



Programa de Rádio Insonia

Cristinara ALVES
Marcelo AUGUSTO
Marina PEREIRA
Sandra REGINA

Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, MS.

RESUMO: O programa Insônia busca com o rádio, que ainda hoje apesar de toda tecnologia que dispomos a qualquer hora, é imensurável o poder de penetração que possui, levar entretenimento e fazer companhia as pessoas que sofrem de “insônia”. Uma pesquisa realizada pela Sociedade Brasileira do Sono mostra que 43% dos brasileiros têm distúrbios do sono (como a insônia). De uma forma não convencional utilizando o gênero humorístico e tendo como principal ferramenta a interatividade com o ouvinte, o programa é um misto de histórias do cotidiano contadas em um outro ponto de vista, humor sem compromisso e um pouco de humor crítico, e boas músicas. A intenção não é propor qualquer tratamento, mas fazer companhia, transmitir atenção e induzir a reflexão para que esse problema (com o sono) não se transforme em uma doença crônica.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Insônia; Comunicação;

INTRODUÇÃO

O rádio, meio que se popularizou após a Primeira Guerra Mundial, no Brasil fez papel de mocinho e vilão. Atualmente é um dos meios de comunicação mais utilizados, porque é um instrumento de baixo custo e pequeno porte, assim agrada quem investe no meio e quem recebe as mensagens radiofônicas. É também um aparelho que transmite som e que apresenta uma programação diversificada o que aumenta ainda mais o número de pessoas que escutam rádio.

No Brasil, o rádio é muito importante porque, em certas regiões do país, é o único veículo de comunicação que está presente, levando por todo o seu alcance informação, educação e diversão.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



McLuhan (1964) relatou em seu livro: “Os meios de comunicação, como extensão do homem”, um depoimento que levanta a importância que o rádio tinha, e sem dúvida continua a ter, cada vez com mais vigor.

“Quando ouço rádio parece que vivo dentro dele. Eu me abandono mais facilmente ao ouvir rádio do que ao ler um livro – declarou uma pessoa consultada, por ocasião de uma pesquisa de opinião sobre o rádio. O poder que tem o rádio se manifesta no uso que os adolescentes fazem do aparelho de rádio, durante seus trabalhos de casa.” (MCLUHAN, 1964 p.40)

O veículo é característico pela sua linguagem simples, coloquial ... popular. “A palavra falada envolve todos os sentidos intensamente” (MCLUHAN), através da linguagem podemos expressar todos os nossos sentimentos, dos mais simples como a alegria e tristeza aos mais profundos como o ódio, o amor ou o ressentimento...

A mobilidade que o veículo possui fez com que ele deixasse de ser meio de recepção coletiva e torna-se cada vez mais individual. Os emissores passaram a se comunicar para toda a audiência, como se estivessem falando para cada um dos ouvintes em particular.

“A palavra falada tem valor indiscutível, desempenhando sempre um papel fundamental nos processos, colaborando para a integração nacional e tornando-se o meio de comunicação mais popular e de maior alcance, em termos geográficos, culturais ou econômicos”. (RUAS, 2004 p.38)

O rádio tendo como sua principal ferramenta a voz é capaz de influenciar a audiência de uma maneira mais precisa. Sendo indiscutível sua funcionalidade quando se quer aproximar o ouvinte, quando se quer trabalhar as emoções do ouvinte. Já em relação ao humor: sempre se fez humor neste veículo, e sempre com muito sucesso, é uma

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



ferramenta que exige atenção, disponibilidade mental e a partir disso traz consigo inúmeras reações do ouvinte.

“O humor é necessário para a vida humana.” (S. Tomás de Aquino)

Da mesma maneira que o sono é essencial para o repouso corporal, também o humor é essencial para o repouso da alma.

Este gênero é muito explorado no Brasil e a audiência prova que é o gênero que mais é consumido no país, sendo assim também, mundialmente apreciado.

Com a realidade social que existe atualmente é inevitável não se referir a estresse, doenças psicológicas, mentais e etc. Os meios de comunicação de massa devem entreter, informar, divertir... mas nunca invalidar a responsabilidade que tem com a população em virtude da conquista da credibilidade que a ele é destinada desde de seu surgimento. Pensar em colaborar exercendo ou mesmo incentivando uma função social deveria ser tratado com mais atenção e cuidado, se tornando não um dever da comunicação de massa, mas sua principal missão (objetivo). A credibilidade que os veículos de comunicação possuem até os dias de hoje é incrível e certamente dispõe através deste, todo o poder de influenciar uma mudança social, nas mãos de quem pode decidir o conteúdo que será no veículo transmitido.

OBJETIVO

O rádio é o maior veículo de comunicação de massa, historicamente utilizado para mobilização de tantas sociedades, do nazismo a ditadura brasileira, da “inconseqüência” de Orson Welles ao “utopismo” de Roquete Pinto.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



Assim como quando o rádio surgiu ele ainda é a companhia de muitas pessoas. A proposta do programa radiofônico “Insônia” é utilizar a linguagem do humor com uma pitada de jovialidade, extroversão e originalidade, levando entretenimento e contribuindo com a motivação e auto-estima dos ouvintes, podendo desta forma induzir a reflexões sobre todas as interfaces do cotidiano.

JUSTIFICATIVA

“Ninguém duvida da importância do rádio hoje na sociedade brasileira, nem de sua capacidade de influenciar o comportamento das pessoas, de criar novos hábitos de consumo e de atender as demandas simbólicas por lazer, entretenimento, informação e companhia” (MEDITSCH, 1998, p 17).

O público alvo abrange jovens e adultos que sofrem com problemas psicológicos ou os que trabalham no período que o programa é veiculado (madrugada), porteiros, seguranças e etc. Estas pessoas em sua grande maioria são afetadas por um sintoma característico de problemas psicológicos que é a Insônia: “Ausência ou falta de sono” (definição por: Priberam: dicionário *online*). Segundo estudos da psiquiatra Adriane Siqueira, nem sempre a insônia é causada por problemas psicológicos, mas ela pode provocá-los. Ela também assegura que no período de insônia, que é quando as pessoas que não sofrem desta doença não estão em atividade, o doente fica assim exposto a todos os pensamentos levando-os as crises mais graves de estresse e ansiedade. “Os surtos de insônia prolongados podem ser muito estressantes e podem fazer com que sua depressão fique muito mais difícil de agüentar.” (MCKENZIE, 2001).

A proposta do programa é fazer com o que o ouvinte não se sinta sozinho, entenda que tem alguém com quem conversar. Se acordar durante a madrugada pode ligar o rádio e não se sentirá só. Pode dizer absolutamente tudo sem ser julgado de qualquer

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



maneira, tendo a opção de permanecer no anonimato, se preferir. Os roteiros pretendem resignificar um conceito que existe no dia a dia dando-lhe uma grande ênfase e ainda colocando-o em outro contexto, o roteiro é bem humorado, mas sempre com uma “lição de moral”, equiparando-se a um “conto de fada”.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foi proposto em uma disciplina a construção de um programa radiofônico piloto. Ao chegar-se ao objetivo iniciou-se uma pesquisa sobre o possível público alvo, e por conseqüência pode-se definir a estrutura da narrativa, conteúdos que poderiam e/ou deveriam ser abordados no produto que foi gravado como etapa final do processo de estudo do estilo de comunicação proposto no projeto.

Para chegar ao produto final foi feito um levantamento e estudo dos gêneros que pudessem ser utilizados, sendo que o qual mais se adequou a proposta foi o gênero humorístico. Se construiu a estrutura de um programa comercial, um breve levantamento e estudo de doenças psicológicas foi fundamental para isto. Logo após, foi realizada uma pesquisa com o público alvo, quanto ao gênero musical que seria bem aceito no horário proposto. Aproximadamente 100 (cem) pessoas responderam ao questionário de pesquisa, concluindo que os gêneros musicais mais aceitos na proposta foram: o sertanejo, a MPB e o pop nacional e internacional.

Ainda utilizou-se métodos de pesquisa e trabalho em grupo em reuniões de pré-produção, a equipe de roteiro construiu os quadros, preparou a personagem e montou o *playlist*... A equipe técnica construiu a identidade sonora do programa e o produto final foi gravado ao vivo, sem pós-produção (edição).

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O programa é dividido em apenas 02 (dois) blocos de aproximadamente 20 (vinte) minutos, contando com quadros musicais, *short shows* e quadros que permitem a interatividade (o qual recebe a principal ênfase).

Já se tornou impossível conceber um mundo sem a Internet. Portanto, sua utilização é inevitável. Para interatividade com o ouvinte é extremamente explorado recursos da rede mundial de computadores.

BLOCO I

...Bom remédio (quadro musical): onde tocam quatro músicas intercalando-se aos outros quadros do bloco.

Sem papas na língua.

Quadro onde o ouvinte do programa pode enviar áudios gravados em qualquer computador caseiro, celular, câmera fotográfica... e enviados por MSN ou e-mail, os ouvintes podem dizer o que realmente querem dizer, nenhum áudio é censurado e a locutora não os escuta antes do programa ir ao ar, podendo assim os responder o mais espontaneamente possível.

É ridículo mais eu decorei (quadro interativo): Quem nunca se pegou repetindo algum bordão da TV ou do rádio, ou nunca saiu cantando o jingle de um comercial, mesmo uma música, a qual considera ridícula, ruim...? Esse quadro abre espaço para que o ouvinte se divirta enviando áudios via MSN ou e-mail gravados em seu computador caseiro, celular, câmera fotográfica... que considere “ridículo”.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



BLOCO II

...Bom remédio (quadro musical): onde tocam três músicas intercalando-se aos outros quadros do bloco.

Bicha Muda (*short show*): Baseado em um *podcasting* do site de compartilhamento de vídeos “*youtube*”, a “Bicha Muda” é um homossexual com deficiência na fala que gosta de estar na mídia. Ela vive experiências corriqueiras que se dificulta pela sua deficiência. A antagonista é a mesma em todos os episódios e se divide em inúmeros papéis, nunca se pode ter certeza do que a “bicha muda” está querendo na situação, mas a antagonista tem certeza do que a “bicha muda” quer e/ou precisa em todas as situações, mas como já foi dito ela é muda e nunca se pode ter certeza se a antagonista acertou o que a bicha queria e/ou precisava.

Plantão Orkut (*short show*): Quem nunca observou a vida alheia e saiu dando notícias que atire a primeira pedra.

As notícias mais “inúteis” do site de relacionamentos do Google, Orkut.

CONSIDERAÇÕES

Durante o dia estamos expostos a uma infinidade de informações em uma velocidade nunca antes imaginada. A dificuldade em conciliar uma noite tranquila de sono, e uma vida agitada é presente na vida de 70 milhões de brasileiros que sofrem de doenças psicológicas. Muitas vezes o que as pessoas precisam não são conselhos carregados de ideologias, e sim, um pouco de atenção e momentos divertidos para conseguir se libertar de boa parte das preocupações do cotidiano

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



Propôs-se com esse produto resgatar a “alma” do rádio, mostrando que o comercial que tanto é imposto nos dias de hoje, pode caminhar junto com o aspecto social, que ainda há possibilidade de humanizar o veículo sem perder as características comerciais e que se pode voltar com um olhar humano, responsável e digno, fazendo a diferença na relação profissional ouvinte.

Da era de ouro do rádio ao advento da internet quem detém a comunicação detém o poder nas mãos e algumas vezes felizmente outras infelizmente podem influenciar pessoas ao ponto de modificar ideologias, costumes e atitudes de uma sociedade inteira.

“O rádio (...) arma que mobiliza, induz, liberta ou escraviza” (ORTRIWANO, 1985).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação do cômico. Lisboa: Guimarães Editores, 1960.

MARQUES, Heitor Romero et al. **Metodologia da Pesquisa e do Trabalho Científico**. Campo Grande: UCDB, 2006

MCKENZIE, Kwame. **Guia de Saúde Familiar**: Depressão. São Paulo: Ed.Três LTDA, 2001.

MCLUHAN, Marshall Hebert. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cutrix, 1964.

MEDITSCH, Eduardo. **Rádio e Pânico**: A guerra dos mundos: 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998

ORTRIWANO, Gisela Swetlana – **A Informação no rádio**: Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: 4ª Ed. Summus, 1985

RUAS, Claudia Mara Stapani. **Rádio Comunitária: uma estratégia para o desenvolvimento local**. Campo Grande: UCDB, 2004.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email:cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com



Significados: **Insônia**. Obtido via internet: www.priberam.pt/DLPO/. Acesso em 06 de outubro de 2008. 12h47min.

SIQUEIRA, Adriana. **Insônia e doenças psiquiátricas**. Obtido via internet: www.drashirleydecampos.com.br . Acesso em 06 de outubro de 2008. 14h01min.

SOCIEDADE BRASILEIRA DO SONO. **Informações sobre o sono**. Obtido via internet: www.sbsono.com.br . Acesso em 06 de outubro de 2008. 14h05min.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria: Audiovisual. Modalidade: Programa avulso de áudio/rádio - variedades.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV - UCDB, Cristinara Alves. email: cristinaraalve@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV Claudinei Pecois. Email: claudineipecois@gmail.com