simples, mas que consegue alcançar a todos. É acessível e sua linguagem se destina tanto para aquela pessoa simples do campo quanto para o empresário. Diariamente, ele é a companhia de milhões de pessoas que sintonizam em sua estação de rádio preferida para ouvir as notícias, saber informações do trânsito ou para tê-lo como companhia em seus afazeres. O rádio é amigo para todas as horas.

Já foi considerado símbolo da modernidade, como recorda Prado (2002). O rádio lançou moda e inovou estilo. Cumpru um grande papel social na vida privada das pessoas, combatendo os altos índices de analfabetismo. Na esfera pública, ele foi o primeiro meio a falar individualmente com as pessoas, embora a transmissão seja para muitos, cada ouvinte é tocado de forma particular. (MCLEISH, 2001)

Em todos esses anos de vida, muitas vezes fora declarado que ele não aguentaria as mudanças. Foi assim quando a televisão chegou e posteriormente a internet, mas ele, forte, se reinventou a cada desafio. Hoje, presente em múltiplas versões e plataformas, se faz atual e necessário, além de que, mesmo após todo esse tempo e todo o avanço da tecnologia, é considerado um dos veículos mais rápidos e velozes. Basta ter um repórter no local com um celular à mão e em poucos minutos a notícia está ao vivo no ar.

Esse "senhor" de mais de 90 anos é cheio de histórias para contar. Se antes a comunicação vinha do impresso e a leitura era privilégio de poucos, ele

chegou para revolucionar a realidade de muitos. Passou por várias fases e mudanças ao longo dos anos e se mostra atual e necessário até os dias de hoje.

No campo da cultura, Santos (2003) define que boa parte dela é identificada através dos meios de comunicação de massa, como o rádio. Para o autor, a cultura é uma dimensão da vida de uma sociedade e das suas convicções. Faz parte da construção histórica e do progresso social, vezes que está atrelada às lutas sociais.

Nesse sentido, ainda segundo o autor, mais do que transmitir mensagens, são os meios de comunicação que ditam os modos sobre como organizar a vida cotidiana e seus afazeres, lançam tendências e novos estilos, modo de falar e escrever, dão motivos para sofrer, para sonhar, para amar e, além disso, são elementos fundamentais na organização social:

[...] Há também que considerar que as populações a que esses meios de comunicação se dirigem estão expostas às dificuldades sociais concretas e as tenções da vida cotidiana. É certo que os meios de comunicação também trabalham sobre essas esferas e procura dar-lhes explicações e soluções. (SANTOS, 2003, p.70).

Diante disso, DeFleur (1993) relembra que, em tempos difíceis como o período da guerra, foi o rádio quem preencheu a necessidade de milhões, restaurando o ânimo abatido com suas músicas, com pessoas engraçadas para tirar-lhes o riso. Havia noite de amadores, radioteatro e radionovela, espetáculos de variedades e notícias bem construídas que eram acompanhados dia após dia por seus fiéis espectadores.

Como mostrado anteriormente, percebe-se a importância da cultura na construção da sociedade e sobre seus modos, mas, também, a relevância dos meios de comunicação – em específico o rádio, meio de estudo deste trabalho – ante todos os processos da vida cotidiana, por isso a necessidade em falar deste tema.

Quanto à pesquisa, segundo Duarte (2010), existe através da observação, a qual, unida a um conjunto de ações como a percepção, interpretação e classificação, nos permite compreender as razões que podem ser exploradas diante de nós e, através da pesquisa empírica, nos conduz a detectar problemas, contradições, lacunas, equívocos e oportunidades de propor

revisões, acréscimos, substituições ou correções. Ainda segundo o autor, os objetivos de uma pesquisa são divididos em dois níveis: o primeiro explica as razões pelas quais o tema deve ser explorado e o segundo aponta as questões da problemática.

Sendo assim, o tema proposto neste trabalho é uma seção de cultura para o quadro Inforitmo da 94 FM. Tal ideia veio da observação feita no período de estágio desta pesquisadora no segundo semestre de 2021, quando foi notada a falta desse elemento no programa, bem como de uma voz feminina, uma vez que somente aparece no programa quando há boletim policial.

A proposta do quadro é complementar o programa Inforitmo trazendo aos ouvintes opções culturais dentro da cidade. São sugestões de como aproveitar o final de semana e o que Bauru tem a oferecer aos seus moradores. Há muita beleza e diversão em seus pontos turísticos, nos estabelecimentos da cidade e nos eventos que, às vezes, passam despercebidos e/ou não chegam ao conhecimento dos munícipes. Outro ponto abordado no programa são bons hábitos, como a leitura, e até o incentivo de reunir a família e os amigos, cozinhar e ter tempo de qualidade com as pessoas que nos cercam, uma vez que estamos sempre atarefados entre uma e outra atividade que nos prende e nos faz estar distantes de quem amamos.

Com muita leveza, essas matérias são faladas de forma coloquial, como se fosse um amigo dando dicas, já que o rádio também proporciona esse tipo de relacionamento e nos faz criar vínculos com a pessoa que ouvimos.

Para atingir tais finalidades, a pesquisa foi conduzida por meio bibliográfico, que, segundo Gil (1999), é desenvolvida através de material já elaborado, como os principais livros sobre o meio. As leituras ajudam e asseguram na qualidade da pesquisa, bem como identificam o estágio em que se encontra o tema proposto. Tal recurso foi possibilitado pelo amplo acervo disponível na biblioteca da Instituição.

Ainda sobre a pesquisa bibliográfica, Gil (ibidem) explica que há três tipos de leitura: a exploratória, que visa ter uma noção geral sobre o que o autor tem a dizer sobre o assunto; a leitura analítica, que nos permite identificar as principais ideias-chave e, por fim, a leitura interpretativa, por meio da qual estabelecemos a relação que nos conecta ao tema da pesquisa.

Além deste método, o presente trabalho também tem como norte a pesquisa exploratória, que, segundo Gil (1999), tem como finalidade o desenvolvimento, esclarecimento e a formulação das ideias que visam solucionar o problema.

Junto a isso, foram usadas as técnicas de jornalismo no que se refere à produção textual, visando as principais características do meio, como levar ao ouvinte uma informação séria que possa solucionar suas questões e ampliar o seu mundo, gerando impacto positivo na vida de quem consome. Foram utilizadas também as técnicas de produção de rádio para o desenvolvimento do produto. Foram selecionadas as pautas de acordo com os critérios de noticiabilidade e o texto foi escrito apropriadamente para o meio rádio.

Este trabalho fora dividido em quatro capítulos, sendo este o primeiro, onde são expostos o tema de pesquisa, os objetivos, a metodologia e as justificativas para a sua realização. O capítulo dois traz conhecimento geral sobre o meio rádio, suas fases e sua relação com os ouvintes. Traz também uma reflexão sobre o que é a cultura e como ela faz parte do nosso cotidiano, bem como a sua importância para a sociedade, propósito no qual se fundamentam as notícias e a cultura. A seção secundária 2.1 aborda a 94 FM, rádio para a qual o projeto deste trabalho é destinado. No capítulo três discorre-se sobre a produção de rádio e seus elementos. No item 3.1 é falado sobre a proposta do produto desta pesquisa e, por fim, no capítulo 4, são apresentadas as considerações finais, que visam esclarecer se os objetivos desta pesquisa foram alcançados.

2. RÁDIO, CULTURA E SOCIEDADE

Segundo o dicionário online Dicio (<https://www.dicio.com.br/cultura/>), a palavra cultura significa: normas de comportamentos, hábitos e crenças, conjunto dos conhecimentos adquiridos e dos hábitos sociais que caracterizam uma sociedade.

Para o pesquisador José Luiz dos Santos (2003, p. 8), é através da cultura que conseguimos entender, historicamente, os vários caminhos percorridos pelas sociedades e que trouxeram desenvolvimento aos grupos humanos entre os diferentes meios de organizar a vida social, de se expressar, de pautar o presente e trazer perspectivas para o futuro. O autor explica que é por meio dela que podemos compreender as práticas, costumes, concepções e as transformações pelas quais as sociedades passam.

DeFleur (1993) corrobora com esse pensamento ao explicar que todas as etapas do desenvolvimento humano e suas transições de descobertas trouxeram grandes consequências para a vida individual e coletiva. Através do descobrimento da fala, das expressões e gestos, hábitos, lógicas e regras que aperfeiçoaram o convívio humano, o conhecimento foi ampliado, trazendo sabedoria e ajudando a criar normas sociais que facilitaram a convivência.

Neste contexto, podemos então definir o papel da cultura na sociedade como:

[...] todo conhecimento que uma sociedade tem sobre si mesma, sobre outras sociedades, sobre o meio material em que vive e sobre a própria existência. Cultura inclui ainda as maneiras como esse conhecimento é expresso por uma sociedade, como é o caso de sua arte, religião, esportes e jogos, tecnologias, ciência, política. [...] O estudo da cultura procura entender o sentido que fazem essas concepções e práticas para a sociedade que as vive, buscando seu desenvolvimento na história dessa sociedade e mostrando como a cultura se relaciona às forças sociais que as movem. (SANTOS, 2003, p. 41).

Baseando-se na perspectiva e nas palavras do autor, podemos dizer que a cultura não é unicamente ligada às expressões artísticas, como a música, o teatro, a pintura etc., mas sim, entendida como uma dimensão não material que passa por vários aspectos da realidade. Silva (2003) exemplifica esse conceito ao aplicá-lo ao território das lutas sociais por um progresso social contra a desigualdade. Outro aspecto por ele defendido é o campo do saber, o qual liga

cultura ao estudo e à educação, que podem ser identificados através dos meios de comunicação de massa, casos do jornal, do rádio e da televisão.

Santos (2003) defende que os meios de comunicação de massa são essenciais para a nossa sociedade, pois estão diretamente ligados à organização social ao exercício do poder e da vida coletiva. Isso ocorre, explica, porque estão presentes em todas as esferas da vida, seja urbana ou rural; profissional ou pessoal; nas participações políticas ou nas atividades triviais, como arrumar a casa ou na maneira de se expressar através da fala ou da escrita.

Rudiger (2011, p. 120) afirma que os meios de comunicação, como mediadores das expressões humanas, produzem um profundo impacto sobre as categorias sociais, produzindo transformações. A comunicação também faz parte da construção do nosso mundo, pelo qual somos criados e recriados. Assim, ela se torna um meio de projeção, nos ajudando na vida em sociedade, determinando conceitos e trazendo concepções que ajudam a moldar a nossa existência.

Por todas essas razões, Silva (2003, p. 68-69) sustenta que os meios de comunicação de massa são importantes na sociedade por também atuarem nas dificuldades da vida, proporcionando reflexões, explicações e soluções. A presença desses veículos de comunicação no cotidiano da sociedade resulta em uma visão de vida melhorada em seu modo de pensar e de agir.

No caso do rádio, segundo Calabre (2002), desde a sua popularização, ele passou a ser parte do cotidiano das pessoas, sendo um meio fundamental de informação e entretenimento. Na ocasião de seu surgimento e posterior popularização,

[...] O novo meio de comunicação revolucionou a relação cotidiana do indivíduo com a notícia, imprimindo uma nova velocidade e significação dos acontecimentos. Ao partilharem da mesma fonte de notícias, os indivíduos se sentiam mais integrados, possuíam um repertório de questões comuns a serem discutidos. (CALABRE, 2002, p. 9).

A autora (2002, p. 21) conta que o rádio foi lançado no Brasil por um grupo de intelectuais que viram no veículo uma forma de elevar o nível cultural do país. Roquete Pinto e Henrique Morize foram os pioneiros nesse sentido e sempre criavam oportunidades de trazer à emissora palestrantes e realizar entrevistas

em prol do conhecimento. Para eles, era através do conhecimento que poderiam combater o que chamavam de “males do país”.

Mas, conforme o rádio ia se popularizando através das inovações tecnológicas e com as novas legislações que facilitaram a criação de várias emissoras, Calabre (2002) explica que no ano de 1930 houve uma virada no cenário radiofônico a partir de uma legislação específica para o meio e que introduziu, entre outras questões, a regulamentação do uso da publicidade para financiamento das emissoras. As novas rádios, nesse sentido, tinham uma finalidade mais comercial com o interesse de atrair mais público. Suas programações, antes mais sérias, foram ganhando novos ares. De repente, os programas estavam mais populares, dinâmicos, com cantores conhecidos e um ritmo totalmente brasileiro, como o samba e as marchas.

Toda essa movimentação abriu um leque de opções e variedades em todos os cenários do rádio, seja na programação musical, novelas, programas de auditório e de participação do público, e também no modo de se produzir notícia, criando, assim, seu próprio estilo.

E não é à toa que esse grande veículo conquistou um enorme espaço nos lares, no cotidiano das pessoas e na mídia. Segundo McLeish (2001, p. 15-16), o rádio tornou-se um veículo quase universal. Por meio de suas ondas, ele consegue percorrer o mundo em uma fração de segundos, ligando os continentes. Sua velocidade e sua forma de linguagem são incríveis e o termo usado para ele, radiodifusão, “indica a dispersão da informação produzida, que abrange cada lar, vila, cidade e país que esteja ao alcance do transmissor”.

McLeish (2001) afirma que, dentre todos os meios de comunicação, o rádio se destaca por não ter limites. Ele não está preso a imagens pré-concebidas, nem a estereótipos e nem mesmo ao seu local de encontro com as pessoas. O meio radiofônico estimula a imaginação, possibilitando a cada ouvinte criar seu próprio mundo:

A grande vantagem de um meio de comunicação auditivo [...] está no som da voz humana – o entusiasmo, a compaixão, a raiva, a dor e o riso. A voz é capaz de transmitir muito mais do que o discurso escrito. Ela tem inflexão e modulação, hesitação e pausa, uma variedade de ênfases e velocidades. (MCLEISH, 2001 p. 19).

Por todas essas características, o autor conta que o rádio é relacionamento. A sua simplicidade e, ao mesmo tempo, o seu grande poder de alcance e de conexão com o ouvinte cria uma espécie de ligação. Assim, a funcionalidade vai muito além dos seus programas, mas proporciona uma amizade que deve entender seu papel de líder e de prestador de serviços.

Reafirmando esse compromisso, encontramos no Código Brasileiro de telecomunicações¹ no artigo 38 uma das funcionalidades do rádio que corroboram com o pensamento do autor, a de que: *“os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinados às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País”*.

No artigo 4º, os serviços de telecomunicações são definidos como: *“a transmissão, emissão ou recepção de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza, por fio, rádio, eletricidade, meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético”*, aos quais, segundo o código, devem ser destinados ao *“serviço público, destinado ao público em geral”*. Em relação ao serviço de Radiodifusão, este: *“é destinado a ser recebido direta e livremente pelo público em geral, compreendendo radiodifusão sonora e televisão”*.

Diante de sua finalidade, é perceptível que há mais de noventa anos o rádio vem cumprindo sua função na sociedade. Ele, que já passou por várias transformações e enfrentou ao longo de sua jornada grandes concorrentes como a televisão e a internet, mesmo diante das dificuldades, sempre se manteve firme e se reinventou. Como um alicerce cultural, o rádio manteve-se fundamental para a população, introduziu vários músicos, sejam brasileiros ou internacionais, nos apresentou diversos ritmos, nos fez usar a imaginação e nos deu um mundo totalmente divertido e lúdico.

No ano de 1950, Prado (2012) expressa a importância que foi o rádio na nossa cultura. É a fase chamada de Ouro. Nessa época, as capitais Rio de Janeiro e São Paulo eram as grandes influências para as rádios dos interiores. Por meio delas foram consagrados vários locutores, músicos, programas,

¹

(http://www.wisetel.com.br/acoes_de_governo/leis_e_decretos_lei/lei_4117.htm
)

radioatores e radioatrizes. É a época em que começam as radionovelas, uma das principais atrações do rádio à época.

Calabre (2002) recorda que nessa época o rádio criou moda e inovou em estilo. Além disso, despertou tanta curiosidade na vida das pessoas, que ouvi-las já não bastava. Logo, também havia interesse em saber a quem pertencia aquela voz a qual todos paravam para ouvir, diante disso, criou-se um nicho e revistas começaram a explorar todo esse interesse com conteúdos especializados que mostravam quem eram esses astros, seus hobbies, o que eles gostavam de usar e como era o lugar onde moravam. Além das revistas, era possível acompanhá-los nos programas de auditório, e foi a partir daí que começaram a surgir os primeiros fã-clubes.

Outro formato de programa popular, segundo Calabre (2002, p. 47-48), era o de variedades. Eles eram apresentados por animadores e em sua maioria possuíam auditórios. Aos finais de semana, eles ficavam por horas no ar e eram responsáveis por levar diversão e entretenimento aos ouvintes. Havia quadros de humor, apresentação de calouros, atrações artísticas, dentre eles cantores renomados, jogos com o público e distribuição de prêmios.

Porém, essa fase não durou muito. Calabre (2002) lembra que vários desses formatos de programas de sucesso do rádio foram migrando para outro espaço: a televisão. Nos anos de 1960, Zuculoto (2012) relembra que fora anunciada a sentença de morte do rádio, pois ele passou a existir quase exclusivamente como musical. Essa fase ficou conhecida como “vitrolão”. O glamoroso rádio que antes havia criado tantas possibilidades se viu apenas tocando discos.

Mas essa decadência não aconteceu de uma hora para outra, Zuculoto (2012, p. 99) afirma que, ainda em 1958, a maioria da população tinha o rádio como a principal fonte de notícias e isso estabelecia uma verdadeira aldeia global cobrindo todo o país e fundando princípios da cultura nacional.

Houve também um momento em que o rádio tentou competir com a televisão. Zuculoto (2012) exemplifica essa etapa com as propagandas que foram criadas na época, cujo argumento principal era de que, ao escutar o rádio, o ouvinte não precisava parar seus afazeres para ficar com os olhos vidrados e com a atenção máxima, como era com seu oponente, contudo, não adiantou.

Aquela grande caixa que reproduzia imagem e som já havia conquistado seu lugar e não apenas com a programação e sua audiência, mas levava também muita verba publicitária.

Os anos 1970 e 1980, por sua vez, também caracterizados como a era de Chumbo, segundo Zuculoto (2012, p. 119), foram um momento difícil e ao mesmo tempo bom para o rádio. Difícil porque o meio de comunicação, como todos os outros, sofreu com a ditadura militar e a censura. Por outro lado, o governo investiu fortemente no desenvolvimento da comunicação para sustentar seu projeto de desenvolvimento nacional. Assim, foram intensificadas as concessões de canais FMs, bem como todo o setor de radiodifusão para acabar com a dependência de importação dos equipamentos; o governo também garantiu apoio através de incentivos à indústria nacional.

Diante dessa oportunidade, se iniciou um processo de reformulação e, em meio a esse novo fato, uma oportunidade surgiu. Prado (2012) lembra que com a consolidação das FMs, que tinham melhor qualidade técnica de áudio, a música ganhou mais espaço. Por tocarem mais música do que as AMs, surgiu então uma grande segmentação de gêneros musicais como o pop, rock, MPB, etc. e, por conta desse novo estilo, o rádio também atingiu uma nova faixa etária que começou a ter interesse em ouvi-lo: a juventude. Nessa época, houve a criação de programas em várias áreas, como os de esporte, e neles, além dos jogos, falava-se sobre curiosidades, fatos engraçados e até sobre as confusões.

Com essa segmentação, Zuculoto (2012) discursa que o rádio deixou de ser um veículo que buscava a atenção do ouvinte de um modo universal com o objetivo de atingir todos os públicos de uma mesma maneira. A partir de agora, sua audiência era baseada em grupos e em suas afinidades e, como Prado (2002) bem se recorda, nessa época o rádio pop-rock ganhou destaque. A autora também se refere ao ano de 1970 como o do boom das rádios universitárias. Seu principal objetivo era transmitir uma programação educacional e cultural sem formalidades com uma linguagem simples e de fácil entendimento.

Já nos anos de 1990 e 2000 em diante, mais uma vez, fora proclamada a sentença de morte do rádio diante das transformações tecnológicas devido à globalização e modificações na maneira de se fazer notícia, por conta da internet.

Zuculoto (2012) relata que a internet foi uma fase ainda mais difícil para o rádio do que a televisão, pois, com o novo meio, foi apresentado um mundo

totalmente novo e diversificado, onde tudo é veloz e está em constante mudança. No entanto, o rádio sempre soube se aproveitar de novas tecnologias para se reinventar e melhorar seu processo de produção e dessa vez não foi diferente.

Ainda com esse novo mundo, o rádio sai à frente em termos de sua característica de ser tradicional, popular e abrangente. Conforme relata Zuculoto (2012 p.151-152), com a soma da internet, o rádio deteve maior velocidade de distribuição de informação, isso também em consequência de seus satélites – um dos primeiros marco da comunicação – através da captação direta por antenas ou por cabos de fibra ótica, que permitem maior facilidade e fidelidade na ultrapassagem das barreiras locais, regionais e nacionais. Em termos de equipamentos digitais, estes facilitaram e melhoraram a qualidade de reprodução, gravação e arquivamento.

Em meio a esse universo digital e mobile, o rádio começa a tomar novas formas. Zuculoto (2012 p.171) discorre como mais uma vez o rádio se mostrou épico ao se redescobrir, criando modo de produzir, a fim de atingir um novo grupo de usuários que possuem outros tipos de consumo e de necessidades. Agora com a rádio web, a notícia torna-se não linear e há várias multimídias para complementar a informação como imagens, dados e textos. O usuário agora também pode escolher o momento de ouvir o rádio, pausar, voltar e repetir quantas vezes achar necessário. Novas ferramentas também foram criadas, como os downloads e os podcasts. Aqui, nesse cenário, há ainda mais personificação e individualização de programação.

No entanto, ainda que tudo até aqui tenha ocorrido de uma ótima maneira e o rádio tenha se mantido forte, vivo e crescendo à maneira em que o mundo evoluiu, a autora acredita que em meio a esse processo de evolução o rádio perdeu duas características: a instantaneidade e a fugacidade da mensagem. Contudo, a autora também defende que essa perda está relacionada ao tipo de rádio da qual estamos falando. Um exemplo são as rádios locais, cujas programações estão focadas em um município e nas proximidades. Estas geralmente não integram grandes redes, assim, ainda podem manter-se modernas, porém tradicionais.

Em Bauru, local onde esse trabalho de conclusão de curso é elaborado, o rádio também passou por grandes etapas. Ele chegou à cidade através do pioneiro João Simonetti, conhecido entre os íntimos como Joanin, conforme nos

conta Simonetti (2015). Joanin, que oficialmente nasceu em Dois Córregos, mudou-se para Bauru em 1916 atraído pelo desenvolvimento da cidade e, desde então, foi aventureiro e sempre esteve à frente de grandes conquistas para o município.

Simonetti (2015, p. 36) relata que Joanin trouxe a Bauru a primeira loja de móveis e espelhos, depois a primeira floricultura, a primeira casa de laticínios, o primeiro teatro, o cinema falado, a primeira projeção de slides comerciais sonoros e não parou por aí. Em 1933, pensando na primeira rádio da cidade, convidou diretores da rádio Cruzeiro do Sul de São Paulo para se informar sobre custos, instalações, procedimentos técnicos e jurídicos.

Convencido de que seria uma boa ideia, Simonetti (2015, p. 37) recorda que, ainda com algumas dificuldades e em estado experimental, a primeira rádio da cidade foi montada na própria casa de Joanin, localizada então, na época, na rua Agenor Meira, 3-49, e foi ao ar pela primeira vez em 8 de março de 1934. Lima (2013 p.25) relembra que nessa fase uma das dificuldades encontradas era a precariedade dos equipamentos, que muitas vezes deixavam a rádio fora do ar. Mas mesmo em meio às dificuldades, em 10 de setembro de 1935, Ernetti Simonetti, filho de Joanin, narrou pela primeira vez um jogo de futebol que acontecia entre os times Campinas F. C. e o E. C. Noroeste.

Outra dificuldade que Simonetti (2015) nos conta foi a luta para conseguir o pedido de legalização da PRG-8 Bauru Rádio Clube, que só foi oficialmente liberada em 26 de Abril de 1935. Durante o processo de legalização, Lima (2013 p. 24) relata que João Simonetti teve de ir a São Paulo e ao Rio de Janeiro por diversas vezes e, ainda que não conseguisse o esperado, ele aproveitava as idas à capital para realizar compras de equipamentos técnicos e para observar e trazer inspiração das grandes rádios para moldar o setor artístico da rádio. Foi assim que criou o primeiro rádio teatro ao lado de seu irmão Afonso Simonetti.

O processo de legalização começou a dar certo, segundo Lima (2013), quando Joanin foi apresentado ao diretor da ferrovia de Bauru, o engenheiro Alfredo de Castilho. Nessa época, os diretores eram pessoas diretamente nomeadas pelo Presidente da República por serem consideradas de sua confiança e foi através desse elo que Simonetti criou um vínculo com o Presidente Getúlio Vargas.

No mesmo ano, ante ao entusiasmo desse novo meio de comunicação, Simonetti (2015, p. 38) relata que um comerciante chamado Alcides Moreira Leite doou um terreno no bairro Jardim Bela Vista e ainda ajudou financeiramente para que fosse construída a sede da PRG-8. Ainda hoje esse prédio existe, porém não abriga mais nenhuma rádio, atualmente pertence a uma emissora de televisão.

No ano de 1936, Lima (2013 p. 27-28) narra que foi ao ar a primeira Revista Radiofônica da PRG-8, nela eram apresentados programas festivos em forma de propagandas sob o patrocínio de muitas empresas da cidade. Dentre elas estavam o Teatro São Paulo, Padaria e Confeitaria Central, Farmácia São Luiz e muitos outros estabelecimentos, sendo que cada um deles possuía um tempo de quinze minutos no ar. Aqui melhor estabelecida, a rádio funcionava das 9 horas da manhã à meia-noite, com intervalo às 13 horas e às 17 horas, tendo retransmissão obrigatória de A Hora do Brasil entre 18h45 e 19h30. Na grade da programação, destacavam-se os programas: Instante Social, Cha-Cha-Cubano, Coisas Nossas, Programa Internacional, Até Logo Musicado, Música Italiana, Programa Humorístico, Você Manda e É do Barulho.

Em 1937, Lima (2013 p.30) recorda que, embora de propriedade de João Simonetti, a rádio foi incorporada como patrimônio da cidade. No mesmo ano, a emissora foi matéria numa revista mensal de circulação nacional chamada Vida Doméstica. Na matéria, a PRG-8 fora apresentada como a rádio difusora da vasta e próspera zona Noroeste do Estado de São Paulo.

Já no final do ano de 1937, mais especificamente em 10 de novembro, Lima (2013 p.30-31;34) nos conta que a rádio fez sua primeira transmissão nacional, que entrou no ar às 20 horas para uma programação do Presidente Getúlio Vargas. No ano seguinte, em 1938, três fatos marcaram a trajetória da PRG-8: o primeiro foi a presença do Presidente em Bauru e, conseqüentemente na rádio; o segundo foi a comemoração de João Simonetti aos mil watts de potência; o terceiro foi o ano da Copa do Mundo, disputada na França. Como muitos municípios não tinham rádio para acompanhar os jogos, era comum se reunirem para ouvir em algum lugar, nessa copa em específico, o autor narra que durante os cinco jogos do Brasil muitas pessoas se reuniram na quadra 5 da rua 1º de Agosto, onde fora conectada uma caixa de som para que o conteúdo fosse reproduzido.

Avançando para 1949, Lima (2013, p.53) relembra que neste ano Joanin conseguiu com o governo federal a concessão para operar a emissora também em FM. Feliz com a conquista por ser a primeira rádio de frequência modulada do Estado de São Paulo, logo ele providenciou uma torre na Praça dos Expedicionários com uma faixa que anunciava para toda a cidade a grande novidade - e não era para menos, pois as emissoras dos grandes centros só foram ter a concessão em 1950 e ainda assim eram poucas, visto que o boom das rádios FMs veio somente vinte anos mais tarde.

Mas o sonho de operar a rádio em FM só foi realizado em 1978, conforme informa Lima (2013, p. 54). Após a morte de Simonetti, seu filho Leônidas mais sua esposa Odila e o radialista Tobias Ferreira fundaram a Rádio Comunicação FM Estéreo Ltda, a 94FM, que por volta de 1992 passou a contar com a diretoria de Alceu Rodrigues. Com essas mudanças também veio uma nova era para a rádio, a qual tinha a intenção de modernizar a programação, imprimir uma dinâmica profissional, mas sem perder a identidade tradicionalmente familiar. Quanto a Joanin, ele realmente foi um homem à frente do seu tempo.

2.1. SOBRE A 94 FM

Segundo o site da 94FM (<https://94fm.com.br/>), a rádio foi fundada em 05 de maio de 1978, exatamente no Dia das Comunicações. Possui potência de 10 mil watts e quatro elementos na antena que proporcionam cobertura a um raio de aproximadamente 150 km. Localizada na Rua Marcos Augusto Genovez Serra, 3-34, o prédio conta com três andares e um espaço cultural chamado: Espaço Cultural Leônidas Simonetti.

A rádio, como toda empresa, conta com um grande suporte de colaboradores, sendo uma funcionária no comercial, duas funcionárias no administrativo, três diretores, três executivos de contas, sete apresentadores, sete jornalistas, sendo um desses o editor-chefe, e uma funcionária da limpeza. Sua estrutura abriga três estúdios acústicos e uma ilha de edição.

Todo esse suporte garante à rádio o comprometimento e a qualidade de sua vasta programação ao longo do dia. São diversos programas musicais com diferentes finalidades, mas sempre contando com a participação do público. Na área jornalística, além dos boletins ao longo da programação, são exibidos

quatro jornais: às 6h, o Atualidades, primeiro jornal da programação que traz as principais notícias do dia; às 7h, o Informasom, jornal de cunho político e crítico voltado aos acontecimentos da cidade e do mundo – os apresentadores, nesse formato, expressam suas opiniões acerca das notícias –; às 12h, o 94 Notícias, jornal de cunho regional fazendo um balanço dos principais acontecimentos na cidade e região; às 18h, o Inforitmo, jornal que encerra a programação jornalística e faz um tour por todas as informações importantes que foram noticiadas ao longo do dia. Com um toque de leveza, o Inforitmo traz dicas de músicas, séries e convidados para conversar sobre algum tema, além de ter espaço para os ouvintes participarem. Aos sábados, há o jornal Ritmo da Informação, que segue o formato do 94 Notícias.

Durante esse período de pandemia, de 2020 a 2022, a programação da rádio sofreu algumas alterações. Em relação aos programas, todos foram mantidos e alguns são apresentados de maneira remota com cada apresentador em sua casa. A equipe da rádio sofreu redução, uma vez que, com o momento pandêmico, não há mais repórteres na rua como antigamente em que havia o Direto da Rua com informações do trânsito e das reuniões da Câmara Municipal de Bauru. Também, por conta disso, a equipe não conta mais com o motorista que ficava encarregado de levar os repórteres ao local. Aos finais de semana, há escala para atualização do site e dos boletins, sendo que, aos sábados no período da manhã, fica apenas um repórter, que é responsável pelo site e por toda a elaboração do jornal que é apresentado ao meio-dia. No domingo, a escala é somente para atualização do site e para os boletins, não há apresentação de jornal.

Em relação às novas normas, no departamento de jornalismo, podem ficar apenas dois jornalistas e um estagiário. Importante frisar que no período pandêmico foram respeitadas todas as regras de distanciamento social, uso de máscaras e a disponibilização de álcool em gel no local.

Todas essas informações foram obtidas por esta pesquisadora tanto pelo site quanto pelo período em que realizou o estágio obrigatório sob contrato firmado entre a empresa e o UNISAGRADO. O estágio foi realizado presencialmente na rádio no período de 30/04/2021 a 19/06/2021 em dias e horários variados – algumas semanas de quarta-feira a sexta-feira, das 15:00 horas às 18:00 horas, e aos sábados, das 9:00 horas às 12:30 horas, e algumas

semanas de terça-feira a sexta-feira, das 15:00 horas às 19:00 horas, e sábado, das 9:00 horas às 12:30 horas –, totalizando 103 horas e 20 minutos. A supervisão do estágio foi realizada pelo editor-chefe da rádio, o jornalista Luiz Beltramin.

Durante os dias do estágio, uma das tarefas desenvolvidas era procurar notícias locais, regionais e de interesse nacional, bem como fazer análise dos releases e das sugestões de pauta que chegavam no e-mail da empresa, entrando no critério de noticiabilidade dos jornais Atualidades e Inforitmo. A finalidade atribuída a esta pesquisadora era transformar o conteúdo em notas para serem avaliadas pelo supervisor.

Com base nessa pesquisa bibliográfica e de campo, possível por conta do período de estágio, que o produto deste TCC foi desenvolvido. Seu processo de produção é descrito no capítulo seguinte.

3. PRODUÇÃO DE RÁDIO

O rádio tem como predominância a palavra falada, como explica Ferraretto (2014). A voz, instrumento primordial de trabalho do jornalista, não se limita, no entanto, apenas no verbo falar. É necessário também expressividade, podendo ganhar entonações e expressões as quais exercem diversas funções:

(1) Enunciativa ou expositiva, ao fornecer dados concretos, sem nenhuma conotação; (2) programática, ao assumir a construção da continuidade narrativa [...]; (3) descritiva, por detalhar cenários e personagens, criando imagens sonoras; (4) narrativa, apresentando uma ação no tempo e no espaço; (5) expressiva ou emotiva, ao indicar estados de ânimo [...]; e (6) argumentativa, ao ser usada na defesa de ideias e opiniões, estabelecendo raciocínios e/ou polemizando. [...] (FERRARETTO, 2014. p. 32, 33).

É importante que esse processo dê ao ouvinte a impressão de que o radialista conversa com ele e não de que está lendo uma notícia para ele, explica McLeish (2001), por isso, a inflexão da voz deve ser observada, pois boa parte dos significados das palavras é transmitida no modo pelo qual o jornalista fala e é assim que ele dá vida às sentenças.

Outro ponto de relevância destacado pelo autor é de que o rádio não fala para multidões, embora ele seja um meio de comunicação de massa, é errado pensar na radiodifusão como um processo de grupo, pois a mensagem chega para cada indivíduo de forma única e singular. Na comunicação ponto a ponto, próprio do ambiente digital, tal característica é reforçada.

As linguagens da mensagem, por sua vez, serão determinadas pelo tipo de público de cada emissora, que, segundo Prado (2006), podem ser classificadas como musicais, jornalísticas, educativas, populares, de jovens e adultos. Podem também ser segmentadas por elementos específicos como a classe social, idade, gêneros musicais e etc. Muitas rádios, explica, mesclam seu tipo de conteúdo, tendo vários produtos espalhados na grade de programação.

Ainda, segundo o pensamento da autora, a segmentação é importante no processo como um todo ao se pensar na programação da rádio, pois, assim, se conhece melhor o público para fornecer aquilo que ele quer. Dos principais meios de se obter esse resultado, fora apontado dois: classe social e estilo da programação.

A respeito da 94 FM, segundo a visão de Ferraretto (2014), pode-se dizer que é uma rádio eclética, uma vez que possui diferentes programas em diferentes formatos – tanto jornalísticos como musicais –, que variam a depender do horário, do dia da semana e do público ao qual se destina. A respeito desse formato, o autor explica que

[...] Constitui-se em um conjunto de programas buscando agradar a vários tipos de ouvinte. Por exemplo, entre as 6h e 8h, ocorrem transmissões para um público bem genérico com informações para quem está acordando [...] Na sequência, entram programas jornalísticos abordando os principais fatos do município e da região, voltados aos formadores locais de opinião. [...] Além disso, a programação pode incluir música, transmissões esportivas e mesmo espaços terceirizados. (FERRARETTO, 2014. p. 68).

A programação da 94 FM é vasta e variada, podendo também se encaixar no perfil popular, uma vez que em seus programas há a participação do ouvinte tanto por meio de enquetes no site quanto através das opiniões que são lidas em alguns dos programas. A participação é incentivada por brindes sorteados durante a programação. Segundo Ferraretto (2014), as rádios populares levam ao ouvinte uma combinação de entretenimento, notícias e prestação de serviço.

Mas, embora popular, a 94 FM preza pelas notícias e estas são a matéria-prima ao longo da programação, sendo protagonistas em cinco jornais: Atualidades, Informasom, 94 Notícias, Inforitmo e Balanço 94, cada um com seu estilo e sua finalidade e, além destes, há boletins informativos durante todo o dia.

Consultando o site da empresa, é possível observar os programas jornalísticos e musicais que passam ao longo do dia. Além disso, por meio dele, é possível assistir aos programas, além de acompanhar os acontecimentos do município e do mundo, tendo como principais pautas no momento da execução deste TCC, no primeiro semestre de 2022: Bauru, Eleições 2022, Regional, Geral, Polícia, Esportes, Cultura e Pet.

Ainda sobre a questão da segmentação, Ferraretto (2014) aponta que a classe social, faixa etária, nível de ensino e gênero são determinantes para o conteúdo, visto que através deles serão percebidas as necessidades dos ouvintes, estilo de vida e de consumo, os benefícios buscados por estes e até mesmo a personalidade dos programas.

Segundo levantamentos obtidos pela equipe de Marketing da 94FM, seu público predominante é feminino com percentual de 54% e 41% masculino. A classe que mais consome seu conteúdo é a C, com 49%, seguida das classes A/B com 42% e D/E com 9%.

Tendo isso definido, temos como matéria-prima do rádio as notícias. Elas serão “pautadas”, ou seja, começarão a tomar forma quando, em uma reunião, forem definidas como importantes para o público. O objetivo da pauta é decidir quais temas receberão maior ou menor destaque, que merecem acompanhamento em tempo real ou uma reportagem externa, por exemplo, ou ainda aquele assunto que não entrará na edição daquele dia, isso quando se trata de assuntos especiais ou de acontecimentos previsíveis – como enchentes no período de verão –, nesse caso, são chamadas de pautas de gaveta ou material frio, conforme explica Prado (2006).

Sobre a programação, pode-se dizer que

É o conjunto organizado dos conteúdos veiculados por uma emissora de rádio, sejam estes jornalísticos, de entretenimento, publicitários e/ou musicais, conforme o formato adotado pela emissora [...]. (FERRARETTO, 2014. p. 70).

Segundo Ferraretto (2014), a forma mais comum de se dividir o conteúdo das rádios é através dos programas exibidos ao longo da programação. Dentre esses, encontram-se:

Noticiário, cuja predominância é a notícia subdividida em síntese noticiosa – resumo dos principais fatos ocorridos no dia de maneira curta e direta – e Radiojornal – integram as notícias em vários formatos, boletins, comentários, seções, meteorologia, trânsito e até entrevistas.

Programas de opinião, em que o lado opinativo é predominante, expondo as ideias do apresentador, gerando reflexão e diálogo.

Programas de entrevistas, em que o âncora conduz o bate-papo.

Esportivo: baseado em atividades esportivas; no Brasil, a predominância é o futebol.

Rádio revista ou programa de variedades, cuja característica é a junção de informação e entretenimento, nesses casos, abrindo espaço para cultura e lazer.

Ainda sobre programas, Prado (2006) elenca alguns como: temas variados, que tratam de assuntos não necessariamente relacionados ao agora, como, por exemplo, uma reportagem especial sobre o aniversário da cidade. Educativos, que têm grande papel na formação das pessoas, ao ajudar a formar opinião, a alfabetizar e por alcançar todos os lugares, inclusive os mais afastados da cidade. Programa curto, que geralmente são boletins de um minuto e aparecem ao longo da programação. Programa ao vivo, que leva ao ar o que está acontecendo naquele momento, seja no estúdio ou com o repórter na rua ou em algum local.

Chantler (2006) ainda elenca um novo tipo de programa que atualmente é muito popular: o infotenimento, que mistura informação com entretenimento. Segundo o autor, esse estilo é conhecido também como utilidade pública, pois acredita-se que essa linha editorial é a que melhor se adapta aos gostos e aos interesses de quem a consome.

Quanto à linha editorial e às pautas dos programas, para Chantler (2006) o ponto principal é conhecer o público-alvo, pois só assim iremos ao encontro de suas necessidades. Citando algumas, ele destaca dentre os assuntos de interesse: meio ambiente, economia, crimes, saúde, educação, transporte e viagens, esporte e lazer, política nacional e política local. Outro fator que será determinante é a relevância em função de como aquela notícia afetará o ouvinte.

Nesse ponto, Mcleish (2001) defende que a melhor forma de saber o que deve virar notícia é através da importância e da pertinência que se tem naquele assunto. O jornalista elenca os valores-notícia como: importante, decisões que afetam a todos; controverso, resultados que ainda não são conhecidos pelo público, como as eleições, por exemplo; dramático, tragédias; geograficamente perto, coisas as quais acontecem próximas a nós; culturalmente pertinente, algo que mesmo de longe possa estar conectado com o ouvinte; imediato, acontecimentos de agora, e inusitado, algo incomum.

Já para uma rádio local, Chantler (2006) destaca como valores-notícia os serviços de emergência, assuntos políticos e religiosos, fatos noticiados, Câmara dos Deputados e Vereadores, utilidade pública – como empresas de abastecimento elétrico de água e transportes coletivos –, assembleias e a internet, tendo também como aliados os serviços da Polícia, Corpo de bombeiros, Samu, Guarda Florestal etc.

Para Mcleish (2001), todos esses valores-notícia devem ser norteados por uma missão: a de encontrar nas histórias o ponto certo de contato humano, de fazer com que o cidadão comum possa compreender os fatos da vida de maneira honesta e simples. Ainda de acordo com o autor, a tarefa do jornalista não é chocar com as notícias, mas trazer clareza e compreensão tendo em mente que a responsabilidade é com tudo o que se mostra e com tudo o que se omite.

Corroborando com esse pensamento, Ferraretto (2014) destaca que os textos do meio rádio devem ser claros, permitindo a fácil compreensão; precisos ao contar a notícia com exatidão e com clareza, e concisos, ao dosar a quantidade de palavras e selecionar aquelas com significados completos, não permitindo dúvidas. Quando temos uma notícia nesse formato, Chantler (2006) afirma que o resultado é uma matéria clara, econômica, direta e coloquial, uma vez que para o rádio é melhor um discurso direto, com sentenças simples e palavras não complexas, para que o ouvinte – que normalmente está fazendo algo enquanto escuta – consiga compreender facilmente.

Outra estrutura importante que compõe a notícia é a forma como ela deve ser escrita, Ferraretto (2014) explica que ela deve responder às indagações do ouvinte: Quem? Quando? Onde? Como? Por quê? O quê? Para isso, temos o jornalista como alguém que será capaz de extrair para a realidade todos os fatos de forma verdadeira.

Complementando a notícia, temos as inserções sonoras, que ajudam no sentido e na compreensão do ouvinte. Ferraretto (2014) as classifica como: ilustrativas, que trazem o registro da voz de outra pessoa – sem ser o apresentador ou repórter para explicar um fato, por exemplo; as trilhas, que servem para indicar o começo ou fim de um bloco; cortina identifica e/ou separa determinada parte de um programa do todo; efeitos sonoros, que criam significados sensoriais; *Background*, música de fundo – normalmente instrumental – em tom abaixo da voz e, por fim, a vinheta, que ilustra o começo de um programa.

Considerando esses conceitos a respeito da produção em rádio, no item a seguir é descrita a proposta da seção “Sextou”, objeto deste trabalho, cuja produção também será abordada na sequência.

3.1. PROPOSTA DA SEÇÃO “SEXTOU”

A ideia da seção “Sextou” dentro do programa Inforitmo surgiu a partir da necessidade observada por esta pesquisadora no período em que cumpriu o estágio obrigatório no 2º semestre do ano de 2021 na 94 FM e teve contato com o programa. Tal proposta anteviu uma necessidade que está em projeto na rádio. Além disso, na emissora, há pouca participação de voz feminina, sendo que só a ouvimos nos boletins policiais apresentados por uma repórter, caso não haja material naquele dia, não haverá voz feminina.

O Inforitmo é um programa de notícias que vai ao ar de segunda a sexta-feira e tem duração de uma hora, começando às 18h e terminando às 19h. Nele, são exibidas as notícias locais e nacionais que ocorreram durante o dia. Na edição também há informações sobre o trânsito local, esporte municipal e nacional, além do boletim policial da cidade.

O programa possui o formato de Infotenimento e mistura notícia com entretenimento, prestação de serviços e conta também com a participação do público.

Quanto à seção de cultura “Sextou”, ela é proposto para agregar o programa Inforitmo. O nome veio através de um bordão popular por meio do que se diz “sextou” para comemorar o final de semana e, para isso, a proposta é justamente ajudar o ouvinte a aproveitar esses dias de descanso com as opções de lazer e eventos que estão acontecendo na nossa cidade, como uma forma também de valorizá-la.

Pode-se dizer também que o programa pretende levar variados assuntos e temas para os ouvintes. Por isso, entre o piloto e a primeira seção, foram selecionadas pautas diferentes com outros tipos de sugestões, tudo dentro dos critérios de noticiabilidade e levando em consideração as características do público que consome os conteúdos do Inforitmo.

No programa piloto, apresentamos a estreia do cinema, dica de série, sugestão de lazer em família num ponto turístico da cidade, proposta de um show de uma banda nacional famosa e, por fim, lazer e diversão para as crianças, sendo a proposta de um parque de diversões e teatro.

Já na seção um, temos sugestões relacionadas ao tempo como uma forma de passeio e uma maneira de aproveitar a estação de frio. Foi proposta

também uma maneira de os ouvintes aproveitarem em casa fazendo uma receita. Também são propostos a leitura de um livro e de um passeio com a família em um ponto turístico de Bauru. Em seguida, fora informado sobre o jogo realizado em Bauru com o time da cidade e, por fim, a sugestão de um filme.

Em ambas as seções, no início de cada gravação houve a participação especial do apresentador do Inforitmo, Luiz Beltramin.

Os critérios de noticiabilidade utilizados para o levantamento das pautas foram: local, proximidade, atualidade e inusitado, sendo estes levando em consideração o que o público jovem-adulto com ou sem filhos tem interesse em ouvir e o que irá afetá-los de forma positiva. A duração de cada programa tem, em média, 10 minutos, tempo considerado adequado por se tratar de uma seção dentro de um programa existente e suficiente para orientar e informar o ouvinte sobre programação de lazer.

Para a produção, foram levantadas as pautas, assuntos de relevância, e checadas as informações como dia, local, horários e valores das sugestões. Tendo isso apurado, começou o processo de escrita das laudas (**vide Apêndices**), por meio do que o conteúdo prévio foi transformado em matérias. Para isso, fora usada a linguagem coloquial, como uma conversa, a fim de parecer que as dicas são dadas por um amigo, levando a informação de maneira leve e descontraída, tal qual é o programa Inforitmo.

Ressalta-se que o produto foi desenvolvido durante a pandemia de Covid-19, razão pelo que algumas normas restritivas continuavam em vigor. Nesse sentido, entende-se que, conforme os casos de Covid19 forem diminuindo e novos e mais eventos surgirem, as pautas também poderão abranger as cidades vizinhas que contam com diversas opções culturais.

Após este processo, foram realizadas as gravações das seções, tendo esta pesquisadora usado o Núcleo Multimídia do Unisagrado, bem como contado com a ajuda do técnico que fica à disposição dos alunos. A edição foi realizada pelo mesmo profissional, o técnico Leandro Zacarim. Para trazer dinamismo e sentido para as matérias, foram inseridas sonoras, que proporcionaram a ambientação e contribuíram para a construção do imaginário do ouvinte.

No início de cada programa foi inserida a vinheta, como forma de identificação, para que sempre que o ouvinte ouça esse som, ele possa perceber que a seção irá começar e, desta forma, também criar um vínculo com o ouvinte.

Finalizando todas essas etapas, temos o produto: duas edições da seção Sextou. O caminho para audição das mídias encontra-se entre os Apêndices.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral do trabalho foi acrescentar ao programa Inforitmo uma seção de cultura para complementar o seu conteúdo, já que atualmente não há esse quadro. Junto a isso, objetivou-se também trazer leveza com uma voz feminina, representando, assim, parte desse público que também consome o programa.

O objetivo específico foi proporcionar cultura, lazer e prestação de serviço para os ouvintes do programa, fazendo com que possam valorizar o tempo consigo, com a família ou amigos e, também, como uma maneira de explorar a cidade, uma vez que em meio às correrias da vida fica mais difícil fazer uma pausa e contemplar esses momentos tão preciosos. Além disso, a ideia é propor a prática de hábitos saudáveis como, por exemplo, a qualidade de tempo e a leitura.

Para alcançar os objetivos foram utilizadas duas pesquisas: a bibliográfica e a exploratória. A parte bibliográfica proporcionou base, referência e conhecimento para poder entender sobre o tema e sobre as questões que envolvem cultura e sociedade. Também através dela foi possível compreender os conceitos da produção jornalística. Já com a pesquisa exploratória foi permitido colocar todas as questões compreendidas em prática ao criar o produto e sentir “na pele” como é a rotina de um profissional de comunicação.

Cada fase desse processo foi enriquecedora. Acredito que de forma geral o objetivo fora alcançado, pois por meio das pesquisas foi possível obter o resultado esperado: a criação do produto. Ainda há um longo caminho a ser percorrido, vez que a prática traz melhorias tanto para o texto quanto para a locução.

Nos objetivos específicos: levar ao ouvinte informações que proporcionem cultura, lazer e bons hábitos, não há como qualificar, pois o conteúdo não chegou de fato às pessoas, mas, hipoteticamente, acredita-se que seriam conteúdos relevantes e que contribuiriam de forma positiva à comunidade.

No campo da ciência, tal pesquisa pode levar outras pessoas a se interessarem pelo assunto e terem esse trabalho como ponto de partida, levando, por exemplo, tal conteúdo aos ouvintes e descobrir se de fato irá ou não agradar ao público. Outra avaliação envolverá o tempo de duração do produto,

se se encaixa na proposta do Inforitmo, veiculado no horário de deslocamento de muitas pessoas.

A presente pesquisa, enquanto estudante, permitiu a ampliação dos horizontes desta pesquisadora. De fato, foi o maior desafio até aqui. O Trabalho de Conclusão de Curso exige muita pesquisa e, neste caso, a prática e horas e horas de muita produção certamente contribuíram para o crescimento desta futura jornalista.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Código Brasileiro de Telecomunicações.** Disponível em: http://www.wisetel.com.br/acoes_de_governo/leis_e_decretos/lei/lei_4117.htm. Acesso em 21 de set. de 2021.

CALABRE, Lia. **A era do rádio.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2002.

CHANTLER, Paul; Stewart Peter. **Fundamentos do Radiojornalismo.** Tradução Jerusa Griffin Garcia. São Paulo: Roca, 2006.

DEFLUER, Melvill L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa.** Tradução da 5. ed. norte-americana, Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

DICIO. **Dicionário Online de Português.** Disponível em: <https://www.dicio.com.br/cultura/>. Acesso em 24 de ago. de 2021.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas em Comunicação.** 2. ed. 4ª reimpr. – São Paulo. Atlas, 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMA, João Francisco Tidei. **Alô, Alô, ouvintes: no ar o rádio em Bauru.** São Paulo: Bazar Editorial, 2013.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica.** Tradução: Mauro Silva. São Paulo: Summus, 2001.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil.** São Paulo: Editora Da Boa Prosa, 2012.

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

RUDIGER, Francisco. **As Teorias da Comunicação.** Porto Alegre, Penso, 2011.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura.** Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense 2003.

SIMONETTI, Paulo Sérgio. **Joanin: João Simonetti, pioneiro do rádio e da televisão no interior da América Latina.** Bauru: 2015.

UMANN, Carolina. **Segmentação da 94FM.** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <marketing@94fm.com.br> em 20 maio.2022

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar – a história da notícia de rádio no Brasil.** Florianópolis: Insula, 2012.

94FM. Disponível em: <https://94fm.com.br/>. Acesso em 05 de maio de 2022.

APÊNDICES - ROTEIROS

PROGRAMA: SEXTOU – SEÇÃO PILOTO	LAUDA 1
DATA: 13/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORES: LUIZ BELTRAMIN/CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURAL	

[LOC 1]

OLHA SÓ, PESSOAL, A EDIÇÃO DE HOJE DO INFORITMO ESTÁ MAIS DO QUE ESPECIAL. A PARTIR DESTES MÊS, A GENTE VAI TER UM NOVO QUADRO CHAMADO “SEXTOU”. E A NOSSA COLEGA CYNTHIA KALYNE VAI TRAZER, TODA SEXTA-FEIRA, HEIN PESSOAL? FIQUE LIGADO! AS OPÇÕES CULTURAIS QUE ESTÃO DISPONÍVEIS NA CIDADE.

E VAI TER OPÇÃO PARA AGRADAR TODO MUNDO, DESDE AQUELA GALERA QUE CURTE O ROLÊ, QUE GOSTA DE SAIR, ATÉ PARA QUEM PREFERE O ACONCHEGO, O SOSSEGO DO LAR. VAMOS SABER ENTÃO O QUE ESTÁ BOMBANDO NA CIDADE NESTE FIM DE SEMANA.

CYNTHIA KALYNE, BOA NOITE! CONTA PARA A GENTE.

[LOC 2]

EXATAMENTE, LUIZ! TODA SEXTA-FEIRA EU ESTAREI AQUI TRAZENDO INFORMAÇÕES PARA OS OUVINTES DO INFORITMO SOBRE FILMES, SÉRIES, EVENTOS QUE ESTÃO ACONTECENDO NA NOSSA CIDADE, LAZER, TEATRO E ÓTIMAS OPÇÕES PARA A GENTE SE DIVERTIR E APROVEITAR O TÃO AGUARDADO FINAL DE SEMANA, DA MELHOR MANEIRA POSSÍVEL.

[VINHETA]

[LOC 2]

EU VOU COMEÇAR A DICA PARA QUEM AMA TELA GRANDE, ALTA DEFINIÇÃO DE IMAGEM E SOM E DAQUELE CHEIRINHO DELICIOSO DE PIPOCA. A GRANDE ATRAÇÃO DO MOMENTO É O DOUTOR ESTRANHO: MULTIVERSO DA LOUCURA:

[TRECHO DO FILME - <https://www.youtube.com/watch?v=X23XCFgdh2M>]

D.I.: 0'00" - “Música instrumental”

D.F.: 0'45" – “Música instrumental.”

[LOC 2]

ESSE É UM FILME MUITO AGUARDADO PELOS FÃS DA MARVEL E PROMETE MUITA AÇÃO E TERROR. ESSE É O PRIMEIRO FILME DAS SEQUÊNCIAS DE SUPER-HERÓIS QUE VEM COM ESSA PROPOSTA MAIS “PESADA”.

[LOC 2]

O FILME É AMBIENTADO APÓS OS ACONTECIMENTOS DE “HOMEM-ARANHA: SEM VOLTA PARA CASA”, EM QUE O PETER PARKER PRECISA LIDAR COM VÁRIOS VILÕES DE OUTROS UNIVERSOS DO HOMEM-ARANHA, COMO O DUENTE VERDE, E ACABA PEDINDO AJUDA DO DOUTOR ESTRANHO PARA CAPTURAR ESSES VILÕES, MAS ESSE MOVIMENTO ACABA ABRINDO AS PORTAS DO MULTIVERSO E TUDO VIRA UM CAOS.

[LOC 2]

AGORA, NESTE FILME DO MULTIVERSO DA LOUCURA, O DOUTOR ESTRANHO PRECISA ARRUMAR ESSA BAGUNÇA E TRAZER O EQUILÍBRIO DE VOLTA.

[LOC 2]

O FILME ESTÁ EM CARTAZ NO CINEPÓLIS, LOCALIZADO NO BOULEVARD SHOPPING, NO MULTIPLEX CINE ARAÚJO, NO BAURU SHOPPING, E NO CINE'N FUN LOCALIZADO, NO ALAMEDA.

[LOC 2]

PARA SABER VALORES E HORÁRIOS É SÓ CONSULTAR AS PÁGINAS OFICIAIS DOS CINEMAS.

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA 2
DATA: 13/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORAS: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURA	

[LOC 1]

MAS SE VOCÊ QUE ME ESCUTA PREFERE O CONFORTO E SOSSEGO DO LAR ESSA DICA É PARA VOCÊ!

[MÚSICA TEMA DA SÉRIE -

<https://www.youtube.com/watch?v=vUSCROG71T0>]

NESSA SEMANA VOCÊ DEVE TER ACOMPANHADO QUE A RAINHA ELISABETH, A FAMOSA BETINHA, CONQUISTOU O JUBILEU DE PLATINA AO SE TORNAR A PRIMEIRA MONARCA BRITÂNICA A COMPLETAR 70 ANOS COMO SOBERANA E, PARA COMEMORAR ESSE FEITO HISTÓRICO, A MINHA INDICAÇÃO É A SÉRIE ORIGINAL DA NETFLIX THE CROWN, QUE, TRADUZINDO, SIGNIFICA A COROA, ESSA SÉRIE QUE CONTA O DIA A DIA DA REALEZA JÁ CONQUISTOU 4 PRÊMIOS NO GRAMMY COMO MELHOR SÉRIE DRAMÁTICA, MELHOR ATOR E ATRIZ E MELHOR ATRIZ COADJUVANTE.

[LOC 2]

A HISTÓRIA É BASEADA NA VIDA REAL DA RAINHA ELISABETH, QUE FOI COROADA AINDA BEM JOVEM, COM 25 ANOS.

[TRECHO DO TRAILER:

https://www.youtube.com/watch?v=v_iYt6n_P6E&t=21s]

D.I.: 0'04" - "MEU NOME?"

D.F.: 0'24" - "RAINHA ELIZABETH"

DIANTE DESSE GRANDE DESAFIO, ELA TEM QUE APRENDER A SERVIR E A GOVERNAR O POVO EM MEIO ÀS CRISES POLÍTICAS, RELIGIOSAS, DESAFIOS DA SOCIEDADE, SUA VIDA PESSOAL E OS ESCÂNDALOS QUE PERCORREM O CASTELO.

[LOC 2]

A SÉRIE POSSUI QUATRO TEMPORADAS, SENDO QUE A QUARTA, UMA DAS MAIS ESPERADAS, CONTA A VIDA DA ACLAMADA PRINCESA DIANA.

A QUINTA TEMPORADA ESTÁ PREVISTA PARA NOVEMBRO E VAI ABORDAR O FINAL DO CONTURBADO CASAMENTO DA PRINCESA E DO PRÍNCIPE CHARLES.

[LOC 2]

CADA TEMPORADA TEM 10 EPISÓDIOS QUE DURAM EM TORNO DE UMA HORA. EU SOU SUSPEITA PARA FALAR, MAS É UMA SÉRIE QUE VALE MUUUUITO A PENA

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA 3
DATA: 13/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORA: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURA	

[LOC 2]

SAINDO UM POUCO DO MUNDO DAS TELAS, SABEMOS QUE A PANDEMIA AINDA NÃO ACABOU, MAS AGORA QUE ESTÁ TODO MUNDO VACINADO E JÁ PODEMOS SAIR DE CASA, QUE TAL VISITAR UM DOS PONTOS TURÍSTICOS DA NOSSA CIDADE?

[TRECHO DE AMBIENTAÇÃO: https://www.youtube.com/watch?v=0r6TC_LNb1I]

[LOC 2]

O PARQUE VITÓRIA RÉGIA É UMA ÓTIMA OPÇÃO DE LAZER PARA TODA A FAMÍLIA! LÁ A GENTE CONSEGUE SENTAR DEBAIXO DE UMA ÁRVORE, SENTIR AQUELE VENTINHO GOSTOSO E DA ATÉ PARA FAZER UM PIQUENIQUE, LEVAR AS CRIANÇAS PARA BRINCAR, LER UM LIVRO E ANDAR COM OS CACHORROS. É DIVERSÃO PARA TODOS OS GOSTOS!

[LOC 2]

O PARQUE ESTÁ LOCALIZADO NA AVENIDA NAÇÕES UNIDAS, PRÓXIMO AO CAMPUS DA USP.

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA 4
DATA: 13/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORES: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURAL	

[LOC 2]

AGORA EU TENHO UM DESAFIO PARA VOCÊ AI DO OUTRO LADO. TEM UMA TURMINHA LEVE, DO POP E QUE EMBALA MUITOS HITS QUE ESTÁ VINDO PARA BAURU PELA PRIMEIRA VEZ! FAZ IDEIA DE QUEM É? VOU DAR UMA DICA, AQUI NA 94 FM A GENTE SEMPRE TÁ TOCANDO E A GALERA SEMPRE PEDE.

[TRECHO DA MÚSICA:

https://www.youtube.com/watch?v=v_iYt6n_P6E&t=21s

D.I.: 0'00" - "HOJE EU VOU SAIR"

D.F.: 0'24" - "EU FEAT VOCÊ É HIT"

[LOC 2]

É ISSO MESMO, É A BANDA MELIN, QUE É FORMADA PELOS IRMÃOS RODRIGO, GABRIELA E DIOGO MELIN. O SHOW ACONTECERÁ NUMA SEXTA-FEIRA, DIA 27 DE MAIO, AS OITO HORAS DA NOITE NO SAGAE EVENTOS.

[LOC 2]

OS FÃS DA BANDA JÁ PODEM GARANTIR O SEU LUGAR NO SHOW. OS INGRESSOS, QUE CUSTAM EM MÉDIA R\$ 60,00 REAIS, JÁ ESTÃO À VENDA PELO SITE CLUBE DO INGRESSO OU NO PONTO DE VENDA NA ÓTICA DINIZ, LOCALIZADA NO CENTRO DA CIDADE.

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA
DATA: 13/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORES: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURAL	5

[LOC 2]

E O VITINHO PARQUE ESTÁ EM BAURU! ENTÃO SE É AVENTURA QUE VOCÊ ESTÁ QUERENDO, VALE A PENA A VISITAR O PARQUE QUE CONTA COM ATRAÇÕES COMO O KAMIKAZE, RODA GIGANTE, SAMBA E OUTROS.

[LOC 2]

IMPORTANTE DIZER QUE OS BRINQUEDOS SÃO CLASSIFICADOS POR IDADE E ALTURA, ENTÃO HÁ O ESPAÇO DESTINADO A CRIANÇAS MENORES E O ESPAÇO PARA CRIANÇAS MAIORES E ADULTOS.

[LOC 2]

A ATRAÇÃO ESTÁ LOCALIZADA NO PÁTIO DO BOULEVARD SHOPPING E FICA NA CIDADE ATÉ O DIA 12 DE JUNHO.

[LOC 2]

O HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO É DE SEGUNDA A SEXTA-FEIRA, DAS SEIS HORAS DA TARDE ATÉ AS DEZ HORAS DA NOITE, JÁ NOS FINAIS DE SEMANA, O PARQUE FICA ABERTO EM DOIS TURNOS, SENDO O PRIMEIRO, DAS DUAS ÀS SEIS HORAS DA TARDE, E O SEGUNDO TURNO DAS SEIS ATÉ AS DEZ HORAS DA NOITE.

[LOC 2]

O VALOR PROMOCIONAL É DE R\$ 40,00 REAIS POR PESSOA NOS DIAS DE SEMANA. JÁ NO SÁBADO E NO DOMINGO, O VALOR DE R\$ 40,00 REAIS É MANTIDO NO PRIMEIRO TURNO E NO SEGUNDO SOBE PARA R\$ 50,00 REAIS.

[LOC 2]

TODOS OS INGRESSOS VENDIDOS SÃO PARA O PASSE LIVRE QUE PERMITE VISITAR QUANTOS BRINQUEDOS DESEJAR. A COBRANÇA DA ENTRADA É FEITA A PARTIR DE CRIANÇAS DE DOIS ANOS.

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA 6
DATA: 13/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORES: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURAL	

[LOC 2]

E POR FIM, MAS NÃO MENOS IMPORTANTE, NESTE DOMINGO, AS QUATRO HORAS DA TARDE, ESTREIA NO SESC A PEÇA: A CINDERELA E O PÉ INCHADO COM A COMPANHIA BURUCUTU.

[LOC 2]

A PEÇA PROMETE TRAZER A DIVERSIDADE DO BRASIL COM SEUS RITMOS COMO BAIÃO, XOTE O SAMBA DENTRE OUTROS E SERÁ CONTADA POR DOIS BRASILEIROS LEGÍTIMOS: ZÉ E MARIA.

[LOC 2]

NUMA MISTURA DE CORES E RITMOS, O ESPETÁCULO DE 45 MINUTOS CONTA O DIA SEGUINTE AO BAILE ONDE A CINDERELA CONHECEU O PRÍNCIPE.

[LOC 2]

OS INGRESSOS PODEM SER ADQUIRIDOS NO SESC E NA BILHETERIA ONLINE NO SITE DA EMPRESA. A ENTRADA PARA CRIANÇAS DE ATÉ DOZE ANOS É GRATUITA E O VALOR INTEIRO DO INGRESSO É DE R\$ 25,00 REAIS.

[LOC 2]

O SESC FICA LOCALIZADO NA AVENIDA AURELIANO CARDIA, QUADRA 6 NÚMERO 17.

[LOC 2]

LUIZ, EU ME DESPEÇO POR AQUI DE VOCÊ E DOS OUVINTES DO INFORITMO, MAS EU VOLTO NA PRÓXIMA SEMANA COM MAIS NOVIDADES E COM A PRÓXIMA EDIÇÃO. UM ÓTIMO FINAL DE SEMANA A TODOS E “SEXTOU!”

PROGRAMA: SEXTOU – SEÇÃO 1	LAUDA 1
DATA: 20/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORES: LUIZ BELTRAMIN/CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURAL	

[LOC 1]

E HOJE É SEXTA-FEIRA DIA DE AGENDA CULTURAL NO INFORITMO, DAQUI A POUQUINHO FICA LIGADO A CYNTHIA KALYNE VAI TRAZER AS OPÇÕES PARA VOCÊ CURTIR NUMA BOA ESTE FIM DE SEMANA.

[LOC 2]

BOA TARDE, LUIZ, BOA TARDE, OUVINTES DO INFORITMO. “SEXTOU” E EU VOLTEI COMO PROMETIDO COM MUUUITA COISA BOA PARA GENTE APROVEITAR O NOSSO FINAL DE SEMANA E SE DIVERTIR!

[VINHETA]

[LOC 2]

EU QUERO SABER COISA DE VOCÊ QUE ME ESCUTA, ESFRIOU AI?

[LOC 2]

AQUI O FRIO JÁ CHEGOU, EU JÁ TO TODA “EMPACOTADA” DE BLUSA DE FRIO, DE CALÇA, DE BOTA E PROCURANDO MANEIRAS PARA ME ESQUENTAR, PORQUE TEM COISAS QUE SÃO MUITO GOSTOSAS PARA GENTE FAZER NO FRIO, NÃO É MESMO? COMO TOMAR UM CHOCOLATE QUENTE OU AQUELE DELICIOSO CALDINHO!

[LOC 2]

E SE VOCÊ É DO TIME QUE GOSTA DE CALDOS, EU TENHO UMA SUGESTÃO MUITO LEGAL QUE É A COMPANHIA DO CALDINHO. LÁ A GENTE ENCONTRA UMA VARIEDADE ENORME DE CALDOS COMO FEIJOCA, VACA ATOLADA, CALDO VERDE, ALÉM DOS ACOMPANHAMENTOS COMO O PÃO TRADICIONAL E O PÃO DE ALHO. HÁ TAMBÉM OUTRAS OPÇÕES NO CARDÁPIO, COMO PORÇÕES E MASSAS. OS PEDIDOS PODEM SER CONSUMIDOS NO LOCAL OU VOCÊ PODE UTILIZAR O SERVIÇO DE ENTREGA.

[LOC 2]

A COMPANHIA DO CALDINHO ESTÁ LOCALIZADA NA RUA JOSÉ FERREIRA MARQUES, QUADRA 6 NÚMERO 50 NA VILA NOVA, CIDADE UNIVERSITÁRIA. PARA ENTREGAS, VOCÊ PODE FAZER SEU PEDIDO ATRAVÉS DO TELEFONE DE DDD 14 NÚMERO 3223-1901. O HORÁRIO DE ATENDIMENTO É DAS SEIS HORAS DA TARDE ATÉ À MEIA-NOITE.

[LOC 2]

E PARA QUEM GOSTA DE COZINHAR E REUNIR OS AMIGOS E A FAMÍLIA VOCÊ TAMBÉM PODE FAZER O SEU CALDINHO EM CASA E CONVIDAR A GALERA PARA FICAR JUNTOS E TER UMA TEMPO DE QUALIDADE.

[LOC 2]

EU VOU ENSINAR A VOCÊS UMA RECEITA BEM FÁCIL, UM CALDINHO DE MANDIOCA DOS DEUSES. BORA PROS INGREDIENTES?

[LOC 2]

PARA ESSA RECEITA VOCÊ VAI PRECISAR DE MANDIOCA, BACON, CALABRESA, UMA CEBOLA E CHEIRO VERDE A GOSTO.

[LOC 2]

AI VOCÊ JUNTA TODOS ESSES INGREDIENTES E CONFERE O PASSO A PASSO DA RECEITA NO SITE DA 94 FM.

VOCÊ PODE SERVIR PÃO OU TORRADA QUE VAI SER UM SUCESSO!

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA 2
DATA: 20/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORA: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURA	

[LOC 2]

E COMO DIZ DJAVAN... "UM DIA FRIO, UM BOM LUGAR PARA LER UM LIVRO... NÃO É MESMO?

[LOC 2]

BRINCADEIRAS À PARTE, MAS LER É UM ÓTIMO MODO DA GENTE CONHECER PESSOAS, LUGARES E HISTÓRIAS E SE VOCÊ ESTÁ QUERENDO COMEÇAR OU RECOMEÇAR A LER, HOJE EU VOU INDICAR UM DOS CLÁSSICOS DA NOSSA LITERATURA BRASILEIRA. É UM LIVRO ANTIGO, DE 1968, QUE JÁ FOI ADAPTADO PARA TELEVISÃO, PARA O CINEMA E TRADUZIDO PARA MAIS DE CINQUENTA LÍNGUAS. É O LIVRO "O MEU PÉ DE LARANJA LIMA" ESCRITO POR JOSÉ MAURO DE VASCONCELOS.

[LOC 2]

O LIVRO AUTOBIOGRÁFICO CONTA A HISTÓRIA DE ZEZÉ, UM MENINO DE CINCO ANOS DE IDADE QUE VIVE NA PERIFERIA DO RIO DE JANEIRO. SEM JAMAIS SE CONFORMAR COM AS LIMITAÇÕES DA VIDA, ELE AMA BRINCAR, EXPLORAR E VIAJAR COM A SUA IMAGINAÇÃO, MAS, MUITAS VEZES, ISSO ACABA FAZENDO COM QUE ELE SE META EM GRANDES CONFUSÕES.

[LOC 2]

A VIDA DE UM GAROTO DA PERIFERIA NÃO É FÁCIL, MAS ELE VÊ TUDO MUDAR QUANDO SEU PAI FICA DESEMPREGADO E SUA MÃE COMEÇA A TRABALHAR DOBRADO E AÍ VAMOS ACOMPANHANDO AS TRANSFORMAÇÕES QUE ACONTECEM NA VIDA DO GAROTO E DE SEUS TRÊS IRMÃOS: GLÓRIA, TOTOCA E LUÍS.

[LOC 2]

O TÍTULO DO LIVRO É UMA REFERÊNCIA AO MELHOR AMIGO DE ZEZÉ: UM PÉ DE LARANJA LIMA, MAS AO LONGO DA HISTÓRIA NASCE OUTRA AMIZADE IMPROVÁVEL, DESSA VEZ COM MANUEL VALADARES, UM

SENHOR RICO E SOLITÁRIO. E É ATRAVÉS DESSA APROXIMAÇÃO QUE ZEZÉ DESCOBRE A BELEZA DO AFETO, DO AMOR, DA PACIÊNCIA E DA COMPANHIA, TUDO O QUE ELE NÃO TINHA EM CASA, E COM ISSO, JUNTOS APRENDEMOS UMA GRANDE LIÇÃO SOBRE A VIDA.

[LOC 2]

O LIVRO PODE SER ADQUIRIDO PELA AMAZON A UM CUSTO DE R\$ 27,00 REAIS OU PODE SER LIDO GRATUITAMENTE DO SEU CELULAR, TABLET OU DO COMPUTADOR POR UM APLICATIVO TAMBÉM DA AMAZON CHAMADO KINDLE. É SÓ BAIXAR O APLICATIVO E PROCURAR O LIVRO. ALÉM DESTE, HÁ MUITOS OUTROS LIVROS PARA VOCÊ DESCOBRIR E EXPLORAR.

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA 3
DATA: 20/05/2022 – SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORA: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURA	

[LOC 2]

MUDANDO UM POUQUINHO DE ASSUNTO, NESTE SÁBADO É COMEMORADO O DIA DA FAMÍLIA.

[TRECHO DA MÚSICA: <https://www.youtube.com/watch?v=qEm98jLkeHI>]

D.I.: 0'00" - "Instrumental"

D.F.: 0'45" – "quero caducar"

[LOC 2]

E UM LUGAR DE BAURU QUE TRAZ MUITAS MEMÓRIAS AFETIVAS E QUE É MUITO GOSTOSO DE IR COM A FAMÍLIA É O ZOOLOGICO. NELE ENCONTRAMOS MAIS DE 700 ANIMAIS DIVIDIDOS EM 170 ESPÉCIES DIFERENTES ENTRE AVES, RÉPTEIS, PEIXES E MAMÍFEROS.

[LOC 2]

A VISITAÇÃO PODE SER FEITA DE SEGUNDA A SEXTA-FEIRA DAS OITO HORAS DA MANHÃ ATÉ ÀS QUATRO HORAS DA TARDE. NO SÁBADO, DOMINGO E FERIADO, O ZOOLOGICO FICA ABERTO PARA VISITAÇÃO DAS OITO HORAS DA MANHÃ ATÉ AS CINCO HORAS DA TARDE.

[LOC 2]

O INGRESSO É COBRADO A PARTIR DE CRIANÇAS DE CINCO ANOS DE IDADE E CUSTA CINCO REAIS. ADULTOS ACIMA DE 60 ANOS PAGAM MEIA. IMPORTANTE LEMBRAR QUE O PAGAMENTO É FEITO NA ENTRADA DO ZOOLOGICO E SÓ PODE SER FEITO POR DINHEIRO, NÃO SENDO ACEITO PAGAMENTO VIA PIX OU CARTÃO DE CRÉDITO E DÉBITO.

[LOC 2]

ATUALMENTE, O AQUÁRIO E A CASA DOS PÁSSAROS ESTÃO FECHADOS PARA VISITAÇÃO.

PROGRAMA: SEXTOU	LAUDA 4
DATA: 20/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORES: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURAL	

[LOC 2]

[TRECHO DA MÚSICA:

https://www.youtube.com/watch?v=v_iYt6n_P6E&t=21s

D.I.: 0'50" - "INSTRUMENTAL"

D.F.: 1'14" - "PARTIDA DE FUTEBOL"

[LOC 2]

E NESTE SÁBADO VAI ACONTECER O PRIMERO JOGO DAS FINAIS DA SÉRIE A3 DO CAMPEONATO PAULISTA E ESSA TAMBÉM É ÓTIMA PROGRAMAÇÃO PARA VOCÊ CURTIR COM A SUA FAMÍLIA E AMIGOS.

[LOC 2]

A DISPUTA SERÁ ENTRE O NOROESTE E O COMERCIAL. O JOGO SERÁ AQUI EM BAURU ÀS SETE HORAS DA NOITE NO ESTÁDIO DOUTOR ALFREDO DE CASTILHO OU, COMO NÓS CONHECEMOS, O "ALFREDÃO", QUE FICA LOCALIZADO NA RUA WENCESLAU BRAZ, NA VILA SANTA TEREZINHA.

[LOC 2]

OS INGRESSOS PODEM SER ADQUIRIDOS NO SITE OFICIAL DO NOROESTE CLUBE OU NOS PONTOS DE VENDA COMO A BANCA DO TAUSTE DA RIO BRANCO E NA LOJA DA ADIDAS NO 3º PISO DO BOULEVARD SHOPPING. O VALOR DO INGRESSO É DE R\$ 40,00 REAIS E A MEIA ENTRADA SAI POR R\$ 20,00 REAIS.

[LOC 2]

OS TORCEDORES DO NOROESTE TÊM UMA VANTAGEM E TODOS PAGAM MEIA, SENDO R\$ 20,00 REAIS PARA A ARQUIBANCADA E R\$ 40,00 REAIS PARA O ESPAÇO DE CADEIRA COBERTA.

[LOC 2]

O JOGO TAMBÉM SERÁ TRANSMITIDO AO VIVO PELO ELEVEN SPORTS E PELO PAULISTÃO PLAY QUE PODEM SER ACESSADOS PELA SUA SMART TV, PELO COMPUTADOR OU CELULAR.

PROGRAMA: SEÇÃO 1 - SEXTOU	LAUDA 5
DATA: 20/05/2022 - SEXTA-FEIRA	
REDATOR: CYNTHIA KALYNE	
LOCUTORES: CYNTHIA KALYNE	
ASSUNTO: AGENDA CULTURAL	

[TRECHO DA MÚSICA: <https://www.youtube.com/watch?v=BQrxsyGTztM>]

D.I. 0'00" "INSTRUMENTAL"

D.F. 2'00" "INSTRUMENTAL"

[LOC 2]

E NESTA SEMANA ACONTECEU UM FATO MUUUUITO INUSITADO QUE CHAMOU A ATENÇÃO! SE VOCÊ JÁ ASSISTIU OU CONHECE UM POUQUINHO DA SAGA HARRY POTTER, COM CERTEZA SE LEMBRARÁ DE UM PERSONAGEM MUITO MARCANTE, MUITO FIÉL, UM TANTO QUANTO ATRAPALHADO, MAS MUITO QUERIDO PELOS FÃS DA FRANQUIA: O ELFO DOMÉSTICO DOBBY.

[LOC 2]

BOM, EU NÃO GOSTO DE DAR SPOILER E ESSE É ASSUNTO UM POUCO CONTROVÉRSO PORQUE HÁ DOIS TIPOS DE PESSOAS: AQUELAS QUE GOSTAM E DIZEM QUE A DESCOBERTA FAZ DESPERTAR OU JÁ TIRAM O INTERESSE E POUÇA O TEMPO E OUTRAS PESSOAS, QUE EU ME ENCAIXO, QUE GOSTA DE COMEÇAR DO ZERO E DESCOBRIR TUDO, MAS DESSE SPOILER NÃO TEM COMO ESCAPAR PORQUE ESTÁ AÍ, MAS EU PROMETO PARA VOCÊ QUE ESSE É O ÚNICO QUE VAI SAIR DAQUI, TÁ BOM?

[LOC 2]

NO ÚLTIMO FILME DA FRANQUIA, HARRY POTTER E AS RELÍQUIAS DA MORTE, DOBBY MORRE NO COLO DO PROTAGONISTA NUMA PRAIA CHAMADA FRESHWATER WEST, NO PAÍS DE GALES, E É ENTERRADO NO LOCAL.

[LOC 2]

ACONTECE QUE A PRAIA ATRAI MUITAS VISITAS DOS ADMIRADORES DO PERSONAGEM QUE DEIXAM NO LOCAL PEDRAS E MEIAS COMO UMA FORMA DE PRESTAR HOMENAGEM, MAS A SITUAÇÃO ESTÁ SAINDO UM POUCO DO CONTROLE, PORQUE ESTÁ COBRINDO UMA BOA PARTE DA COSTA.

[LOC 2]

AS AUTORIDADES DO LOCAL, QUE PENSAM NA PRESERVAÇÃO DA PRAIA, ELABORARAM UMA PESQUISA ONLINE COM 30 PERGUNTAS PARA QUE OS MORADORES E VISITANTES DECIDAM SE A HOMENAGEM DEVE CONTINUAR OU SE DEVE SER REMOVIDA PARA OUTRO LOCAL.

[LOC 2]

O QUESTIONÁRIO ESTÁ DISPONÍVEL ATÉ O DIA 07 DE JULHO E SÓ APÓS NÓS SABEREMOS O DESFEIÇO DESSA HISTÓRIA, MAS APROVEITANDO QUE O MUNDO DA FICÇÃO E O MUNDO REAL SE ENCONTRARAM NESSA SITUAÇÃO, QUE TAL EXPLORAR O MUNDO DA MAGIA?

[LOC 2]

A FRANQUIA CRIADA PELA ESCRITORA J. K. ROWLING É UM GRANDE SUCESSO NO MUNDO. SÃO SETE LIVROS E OITO FILMES QUE CONTAM A HISTÓRIA DE HARRY POTTER, UM GAROTO QUE SE TORNA ÓRFÃO NO SEU PRIMEIRO ANO DE VIDA E VAI MORAR COM OS ÚNICOS FAMILIARES VIVOS: SUA TIA PETÚNIA, TIO VALTER E SEU PRIMO DUDA.

[LOC 2]

OS 11 ANOS DE IDADE, HARRY É CONVIDADO PARA INGRESSAR NA ESCOLA HOGWARTS E DESCOBRE QUE É BRUXO MUITO FAMOSO:

[TRECHO DO FILME: <https://www.youtube.com/watch?v=BQrxsyGTztM>]

D.I. 0'08" "INSTRUMENTA"

D.F. 0'20" "SOU O QUÊ?"

[LOC 2]

NA ESCOLA DE BRUXARIA E MAGIA, HARRY FAZ DOIS GRANDES AMIGOS: HERMIONE E RONNY E JUNTOS, ANO APÓS ANO, ELES EMBARCAM EM DIVERSAS AVENTURAS E FAZEM GRANDES DESCOBERTAS.

[LOC 2]

OS OITO FILMES ESTÃO DISPONÍVEIS NA PLATAFORMA DE STREAMING HBO COM DURAÇÃO DE MAIS OU MENOS DUAS HORAS CADA FILME. É UM SAGA UM POUCO LONGA, MAS O UNIVERSO DE HARRY POTTER É TÃO INCRÍVEL, QUE A GENTE NEM VÊ O TEMPO PASSAR.

[LOC 2]

EU FICO POR AQUI E ESPERO QUE VOCÊ CONSIGA APROVEITAR MUITO ESSE FINAL DE SEMANA E QUE AS NOSSAS DICAS TENHAM TE AJUDADO! "SEXTOU" E UM ÓTIMO FINAL DE SEMANA A TODOS.

[LOC 2]

ESTE PRODUTO FOI DESENVOLVIDO COMO PARTE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE JORNALISMO DO SAGRADO CORAÇÃO PELA ALUNA

CYNTHIA KALYNE. TRABALHOS TÉCNICOS: LEANDRO ZACARIM. ORIENTAÇÃO
PROFESSORA MESTRA DANIELA BOCHEMBUZO. BAURU, MAIO DE 2022.

MÍDIAS – SEÇÃO “SEXTOU”

EDIÇÃO 1: <https://youtu.be/l0n6Yc4bDAQ>

EDIÇÃO 2: <https://youtu.be/4nYqfKgSgjo>

