

A sonora linguagem do rádio e a música na campanha de 30 anos da Rádio Universitária FM do Ceará¹

Marco Leonel FUKUDA²
Raimundo Nonato de LIMA³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Nesse artigo, a dimensão sonora da linguagem radiofônica é discutida com ênfase na música e sua utilização como recurso técnico e estético da programação do rádio. Relacionamos rádio e música por serem duas artes acústicas e por conceitos que aproximam os dois campos situados na interface entre arte e comunicação. A partir da inserção da música no sistema de linguagem do rádio, discutimos a aplicação da primeira na campanha institucional de 30 anos de inauguração da Rádio Universitária FM do Ceará (1981-2011) - 107,9 MHz, que gerou um novo lote de vinhetas e jingles para a emissora.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Música; Rádio Público; Linguagem radiofônica; Programação de Rádio

Introdução - O sonoro rádio e sua linguagem

O rádio é o meio de comunicação em que o som assume diversos papéis e sentidos. O som é, ao mesmo tempo, conteúdo fundamental dessa mídia, elemento de linguagem e característica essencial da mensagem radiofônica. Sendo manifestação sonora e arte acústica, aproximamos a música do rádio não apenas pela inserção dela na programação em blocos musicais de programas de uma emissora, mas também pelo fato da lida criativa com sonoridades e a percepção temporal auditiva serem fatores de interesse para ambos nesse encontro de convergência entre arte e comunicação.

Para o teórico Armand Balsebre, a música se localiza dentro do sistema da linguagem do rádio. “A música no rádio é a música radiofônica, valor de uso comunicativo e expressivo especificamente radiofônico.” (BALSEBRE, 2000, p. 90, tradução nossa)⁴ Ao

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social / Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), bolsista do Programa de Educação Tutorial do Curso de Comunicação Social (PETCom-UFC), músico e compositor. email: marcoleonelfukuda@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social / Jornalismo da UFC e diretor da Rádio Universitária FM, email: nonatolima@uol.com.br

⁴ Balsebre, Armand. El lenguaje radiofónico. Madri: Ediciones Cátedra, 2000. O texto original: “La música en la radio es la música radiofónica, valor de uso comunicativo y expresivo especificamente radiofónico.”

ser incorporada pelo meio rádio, a música de fato adquire outros contornos, uma dimensão além de arte abstrata e subjetiva do som, ao ser apropriada e ressignificada por um veículo de comunicação. A música passa a fazer parte da codificação de mensagens, e é utilizada com intencionalidade pelos comunicadores no contexto da radiodifusão. É evidente que a música no rádio é fundamental para se compreender a recepção que ocorre pelos hábitos e processos de escuta do público de ouvintes. Porém, indagamos se o rádio como mídia e aparato tecnológico não interfere também nas condições de produção da música, de forma a possivelmente modificar a composição musical, adequando as sequências de melodias e acordes às peculiaridades do rádio.

No pensamento do autor, talvez o termo música radiofônica fique impreciso e aberto, na dúvida primeiro por se tratar da presença e do impacto da música na programação de rádio. Ou ainda se está pondo em questão uma determinada música composta para ser veiculada no rádio, não para ser simplesmente das paradas de sucessos, da massificação do consumo, mas uma obra que teve em seu fazer méritos artísticos e considerações acerca da estética, da técnica e da linguagem particulares do rádio. Essa segunda interpretação que fazemos do pensamento do autor permite conceber uma música fortemente marcada pela dinâmica radiofônica, com um discurso musical simples, breve e objetivo. Apontamos nessa direção o trabalho de compor trilhas musicais para vinhetas, jingles e spots, formatos radiofônicos que se utilizam da música e de outros recursos do universo do áudio. Para Balsebre (2000, p.93), o valor simbólico e significativo da música não se limita ao grau de adequação de gêneros ou estilos musicais ao rádio como meio de difusão, mas à necessidade de integração da música ao sistema da linguagem do rádio, como um elemento expressivo a mais e um aporte para a análise das distintas manifestações sonoras.⁵

Se a música se desloca do momento singular da performance ao vivo para ser ouvida pelo rádio, há um nítido deslocamento de espaço e tempo, por conta do advento das tecnologias de transmissão eletromagnética da radiodifusão, de gravação e reprodução sonora, a chamada fonografia. Apesar do rádio ter chegado há pouco mais de um século no cenário dos meios de comunicação com as descobertas de Roberto Landell de Moura⁶ e

⁵ *Op. cit.* Do original: “El valor específico de la música en la radio, sin embargo, no hay que buscarlo en la mayor o menor adecuación de unos determinados géneros o estilos musicales a las características de la radio como medio de difusión. Hemos de integrar el valor simbólico y significativo de la música en el sistema semiótico del lenguaje radiofónico como un elemento expresivo más y analizar sus distintas manifestaciones.”

⁶ Padre, cientista e inventor brasileiro, Roberto Landell de Moura (1861-1928) foi um pioneiro nas pesquisas de transmissão da voz humana por ondas eletromagnéticas. Não recebeu em vida o reconhecimento pelos seus trabalhos de

Guglielmo Marconi⁷, ainda se faz oportuno refletir sobre as mudanças que a radiofonia traz para a prática musical. Antes para a apreciação de uma obra musical, músico e público deveriam necessariamente estar em um mesmo espaço e em tempo real, dadas as condições acústicas de certos locais. Progressivamente, com a entrada de alto-falantes e outros equipamentos de reforço sonoro, a música pôde ser executada para públicos mais numerosos em espaços maiores, inclusive em ambientes ao ar livre. Uma transformação que se segue é o que o rádio possibilita de transportar o som a longas distâncias, a ouvintes remotos, e assim a música passa a ter abrangência e penetração na sociedade ampliadas pela mediação tecnológica da radiofonia. A música sai da sala de concertos e entra no espaço doméstico, como segue nas palavras de Fernando Iazzetta:

As transmissões radiofônicas de apresentações musicais, que se tornaram comuns na primeira metade do século XX, criaram uma situação até então inusitada, em que o ouvinte escutava uma determinada performance no momento de sua execução, mas sem estar presente no ambiente dessa execução: o rádio, aliando a telefonia e a fonografia, perturba a delicada fronteira entre execução pública e privada. (IAZZETTA, 2009, p. 31)

Segundo Rudolf Arnheim, a música é considerada “como a matéria-prima básica cujos parâmetros devem ser aplicados tanto na performance do locutor (...) como nos efeitos sonoros, pelo fato de considerar o rádio como uma arte acústica cujo trabalho consiste em representar o mundo para o ouvido.” (ARNHEIM apud SILVA, 1999, p. 78). Arnheim se refere conceitos musicais como ritmo, duração, harmonia, dinâmica, intensidade dos volumes, timbres e camadas sonoras como parâmetros para se fazer um paralelo com a radiofonia. Dessa bagagem conceitual que parte da teoria da música, propomos uma via de atravessamento entre produção musical e produção radiofônica, por serem campos que se assemelham e inclusive se influenciam de maneira recíproca, com etapas e procedimentos próximos desde a concepção, a rotina de ensaios até as sessões de gravação em estúdio, por exemplo. Quando o autor faz essa relação, vemos como possível aplicar e operacionalizar esses conceitos na produção cotidiana do rádio, bem como uma oportunidade da música e do rádio de dialogarem e se fecundarem mutuamente. Por um

radiotelefonia e radiotelegrafia.

⁷ Físico e inventor italiano, Guglielmo Marconi (1874-1937) realizou pesquisas semelhantes na mesma época de Landell de Moura. A descoberta da transmissão de sons em código Morse sem fios rendeu a Marconi o Prêmio Nobel da Física em 1909.

lado, o rádio com a música adquire uma potência estética pelo poder de sugestão e pela carga simbólica e emocional da música. O que o rádio oferece como contrapartida para a música é um alcance maior de público e uma difusão ampla, perpassando fronteiras geográficas e culturais da sociedade.

Em um sentido mais filosófico, Arnheim confere um status de arte sonora também para o rádio: “[...] o redescobrimento do som musical em ruídos e palavras, a união da música, ruído e palavra em uma única unidade sonora, é uma das tarefas artísticas mais importantes do rádio.” (ARNHEIM *apud* SILVA, 1999, p. 72). A musicalidade está presente nas entonações, nas curvas de contorno melódico da fala humana, dos efeitos sonoros que vêm com a inclusão dos ruídos, e o rádio tem o potencial de canalizar toda essa multiplicidade de sons para propôr experiências de escuta. Concordando com o ponto de vista de Arnheim, López Vigil apresenta a linguagem do rádio como uma junção de elementos que são complementares e formam essa unidade sonora como os autores da área têm mencionado. “O rádio é somente som, somente voz. Mas uma voz tripla: a voz humana, expressa em palavras; a voz da natureza, do ambiente, dos chamados efeitos sonoros; a voz do coração, dos sentimentos, que se expressa por meio da música.” (VIGIL, 2004, p.54) Balsebre (2000, p. 135) inclui como contribuição o silêncio como um quarto elemento sonoro expressivo e significativo desse sistema de linguagem radiofônica. Não iremos nos aprofundar nessa parte, mas vale reconhecer que o silêncio no rádio se assemelha às pausas na música, momentos em que a ausência de som faz o músico respirar na execução do seu instrumento, conferindo profunda dramaticidade e riqueza à interpretação.

Balsebre define uma tripla função do rádio como um meio de difusão, comunicação e expressão. Para o autor, é importante não reduzir o rádio à difusão de informações ou identificar a linguagem do meio exclusivamente com a linguagem verbal, criticando de maneira pertinente radialistas e pesquisadores que possuem uma limitada concepção do meio como um canal de transmissão de mensagens faladas. A música é uma arte que muito se comunica pelos caminhos do não-verbal, despertando sensações variadas e contribuindo para essa expressividade sonora e criativa do rádio. Portanto, “[...] a linguagem do rádio não é unicamente a palavra; se constitui dos sistemas expressivos da palavra, da música e dos efeitos sonoros.” (BALSEBRE, 2000, p. 24)⁸. Balsebre aborda as funções comunicativa e de difusão do rádio, ao mesmo tempo que ressalta a função expressiva e a oportuna

⁸ *Op.cit.* Do original: “el lenguaje radiofónico no es únicamente la palabra; se constituye de los sistemas expresivos de la palabra, la música y los efectos sonoros.”

criatividade da arte para o rádio, na crítica que faz à homogeneização de gêneros e formatos na radiofonia contemporânea:

O uso do rádio como objeto de compra e venda de mercadorias (informação, música e anúncios de produtos) tem desvalorizado a função expressiva e estética do meio. (...) A conjunção dos fatores semântico e estético no uso da linguagem radiofônica é essencial se se quer compreender a dimensão artística da criação radiofônica. Não é em vão, a arte tem sido sempre a guia perfeita na reconciliação harmoniosa de forma e conteúdo, função e expressão, elementos objetivos e subjetivos.
(BALSEBRE, 2000, p. 13)⁹

A partir da reflexão sobre a dimensão sonora da linguagem radiofônica, da estética sonora presente nesse meio de comunicação, das relações intrínsecas entre o rádio e a música, discutiremos a utilização da música e a importância dela aplicada à campanha institucional de 30 anos de inauguração da Rádio Universitária FM do Ceará.

107,9 - Rádio Universitária FM

A Rádio Universitária FM 107,9 MHz (RUFM) é uma emissora de rádio pública e educativa, vinculada à Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura (FCPC) e à Universidade Federal do Ceará (UFC). A Universitária FM do Ceará é filiada à Associação das Rádios Públicas do Brasil (ARPUB), entidade que agrega emissoras de rádio públicas, educativas, culturais e universitárias, no sentido de fortalecer o setor das rádios de comunicação pública para a preservação dos acervos, por políticas de programação pautadas na informação de qualidade, na cidadania e na prestação de serviços de utilidade pública.

O perfil de rádio pública e educativa de uma rádio universitária é um aspecto relevante para o nosso trabalho, à medida que essas características foram e são decisivas no momento de definição de políticas de linha editorial, de estruturas de programação e do posicionamento político e ideológico da emissora perante a sociedade. Segundo a classificação de Robert McLeish, a Universitária FM é uma rádio de propriedade institucional, categoria que abrange “rádio universitária, hospital ou fábrica, dirigida e

⁹ *Op.cit.* Do original: “El uso de la radio como objeto de compra-venta de mercancías (información, música, anuncios-productos) ha devaluado la función expresiva y estética del medio. (...) La conjunción de los factores semántico y estético en el uso del lenguaje radiofónico es esencial si se quiere comprender la dimensión artística de la creación radiofónica. No en vano, el arte ha sido siempre el guía perfecto en la reconciliación armoniosa de forma y contenido, función y expresión, elementos objetivos y subjetivos”

sustentada pela instituição para benefício de seus estudantes, pacientes, empregados”. (MCLEISH, 2001, p.22).

No caso da Rádio Universitária FM, por pertencer a uma instituição federal de ensino superior, a emissora também se coloca para a sociedade como uma rádio de relevo no contexto da radiofonia cearense, por conta da prestação de serviços e do interesse público, princípios que norteiam a sua programação. Questionamos a definição do autor, pois uma rádio universitária não só beneficia estudantes e funcionários de uma determinada universidade. A atuação da rádio se estende como uma ponte entre a comunidade acadêmica - composta por estudantes, servidores técnico-administrativos e professores, e a sociedade em geral, desde o centro de estudos e desenvolvimento de pesquisas que é a Universidade Federal do Ceará. O encontro da universidade com diversos públicos por meio das transmissões da rádio universitária permite um maior dinamismo e alcance para o conhecimento produzido nos cursos de graduação e pós-graduação da UFC, em especial na veiculação de informações e de conteúdos educativos, científicos e culturais.

A Universitária FM tem sede em Fortaleza, e celebrou 30 anos de sua inauguração no ano de 2011, com uma campanha institucional de novas vinhetas e jingles e rádio, preparados especialmente para a ocasião. O processo de produção dessa campanha envolvendo a criação de peças radiofônicas, na perspectiva de um trabalho de estética de programações são aspectos que interessam para o nosso estudo. Antes de focarmos no passado recente da Rádio Universitária, retornaremos às origens da emissora para contextualizá-la historicamente.

Há duas curiosidade a respeito do começo das transmissões da Universitária FM. O início das atividades da rádio foi pensado para marcar duas datas comemorativas importantes para o rádio e a educação. “A Rádio Universitária entrou no ar, em caráter experimental, no dia 21 de setembro de 1981, Dia do Rádio e do Radialista”. (MEDEIROS, 2009, p.35) Um mês depois, seria a data oficial do começo das transmissões regulares da emissora. “A inauguração da Rádio Universitária FM 107,9 MHz ocorreu em uma data emblemática: 15 de outubro de 1981, Dia do Professor”. (MEDEIROS, 2009, p.38)

A Rádio Universitária FM surge no contexto histórico do final da ditadura militar no Brasil, em um processo de redemocratização e abertura política. A Universitária FM foi uma emissora que se opôs ao regime autoritário, e se tornou desde os anos 1980 uma rádio referencial para o Estado do Ceará. É pertinente ressaltar que nessa mesma época ocorreu um processo gradual de mudança na perspectiva do rádio educativo, que passa da educação

formal, com aulas de múltiplas disciplinas transmitidas pelo rádio para combater o analfabetismo crônico no nosso país, para a educação não-formal, em que a programação e as informações veiculadas promovem a cultura e a cidadania.

[...] a denominada 'educação radiofônica' será entendida aqui em um sentido amplo: não só abarcam as emissões especializadas que objetivam alfabetização e difusão de conhecimentos elementares – cuja utilidade e necessidade não se questionam –, mas também todas aquelas que buscam a transmissão de valores, a promoção humana, o desenvolvimento integral do homem e da comunidade; as que se propõem elevar o nível de conscientização, estimular a reflexão e converter cada pessoa em agente ativo da transformação de seu meio natural, econômico e social. [...].
(KAPLUN apud ZUCULOTO, 2010, p. 45)

A década de 80 também foi um período de fundação de muitas emissoras de rádio universitárias espalhadas pelo Brasil. Essa segmentação do rádio educativo também seu por conta da disseminação da tecnologia de transmissão por frequência modulada (FM), implantada desde os anos 1970 no país. O ano de 1981, ano da fundação da Rádio Universitária FM, coincide com o surgimento de outras duas emissoras universitárias: “A Rádio Cosmos, hoje Rádio Federal da Universidade Federal de Pelotas/RS, em 9 de janeiro; e a Rádio Universidade Católica de Petrópolis/RJ, em 31 de abril” (BLOIS, 2004, pp. 163-164) Para Marlene Blois, a notável expansão das emissoras educativas em FM, e o seu alcance reduzido, por terem transmissores de menor potência, acentuaram a característica de proximidade do meio rádio, ao “melhor atender as comunidades ao oferecer programação voltada para as realidades locais.” (BLOIS, 2004, p. 164). Valci Zuculoto ressalta a inauguração da Rádio Universitária FM nesse momento de rádios educativas:

Entre as primeiras FMs educativas deste período áureo do segmento também está a vinculada à Universidade Federal do Ceará (UFC). A Rádio Universitária FM entrou no ar em 15 de outubro de 1981 com o objetivo de transmitir uma programação voltada para a educação não formal e de divulgação da produção cultural da Universidade. Missão anunciada até hoje pelos seus gestores e produtores bem como nos seus materiais de divulgação.
(ZUCULOTO, 2010, p. 141)

A Campanha de 30 anos da RUFM

Para compreender o processo da campanha de 30 anos da RUFM, é necessário citar o o NUPROEX - Núcleo de Programas em Radiodifusão e Extensão da UFC, projeto realizado em parceria entre a Rádio Universitária FM, a Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura (FCPC) e a Pró-Reitoria de Extensão da UFC, do qual fizemos parte entre abril de 2011 e fevereiro de 2012 como alunos bolsistas do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo. Nesse período situamos o recorte temporal da nossa pesquisa de conclusão de curso sobre a estética de programação da Universitária FM, por se tratar do momento de produção de vinhetas e jingles da campanha institucional da emissora.

Uma rádio universitária realiza de maneira continuada a formação de novas gerações de comunicadores e também de novos quadros de profissionais para o radialismo contemporâneo. Isso ocorre pelo fato da emissora capacitar estudantes para a produção, a reportagem, a edição, a veiculação, a elaboração de conteúdos radiofônicos multimídia para a Internet. Em suma, os bolsistas são expostos a todas as aptidões técnicas e os parâmetros éticos da atividade de radialista, bem como o uso dos equipamentos, as funções e habilidades necessárias para o funcionamento da rádio.

Essa é uma realidade possível de ser observada nas demais rádios universitárias espalhadas pelo Brasil, em particular aquelas que possuem contato e intercâmbio permanente com cursos de Comunicação Social, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, por exemplo. As experiências de formação nas rádios universitárias brasileiras ainda precisam ser mais sistematizadas e são merecedoras de espaços de publicação e reconhecimento pela comunidade científica do campo da Comunicação.

Nos dizeres de Sandra de Deus, uma Rádio Universitária tem esse potencial de extensão e de ser um laboratório, uma rádio-escola na universidade:

A presença dos estudantes nas dependências da Rádio e da própria Rádio na extensão universitária cresceu nos últimos anos, com o entendimento de que a própria emissora deve ser um laboratório que possibilite ao estudante de Jornalismo o exercício de experimentação, da aplicação de conhecimentos e de atividades práticas.

(DEUS, 2005, p. 91)

Nesse aspecto, as atividades dos bolsistas na emissora abrangem não apenas a formação técnica e instrumental para o exercício profissional do radiojornalismo. Há também um aprendizado amplo, no entendimento da função social da Universitária FM como uma emissora educativa que representa uma instituição de ensino superior no ar das ondas radiofônicas, que realiza extensão por transcender os muros da academia, com intuito de dialogar com o povo e servir ao interesse público da sociedade. Outro fator de interesse é a descoberta cotidiana do rádio por essa nova geração que nasceu e cresceu conectada à Internet, tendo muito contato com a televisão. Conhecer o rádio como meio nessa rádio-escola que é a Universitária FM abre outras perspectivas de atuação profissional para quem talvez não imaginasse se tornar radialista quando do ingresso no curso de Jornalismo.

O convívio da juventude nas instalações físicas, nos estúdios e no cotidiano de uma rádio universitária são fatores positivos de efervescência e de mudanças para a emissora, pela criatividade, energia, disposição e curiosidade por parte dos estudantes de graduação participantes desses programas de bolsas, estágios e afins. Ainda que essa presença se dê temporariamente por breves períodos de um semestre a um ano, notamos que há uma renovação no interior da rádio, com novas ideias para a programação, como séries e programas especiais, formatos radiofônicos experimentais, além de atualizações mais frequentes de conteúdos em sites e perfis de redes sociais.

O slogan da emissora desde o começo em 1981, "A sintonia da terra", reflete uma busca de veicular informação e música pelas ondas do rádio, sintonizada com o tempo em que vivemos, da realidade contemporânea de Fortaleza e do estado do Ceará. Além disso, a programação musical da Universitária FM é diversificada, abrangendo a diversidade de ritmos e gêneros musicais, com espaço reservado para incluir a produção musical cearense, e assim alcançando uma gama variada de públicos. O slogan converge com o lema "o universal pelo regional", do fundador da própria Universidade Federal do Ceará, o reitor emérito Antônio Martins Filho (1904-2002). Tanto o slogan da Universitária FM quanto o lema da UFC são princípios norteadores de todo o processo de concepção e produção das peças radiofônicas, e seus significados foram retomados em 2011 como conceitos da campanha institucional de 30 anos da rádio.

Entre abril e outubro de 2011, foi produzida uma série de vinhetas para a programação da Rádio Universitária, com o intuito de melhor preencher os horários de intervalos. De acordo com a definição de vinheta de Magaly Prado:

“Associação de texto e música. Identifica a emissora, apresentador, programa etc. Mensagem transmitida no intervalo

de programas, composta de um texto curto, música e efeitos sonoros. Pode haver vinheta para chamar uma matéria ou programa, campanha institucional e outras.”
(PRADO, 2006, p. 173)

A vinheta de rádio se tornou uma peça importante como um ornamento estético da programação de rádio, e a música serve como recurso de fundo sonoro da vinheta, ou *background*, “BG”, como se fala no linguajar dos radialistas. “A vinheta tornou-se um apelo decorativo-sonoro, que, além de identificar a emissora de forma característica, ainda tem a função de auxiliá-la a vender o seu produto (a programação) - grifo do autor.” (AZNAR, 1997, p. 44) As vinhetas eram arranjos adaptados da vinheta de prefixo, peça que traz de trinta em trinta minutos as informações gerais da emissora, seu numeral (107,9 no caso da Universitária FM) para situar os ouvintes em qual frequência estão sintonizados. O texto base da vinheta central de 30 segundos da programação da RUFM é: vinheta: “ZYC 407 Rádio Universitária FM 107,9 megahertz, emissora da Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura, Universidade Federal do Ceará.” Esse texto cumpre com a função de situar o ouvinte. Porém, na campanha partimos para vinhetas mais curtas de 5 a 10 segundos de duração, explorando ritmos musicais como samba, baião, jazz, bossa nova, para citar alguns, e variando a locução com o texto breve: “Rádio Universitária FM, a sintonia da terra”.

Além de definir vinheta, para continuarmos é necessário também apresentar o ponto de vista de alguns autores acerca do jingle de rádio. Para Roseli Trevisan Campos,

"Os jingles são definidos como criações publicitárias utilizadas para melhor fixar a imagem de um produto, serviço ou ideia na mente dos ouvintes. Em sua produção são usados recursos sonoros, melodias cantadas e, algumas vezes, breves textos e slogans. São produzidos necessariamente em estúdios de gravação e por profissionais da área."
(CAMPOS, 2012, p. 61)

O jingle segue um formato de uma canção produzida especificamente para o rádio, quer seja para um produto, uma empresa, ou uma ideia. Existe um objetivo publicitário de divulgar algo a partir do jingle, ao mesmo tempo que a sua criação se fundamenta em conhecimentos de composição e linguagem musical. Além de escrever uma letra de canção, é necessário pensar em uma melodia simples e marcante, de fácil memorização, bem como na harmonia (sequências de acordes), no arranjo de partes da composição e do conjunto de

instrumentos. Para o nosso processo, foi importante registrar as ideias da música do jingle na notação de partitura, como documento e registro histórico do projeto, mas também como um auxiliar na etapa de ensaios com os músicos antes da gravação no estúdio.

O ápice do projeto de estética de programação concretizado na campanha institucional da rádio se dá em fevereiro de 2012, com a composição de um jingle, que pudesse sintetizar a trajetória histórica da emissora e explicitasse melhor o conceito da campanha. Para diferenciar esse trabalho dos jingles praticados nas rádios comerciais, que basicamente possuem o formato homogeneizado de 30 segundos, também por conta dos custos de veiculação, decidimos propôr um jingle com o triplo da duração, ou seja de um minuto e meio. Fizemos uma breve composição musical estruturada com introdução, duas estrofes, dois refrões intercalados entre as estrofes e um encerramento. Pelo fato da Rádio Universitária FM ser uma rádio pública e educativa, acreditamos que poderíamos inovar e propôr novos formatos radiofônicos, inclusive para um jingle.

Havíamos amadurecido o projeto com a primeira etapa das vinhetas produzidas e gravadas no próprio estúdio da Universitária FM. O plano de veiculação dessas produções distribuiu as vinhetas de acordo com os horários da programação, e a experiência inicial foi avaliada como exitosa. A diretoria da rádio nos orientou a continuar produzindo músicas e peças radiofônicas que fossem alegres, afirmativas, sóbrias mas sem ser solenes e rígidas. A essas descrições subjetivas, unimos a convivência diária na emissora, as impressões do contato cotidiano com as rotinas de produção da rádio, e todo o clima de comemorações dos 30 anos da emissora que vivíamos. Naquele momento, a rádio passava por reformas nas instalações físicas, a recuperação e digitalização do acervo da rádio, a implantação do sistema informatizado Playlist Digital para profissionalizar ainda mais a produção dos programas, e a transição para um novo site (www.radiouniversitariafm.com.br), com um layout mais dinâmico, legível e funcional. Os colaboradores mais experientes da casa também gravaram depoimentos para um quadro de “Memória”, com histórias pessoais e das lembranças deles de outras épocas da rádio, em programetes que haviam entrado no ar próximo ao mês de outubro de 2011. O jingle seria a síntese, uma peça radiofônica e musical que se relacionasse com todo o movimento desse percurso, servindo como um vínculo entre radialistas da emissora e o público de ouvintes.

A seguir, compartilhamos a letra do jingle que simbolizou as três décadas de existência da Rádio Universitária FM e motivou o nosso trabalho de pesquisa:

“Rádio educativa, cultural
Toca a gente com a emoção
Informação e cultura dialogando com você
Vozes construindo saber.

Cento e sete vírgula nove Rádio Universitária
Cento e sete vírgula nove Rádio Universitária

É a sintonia do Ceará
Pública é a comunicação
Educação, cidadania, ciência e lazer
A frequência do nosso viver.

Cento e sete vírgula nove Rádio Universitária
Cento e sete vírgula nove Rádio Universitária.”¹⁰

Considerações Finais

O encontro entre rádio e música foi uma das temáticas deste artigo, no entendimento do possível e produtivo diálogo entre a arte e a comunicação. A inserção da música no rádio se dá por diversas formas, e decidimos privilegiar a ideia de que ela funciona como um recurso técnico e estético da programação de rádio, como um elemento de linguagem desse meio. Para tanto, discutimos aspectos da dimensão sonora da linguagem radiofônica, no intuito de buscar semelhanças na encruzilhada entre o rádio e a música, particularmente na criação de vinhetas e jingles. Esse caminho aponta para algo parecido com pensar musicalmente o rádio ou radiofonicamente conceber a música, como uma via inspiradora de mão dupla.

Futuras pesquisas sem dúvida encontrarão outros aspectos relacionados a campanhas de produção de vinhetas e jingles de rádio em emissoras espalhadas pelo Brasil. Cada processo terá sua singularidade, as condições circunstanciais para a realização de

¹⁰ Jingle Rádio Universitária FM 30 anos. Letra: Marco Leonel Fukuda / Nonato Lima, Música: Marco Leonel Fukuda. Gravado com o acordeonista Adelson Viana, e na voz da cantora cearense Aparecida Silvino (2012).

projetos e um contexto único, irrepetível. Isso poderá se dar no tempo presente, contemporâneo, ou ainda regressando no tempo para décadas passadas, com o objetivo trazer informações valiosas e a memória do rádio brasileiro à tona, fazendo jus a esse meio de comunicação tão importante para a sociedade. No nosso caso, voltamos o olhar e a escuta para a Rádio Universitária FM do Ceará, localizada no Nordeste brasileiro, que, no início do século XXI, retoma o seu percurso iniciado nos anos 1980.

Seguiremos com esse tema para aprofundar a pesquisa do nosso trabalho de conclusão de curso. Nossa análise sobre a campanha de 30 anos da Rádio Universitária FM se baseia na necessidade de documentar e publicizar a história de emissoras de rádio públicas e educativas, particularmente as rádios das universidades públicas. Sabemos que essas emissoras contribuem para aprimorar a qualidade da radiodifusão brasileira, e são verdadeiras escolas e laboratórios para novas gerações de comunicadores e radialistas que nelas encontram espaço para formação humana, cidadã e profissional.

Referências Bibliográficas

- AZNAR, Sidney Carlos. *Vinheta: do pergaminho ao vídeo*. São Paulo: Arte & Ciência; Marília: Universidade de Marília (UNIMAR), 1997.
- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madri: Ediciones Cátedra, 2000.
- BLOIS, Marlene. **Rádio educativo**: uma escola de vida e de cidadania. In: BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Angelo e BENETON, Rosana (orgs.) **Rádio**: sintonia do futuro. São Paulo: Paulinas, 2004.
- CAMPOS, Roseli Trevisan. **Jingle**: narrativa sonora. In: MENEZES, José Eugênio de O.; CARDOSO, Marcelo (orgs.). **Comunicação e Cultura do Ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012.
- DEUS, Sandra de. **O papel das rádios universitárias públicas na extensão universitária**. Rio de Janeiro: VIII Congresso Ibero-Americano de Extensão Universitária, 2005. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/26678/000535644.pdf?sequence=1>> Acesso em: 18 de abril de 2013.
- FUKUDA, Marco Leonel. **Vinhetas Institucionais e Identidade Sonora nos 30 anos da Rádio Universitária FM**. Fortaleza: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação / Intercom, 2012.
- _____. **A Sintonia do Ceará**: jingle comemorativo dos 30 anos da Rádio Universitária FM. Fortaleza: II Seminário Latino-Americano de Rádio e Educação, 2012.
- _____. **Estética sonora da campanha de 30 anos da Rádio Universitária FM do Ceará**. Ouro Preto: IX Encontro Nacional de História da Mídia / Rede Alcar, 2013.
- IAZZETTA, Fernando. **Música e mediação tecnológica**. São Paulo: Perspectiva/Fapesp, 2009.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.
- MEDEIROS, Débora Maria Moura. **No ar, a sintonia da terra: jornalismo e educação não-formal na criação da Rádio Universitária FM 107,9 MHz**. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social / Jornalismo) Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2009.
- PRADO, Magaly. **Produção de rádio**: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.



SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada** – o spot e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 1999.

VIGIL, José Ignacio López. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2004.

ZUCULOTO, Valci. **A construção histórica das rádios públicas brasileiras**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2010.