

Rádio pop: um programa radiofônico como meio de estímulo à leitura ¹⁴

Radio pop: a radio program as a means of encouraging reading

Radio pop: a radio program as a means of encouraging reading

Luiz Felype dos Santos¹⁵
Ivan Carlo Andrade de Oliveira¹⁶

¹⁴ Recebido em 28/09/2022, versão aprovada em 28/12/2022.

¹⁵ Acadêmico do Curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (Unifap). ORCID ID: orcid.org/0000-0003-4985-2426. LATTES ID <http://lattes.CNPq.br/5011267668048527>. E-mail: lfs.luizfelype@gmail.com.

¹⁶ Doutor em Arte e Cultura Visual pela FAV-UFG. Professor do Curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (Unifap). ORCID ID: 0000-0002-5471-1807. LATTES ID: <http://lattes.CNPq.br/7689186601810696>. E-mail: profivancarlo@gmail.com.

RESUMO

O objeto de estudo desta pesquisa é o programa Rádio Pop, transmitido pela Rádio Universitária (96.9 FM) da Universidade Federal do Amapá (Unifap). A atração radiofônica possui o quadro Literapop, que serve para indicar sinopse de livros sobre cultura popular e incentivar o público à leitura. O objetivo geral desta pesquisa é analisar os pressupostos teóricos sobre a prática da leitura e como o programa Rádio Pop – com destaque para o quadro Literapop – incentiva o ouvinte a ler. O artigo de revisão da literatura emprega a metodologia de levantamento de acervo bibliográfico digital e físico para fins de comparação das informações para chegar a um resultado. Sobre os resultados, foi possível observar que o Infotainment incentiva a leitura, pois esse formato traduz qualquer natureza de informações, facilita o entendimento e utiliza o humor.

PALAVRAS-CHAVE: rádio pop; estímulo à leitura; infotainment.

ABSTRACT

The object of study of this research is the Rádio Pop program, transmitted by Rádio Universitária (96.9 FM) of the Federal University of Amapá (Unifap). The radio attraction has the Literapop board, which serves to indicate synopses of books on popular culture and encourage the public to read. The general objective of this research is to analyze the theoretical assumptions about the practice of reading and how the Rádio Pop program – with emphasis on the Literapop framework – encourages the listener to read. The literature review article employs the methodology of surveying the digital and physical bibliographic collection for the purpose of comparing information to arrive at a result. Regarding the results, it was possible to observe that Infotainment encourages reading, as this format translates any type of information, facilitates understanding and uses humor.

KEYWORDS: radio pop; stimulus to reading; infotainment.

RESUMEN

El objeto de estudio de esta investigación es el programa Rádio Pop, transmitido por Rádio Universitária (96.9 FM) de la Universidad Federal de Amapá (Unifap). La atracción radiofónica cuenta con el tablero Literapop, que sirve para indicar sinopsis de libros de cultura popular y animar al público a leer. El objetivo general de esta investigación es analizar los supuestos teóricos sobre la práctica de la lectura y cómo el programa Rádio Pop – con énfasis en el marco Literapop – incentiva al oyente a leer. El artículo de revisión de literatura emplea la metodología de levantamiento del acervo bibliográfico digital y físico con el propósito de comparar información para llegar a un resultado. En cuanto a los resultados, se pudo observar que el Infoentretenimiento incentiva la lectura, ya que este formato traduce cualquier tipo de información, facilita la comprensión e utiliza el humor.

PALABRAS CLAVE: radio pop; estímulo de lectura; infoentretenimiento.

INTRODUÇÃO

O objeto de estudo desta pesquisa é o programa Rádio Pop, transmitido pela Rádio Universitária (96.9 FM) da Universidade Federal do Amapá (Unifap). O Rádio Pop foi lançado em 6 de março de 2013. É exibido ao vivo, uma vez por semana, e possui uma hora de duração. Constitui a equipe o coordenador do programa, professor Ivan Carlo Andrade de Oliveira, e os alunos do curso de Jornalismo da Unifap, que são supervisionados pelo docente. Para Lima e Oliveira (2022, p.55), a escolha dos estudantes para a apresentação leva em consideração dois fatores: familiaridade com a cultura pop e gosto pelo rádio.

Na prática, o Projeto de Extensão possui a proposta de apresentar informações e, segundo Lima e Oliveira (2022, p.46), “conteúdos da cultura nerd, como cinema, quadrinhos e música”. O estilo do Rádio Pop segue uma linha editorial que mescla Jornalismo com Entretenimento. Em outras palavras, para Lima e Oliveira (2022, p.59), a essência do programa é divulgar notícias sobre “produtos cinematográficos, literários, musicais e artísticos, indicação de leituras e críticas literárias” em uma linguagem alternativa, traduzida, acessível e que leva em consideração as técnicas jornalísticas de redação, apuração e critérios de noticiabilidade para definir notícia como valor – ou seja, as premissas da informatização e credibilidade –, somadas ao humor e ao entretenimento.

Todas essas bases que constituem tanto o Jornalismo quanto o entretenimento geram uma fusão: o Infotimento. Algo inédito para o Estado do Amapá, uma vez que a maioria dos programas radiofônicos amapaenses seguem um padrão de seriedade e, algumas vezes, de sensacionalismo da notícia. O intuito da criação do Rádio Pop serviu para ter no mercado um programa sobre assuntos da cultura pop e um espaço para servir de laboratório para alunos antes de ingressarem ao mercado de trabalho. A ideia da proposta era ter um formato mais informal, sem perder a característica jornalística.

As notícias e críticas sobre cinema, arte, música, literatura, livros e demais obras culturais são dispersas nos quadros do Rádio Pop. As principais atrações conforme Pacheco, Machado, Rodrigues e Oliveira (2019, p.8) eram “Notícias Pop”; Do Fundo do Baú; “Música Pop”, “Meninos Eu Vi”; “Trilha Sonora”; “*Game Over*”; e, por fim, o “Literapop”. Este último foi criado para incentivar os ouvintes a consumirem os livros indicados pelos apresentadores do programa. O quadro será o objeto de estudo desta pesquisa.

Por conseguinte, o objetivo geral desta pesquisa é analisar os pressupostos teóricos sobre a prática da leitura e como o programa Rádio Pop – com destaque para o quadro Literapop – incentiva o ouvinte a ler. Para isso, será levado em consideração os seguintes objetivos

específicos: a) conceituar Rádio como fenômeno do objeto de estudo da pesquisa; B) observar as propriedades da leitura e os motivos pelos quais as pessoas não se interessam pela leitura; C) identificar as características do Infotimento; D) analisar se o Programa Rádio Pop, por meio do quadro Literapop estimula o público a ler.

O problema do estudo é caracterizado pela seguinte questão norteadora: De que maneira o programa Rádio Pop incentiva os ouvintes a aderirem à prática da leitura? A hipótese é que o Infotimento incentiva esse estímulo, pois esse formato traduz qualquer natureza de informações e facilita o entendimento, utilizando o humor.

UM FENÔMENO CONHECIDO COMO RÁDIO

Para entender os percursos da consolidação do quadro Literapop, é necessário, primeiramente, identificar os primórdios do rádio. Os registros históricos sobre o início desse fenômeno surgem no século XIX. No entanto, esse período era considerado confuso, uma vez que a tentativa de invenção da transmissão de sons por ondas de radiofrequência ocorria paralelamente em diferentes partes do mundo.

Segundo Meditsch (2001, p.32), o primeiro nome destacado na literatura científica para a descoberta é o do “físico inglês James Maxwell em 1870 e comprovada, empiricamente, pelo alemão Heinrich Hertz em 1888”. Por conseguinte, o italiano Guglielmo Marconi foi o engenheiro capaz de utilizar a prática na comunicação à distância.

Marconi fez a primeira demonstração da comunicação sem fio em 1894, operando uma campanha a poucos metros de distância. Em 1896, diante do desinteresse do governo de seu país, patenteou o invento na Inglaterra, já aperfeiçoado para transmissões do código morse do telégrafo a maiores distâncias. Em 1901, fez a primeira transmissão sem fio de uma mensagem através do Atlântico (MEDITSCH, 2001, p. 32).

Inúmeros nomes ainda são descobertos. Meditsch (2001, p.32) afirma que a voz do canadense Reggie Fassedden foi a primeira a ser transmitida por ondas eletromagnéticas. Apesar de serem experimentos inovadores e práticos para o pleno desenvolvimento da comunicação, essa experiência foi realizada e concluída em outros lugares do mundo. A conclusão, portanto, é que o pioneirismo de Marconi e Fassenden é colocado em dúvida.

O pioneirismo de Marconi e Fassenden, no entanto, é questionado por evidências de que os mesmos experimentos já estavam sendo realizados, com sucesso, em outros lugares. Nos Estados Unidos, o imigrante croata Nikola Tesla, engenheiro responsável por várias outras invenções, como a transmissão de energia elétrica por corrente alternada e o controle remoto, realizou a transmissão sem fio de um sinal sonoro em 1893. Sem a mesma

sorte e sem o tino comercial de Marconi, Tesla morreu praticamente na miséria, em 1943, seis meses antes da Suprema Corte dos Estados Unidos reconhecer a primazia de suas patentes em relação às do italiano (STRAUSS; MANDL apud MEDITSCH, 2001, p. 32-33).

Depois da invenção, ao longo dos anos, o rádio se transformou e tornou-se um meio de comunicação aperfeiçoado. Ganhou as próprias características, que foram percebidas e executadas em peças que compõem a programação da rádio como um todo. Na área jornalística, a linguagem radiofônica foi construída por autores da Comunicação Social, que observaram os principais erros e acertos dos mais experientes.

Toda essa bagagem de conhecimento foi registrada em livros, e serve de modelo para acadêmicos e profissionais experientes. Essa convenção – tão ensinada nas escolas de Jornalismo – é a base para a construção de radiojornais e demais gêneros e formatos.

Ao destacar as especificidades da linguagem radiofônica, Lustosa (1996, p.93) argumenta que a instantaneidade é o fator determinante para manter o público sintonizado, aliado à imaginação – pois a forma como os jornalistas relatam os acontecimentos, com total rigor, expressividade e envolvimento “visa transmitir a idéia de participação de todos nos fatos narrados de forma que ele – ouvinte – se sinta presente no local em que são feitos os registros noticiosos”.

Para que haja, portanto, a força imaginária durante o relato, é necessário que os formadores de opinião conheçam tudo sobre as técnicas de redação jornalística para rádio.

Pela abrangência, características e diversidade do rádio, o texto jornalístico nesse meio explora ao máximo as possibilidades de se apresentar de forma: (1) clara, permitindo a sua fácil assimilação por qualquer integrante da audiência; (2) precisa, ao retratar o objeto da notícia com exatidão, mas tendo consciência da impossibilidade de ser totalmente imparcial, e (3) concisa, dosando a quantidade de palavras utilizadas, com cada uma delas apresentando significado o mais completo possível para o seu público. Essa aparente simplicidade- a exemplo da exigida de outros discursos informativos - não deve ser confundida com pobreza estilística ou vocabular. (FERRARETTO, 2014, p. 99).

AS PROPRIEDADES DA LEITURA

Educadores, professores e profissionais da área de Letras e Pedagogia possuem visões diferentes sobre o conceito de leitura. Normalmente, as crianças são objeto de pesquisa, pois o incentivo à leitura deve começar desde cedo para a formação do pensamento crítico. Existem inúmeras literaturas e análises de caso sobre o entendimento, facilidades, dificuldades, desafios e, ainda, desmistificação do processo de leitura.

A leitura começa, primeiramente, com a prática da compreensão de textos:

A compreensão de textos é um processo complexo em que interagem diversos fatores como conhecimentos linguísticos, conhecimento prévio a respeito do assunto do texto, conhecimento geral a respeito do mundo, motivação e interesse na leitura, entre outros. Conhecer como atua cada um desses fatores é imprescindível para a discussão da prática do ensino da leitura. (FULGÊNCIO; LIBERATO, 1998, p.13).

Ler, portanto, significa um fenômeno para o qual possui objetivo de obter conhecimento de mundo necessário e que diz respeito aos interesses de quem consome os livros. Ao realizar análise sobre a leitura, se faz necessário entender o conceito sobre leitores.

Por “leitores”, referimo-nos às pessoas que ainda estão habituadas a obter a maior parte das informações da palavra escrita, ou seja, referimo-nos à grande maioria das pessoas inteligentes e alfabetizadas. Evidentemente, não são todas, antes do advento do rádio e da televisão, algumas informações eram obtidas oralmente, ou até mesmo através de simples observações. Porém, as pessoas inteligentes e curiosas não se contentavam com isso. Elas sabiam que tinham de ler – e liam. (ADLER; DOREN, 2010, p. 25).

Pelos meios de comunicação como o rádio e a televisão, citados por Adler e Doren, não é possível obter aprofundamentos específicos sobre determinado assunto. Os motivos, em síntese, são basicamente três: recorte temporal para construção ou relato dos fatos, instantaneidade e atualidade. A leitura como ação de compreender o mundo ao redor de si envolve tempo, investimento e esforço. São características essenciais. Para confirmar essa ideia, Cosson (2014) afirma:

[...] ler consiste em produzir sentidos por meio de um diálogo, um diálogo que travamos com o passado enquanto experiência do outro, experiência que compartilhamos e pela qual nos inserimos em determinada comunidade de leitores. Entendida dessa forma, a leitura é uma competência individual e social, um processo de produção de sentidos que envolve quatro elementos: o leitor, o autor, o texto e o contexto. (COSSON, 2014, p.36).

A sociedade vive em um século marcado pelo avanço das tecnologias digitais, desenvolvimento da realidade virtual, crescimento e aumento de usuários nas principais plataformas sociais *online*, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *WhatsApp*. Fatos que distanciam o público da leitura. Esta é a principal preocupação da família e docentes – que fazem parte do processo de desenvolvimento da criança para tornar um ser leitor e realizar essa atividade com independência ao longo da vida.

No artigo “Por que nossos alunos não gostam de ler?” publicado na Revista Educação Pública, da Diretoria de Extensão da Fundação Centro de Ciências e

Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro (Cecierj), a professora Maria Vilani Soares manifesta o desinteresse do público pela leitura.

O problema começa muito cedo, pois se considera que a criança entra em contato com a leitura apenas quando chega à escola... A família não tem o hábito de ler... Livros não são considerados presente, muito menos nos aniversários! Então se remete ao professor, e somente ao professor, a tarefa de ensinar a ler. Assim, deixa-se de lado o que ensina Paulo Freire ao dizer que a leitura como percepção do mundo precede a leitura da palavra. Portanto, ler é conferir significação ao que nos é apresentado, o que qualquer criança faz, ainda que o texto não seja escrito. Essa concepção de leitura não é enfatizada na escola, onde atividades com textos geralmente são mecânicas e desprezam a participação crítica do aluno. Nas aulas de Português, texto ainda é sinônimo de ampliação de vocabulário, exercício de ortografia, cópia e questões de compreensão que não avaliam mais do que a capacidade do aluno de retornar ao texto e repetir o que está escrito. Com isso, o aluno convive na escola – e jamais fora dela – com esse tratamento superficial dado à leitura: o nosso aluno não consegue ir além do texto, fazer inferências, observar as entrelinhas, perceber as intenções do autor e a estrutura do texto. (SOARES, 2022, n.p.).

Nas salas de aula, os estudantes possuem uma visão padrão ou sistemática sobre o processo de leitura. O incentivo não ocorre fora dos muros escolares. Quando ocorre, muitos possuem dificuldades ao receber um livro e não sabem como e porque ler. Um ponto que precisa ser refletido e levado em consideração é como tornar a leitura um processo fácil e que não seja chato. A solução chama-se Infotenenimento.

INFOTENIMENTO: INFORMAÇÃO MAIS ENTRETENIMENTO

O termo Infotenenimento está totalmente ligado ao Jornalismo. Dejavite (2006, p.71) afirma que o conceito surgiu na década de 1980 e ganhou notoriedade “no final dos anos 1990, quando passou a ser empregado por profissionais e acadêmicos da área comunicacional”.

O Infotenenimento diz respeito à produção de matérias que seguem as técnicas jornalísticas e acrescenta o entretenimento como fator de exclusão do excesso de seriedade, normalmente vistas nos jornais de televisão, rádio e portais da internet, conforme explica Dejavite (2006):

Resumidamente, a notícia *ligh* pode ser definida como aquele conteúdo rápido, de fácil entendimento, efêmero, de circulação intensa, que busca divertir o receptor. Ao que parece, nada mais é do que a solicitação feita pelo receptor da sociedade da informação que espera encontrar uma matéria que, ao mesmo tempo que satisfaça suas necessidades e seus interesses de formar e informar, também distraia e permita-lhe vivenciar o fato, já que o consumo da informação é feito naquele tempo destinado ao lazer, à diversão. (DEJAVITE, 2006, p.71).

Dejavite (2006, p.68) ressalta que os editores devem ter senso crítico e “levar em consideração que o público participa cada vez mais na deliberação do que se veicula na mídia”.

O receptor (com os seus princípios de receber a informação) exige que a notícia na atualidade-independente do meio em que estiver inserida - informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Esse tipo de conteúdo tem sido denominado notícia *light*. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Por isso, mais do que um mero produto, tornaram-se um importante serviço. (DEJAVITE, 2006, p. 68).

A notícia *light* é outro termo de suma importância do jornalismo de Infotimento.

Dejavite (2006) descreve as principais características:

O segredo de seu sucesso está na simplicidade, ou seja, no modo fácil de ser entendida e comentada, no estímulo do imaginário social e na ocupação do tempo livre dos indivíduos. Sua essência baseia-se na interpretação ou recriação dos fatos, com o uso da linguagem do entretenimento, como fazem as telenovelas e os filmes. (DEJAVITE, 2006, p. 70).

Analisando as propriedades do Infotimento e os motivos de as pessoas perderem o hábito da leitura, percebe-se que o primeiro conceito é uma válvula de escape. Uma opção que, em tese, utiliza as bases do entretenimento, sem deixar de lado a informatização. O Infotimento é a alternativa que escuta os anseios do público e, ao mesmo tempo, adota tudo que é simples. Afinal, quanto mais difícil e rebuscado é o enredo de um livro de qualquer gênero, menos interesse e maior distância da obra o indivíduo quer ter. A mesma ideia vale para textos jornalísticos.

Dejavite (2006, p. 44) explica a importância do entretenimento:

Mas uma coisa pode ser dada como certa em relação ao papel do entretenimento em nossa sociedade: ele é, sem dúvida, uma forma de divertimento, que procura diminuir as tensões ameaçadoras (aquelas capazes de levar as pessoas à doença ou à loucura) e conduzi-las à segurança emocional, ao promover o descanso e ocupar o tempo livre, hoje, cada vez mais imprescindível.

Portanto, todas as atividades realizadas fora da rotina de estudo e de trabalho e que, de certa forma, trazem momentos de relaxamento, prazer e diversão, são considerados entretenimento.

Grosso modo, o jornalismo de INFotimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e divertir como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano - os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos ao mesmo tempo que atende às necessidades de informação do receptor dos dias de hoje. Enfim, manifesta aquele conteúdo que informa com diversão. (DEJAVITE, 2006, p.72).

Segundo Lima e Oliveira (2022), o infotenimento é a base da proposta do Rádio Pop: “A linguagem é marcada pelo INFOtenimento, com muito bate-papo regado a música e bom humor. O foco era aproximar da linguagem jovem dos podcasts, com edição, efeitos sonoros e quadros rápidos”.

LITERAPOPOP COMO INCENTIVO À LEITURA

O Literapop é um dos quadros que compõem o Programa Rádio Pop. O nome é um neologismo de Literatura somada com a cultura pop. Lima e Oliveira (2022, p.59) concluem que o quadro serve para indicar obras de vários gêneros aos ouvintes, “todos pontuando contribuições positivas e negativas, assim como, sempre contextualizando a história tratada e suas nuances sociais, políticas e filosóficas”.

A criadora da versão foi a atual editora do G1 Amapá, jornalista Núbia Pacheco, que apresentou a atração por quase dois anos. O objetivo de levar ao ouvinte indicações de livros surgiu a partir de uma inquietação da ex-apresentadora do programa Rádio Pop. Segundo Pacheco, os livros, a prática e o estímulo à leitura, aliados às indicações são fatores determinantes para o pleno desenvolvimento da atração.

Na verdade, eu percebi que a gente tinha alguns quadros voltados para aquela questão pop mesmo, como o próprio nome já diz. Só que a gente via muito adaptações, tipo, mangá adaptado para TV, livros adaptados para o cinema, livros adaptados para a música. Aí a gente falava de música, falava de filme, falava de anime, mas a gente não falava de livros, que é maioria da base. Tem muita coisa que vem do zero, mas, na maioria das vezes, é adaptado do livro. Então, a gente pensava: por que a gente não fala da leitura, por que a gente não fala dos livros, já que eles são a base para a maioria dos outros quadros que a gente utiliza, que a gente tem aqui? (PACHECO, 2022, informação verbal)¹⁷.

O incentivo à leitura, em um primeiro momento, pode ser um desafio. Difícil, mas não impossível. O leitor que tenta adquirir o hábito de ler o livro pode se assustar e, quem sabe, estar desestimulado, uma vez que o exemplar possui um emaranhado de palavras sem nenhum estímulo externo e/ou visual que prenda o legente.

¹⁷ PACHECO, Núbia Paes. [s.n.]. Entrevista realizada em 19 de dezembro de 2022. [Entrevista concedida a] Luiz Felype dos Santos. Macapá, 2022.

Imagem 1 – O objetivo do Rádio Pop é transmitir informações de forma divertida.



Fonte: Acervo pessoal.

Pacheco reforça que o Literapop serve para incentivar o público a ler:

Literapop era isso, era a gente pegar livros, trazer para o programa sinopse de livros e incentivar mesmo a leitura também, já que a gente tava falando de cultura pop e eu acho que os livros também se encaixam, dependendo do conteúdo do livro. (PACHECO, 2022, informação verbal).

Neste quesito, o papel do rádio é fundamental, pois as ondas sonoras transmitem elementos-chave fundamentais que podem ser a solução para o impulso que o leitor/ouvinte precisa. Alguns desses componentes incluem: admiração e confiança com o locutor, afinidade entre locutor e ouvinte sobre assuntos, livros e demais obras e, ainda, poder do imaginário e intensa adesão aos recursos sonoros. Sobre este último elemento, Núbia diz que:

Um quadro que eu gostava muito era o quadro Trilha Sonora, para a gente descrever a trilha sonora. Gostava pra caramba desse quadro. Era um quadro que as pessoas interagiam, ligavam, diziam ‘ah, eu acho que é trilha sonora tal’. Eu gostava dele. (PACHECO, 2022, informação verbal).

Apesar de o Trilha Sonora ser um quadro diferente do Literapop, percebe-se que as exposições do Programa Rádio Pop partiram para o encorajamento da leitura por meio do humor, leveza de conteúdo e, sobretudo, tradução da realidade exposta. No rádio, como não existe a chance de voltar para determinada informação, é importante explorar as possibilidades do fácil entendimento e da tradução dos textos radiofônicos locutados pelos apresentadores. Ao

considerar todos os recursos sonoros e as indicações dos livros, Núbia Pacheco reforça que o Literapop incentivou, sim, o público a ler mais:

Tanta gente que manda mensagem até hoje perguntando ‘ah, que livro tu me indica? Que livro tu gosta?’ Tinha gente que tava comprando livro e pergunta ‘tu acha que esse livro aqui é legal? Tu acha que eu vou gostar?’ A gente às vezes faz vídeo chamada para conversar sobre livros. Tem uma amiga que eu posto, aí ela ‘ah, isso aqui é legal, tu acha que eu vou gostar?’ A mesma coisa, eu faço isso com as pessoas também. Eu gosto de trocar essa experiência e até hoje isso acontece. (PACHECO, 2022, informação verbal).

Os critérios para escolha dos livros envolviam interesse e afinidade pelos temas. Pacheco ressalta que “sempre tive muito apreço pela literatura fantástica, sempre gostei de literatura fantástica, sempre gostei de terror também e fantasia” (PACHECO, 2022, informação verbal).

A rotina de leitura envolve outro ponto relevante: a afinidade com o tema. Pessoas que não possuem vertentes de leitura preferida, como por exemplo, ficção, biografias ou quadrinhos, sentem frustração e se acham, em alguma vezes, incapazes, desanimadas para ler e, conseqüentemente, abandonam o processo. Portanto, o segredo para aderir e se familiarizar com o progresso é a identificação com quaisquer temas que, de forma direta ou indireta, fazem parte do cotidiano do indivíduo e incitam a curiosidade ou inquietação.

Um ponto positivo no Literapop é que, além de incentivar a leitura, via indicações dos apresentadores, o público tinha uma reação: a busca por aprofundar o conhecimento já apresentado no quadro. Rebecca Ramos, bacharela em Direito, era ouvinte assídua do Rádio Pop. Ela lembrou os motivos para escutar o programa:

O programa em si me estimulava à leitura e eu conseguia, até no primeiro momento, buscar algumas outras informações, além daquelas que eles tinham me passado, que já me deixava curiosa sobre algum conteúdo. (RAMOS, 2022, informação verbal).¹⁸

A permanência da sintonia durante o espetáculo semanal, para Rebecca Ramos, era avaliada como um formato de programa peculiar, pois, no Estado do Amapá, não é comum ter programa de cultura pop voltado ao público jovem nas rádios da região. Este era o diferencial que mantinha a advogada como ouvinte.

Rebecca Ramos entende que o quadro Literapop do Programa Rádio Pop incentiva o público a ler, graças ao formato pouco comum. Para ela, o conteúdo apresentado trazia novidades, diversão e ligação com os sentimentos:

¹⁸ RAMOS, Rebecca de Oliveira Mourão. [s.n.]. Entrevista realizada em 19 de dezembro de 2022. [Entrevista concedida a] Luiz Felype dos Santos. Macapá, 2022.

Eu lembro de um quadro do programa, que finalizava ou que indicava que estava finalizando o programa, que era tocar a trilha sonora da Jeannie é um Gênio, que é uma série de tv americana da década de 60. Quando eu era criança, assistia muito porque passava em um programa de televisão. Isso me marcou e ainda lembro até hoje exatamente porque era um programa da minha infância e que eu achava muito divertido e aí me trazia nostalgia. (RAMOS, 2022, informação verbal).

O principal objetivo do Rádio Pop é a democratização do conhecimento, das informações e, acima de tudo, promover a formação cultural e a educação de quem escuta. Tudo isso seguindo a liturgia da Radiodifusão Educativa.

Os três principais documentos que regram a outorga de rádios e TVs educativas são o Decreto-Lei 236, de 28 de fevereiro de 1967, o Decreto nº 2.108, de 24 de dezembro de 1996, e a Portaria Interministerial nº 651, de 15 de abril de 1999. Estes documentos estabelecem que a radiodifusão educativa é o Serviço de Radiodifusão Sonora (rádio) ou de Sons e Imagens (TV) destinado à transmissão de programas educativo-culturais, que, além de atuar em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, vise à educação básica e superior, à educação permanente e à formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. (LOPES, 2011, p. 8).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A interdisciplinaridade é um fenômeno importante para a construção do conhecimento. Profissionais e pesquisadores da Pedagogia e Letras, entre outras coisas, buscam esclarecer como o ser humano deve ler sem muitas dificuldades. Como já foi exposto nesta pesquisa a lição é fomentar a prática da leitura desde cedo. Este processo precisa contar com o apoio da família.

No âmbito do Jornalismo, os comunicólogos praticam e aprendem a proporcionar inteligência ao público pelas notícias, reportagens e artigos de interesse público. Televisão, *internet* e, sobretudo, o rádio – um dos objetos de estudo desta pesquisa – desenvolvem papel fundamental para transmitir, via canais, informações traduzidas e simplificadas e, posteriormente, contribuir para que o público busque conhecimento como forma de estímulo por parte dos veículos de comunicação.

Portanto, este artigo analisou os pontos de interdisciplinaridade entre Jornalismo, Letras e Pedagogia para descobrir como o Jornalismo auxilia no processo de leitura do público que escuta rádio. A hipótese de que o Infotainment incentiva esse estímulo foi confirmada – pois esse formato oriundo do Jornalismo traduz qualquer natureza de informações, facilita o

entendimento e utiliza humor e entretenimento como base para absorção de conhecimento. Assim é ultrapassada a ideia de que ler é chato.

A indagação sobre como pensar nos ouvintes a aderirem à prática da leitura não pode partir somente dos pesquisadores. É necessário que os empresários da comunicação, gestores de rádios comunitárias e os veículos de comunicação pública tomem atitude para destinar parte da programação para fomentar a educação, cultura e desenvolvimento do senso crítico dos espectadores. Isso vale não somente para rádios, mas para outros veículos de comunicação.

Os Poderes Públicos Federal, Municipal, Estadual e Distrital também são atores importantes, pois cabe a ambos pensar em políticas públicas, bem como fiscalizá-las com objetivo de oportunizar programação educativa. A adesão de um programa radiofônico, como o Rádio Pop, focado no infotainment para incentivar a prática da leitura desperta o interesse do público para buscar conhecimentos que vão além das ondas do rádio.

REFERÊNCIAS

ADLER, Mortimer J.; VAN DOREN, Charles; SETTE-CÂMARA, Pedro. **Como ler livros: o guia clássico para a leitura inteligente**. São Paulo: É Realizações, 2010.

COSSON, Rildo. **Círculos de leitura e letramento literário**. São Paulo: Contexto, 2014.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

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

FULGÊNCIO, Lúcia; LIBERATO, Yara Goulart. **Como facilitar a leitura**. São Paulo: Contexto, 1998.

LIMA, Cássia Helen Dias; OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. O INFOtenimento no programa Rádio Pop: o radiojornalismo com seriedade e bom humor no Amapá. **Imaginário!**, João Pessoa, n. 25, p. 46-66, 2022.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Regulação da radiodifusão educativa**. Brasília: Câmara dos deputados, 2011. Disponível em: <https://bd.camara.leg.br/bd/>. Acesso em: 26 dez. 2022.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.

PACHECO, Karina Soares; MACHADO, Laura de Oliveira; RODRIGUES, Anita Flexa; OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Rádio Pop: informação e entretenimento nas ondas do

rádio. *In*: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, evento componente do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 42., **Anais** [...]. Belém, 2019. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/norte2014/expocom/EX39-0676-1.pdf> . Acesso em: 12 dez. 2022.

PACHECO, Núbia Paes. **[s.n.]**. Entrevista realizada em 19 de dezembro de 2022. [Entrevista concedida a] Luiz Felype dos Santos. Macapá, 2022.

RAMOS, Rebecca de Oliveira Mourão. **[s.n.]**. Entrevista realizada em 13 de dezembro de 2022. [Entrevista concedida a] Luiz Felype dos Santos. Macapá, 2022.

SOARES, Maria Vilani. Por que nossos alunos não gostam de ler? **Educação Pública, 2022**. Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/15/6/por-que-nossos-alunos-no-gostam-de-ler>. Acesso em: 20 dez. 2022.

VERSÃO INTEGRAL EM LÍNGUA INGLESA

Radio pop: a radio program as a means of encouraging reading¹⁹

*Luiz Felype dos Santos*²⁰
*Ivan Carlo Andrade de Oliveira*²¹

INTRODUCTION

The object of study of this research is the Rádio Pop program, broadcast by Rádio Universitária (96.9 FM) of the Federal University of Amapá (Unifap). Rádio Pop was launched on March 6, 2013. It is aired live once a week and lasts one hour. The program's coordinator, Professor Ivan Carlo Andrade de Oliveira, and students from Unifap's Journalism course, who are supervised by the professor, make up the team. For Lima and Oliveira (2022, p.55), the choice of students for the presentation takes into account two factors: familiarity with pop culture and taste for radio.

In practice, the Extension Project proposes to present information and, according to Lima and Oliveira (2022, p.46), "geek culture content, such as movies, comics and music". The style of Rádio Pop follows an editorial line that mixes Journalism with Entertainment. In other words, for Lima and Oliveira (2022, p.59), the essence of the program is to disseminate news about "cinematographic, literary, musical and artistic products, reading and literary criticism" in an alternative, translated, accessible language that takes into account journalistic techniques of writing, verification and newsworthiness criteria to define news as value - that is, the premises of informatization and credibility -, added to humor and entertainment.

All these bases that constitute both journalism and entertainment generate a fusion: Infotimento. Something unprecedented for the State of Amapá, since most radio programs in Amapá follow a pattern of seriousness and, sometimes, sensationalism of the news. The purpose of creating Rádio Pop was to have a program on pop culture issues in the market and a space to serve as a laboratory for students before entering the job market. The idea of the proposal was to have a more informal format, without losing the journalistic characteristic.

¹⁹ Received on 09/28/2022, version approved on 12/28/2022.

²⁰ Academic of the Bachelor's Degree in Journalism of the Universidade Federal do Amapá (Unifap). ORCID ID: orcid.org/0000-0003-4985-2426. LATTES ID <http://lattes.CNPq.br/5011267668048527>. E-mail: lfs.luizfelype@gmail.com

²¹ PhD in Art and Visual Culture from FAV-UFG. Professor of the Bachelor's Degree in Journalism at the Federal University of Amapá (Unifap). ORCID ID: 0000-0002-5471-1807. LATTES ID: <http://lattes.CNPq.br/7689186601810696>. E-mail: profivancarlo@gmail.com.

The news and reviews about cinema, art, music, literature, books, and other cultural works are dispersed in the Radio Pop frames. The main attractions according to Pacheco, Machado, Rodrigues and Oliveira (2019, p.8) were "Notícias Pop"; "Do Fundo do Baú"; "Música Pop", "Meninos Eu Vi"; "Trilha Sonora"; "Game Over"; and, finally, "Literapop". The latter was created to encourage listeners to consume the books indicated by the program's presenters. The framework will be the object of study of this research.

Therefore, the general objective of this research is to analyze the theoretical assumptions about the practice of reading and how the Rádio Pop program - with emphasis on the Literapop frame - encourages the listener to read. For this, the following specific objectives will be considered: a) conceptualize Radio as a phenomenon of the object of study of the research; B) observe the properties of reading and the reasons why people are not interested in reading; C) identify the characteristics of Infotimento; D) analyze whether the Rádio Pop Program, through the Literapop framework, stimulates the public to read.

The problem of the study is characterized by the following guiding question: In what way does the Rádio Pop program encourage listeners to adhere to the practice of reading? The hypothesis is that Infotimento encourages this stimulus because this format translates any nature of information and facilitates understanding, using humor.

A PHENOMENON KNOWN AS RADIO

To understand the consolidation of the Literapop framework, it is first necessary to identify the beginnings of radio. Historical records on the beginning of this phenomenon appear in the 19th century. However, this period was considered confusing, since the attempt to invent the transmission of sounds by radio frequency waves occurred in parallel in different parts of the world.

According to Meditsch (2001, p.32), the first name highlighted in the scientific literature for the discovery is that of the "English physicist James Maxwell in 1870 and empirically proven by the German Heinrich Hertz in 1888". Consequently, the Italian Guglielmo Marconi was the engineer able to use the practice in distance communication.

Marconi made the first demonstration of wireless communication in 1894, operating a campaign a few meters away. In 1896, faced with the lack of interest from the government of his country, he patented the invention in England, already perfected for Morse code transmissions of the telegraph over greater distances. In 1901, he made the first wireless transmission of a message across the Atlantic. (MEDITSCH, 2001, p. 32).

Numerous names are still being discovered. Meditsch (2001, p.32) states that the voice of Canadian Reggie Fessenden was the first to be transmitted by electromagnetic waves. Despite being innovative and practical experiments for the full development of communication, this experience was carried out and completed elsewhere in the world. The conclusion, therefore, is that the pioneering spirit of Marconi and Fessenden is called into question.

The pioneering of Marconi and Fessenden, however, is called into question by evidence that the same experiments were already being carried out, successfully, elsewhere. In the United States, Croatian immigrant Nikola Tesla, the engineer responsible for several other inventions such as alternating current power transmission and remote control, achieved wireless transmission of a sound signal in 1893. Without the same luck and commercial acumen as Marconi, Tesla died practically in poverty in 1943, six months before the United States Supreme Court recognized the primacy of his patents over those of the Italian. (STRAUSS; MANDL apud MEDITSCH, 2001, p. 32-33).

After the invention, over the years, radio has transformed itself and become an improved means of communication. It gained its own characteristics, which were perceived and executed in pieces that make up the radio programming. In the journalistic area, the radio language was built by authors of Social Communication, who observed the main mistakes and successes of the most experienced.

All this baggage of knowledge was recorded in books and serves as a model for academics and experienced professionals. This convention - so taught in journalism schools - is the basis for the construction of radio news and other genres and formats.

In highlighting the specificities of radio language, Lustosa (1996, p.93) argues that instantaneity is the determining factor to keep the public tuned in, combined with imagination - because the way journalists report events, with total rigor, expressiveness and involvement - "aims to convey the idea of everyone's participation in the facts narrated so that he - listener - feels present in the place where the news records are made".

Therefore, in order to have the imaginary force during the report, it is necessary that the opinion makers know everything about the journalistic writing techniques for radio.

Due to the scope, characteristics and diversity of radio, the journalistic text in this medium exploits to the maximum the possibilities of presenting itself in a way: (1) clear, allowing its easy assimilation by any member of the audience; (2) precise, by portraying the object of the news accurately, but being aware of the impossibility of being totally impartial, and (3) concise, dosing the number of words used, with each of them presenting the most complete meaning possible for its audience. This apparent simplicity - as required of other informative discourses - should not be confused with stylistic or vocabulary poverty. (FERRARETTO, 2014, p. 99).

THE PROPERTIES OF READING

Educators, teachers, and professionals in the fields of literature and pedagogy have different views on the concept of reading. Usually, children are the object of research, because the incentive to read should start early for the formation of critical thinking. There are numerous literatures and case studies on the understanding, facilities, difficulties, challenges, and demystification of the reading process.

Reading begins, first, with the practice of understanding texts:

The comprehension of texts is a complex process in which several factors interact such as linguistic knowledge, prior knowledge about the subject of the text, general knowledge about the world, motivation and interest in reading, among others. Knowing how each of these factor's acts is essential for the discussion of the practice of teaching reading. (FULGÊNCIO; LIBERATO, 1998, p.13).

Reading, therefore, means a phenomenon for which it has the objective of obtaining necessary world knowledge and that concerns the interests of those who consume the books. When analyzing reading, it is necessary to understand the concept of readers.

By "readers", we mean people who are still used to getting most of their information from the written word, i.e. the vast majority of intelligent and literate people. Of course, not all of them, before the advent of radio and television, some information was obtained orally, or even by simple observation. But intelligent and curious people were not content with that. They knew they had to read - and read they did. (ADLER; DOREN, 2010, p. 25).

Through the media such as radio and television, cited by Adler and Doren, it is not possible to obtain specific depths on a given subject. The reasons, in summary, are basically three: time cut for construction or reporting of facts, instantaneity and timeliness. Reading as an action to understand the world around you involves time, investment, and effort. These are essential characteristics. To confirm this idea, Cosson (2014) states:

[...] reading consists of producing meanings through a dialog, a dialog that we engage in with the past as an experience of the other, an experience that we share and through which we insert ourselves into a certain community of readers. Understood in this way, reading is an individual and social competence, a process of meaning production that involves four elements: the reader, the author, the text and the context. (COSSON, 2014, p.36).

Society lives in a century marked by the advancement of digital technologies, development of virtual reality, growth and increase of users on the main online social platforms, such as Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. Facts that distance the public from reading. This is the main concern of the family and teachers - who are part of the child's

development process to become a reader and carry out this activity independently throughout life.

In the article "Why don't our students like to read?" published in the Public Education Magazine, of the Extension Directorate of the Cecierj Foundation - Foundation for Science and Higher Education at a Distance of the State of Rio de Janeiro, Professor Maria Vilani Soares expresses the public's lack of interest in reading.

The problem starts very early, because it is considered that the child comes into contact with reading only when he arrives at school... The family does not have the habit of reading... Books are not considered a gift, much less on birthdays! So, it is left to the teacher, and only to the teacher, to teach reading. Thus, what Paulo Freire teaches when he says that reading as a perception of the world precedes the reading of the word is left aside. Therefore, to read is to give meaning to what is presented to us, which any child does, even if the text is not written. This conception of reading is not emphasized in school, where activities with texts are usually mechanical and disregard the critical participation of the student. In Portuguese classes, text is still synonymous with vocabulary expansion, spelling exercises, copying and comprehension questions that do not assess more than the student's ability to return to the text and repeat what is written. With this, the student lives in school - and never outside it - with this superficial treatment given to reading: our student cannot go beyond the text, make inferences, observe between the lines, perceive the author's intentions and the structure of the text. (SOARES, 2022, n.p.).

In classrooms, students have a standard or systematic view of the reading process. Encouragement does not occur outside school walls. When it occurs, many have difficulties when receiving a book and do not know how and why to read. A point that needs to be reflected and considered is how to make reading an easy process that is not boring. The solution is called Infotainment.

INFOTAINMENT: INFORMATION PLUS ENTERTAINMENT

The term Infotainment is totally linked to Journalism. Dejavite (2006, p.71) states that the concept emerged in the 1980s and gained notoriety "in the late 1990s, when it began to be used by professionals and academics in the field of communication".

Infotainment refers to the production of stories that follow journalistic techniques and add entertainment as a factor to exclude the excess of seriousness, usually seen in television, radio and internet portals, as explained by Dejavite (2006):

Briefly, the light news can be defined as that quick content, easy to understand, ephemeral, of intense circulation, which seeks to entertain the receiver. Apparently, it is nothing more than the request made by the receiver of the information society who expects to find a story that, at the same time that satisfies his needs and interests to form and inform, also distracts and allows

him to experience the fact, since the consumption of information is done in that time intended for leisure, for fun. (DEJAVITE, 2006, p.71).

Dejavite (2006, p.68) emphasizes that editors must have a critical sense and "take into account that the public increasingly participates in the deliberation of what is conveyed in the media".

The receiver (with his principles of receiving information) demands that the news - regardless of the medium in which it is inserted - informs, entertains and also brings him an education on the published subject. This type of content has been called news light. If journalistic information does not have these characteristics, it will not attract the attention of the audience. Therefore, more than a mere product, they have become an important service. (DEJAVITE, 2006, p. 68).

Light news is another important term in infotainment journalism. Dejavite (2006) describes the main characteristics:

The secret of its success lies in its simplicity, that is, in the easy way it can be understood and commented, in stimulating the social imaginary and in occupying the free time of individuals. Its essence is based on the interpretation or recreation of facts, using the language of entertainment, as do soap operas and movies. (DEJAVITE, 2006, p. 70).

Analyzing the properties of Infotainment and the reasons why people lose the habit of reading, it is clear that the first concept is an escape valve. An option that, in theory, uses the bases of entertainment, without leaving aside the computerization. Infotainment is the alternative that listens to the public's wishes and, at the same time, adopts everything that is simple. After all, the more difficult and far-fetched the plot of a book of any genre, the less interest, and the greater distance from the work the individual wants to have. The same idea applies to journalistic texts.

Dejavite (2006, p. 44) explains the importance of entertainment:

But one thing can be taken for granted about the role of entertainment in our society: it is, without doubt, a form of amusement, which seeks to reduce threatening tensions (those capable of driving people to illness or madness) and lead them to emotional security, by promoting rest and occupying free time, which today is increasingly indispensable.

Therefore, all activities carried out outside the routine of study and work and which, in a way, bring moments of relaxation, pleasure and fun, are considered entertainment.

Roughly speaking, INFOTainment journalism is the space for stories that aim to inform and entertain, such as lifestyle issues, gossip and human-interest news - which do attract the public. This term clearly and objectively summarizes the editorial intention of the role of entertainment in journalism, as it follows its basic principles while meeting the information needs of today's receiver. Finally, it manifests that content that informs with fun. (DEJAVITE, 2006, p.72).

According to Lima and Oliveira (2022), the infotainment is the basis of the proposal of Radio Pop: "The language is marked by INFOtenimento, with a lot of chat watered by music and good humor. The focus was to approach the young language of podcasts, with editing, sound effects and quick frames".

LITERAPOP AS AN INCENTIVE TO READING

Literapop is one of the frames that make up the Radio Pop Program. The name is a neologism of Literature added to pop culture. Lima and Oliveira (2022, p.59) conclude that the framework serves to indicate works of various genres to listeners, "all scoring positive and negative contributions, as well as always contextualizing the treated story and its social, political and philosophical nuances".

The creator of the version was the current editor of G1 Amapá, journalist Núbia Pacheco, who presented the attraction for almost two years. The goal of bringing book recommendations to the listener arose from a concern of the former presenter of the Rádio Pop program. According to Pacheco, the books, the practice, and the stimulus to reading, combined with the indications are determining factors for the full development of the attraction.

In fact, I realized that we had some paintings focused on that pop issue, as the name itself says. But we saw a lot of adaptations, like manga adapted for TV, books adapted for cinema, books adapted for music. Then we talked about music, we talked about movies, we talked about anime, but we didn't talk about books, which is most of the base. There is a lot that comes from scratch, but most of the time it is adapted from the book. So, we thought: why don't we talk about reading, why don't we talk about books, since they are the basis for most of the other frameworks that we use, that we have here? (PACHECO, 2022, verbal information).

Image 1 - The goal of Radio Pop is to transmit information in a fun way.



Source: Personal collection.

Pacheco reinforces that Literapop serves to encourage the public to read:

Literapop was that it was for us to get books, bring to the program synopsis of books and really encourage reading too, since we were talking about pop culture and I think the books also fit, depending on the content of the book. (PACHECO, 2022, verbal information).

Encouraging reading, at first, can be a challenge. Difficult, but not impossible. The reader who tries to acquire the habit of reading the book may be frightened and, perhaps, discouraged, since the copy has a tangle of words without any external and/or visual stimulus that captures the reader.

In this regard, the role of radio is fundamental, as the sound waves transmit key fundamental elements that may be the solution to the impulse the reader/listener needs. Some of these components, include admiration and trust with the speaker, affinity between speaker and listener on subjects, books, and other works, and also the power of the imaginary and intense adherence to sound resources. Regarding this last element, Núbia says that:

A board that I liked a lot was the Soundtrack board, for us to describe the soundtrack. I really liked this board. It was a board where people interacted, called, said 'oh, I think it's such a soundtrack'. I liked it. (PACHECO, 2022, verbal information).

Although Trilha Sonora is a different framework from Literapop, it is clear that the exhibitions of the Rádio Pop Program started to encourage reading through humor, light content

and, above all, translation of the exposed reality. On the radio, as there is no chance of going back to certain information, it is important to explore the possibilities of easy understanding and translation of the radio texts voiced by the presenters. When considering all the sound resources and the indications of the books, Núbia Pacheco reinforces that Literapop did encourage the public to read more:

So many people who send messages to this day asking 'ah, what book do you recommend? What book do you like?' There were people who were buying a book and asking 'do you think this book is cool? Do you think I'll like it?' We sometimes make video calls to talk about books. There's a friend I post, then she says 'oh, this is cool, do you think I'll like it?' The same thing, I do it with people too. I like to exchange this experience and even today this happens. (PACHECO, 2022, verbal information).

The criteria for choosing books involved interest and affinity for the themes. Pacheco emphasizes that "I always had a great appreciation for fantastic literature, I always liked fantastic literature, I always liked horror and fantasy too". (PACHECO, 2022, verbal information).

The reading routine involves another relevant point: the affinity with the theme. People who do not have preferred reading strands, such as fiction, biographies, or comics, feel frustrated and sometimes find themselves unable, discouraged to read and, consequently, abandon the process. Therefore, the secret to joining and becoming familiar with progress is identification with any themes that, directly or indirectly, are part of the individual's daily life and incite curiosity or restlessness.

A positive point in Literapop is that, in addition to encouraging reading, via indications from the presenters, the public had a reaction: the search for deepening the knowledge already presented in the framework. Rebecca Ramos, a law graduate, was a regular listener of Rádio Pop. She recalled the reasons for listening to the program:

The program itself stimulated me to read and I was able, even at the first moment, to look for some other information, besides the ones they had given me, which already made me curious about some content. (RAMOS, 2022, verbal information).

The permanence of the tuning during the weekly show, for Rebecca Ramos, was evaluated as a peculiar program format, because, in the State of Amapá, it is not common to have a pop culture program aimed at young audiences on radio stations in the region. This was the differential that kept the lawyer as a listener.

Rebecca Ramos understands that the Literapop program of the Rádio Pop program encourages the public to read, thanks to the unusual format. For her, the content presented brought news, fun and connection with feelings:

I remember a frame of the program, which ended or indicated that it was ending the program, which was to play the soundtrack of Jeannie is a Genius, which is an American TV series from the 60s. When I was a child, I watched it a lot because it was on a television program. It marked me and I still remember it to this day exactly because it was a program from my childhood, and I found it very entertaining, and it brought me nostalgia. (RAMOS, 2022, verbal information).

The main objective of Rádio Pop is the democratization of knowledge, information and, above all, to promote the cultural formation and education of those who listen. All this following the liturgy of Educational Broadcasting.

The three main documents that govern the granting of educational radios and TVs are Decree-Law 236 of February 28, 1967, Decree No. 2,108 of December 24, 1996, and Interministerial Ordinance No. 651 of April 15, 1999. These documents establish that educational broadcasting is the Sound Broadcasting Service (radio) or Sound and Images (TV) intended for the transmission of educational-cultural programs, which, in addition to acting in conjunction with the education systems of any level or modality, aims at basic and higher education, permanent education and training for work, in addition to covering educational, cultural, pedagogical and professional guidance activities. (LOPES, 2011, p. 8).

FINAL CONSIDERATIONS

Interdisciplinarity is an important phenomenon for the construction of knowledge. Professionals and researchers of Pedagogy and Letters, among other things, seek to clarify how the human being should read without many difficulties. As already exposed in this research, the lesson is to foster the practice of reading from an early age. This process needs the support of the family.

In the field of Journalism, communicologists practice and learn to provide intelligence to the public through news, reports, and articles of public interest. Television, internet and, above all, radio - one of the objects of study of this research - play a fundamental role in transmitting, via channels, translated and simplified information and, subsequently, contribute to the public's search for knowledge as a form of stimulation by the media.

Therefore, this article analyzed the points of interdisciplinarity between Journalism, Letters and Pedagogy to find out how Journalism helps in the reading process of the public who listens to radio. The hypothesis that Infotemento encourages this stimulus was confirmed - because this format from Journalism translates any nature of information, facilitates

understanding and uses humor and entertainment as a basis for absorbing knowledge. Thus, the idea that reading is boring is overcome.

The question of how to think about listeners to adhere to the practice of reading can not only come from researchers. It is necessary that communication entrepreneurs, community radio managers and public communication vehicles take action to allocate part of the program to foster education, culture, and development of the critical sense of viewers. This applies not only to radios, but to other communication vehicles.

The Federal, Municipal, State and District Public Authorities are also important actors, as it is up to both to think about public policies, as well as to supervise them in order to provide educational programming. The adhesion of a radio program, such as Rádio Pop, focused on infotainment to encourage the practice of reading arouses the interest of the public to seek knowledge that goes beyond the radio waves.

REFERENCES

ADLER, Mortimer J.; VAN DOREN, Charles; SETTE-CÂMARA, Pedro. **Como ler livros: o guia clássico para a leitura inteligente**. São Paulo: É Realizações, 2010.

COSSON, Rildo. **Círculos de leitura e letramento literário**. São Paulo: Contexto, 2014.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

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

FULGÊNCIO, Lúcia; LIBERATO, Yara Goulart. **Como facilitar a leitura**. São Paulo: Contexto, 1998.

LIMA, Cássia Helen Dias; OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. O INFOtenimento no programa Rádio Pop: o radiojornalismo com seriedade e bom humor no Amapá. **Imaginário!**, João Pessoa, n. 25, p. 46-66, 2022.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Regulação da radiodifusão educativa**. Brasília: Câmara dos deputados, 2011. Available in: <https://bd.camara.leg.br/bd/>. Accessed on: 26 dez. 2022.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.

PACHECO, Karina Soares; MACHADO, Laura de Oliveira; RODRIGUES, Anita Flexa; OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Rádio Pop: informação e entretenimento nas ondas do rádio. *In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, evento componente do*

Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 42., **Anais** [...]. Belém, 2019. Available at: <https://www.portalintercom.org.br/anais/norte2014/expocom/EX39-0676-1.pdf> . Accessed on: 12 dez. 2022.

PACHECO, Núbia Paes. **[s.n.]**. Entrevista realizada em 19 de dezembro de 2022. [Entrevista concedida a] Luiz Felype dos Santos. Macapá, 2022.

RAMOS, Rebecca de Oliveira Mourão. **[s.n.]**. Entrevista realizada em 13 de dezembro de 2022. [Entrevista concedida a] Luiz Felype dos Santos. Macapá, 2022.

SOARES, Maria Vilani. Por que nossos alunos não gostam de ler? Educação Pública, 2022. Available at: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/15/6/por-que-nossos-alunos-no-gostam-de-ler>. Access on: 20 dez. 2022.