



Programa SONDA¹

Diego Maximo dos SANTOS²

Rodrigo Stéfani CORREA³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

De acordo com o que foi dito por Bertold Brecht, em 1926, em sua Teoria do Rádio: “(...) é preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação.” É nessa afirmação que se baseia o Programa SONDA, um projeto experimental que busca levar ao seu público assuntos relevantes na área da comunicação, interagindo com seus ouvintes através das ondas do rádio e das mídias digitais. E é através dessa interação que o programa alcança seu objetivo de fazer comunicação, ou seja, se faz escutar, abastece seu público de informações, ao mesmo tempo em que transforma o ouvinte em abastecedor.

PALAVRAS-CHAVE: Programa SONDA; rádio; comunicação; interação.

INTRODUÇÃO

O projeto do Programa SONDA é uma atividade de caráter experimental, de cunho investigativo com conhecimento aplicado à área do radialismo e que ganhou fôlego com a dedicação dos alunos da graduação na área do Rádio e Televisão, ao apurar com maior rigor técnico a diversidade de gêneros e conteúdo que envolve os programas de rádio.

A partir dessa iniciativa ficou resolvido que o campo de interesse e crítica das análises investigativas estaria direcionado a própria área da Comunicação Social, em virtude de duas problemáticas específicas: a primeira diz respeito à produção de conteúdo especializado para o segmento da comunicação (cinema, publicidade, audiovisual, rádio e televisão) que ocorre com baixa frequência no Estado de Pernambuco; a segunda problemática, relacionada à plataforma do rádio na era digital, como suporte cultural a serviço do multiculturalismo e mestiçagem, onde se acomoda a produção de conteúdo pelo viés do Rádio.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Programa laboratorial de rádio – entrevistas, variedades, musical, educativo, humorístico, esportivo etc. (conjunto/série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social / Radialismo / Rádio, TV e Internet, email: diego-msantos@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social / Publicidade e Propaganda, email: rscorrea@yahoo.com.



Entre outros aspectos, há no departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco uma vocação para as pesquisas destinadas a Comunicação na América Latina, sobretudo, na ótica da produção e distribuição de conteúdo, que aproximou alunos do docente orientador que resolveram fazer do rádio a plataforma para aprofundar os assuntos emergentes e importantes dessa construção crítica do saber.

Desta forma, acredita-se na premissa de que:

O rádio funciona bem no mundo das ideias. Como um meio de promover a educação, ele se destaca com conceitos e também com fatos. Seja ilustrando dramaticamente um evento histórico, seja acompanhando o pensamento político atual, serve para veicular qualquer assunto que possa ser discutido, conduzindo o ouvinte, num ritmo predeterminado, por um conjunto de informações. (MCLEISH, 2001, p.19)

Estimulados pela vontade de levar cada vez mais informação acerca das áreas da comunicação e entretenimento através da cultura local, montou-se o projeto do referido programa, com vista especial para estimular o diálogo e a cultura de convergência entre as múltiplas fronteiras do saber, onde se apóia a comunicação e suas plataformas multimídia.

2 OBJETIVO

O Programa SONDA tem como objetivo promover a cultura e ampliar o espaço democrático para manifestações fora do eixo comercial tradicional. Incorporar aos aspirantes executivos de comunicação uma visão independente, crítica e engajada no princípio democrático de modo a integrar diferentes saberes, sejam eles corporativos, públicos, empresariais e ou culturais.

Pretende-se também fazer do rádio uma extensão das discussões profissionais e intelectuais que migram das escolas de comunicação latino-brasileiras e apontam para os problemas emergentes que envolvem produção, distribuição, crítica e industrialização da cultura brasileira. Discutir uma grande variedade de assuntos relevantes do campo da comunicação e da cultura, recebendo personalidades e especialistas importantes de cada segmento é um dos propósitos principais do projeto.

Além disso, com o auxílio das mídias sociais as quais o SONDA se faz presente, almeja-se prestar serviços de apoio aos profissionais e estudantes da área da comunicação, seja divulgando ofertas de emprego, produtos e ou outros serviços. Dessa maneira, ajudando na ampliação e melhoramento do mercado profissional local.



3 JUSTIFICATIVA

O rádio vem se reinventando ao longo dos anos e deixando de ser apenas um meio de oferta de informações ao público. Muito mais que um gênero de distribuição musical, deve ser trabalhado de maneira que os ouvintes sejam produtores e ofertantes de informação. Porém, mesmo com toda essa mudança, existem lacunas a serem preenchidas em determinados campos de conhecimento, onde as informações que são transmitidas ganham impacto e revestimento estético com a corroboração do meio rádio.

Através da observação e escuta das grades de programação de algumas rádios locais e nacionais por parte dos integrantes desse projeto, constatou-se que faltavam programas que trouxessem, ao mesmo tempo, informações do campo da Comunicação Social e Cultura diferente daquela já projetada pela grande mídia. Há de se destacar as multiconexões existentes entre o espaço urbano da cidade de Recife e os movimentos de expressão artística que integram a cultura pernambucana e, que de certa forma, se favorece pelo viés do Programa SONDA.

Portanto, há uma grande crença que o Programa Sonda se projete como um ambiente democrático símbolo do “novo rádio”⁴, estimulando outras produções do gênero e que sirva como objeto de estudo futuro, para um pensamento mais crítico, sólido e elaborado em referência aos desafios do rádio como plataforma instigante e capaz de promover um ambiente interativo, de convergência tecnológica e de públicos de interesse.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto Programa SONDA teve a sua realização iniciada em junho de 2010, a partir da iniciativa do professor orientador em buscar alunos que estivessem interessados em desenvolver um programa experimental direcionado para pessoas que, de alguma forma estivessem envolvidas com a área da comunicação.

As pesquisas quanto aos seus objetivos acontecem por base de procedimentos exploratórios – descritivos, estabelecendo relações entre variáveis (temáticas abordadas em cada programa). Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados e assume, em

⁴ Entende-se como novo Rádio o período de adaptação tecnológica que se desenvolveu a partir da década de 90, onde as mídias de massa efetivamente tiveram que dividir sua audiência com a Internet, as Redes Sociais e outros dispositivos móveis de comunicação.



geral, a forma de levantamento de informações que são usadas como matéria prima das perguntas que são direcionadas aos convidados.

Como o programa é dividido em 03 blocos temáticos, pré-definidos, com duração média de 10 minutos cada um, já com as músicas selecionadas, cada bloco é produzido de forma individual e independente. Além disso, acontecem pesquisas bibliográficas semanais que orientam o roteiro dos locutores, que se abastecem da exploração de fatos noticiados pelas revistas, jornais e *sites* na *internet*.

As reuniões de pauta são semanais, com a colaboração do coordenador do projeto junto com seus membros participantes que, em comum acordo definem: tema, convidado, repertório musical, elementos estéticos e estratégias de divulgação. Contudo, acontecem reuniões ordinárias todo final de mês, para avaliação das qualidades técnicas e viabilidade de novas idéias, bem como acomodação de referencial teórico referente a produção em Rádio e Internet. Assuntos extraordinários são debatidos através da troca de e-mails e de conversas reservadas durante encontros eventuais na Universidade Federal de Pernambuco.

Os assuntos que são publicados e editados seguem um rigoroso acompanhamento técnico da coordenação do projeto que se declina a publicar exclusivamente os dados atribuídos por meio de revisão bibliográfica, entrevistas em profundidade com questionários pré-aplicados antecipadamente aos convidados. A revisão bibliográfica, por sua vez, acontece pela consulta de livros, teses, dissertações, periódicos, revistas e jornais, e têm como objetivo referenciar as informações que são estudadas.

Existiu um processo de seleção para orientar a produção discente por área de vocação de modo que a estrutura de produção fosse organizada da seguinte forma: diretor de produção; direção artística; locução: masculina e feminina e produtor de conteúdo para redes sociais.

A criatividade é uma necessidade inerente a atividade humana em diversos âmbitos de atuação, uma vez que a velocidade das mudanças que ocorrem no mundo contemporâneo faz com que as soluções utilizadas no passado sejam insuficientes para resolver problemas no presente e no futuro. Desta forma, esta foi a exigência principal da equipe envolvida, para que dentro de uma proto-estrutura de programação houvesse improviso, diálogo e livre expressão.

Cada pauta de investigação do programa forma um “tecido” textual, onde a criatividade na elaboração do roteiro esta relacionada tanto ao significado e sentido da mensagem, como também de sua forma estética e clareza da informação.



A produção de cada programa acontece da combinação de elementos práticos e investigativos de modo que cada bloco de conteúdo deve fazer uma associação com elementos de familiaridade e interesse do público-alvo, com informações estranhas, inovadoras e relevantes para o contexto trabalhado da comunicação.

De forma geral, defini-se o estilo de linguagem, os temas a serem abordados, a estrutura de grade do programa e, não menos importante, o local onde os programas seriam produzidos e distribuídos (ponto de convergência).

A segunda fase do projeto estruturou-se pela estratégia de veiculação do programa. Optou-se por veiculá-lo através da Rádio Universitária FM que avaliou a qualidade estética e conteúdo do programa, a partir do seu piloto, de modo que a direção da rádio aprovou e vem veiculando o programa SONDA, semanalmente durante aos sábados, das 11 horas e 30 minutos até ao meio dia. Além da rádio, há a convergência de conteúdo com a internet, onde acontece uma extensão daquilo que é produzido no rádio, envolvendo o conceito mais amplo de dialogismo como condição de sentido do discurso que é promovido.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O Programa SONDA é um programa radiofônico de entrevistas, veiculado todos os sábados das 11h30min ao meio-dia, pela Rádio Universitária FM, 99,9 kHz, direcionado primariamente a um público acadêmico das distintas áreas da Comunicação Social. Cada programa é dividido em três blocos de duração média de dez minutos.

No primeiro bloco faz-se uma apresentação e uma abordagem geral sobre o tema a ser tratado, além de falar um pouco sobre o entrevistado do dia. Já no segundo bloco exibe-se a entrevista, onde o convidado responde as perguntas feitas pelos locutores, as quais por vezes foram enviadas por ouvintes do programa. No terceiro e último bloco, entramos em parceria com o site publicitário GoGoJob (www.gogojob.com.br), divulgando oportunidades de emprego e estágio para os profissionais da área, além de algumas novidades do mercado. Todos os blocos são intercalados por músicas previamente selecionadas, buscando sempre executar músicas do mercado cultural local e/ou músicas pertinentes ao assunto abordado no programa.

Em paralelo ao programa que é veiculado no rádio, há conteúdos especiais direcionados ao blog do programa (www.sondaprograma.blogspot.com), no qual, dois dias antes da veiculação do SONDA, ou seja, todas as quintas-feiras anunciamos o entrevistado da semana e divulgamos um trecho, em vídeo, da entrevista realizada. Para o dia da

veiculação, o sábado, logo após o programa, disponibiliza-se na íntegra a entrevista, além de links para os vídeos-clipe das músicas executadas no programa.

Devido aos grandes índices de acesso ao blog, houve a necessidade de vincular conteúdo também em outros dias da semana, postar conteúdos diversos, como críticas cinematográficas e musicais feitas pelos locutores. Segue abaixo gráfico fornecido pelo site de hospedagem do blog, mostrando o percentual e origens dos acessos dos dados publicados.

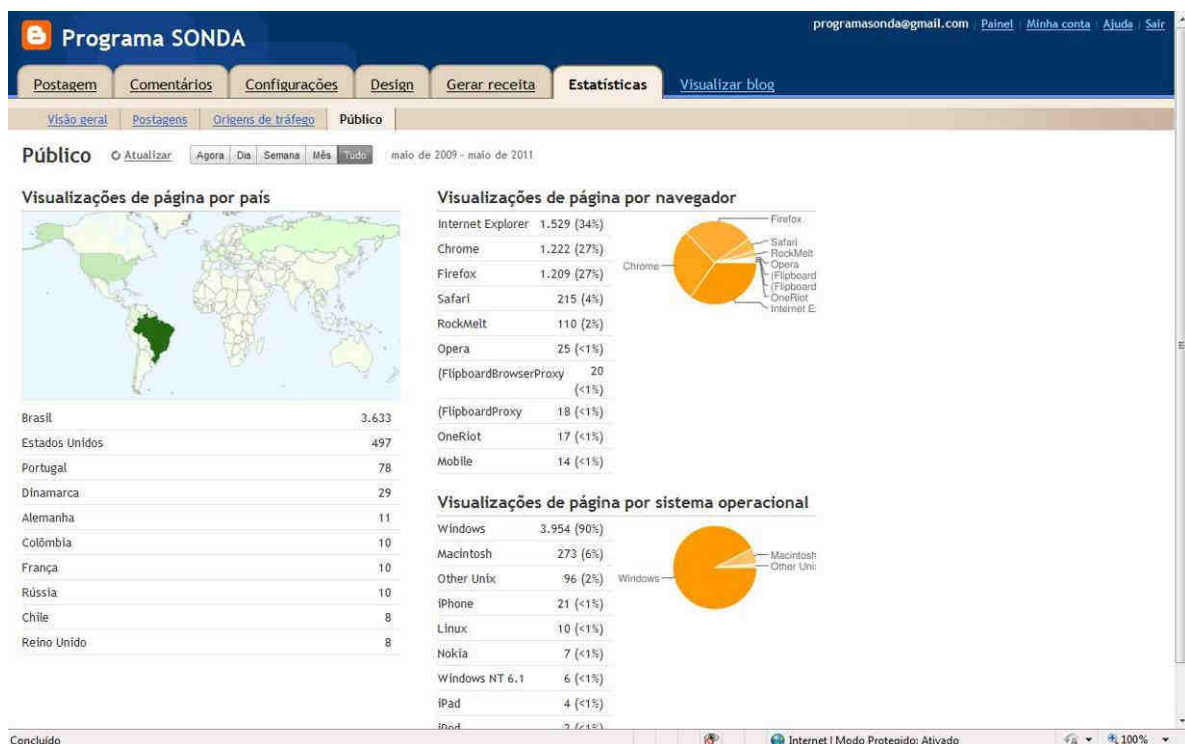


Gráfico 1 – Gráfico de visualizações do blog.

6 CONSIDERAÇÕES

De maneira dinâmica e moderna, o SONDA levou informação, cultura e entretenimento através das ondas do rádio e das mídias digitais. Nos seus trinta minutos de duração semanal, o programa discutiu uma grande variedade de assuntos relevantes dos campos da Comunicação e da Cultura e recebeu diversas personalidades e especialistas importantes em cada segmento, onde foram aprofundados os assuntos abordados pela equipe do projeto.

Através da parceria com o portal de comunicação digital GoGoJob o programa prestou um grande serviço de apoio a capacitação profissional, divulgando vagas e



oportunidades de trabalho para os profissionais e estudantes da área. Além de levar cada vez mais novidades do mercado.

Nas esferas tradicionais de ensino, especialmente falando do ambiente da sala de aula, torna-se muito difícil para os professores da Comunicação Social aprofundar assuntos tão emergentes e importantes para uma construção crítica do saber que envolve a interconexão com áreas co-relatas dessa formação, como a sociologia, filosofia, ética e artes.

Contudo, o programa SONDA além de discutir o conceito de produção cultural conseguiu conciliar ciência, teoria e prática. Os padrões culturais ou regras de conduta que "guiam nossa construção do saber estão restritas quase que exclusivamente ao ambiente de aula". Mas o programa SONDA ampliou essas relações integrando membros da sociedade que são partes de um grande elo de construção intelectual. Profissionais, pesquisadores, estudiosos, especialistas e a opinião pública participaram de assuntos relevantes do campo da Comunicação Social e aprofundaram os conceitos de diversas competências de formação profissional desta classe, que são tão importantes e impactantes na promoção da nossa cultura.

Os alunos que participaram do programa, além de exercer uma atividade de preparação profissional para o campo onde atuam, trabalham extensivamente conceitos de valorização de nossa cultura brasileira e pernambucana a partir de várias temáticas, destacadas em cada edição do programa. Em resumo, atingimos os objetivos propostos na elaboração do projeto, trazendo assim a sensação e a satisfação de um dever cumprido para todos os membros da equipe.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio:** Um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo : Summus, 2001.

MORIN, E. **Cultura de massas no Século XX.** Neurose I. O Espírito do Tempo. Rio de Janeiro. Forense: 1977

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia.* Bauru; SP: EDUSC, 2001

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia.* Rio de Janeiro, 1997.



APÊNDICES



Banner 1 - Banner de divulgação do programa



Foto 1 - Foto com o primeiro entrevistado, Roger de Renor, gerente geral da TV PE, que falou sobre a atual situação das rádios pernambucanas.



Foto 2 - Foto com Leo Falcão, diretor e roteirista cinematográfico, que falou sobre com anda o mercado pernambucano na área do cinema.



Foto 3 - Foto com Rodrigo Raposo, jornalista esportivo da TV Globo NE e Rafael Cabral, estudante de comunicação e ouvinte do programa que nos ajudou a realizar a entrevista.



Foto 4 - Foto com Roberto Fernandes, diretor executivo do Sistema Jornal do Commercio.



Foto 5 - Foto com Rodrigo Carreiro, que falou sobre crítica cinematográfica.