

NOSSA JAM: A INTERATIVIDADE COMO CONCEITO DE UM PROGRAMA MUSICAL¹

Laércio Alves dos Santos Júnior²
Thais Oliveira³
Universidade Estadual de Goiás (UEG)

Resumo: O tema dessa pesquisa, que visa se tornar um trabalho de conclusão de curso, é a interatividade como conceito de um programa musical, com o objetivo de criar um programa de bate-papo e performances musicais. Então está sendo feito um levantamento de referências para análise de formatos e linguagens para ajudar a conceber o formato do programa. Posteriormente, durante as fases de produção, será feito um memorial descritivo relatando as experiências durante o processo de realização deste programa.

Palavras-chave: Programa musical. Interatividade. Improviso. Rádio e TV. YouTube.

Resumo expandido: Este trabalho visa relatar a experiência de criação e produção de um programa musical ao vivo, com foco na interação musical do apresentador com os artistas convidados e na participação do público. Este programa, intitulado “Nossa Jam”, será transmitido pela Rádio UEG Educativa em sua plataforma de web rádio, bem como pelo canal da mesma no YouTube a partir de agosto de 2023.

A Justificativa para a realização deste programa se baseia a partir da grande popularidade e relevância que programas do segmento musical historicamente possuem no Brasil, desde a Jovem Guarda na década de 60, passando pelo canal MTV com uma programação inteiramente voltada para a música, até os atuais The Voice, que são um sucesso mundial. A partir disso, com a realização deste programa será possível estabelecer uma janela para a divulgação e promoção de artistas goianos, fortalecendo o cenário musical local.

A metodologia utilizada é, num primeiro momento, a realização de um levantamento histórico de programas do segmento e sobre a linguagem audiovisual empregada nessas referências. A partir disso, será estabelecido o formato do programa e posteriormente sua execução desde a pré-produção até a pós-produção. Durante as etapas de produção, será feito um memorial descritivo relatando a experiência vivenciada durante o processo.

Dos objetivos que se pretende alcançar, está a realização da primeira temporada do programa “Nossa Jam”, contendo 10 episódios com cerca de 1h de duração. Além disso, espera-se gerar um formato de programa interativo, onde o apresentador possa interagir musicalmente

¹ Trabalho apresentado na 12ª Semana de cinema e audiovisual da Universidade Estadual de Goiás (SAU UEG) e 2º Encontro das Escolas de Cinema do Brasil Central (EECABC), que ocorreu na cidade de Goiás (GO) de 14 a 16 de junho de 2023.

² Graduando do curso de Cinema e Audiovisual da UEG. Atualmente faz estágio no CriaLab UEG, desenvolvendo trabalhos junto à Rádio UEG e à UEG TV. Realizou, dirigiu e apresentou o programa Laranjeiras Sessions (2019), programa de entrevistas e performances musicais. E-mail: produtorlaercioalves@gmail.com

³ Orientadora do projeto e professora no curso de Cinema e Audiovisual da UEG. E-mail: thais.oliveira@ueg.br

com os convidados, criando versões inéditas de músicas autorais e releituras de músicas já conhecidas.

Além da interação com o apresentador, espera-se também estabelecer uma interação com o público, que terá uma participação relevante durante os episódios, participando de dinâmicas e quadros específicos com perguntas, desafios e pedidos musicais. Sobre as referências estudadas até agora, damos destaque para alguns programas do canal MTV que trouxe para a televisão uma proposta baseada em programas de Rádio:

A MTV levou para a televisão características do rádio, transmitindo na TV a cabo uma lógica baseada na programação das rádios FM: música (no caso da emissora de televisão, o videoclipe) intercalada com spots publicitários que na maioria das vezes eram da própria emissora. Ela recebeu os videoclipes gratuitamente das gravadoras durante alguns anos, mas quando já alcançava bons índices de audiência para os padrões da TV a cabo, a emissora passou a pagar pelos videoclipes que veiculava (BELO, 2014, p.2)

Com a popularização da internet e redes sociais, temos a migração do público da TV para as plataformas digitais e alguns programas, como o Cultura Livre, da TV Cultura, já começaram a pensar em uma distribuição pelo YouTube: “YouTube vem do inglês you: você, e tube: tubo, ou, no caso, gíria utilizada para designar a televisão“ (PELLEGRINI et al 2011. p.3). Além de ser uma ferramenta participativa e acessível - e também por isso - o YouTube hoje é a maior plataforma de conteúdos audiovisuais do mundo (Ribeiro, 2018, p.2), se configurando como uma excelente janela para a promoção e divulgação de conteúdos audiovisuais:

Com mais de um bilhão de visitantes únicos por mês, centenas de horas carregadas por dia e milhares de acessos em minutos, esta mídia, que é acessada por 95% da população online brasileira, é utilizada para variados fins, de acordo com a preferência de cada usuário (RIBEIRO, 2018, p.2).

Em suma, considerando a histórica popularidade de programas do segmento musical alinhado à facilidade de distribuição e grande alcance do YouTube, os resultados esperados a partir da realização deste trabalho é uma promoção de artistas locais, um fortalecimento do cenário musical local, além de formação de público e capacitação de estudantes na rádio universitária da Universidade Estadual de Goiás, a Rádio UEG Educativa.

Referências Bibliográficas

BELO, Rafaela. O Novo Lugar do Videoclipe: Indústria Fonográfica e Consumo Musical no Ciberespaço. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vila Velha - ES – 22 a 24/05/2014. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0901-1.pdf> Acesso em 11 abr. 2023.

PELLEGRINI, Dayse Pereira; REIS, Diolinda Dias. MONÇÃO, Philipe Costa; OLIVEIRA, Ravel. **YouTube, uma nova fonte de discursos**. Universidade Estadual de Santa Cruz. 2011. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-pelegrini-cibercultura> Acesso em:11 abr 23.

RIBEIRO, Yan Silva. **YOUTUBE COMO PLATAFORMA PARA ARTISTAS INDEPENDENTES**: Um estudo de caso da cantora Anitta. Intercom, Juazeiro, 15p. jul. 2018.