

IMPERATRIZ 50 GRAUS: comunicação e desenvolvimento local nas ondas do rádio

Giovana Borges MESQUITA⁴⁷

RESUMO

O objetivo do artigo é apresentar o programa Imperatriz 50 Graus, desenvolvido na disciplina Laboratório de Radiojornalismo do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão – Campus Imperatriz. O programa, com formato de radiorevista, reúne jornalismo e entretenimento, dentro de uma perspectiva de mostrar a pluralidade da região Tocantina, que agrega os mais diversos saberes e práticas. Busca aproximar-se da audiência promovendo uma interatividade, por meio de sites da rede social e se propõe a viabilizar, por meio da comunicação, o desenvolvimento local da região. Também aposta no envolvimento dos estudantes em toda rotina produtiva do rádio.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Rádio. Radiorevista. Desenvolvimento Local.

ABSTRACT

The objective of this article is to present the radio program Imperatriz 50 Graus that was developed in the discipline Laboratory of Radiojournalism in the course of Journalism of the Federal University of Maranhão at Imperatriz. This program, in radio magazine format, combines journalism and entertainment within a perspective to show the plurality of the Tocantinean Region, that aggregates the most diverse knowledges and practices. It seeks to get closer to the audience by promoting interactivity through social media web sites and aims to make it feasible, through communication, the local development of the region. It also focuses on the involvement of students along the entire radio productive routine.

Keywords: Communication. Radio. Radio Magazine. Local Development.

⁴⁷ Doutora em Comunicação, Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local. Professora adjunta da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. Coordenadora do Imperatriz 50 graus e do Grupo de Pesquisa Dinâmicas do Jornalismo. E-mail : giovanamesquita@yahoo.com.br

1.Introdução

Com a popularização da Internet, e sobretudo, com o advento das redes sociais, um novo debate passou a tomar conta dos profissionais da radiofonia e do meio acadêmico. A internet significaria a morte do rádio? As mídias como rádio, TV e jornal teriam existência apenas no computador em um futuro próximo? (PRATA, 2008). São muitos questionamentos, principalmente sobre como lidar com as novas formas de produção, consumo e distribuição midiática.

Segundo o IBGE 54,9% dos domicílios brasileiros tem acesso à internet (em sua maioria pelo celular, 80,4%) e 72,1% ao rádio. Longe de representar o fim para o rádio, a Internet possibilitou que o meio ficasse cada vez mais atual, interativo e convergente. E falar de convergência no rádio significa falar de pluralidade, que inclui ouvintes dispersos geograficamente, não mais passivos, e modelos onde a rede é a palavra-chave (CEBRIÁN-HERREROS, 2001). “O rádio nesse ambiente expandiu o *dial* e seu alcance passou a ser mundial” (Del Bianco 2012, p. 16).

Cebrián Herreros (2001) ressalta que no modelo convergente de rádio integram-se os serviços sonoros, visuais e escritos. É o modelo de rádio integrado à internet ou multimídia.

A ascensão da internet como plataforma de comunicação contribuiu também para o surgimento de um novo ouvinte de rádio: o ouvinte-internauta, como indica Lopez (2010, p.115):

O rádio não fala mais para um ouvinte passivo, mas para alguém que deseja participar, contribuir – mais do que fazia até então. O ouvinte – agora também internauta – busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar. Mais do que nunca, o ouvinte participa. (LOPEZ, 2010, p. 115).

Esse contato com a audiência, antes por carta ou por telefone, agora é feito pelas redes sociais, aplicativos de mensagens e comentários no site da rádio. Um dos grandes pontos fortes da convergência é que a interação ficou cada vez mais rápida, e os ouvintes tiveram mais acesso a meios que possibilitam fazer parte de forma mais ativa do processo de construção da dinâmica dos programas. O público converte-se em produtor de conteúdo e demanda do meio de comunicação uma nova postura em relação a ele (LOPEZ, 2009).

Para aproximar o público da rádio, num momento de muita oferta de informação, a estratégia é a regionalização dos temas, valorizando a identidade da região, eventos e particularidades, causando uma identificação e também uma fidelização do ouvinte. “As emissoras de rádio passaram a se dirigir mais para as comunidades das regiões onde funcionam. E, assim, atendem à demanda de informações e entretenimento de cada região ” (ALVES, 2005, p. 163).

Com 250 mil habitantes, de acordo com o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Imperatriz, sudoeste do estado do Maranhão, é segunda maior cidade do estado, abrangendo uma extensa área urbana e diversos povoados na área rural. É conhecida como “Princesa do Tocantins”, por estar às margens deste grande rio, o segundo maior totalmente brasileiro. Também é conhecida como “Portal da Amazônia”, por estar inserida no espaço político-geográfico da Amazônia Legal brasileira. Pela sua localização é um polo comercial, que atende tanto a pequenas cidades do Maranhão, quanto do Pará e do Tocantins.

As rádios da cidade têm alcance na região Tocantina, que abrange os municípios localizados à margem do Rio Tocantins, reunindo os estados do Pará, Maranhão e Tocantins. Apesar disso, em um estudo realizado em 2015 nas cinco principais emissoras de rádio comerciais de Imperatriz (Nativa FM, Terra FM, 102 FM Gospel, Mirante FM e Difusora FM), totalizando 170 horas de mapeamento, Macedo & Sousa(2015) identificaram que os espaços reservados para conteúdos noticiosos não atingem os 5% da programação exigidos por lei.

Com base nessa constatação e o entendimento de que o rádio pode ser um instrumento para fomentar o desenvolvimento da região, foi criado na disciplina de Laboratório de Radiojornalismo do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão - Campus Imperatriz, sob a orientação da professora doutora Giovana Mesquita, o programa Imperatriz 50 Graus, uma radorrevista, que reúne jornalismo e entretenimento, destacando os potenciais culturais e econômicos da cidade de Imperatriz(MA). Reportagens, dicas de lazer, de saúde, de alimentação, denúncias e muita diversão compõem o “Imperatriz 50 graus”, que tem como slogan “o programa mais quente do seu rádio”. A radorrevista é um “informativo que mescla jornalismo e prestação de serviço com uma pitada de entretenimento e cultura” (BARBOSA FILHO, 2003, p.144).

A ideia do programa é envolver os estudantes em toda rotina produtiva do rádio- da pauta a pós-produção-, incorporando ao aprendizado as novas formas de distribuição de conteúdos pela Internet.

O Imperatriz 50 graus também se propõe a mostrar a pluralidade da região Tocantina, que reúne os mais diversos saberes e práticas. Busca aproximar-se da audiência promovendo uma interatividade, por meio de sites da rede social, a exemplo do Facebook, e se propõe a viabilizar, por meio da comunicação, o desenvolvimento local da região.

A noção de desenvolvimento local foi concebida no início dos anos 1960 para designar uma nova configuração do desenvolvimento. Barreto (2007) lembra que o desenvolvimento local não é redutível a uma simples e imediata transposição de um conceito de desenvolvimento, qualquer que seja, a uma escala considerada como “local”. Ela caracteriza o desenvolvimento local como uma grande mudança de paradigma que implica em uma nova concepção de desenvolvimento, distanciando-se da ideia da “grande modernização”, da industrialização e do crescimento econômico.

Para se configurar um processo de desenvolvimento local não basta apenas crescer economicamente, é preciso aumentar os graus de acesso das pessoas não só à renda, mas à riqueza, ao conhecimento e ao poder ou à capacidade de influir nas decisões públicas (FRANCO, 2000). E para influir nas decisões públicas é necessário que as pessoas, pelo menos, conheçam os problemas regionais. Nesse sentido, o papel do rádio é fundamental.

Nos lugares mais remotos ou nas grandes metrópoles, o rádio tem sido utilizado pela sociedade como o poder de denúncia, que em última análise mobiliza atenções e providências quando os poderes institucionais falham.

Apesar de os serviços de radiodifusão serem uma concessão pública, e portanto com uma programação voltada para garantir a pluralidade e a diversidade da sociedade brasileira, possibilitando construir caminhos que viabilizem o desenvolvimento local, o que se vê é uma situação de pouca diversidade de vozes e ideias, algo danoso à democracia e à representação dos diversos grupos que compõem a sociedade. Atenta a essa problemática foi proposta a criação do programa Imperatriz 50graus.

2. Comunicação e Desenvolvimento Local

A discussão sobre comunicação e desenvolvimento já contabiliza algumas décadas. No início de 1970, auge da censura à imprensa e também da propaganda governamental que insistia em alardear o sucesso da política econômica nacional, a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) preparou a III Semana de Estudos de Jornalismo, tendo como tema central “Imprensa e Desenvolvimento”.

Segundo informa Melo (1984), os debates se orientaram, fundamentalmente, para aspectos do próprio desenvolvimento das comunicações de massa do país, relacionando-os com variáveis políticas (o Estado), geo-econômicas (o mundo rural, o mundo urbano) ou culturais (papel das empresas e dos profissionais).

Passados alguns anos da realização do seminário, no final do século XX, a discussão sobre comunicação e desenvolvimento assume outra perspectiva que nos leva a uma reflexão sobre a importância do jornalismo em um processo de desenvolvimento, comprometido com exercício da cidadania e com o empoderamento dos contextos populares.

A discussão sobre a comunicação como promotora do desenvolvimento local surge num mundo marcado pela globalização, por políticas neoliberais e pelo encolhimento do Estado em algumas de suas funções, como por exemplo, a gestão de programas sociais, passando para o setor privado muito de suas atribuições (TAUK SANTOS, 2000).

Nessa visão do desenvolvimento local, a preocupação é com uma estratégia que posicione vantajosamente espaços socioterritoriais delimitados em face do mercado globalizado. É como se as novas demandas de eficiência e eficácia do sistema produtivo global exigissem uma reafirmação da dimensão local, que pode ser um continente, um país, uma região, um estado, uma cidade, um bairro ou até mesmo uma rua ou uma escola (PIRES, 2006).

O despertar para o local nas propostas de desenvolvimento traz uma forte referência aos diversos atores locais, na sua capacidade de ação e articulação, num momento em que preocupações típicas do Estado passam a ser assumidas conjuntamente com a sociedade (PIRES, 2006). Nessa perspectiva, o rádio também pode estar incluído entre esses atores sociais, no processo de desenvolvimento local, quando assume um compromisso com sua comunidade.

O debate sobre o desenvolvimento local também marcou os estudos da comunicação. Callou (2004, p.167) destaca os três fatores que contribuíram para o surgimento destas transformações na Comunicação:

A influência dos estudos em desenvolvimento local, aqui compreendido como um processo de concertação/orquestração dos diferentes atores sociais empenhados no desenvolvimento sustentável das potencialidades econômicas endógenas, a disseminação dos Cultural Studies ingleses nas pesquisas em Comunicação na América Latina; e as novas concepções sobre o rural brasileiro que enlaçam atividades agrícolas e não agrícolas num mesmo território agrário.

Callou e Tauk Santos (2006) asseguram que a perspectiva do desenvolvimento local incorporada à Comunicação Rural em meados dos anos 90 redefiniu essa atividade tornando-a um instrumento viabilizador de fóruns locais com capacidade de definir e gerar políticas de desenvolvimento. A viabilização desses fóruns se processa através da organização, participação e empoderamento dos atores sociais presentes nas comunidades e nos municípios.

Ao assumir a perspectiva do desenvolvimento local cabe à comunicação, assessorar, planejar e executar políticas de comunicação voltadas para diminuir a exclusão nos contextos populares. Esse papel assumido pela comunicação leva a um processo de mudança, não uma mudança induzida, mas uma mudança construída a partir do diálogo, da mobilização (TAUK SANTOS, 2000). E nesta perspectiva o rádio assume um importante papel na construção do desenvolvimento local, à medida que contribui para levar para a comunidade discussões que impulsionem esse processo de mudança.

No caso específico do programa Imperatriz 50 graus, essa contribuição ainda pode ser maior se considerarmos que o local onde circula o programa é formado por um conjunto de cidades situadas no interior do Nordeste, região com altos índices de pobreza, miséria e exclusão.

3. Diversos formatos em um só programa

O Imperatriz 50 graus foi pensado tanto para um público jovem, quanto adulto, de diferentes classes sociais e escolaridade, preferencialmente que residisse na região Tocantina, mas não restrito a essa população, uma vez que o programa está disponível na internet.

A escolha da radiorrevista possibilitou a inclusão de diversos formatos radiofônicos, a exemplo de entrevistas, reportagens e notas, ao mesmo tempo que o programa incorporou também poesias, música, quadros de curiosidades, de culinária e de saúde.

Dessa forma, o Imperatriz 50 graus foi pensado dentro de uma proposta de “mistura de saberes”. A ideia é que o programa traga várias vozes, institucionalizadas ou não, e que favoreça a interatividade, por meio das redes sociais.

Para que essa interatividade seja efetivada, os estudantes criaram a página Imperatriz 50 graus no Facebook, na qual disponibilizam fotos e vídeos realizados durante a produção de cada programa. O espaço também é aberto para que a audiência “converse” com a equipe do Imperatriz 50 graus, propondo temas, pautas, além de fazer suas observações, críticas e sugestões para o programa.

O processo de escolha do nome, slogan, temáticas do programa foi feito com a participação de todos os estudantes da disciplina Laboratório de Radiojornalismo. Após as aulas sobre os gêneros e formatos radiofônicos, a professora propôs a escolha do formato do programa, do nome, do slogan, do tempo de duração e como seria a veiculação.

A opção foi que cada turma da disciplina fizesse dois programas, cada um com 30 minutos de duração, para serem veiculados na Internet e disponibilizados no Facebook.

A escolha do nome também foi feita em votação. Cada estudante fez a sugestão e a mais votada foi Imperatriz 50 graus, numa referência as altas temperaturas registradas na cidade maranhense. O slogan seguiu a mesma relação com a temperatura: “Imperatriz 50 graus, o programa mais quente do seu rádio”.

Depois disso foram escolhidos os formatos (entrevistas, reportagens, curiosidades, música, poesia) e os nomes de cada quadro, seguindo uma categorização proposta por Barbosa Filho(2003).

Todas as etapas do programa foi feita pelos estudantes, incluindo a produção de vinhetas, gravação, sonorização e edição.

4. O Imperatriz 50 Graus

O primeiro programa Imperatriz 50 Graus foi ar no dia do aniversário da cidade, em 16 de julho de 2016. Com 30 minutos, dividido em dois blocos, o Imperatriz 50 graus foi produzido pelos estudantes: Abed Azarias, Aurelícia Rodrigues, Edilson Souza, Bárbara Fernandes, Isabel Babaçu, Hidalgo Nava, Jaysa Karla, Paulo Santos, Solange Lopes, Lindyanne Sousa, Kever Padilha e Nonô Reis.

Os quadros, reportagens e entrevistas foram gravados e editados previamente, no estúdio da universidade, com o apoio do estudante Abed Azarias, que já tem uma formação técnica na área. A locução foi feita pela estudante Aurelícia Rodrigues e a edição e montagem foram feitas pelo estudante Abed Azarias e pela professora Giovana Mesquita. O tema escolhido para a estreia do programa foi o Rio Tocantins, que é uma importante referência, não só para a cidade de Imperatriz, como para toda região Tocantina.

As pautas que originaram as reportagens do primeiro programa abordavam as seguintes temáticas:

O rio que margeia Imperatriz e liga dois estados(Maranhão e Tocantins);

As pessoas que fazem do rio sua estrada;

A seca que prejudica os ribeirinhos;

As pessoas que tiram seu sustento do rio;

As espécies animais características do rio;

As histórias da rua que segue o rio Tocantins;

Um rio sem peixes.

Os estudantes também pensaram em quadros para compor o programa Imperatriz 50 graus, como:

Maranhês: A ideia do quadro é explicar algumas expressões tipicamente maranhenses, que fazem parte do dia a dia dos moradores de Imperatriz e região. Algumas expressões também foram escolhidas para nomear alguns quadros, a exemplo do “Bora bem ali” e do “Pense, como tava bom!”, na perspectiva de gerar uma identificação com o público local, apresentando às pessoas de outras cidades algumas características de Imperatriz;

Quem bebe desse rio é feliz: O quadro ressalta histórias de quem veio de fora para Imperatriz e resolveu se estabelecer na cidade. Ao longo de sua história, Imperatriz teve grandes ciclos migratórios, como o do arroz, do ouro, da soja, e o mais recente, da celulose. Além disso, é um pólo universitário e comercial, o que leva a um grande e constante fluxo de pessoas na cidade. A ideia é que a cada programa seja entrevistada uma pessoa que viu na cidade oportunidade de trabalho, negócios ou simplesmente optou por viver às margens do rio Tocantins.

Literatriz: A proposta do quadro é buscar a valorização da literatura local.

Com a mão na loca: O nome do quadro vem da prática de pesca de um peixe muito apreciado pelos ribeirinhos locais: o bodó. O peixe mora no fundo dos rios ou nas margens, em buracos chamados de “locas”. Para pescá-lo, joga-se a tarrafa ou simplesmente coloca a mão nas locas e puxa o peixe, que apesar do casco grosso tem uma carne saborosa e sem espinhas. A ideia do quadro é trazer essas e outras curiosidades da região.

Cantos do rio: O foco principal do quadro é dar espaço para divulgação dos compositores e cantores da região, muitas vezes sem espaço na mídia convencional.

Pense, como tava bom!: O quadro de culinária se propõe a valorizar a culinária regional. A cada programa uma receita diferente muito típica da região, com um entrevistado explicando o passo a passo da preparação do alimento e sobre cada ingrediente importante da receita. No primeiro programa, dois moradores de Imperatriz explicaram os segredos para preparar um peixe frito crocante no azeite de coco babaçu, prato muito presente na culinária imperatrizense.

Bora bem ali: O quadro é voltado para o turismo e para o lazer. Serve como guia dos locais turísticos que existem na cidade e na região, valorizando os pequenos empreendimentos regionais e ao mesmo tempo apresenta opções de lazer gratuitas ou com preços reduzidos.

Chá de tudo: A ideia é valorizar os saberes populares, a cura que vem das plantas medicinais, os chás, os remédios caseiros e os tratamentos que são repassados de geração em geração.

5. Considerações finais

O programa Imperatriz 50 Graus é um esforço no sentido de o rádio funcionar como agente do desenvolvimento local, com a possibilidade de trazer à tona os diversos problemas

que afligem a região Tocantina, ao mesmo tempo em que pode mobilizar a população para as potencialidades locais.

Nem sempre o processo de produção de um programa de rádio, seja ele diário ou semanal, favorece a construção de caminhos que viabilizem o desenvolvimento local. Principalmente porque ao trazer discussões que levem os indivíduos e os grupos sociais a uma participação ativa nas ações coletivas, recuperem ou ganhem controle sobre suas condições de trabalho, de vida e de seu entorno, o veículo pode ir de encontro a alguns interesses econômicos e políticos vigentes.

Entretanto, vale ressaltar que o rádio é um mediador, que ao se utilizar de um bem público, a notícia, pode ajudar cidadãos e cidadãs a entender o dia-a-dia. E pode ser, portanto, um mediador na construção de uma realidade social que favoreça o desenvolvimento local, mobilizando a população local para engajar-se na ação coletiva.

No cenário midiático atual, o rádio precisa atentar também para o fato de que a audiência está cada vez mais participativa e que, portanto, se faz necessário abrir um canal para que sejam trazidos, os problemas, as discussões, enfim os assuntos que interessam aquele local.

Por outro lado, o jornalista também deve, desde sua formação profissional, ser sensibilizado para a importância de sua atividade como fomentadora do desenvolvimento local, uma vez que o jornalista não é apenas alguém que, reproduz, o conhecimento da realidade, mas quem é capaz de produzir esse conhecimento.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rosental Calmon. Radiojornalismo e a linguagem coloquial. In: MEDITSCH, Eduardo. Teorias do rádio: textos e contextos, volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.

ANDRADE, M.C. 2005. A terra e o homem no Nordeste: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste. São Paulo: Cortez.

BARBOSA FILHO, André. Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARRETO, E.B. (org). 2007. Comunicação, território e desenvolvimento local. In: _____. Mídias & Culturalidades: análise de produtos, fazeres e interações. João Pessoa: Universitária.

CALLOU, A.B. 2004. Estratégias de comunicação em contextos populares: implicações contemporâneas no desenvolvimento local sustentável. In: Comunicación, tecnología y desarrollo: debates actuales. Córdoba: Departamento de Imprenta y Publicaciones de la UNRC.

CALLOU, A. B; TAUKE SANTOS, M.S.(org). 2006. Estratégias governamentais de comunicação para o associativismo e desenvolvimento local. In: _____. Associativismo e desenvolvimento local. Recife: Bagaço.

FRANCO, A. de. 2000. Porque precisamos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável. Brasília: Instituto de Política.

GADINI, S.L.2008. Uma perspectiva teórica construcionista nos estudos em jornalismo: ensaio para discutir a produção jornalística contemporânea. Acessado em: 13/06/2008, disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php>>.

GOMES, P.G. 2006. Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade. Rio Grande do Sul: UNISINOS.

IBGE. PNAD 2014. Acessado em: 05/08/2016, Disponível em: <ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40>, acesso junho de 2016

JARA, C.J. 2001. As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável. Brasília, DF: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA).

LOPEZ, Débora Cristina. Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica. 2009. Trabalho apresentado ao VII Encontro Nacional de História da Mídia, Fortaleza – CE, 2009b.

_____, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** Covilhã, Portugal: LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf>. acessado em 21 de maio de 2016.