

UMA RÁDIO UNIVERSITÁRIA RECONFIGURADA: A EXPERIÊNCIA DA EMISSORA CRIADA PELO EDUCADOR PAULO FREIRE

A UNIVERSITY RADIO RECONFIGURED: THE EXPERIENCE OF THE STATION CREATED BY THE EDUCATOR PAULO FREIRE

UNA RADIO UNIVERSITARIA RECONFIGURADA: LA EXPERIENCIA DE LA RADIO CREADA POR EL EDUCADOR PAULO FREIRE

Giovana Borges Mesquita

■ Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco(UFPE), com estágio doutoral na área de Jornalismo, na Universidade Pompeu Fabra, em Barcelona(ES). Professora permanente do PPGCOM da UFPE e professora adjunta do curso de Comunicação do CAA/UFPE. Autora do livro *Intervenho, logo existo: a Audiência Potente e as novas relações no Jornalismo (Insular)*.

■ *Doctora en Comunicación por la Universidad Federal de Pernambuco (UFPE), con pasantía doctoral en el área de Periodismo, en la Universidad Pompeu Fabra, en Barcelona (ES). Profesora permanente del PPGCOM de la UFPE y profesora asistente del curso de Comunicación del CAA/UFPE. Autora del libro *Intervengo, luego existo: la Audiencia Potente y las nuevas relaciones en el Periodismo (Insular)*.*

■ E-mail: giovana.mesquita@ufpe.br

Gustavo Cabrera Christiansen

■ Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com bolsa da FACEPE. Graduado em Ciências da Comunicação na Universidade de Buenos Aires (Argentina). Participa do projeto de pesquisa e extensão "A rádio que Paulo Freire sonhou" e da Rádio Paulo Freire.

■ *Es estudiante de la maestría en Comunicación en el programa de Posgrado de la Universidad Federal de Pernambuco (UFPE), con beca de la FACEPE. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Participa del proyecto de investigación y extensión "La radio que Paulo Freire soñó" y de la Rádio Paulo Freire.*

■ Email: gustavo.cabrera@ufpe.br



RESUMO

O artigo é um relato de experiência da rádio universitária brasileira Paulo Freire, que em 2023 completa 60 anos, analisando como ela se reconfigurou, reinventando suas rotinas profissionais, formatos e modos de circulação, para enfrentar a desinformação sobre a Covid-19. A emissora AM transbordou para as mídias sociais, convocou a audiência para compartilhar seus conteúdos, apostou em diferentes formatos e uniu forças com diversos grupos na luta contra a desinformação. O artigo também é um resgate histórico para que experiências como essa não se percam nas reflexões sobre o rádio, que se reconfigura, mantendo-se vivo e cada vez mais firme.

PALAVRAS-CHAVE: RÁDIO PAULO FREIRE; RÁDIO EXPANDIDO; PANDEMIA; DESINFORMAÇÃO.

ABSTRACT

The article is an experience report from Brazilian university radio Paulo Freire, which turns 60 in 2023, analyzing how it reconfigured itself, reinventing its professional routines, formats and modes of circulation, to face misinformation about Covid-19. The AM broadcaster spilled over to social media, called on the audience to share its content, invested in different formats and joined forces with different groups in the fight against misinformation. The article is also a historical review so that experiences like this are not lost in reflections on radio, which is reconfiguring itself, remaining alive and increasingly firm.

KEY WORDS: RADIO PAULO FREIRE; EXPANDED RADIO; PANDEMIC; DISINFORMATION.

RESUMEN

El artículo es un relato de experiencias de la radio universitaria Paulo Freire, que en 2023 completa 60 años, y analiza cómo ésta se reconfiguró, recreando sus rutinas profesionales, formatos y modos de circulación, para enfrentar la desinformación sobre el Covid-19. La emisora AM desbordó para los medios sociales, convocó la audiencia para compartir sus contenidos, apostó en diversos formatos y unió fuerzas con otros grupos en la lucha contra la desinformación. El artículo también es un rescate histórico para que las experiencias como ésta no se pierdan en las reflexiones sobre la radio, que se reconfigura, manteniéndose viva y firme.

PALABRAS CLAVE: RADIO PAULO FREIRE; RADIO AMPLIADA; PANDEMIA; DESINFORMACIÓN.



1. Introdução

No Brasil, a pandemia da Covid-19¹ somou-se a diversas crises: sanitária, política, informativa, humanitária, com reflexos até hoje. Entre mortes, desgoverno, desinformação, a comunicação pública tentava fazer chegar à população, sobretudo a de contextos populares, informações confiáveis, que lhe protegesse da doença, da morte e da fome.

Uma dessas experiências de comunicação pública foi realizada pela Rádio Universitária Paulo Freire AM 820 khz, uma emissora da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), sediada no Nordeste do Brasil.

O artigo se propõe a relatar a experiência dessa rádio universitária brasileira, que em setembro de 2023 completa 60 anos, no enfrentamento à desinformação sobre a Covid-19. Mesmo com estudantes e professores tendo que trabalhar de casa, no início da pandemia, a rádio uniu esforços com cursos de Comunicação, por meio de projetos vinculados a mídias sonoras, além de comandar uma equipe de professores para produzir programas que levassem informação a diferentes públicos. Foi um momento da rádio reinventar suas rotinas profissionais, formatos e modos de circulação.

A sexagenária rádio, uma emissora de Amplitude Modulada (AM) ainda em processo de migração para a Frequência Modulada (FM), transbordou para as mídias sociais, dentro do que Kischinhevsky (2016) considera rádio expandido, fazendo veicular suas produções pelo *WhatsApp*, disponibilizando conteúdos em plataformas de *streaming*, sem deixar de ser

veiculada pelo dial. Também dialogou com o conceito de rádio hipermediático (Debora Lopez, 2010), sendo multimídia, mas mantendo sua centralidade no áudio.

Metodologicamente, o artigo é um relato de experiência sobre três produções veiculadas durante a pandemia na RPF: os *spots Manda no Zap* e as radionovelas *Auto da Compadecida em tempos de pandemia* e *Santos Conectados no combate à Covid-19* que foram conteúdos pensados para diminuir a desinformação sobre a pandemia. Para Mussi *et al* (2021, online), o relato de experiência: “é um tipo de produção de conhecimento, cujo texto trata de uma vivência acadêmica e/ou profissional em um dos pilares da formação universitária (ensino, pesquisa e extensão), cuja característica principal é a descrição da intervenção”.

Além do relato de experiência, o artigo também é construído a partir de uma pesquisa documental, que segundo Fonseca (2002, p.32) “recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão”, para refletir sobre a contribuição de uma emissora que nasce nessa perspectiva de democratização da cultura e que se fez presente num momento no qual as emissoras de rádio registraram alta credibilidade, com 69% dos entrevistados afirmando confiar no meio para se manter informado (Kantar Ibope, 2021).

Pensar nas produções da RPF num contexto de crise se acena para o que Balsebre (2013) destaca sobre a importância de as emissoras de rádio reconhecerem o poder do som, como essencial para as vidas de muitas pessoas. Mas é preciso uma programação melhor, orientada a uma audiência que seja capaz de valorizar o som como uma questão essencial. Por fim, o artigo é também um resgate histórico para

1 O primeiro caso de contaminação pelo novo coronavírus foi registrado no final de fevereiro de 2020, no Brasil, sendo março o mês que registrou a primeira morte pela doença, que teve início na China, no final do ano de 2019. O vírus de rápida disseminação já tinha ocasionado cerca de 120 milhões de mortes no mundo até abril de 2020 (WERNECK; CARVALHO, 2020).



que experiências como essa não se percam nas reflexões sobre o rádio, que se reconfigura, mantendo-se vivo e cada vez mais firme.

2. A “rádio de Paulo Freire”: um pouco de história

Ao falarmos da RPF precisamos trazer um pouco da história da emissora². A Universitária AM 820 foi criada quando o educador Paulo Freire³ esteve à frente do Serviço de Extensão Cultural da Universidade de Recife (SEC/UR), que era constituído por um setor de educação, um setor de artes e outro de comunicação. O SEC/UR depois veio a se transformar na Pró-Reitoria de Extensão da UFPE, hoje Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (Proexc).

Denominada Rádio Universidade, a emissora fazia parte de um projeto educacional liderado pelo educador brasileiro Paulo Freire, a convite do Reitor João Alfredo de Costa Lima da Universidade do Recife (atualmente UFPE). O projeto era centrado na valorização da cultura e de saberes populares, e, nele, o rádio tinha papel importante.

No ano de 1962, começaram as transmissões experimentais da Rádio Universidade, mas somente no dia 29 de setembro de 1963, sob

a direção do poeta José Laurenio de Melo, aconteceu a primeira transmissão oficial da Rádio Universidade. Pelo seu caráter cultural e pedagógico, a programação da Universidade AM, uma das primeiras emissoras universitárias do Brasil, se diferenciava das rádios comerciais da época. Com o golpe militar em 1964, a direção da rádio mudou drasticamente. Paulo Freire foi preso, exilando-se no Chile, e posteriormente, na Suíça. O diretor foi demitido, assim como outros profissionais vinculados à Rádio e ao Serviço de Extensão Cultural da Universidade de Recife (SEC/UR). O perfil da programação da emissora passou a dar ênfase à música erudita.

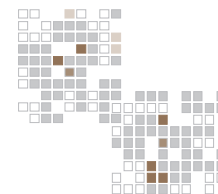
No final da década de 1960 e início da década de 1970, a rádio funcionava em uma sala na TV Universitária. Todos os programas eram gravados e levados de camionete da TV - instalada numa região central do Recife- para a Cidade Universitária, onde estavam o transmissor e a antena da rádio. Para facilitar essa transmissão da AM, foi solicitado ao Ministério das Comunicações um sinal de FM fechado que permitisse estabelecer um enlace entre a sala da rádio - no prédio da TV com o local do transmissor. Com a portaria nº 412, de 1974, o Ministério das Comunicações outorgou um canal de FM aberta, dando vida a Universitária FM, que iniciou suas transmissões oficiais em 1979.

A rádio Universitária AM saiu do ar no ano de 1984 e voltou a transmitir somente em 1999, já no estúdio localizado por trás da Reitoria da UFPE.⁴ Em abril de 2011, houve problemas com o transmissor e novamente saiu do ar e as emissões só foram reiniciadas em 2016, em caráter experimental, espelhando a programação da Universitária FM, até o ano de 2018, quando foi formado um Grupo de Trabalho com o objetivo

2 Parte das informações sobre a história da Rádio Universidade AM até a mudança de nome em 2018, foram extraídas do projeto de pesquisa e extensão “A rádio que Paulo Freire sonhou” que está em andamento e conta com a coordenação da professora Yvana Fechine (UFPE) e vice-coordenação da professora Paula Reis (UFPE).

3 Considerado o patrono da educação brasileira, Paulo Freire nasceu no Recife (Pernambuco, Brasil) em 1921. Freire se formou em Direito na Universidade do Recife, instituição em que foi Diretor do Serviço de Extensão Cultural, entre 1962 a 1964. A partir da sua experiência na alfabetização de adultos, foi convidado para coordenar o Programa Nacional de Alfabetização, que logo levaria seu nome. Com o golpe militar de abril de 1964, foi perseguido e preso. Após 15 anos de exílio, voltou para o Brasil, assumindo a Secretaria de Educação de São Paulo. Faleceu em 1997, deixando um importante legado para a educação. Tem diversas obras publicadas, entre elas: *Educação como prática da liberdade*, *Pedagogia do oprimido*, *Pedagogia da esperança* e *Pedagogia da autonomia*.

4 A RPF funcionou até o final de outubro de 2023 em um prédio por trás da Reitoria da UFPE. No dia 8 de novembro de 2023, a rádio passou a funcionar no Centro de Artes e Comunicação da UFPE.



de restabelecer a atividade da Universitária AM. Nesse momento, o GT definiu a mudança do nome: Rádio Paulo Freire. Essa mudança esteve relacionada tanto com o resgate da história da emissora, como com o desejo de convertê-la numa rádio escola.

Em 2019, a RPF retomou suas transmissões diárias com produção própria. Eram produzidas seis horas de programação diária, sendo realizadas por: estudantes voluntários, bolsistas e a equipe de gestoras; a comunidade acadêmica; outras emissoras universitárias, e a sociedade civil através da chamada pública (Cecília Lima *et al*, 2021).

Com pouco tempo de atividades como RPF, aconteceu a pandemia da Covid-19. Devido às medidas de proteção e enfrentamento à pandemia, o funcionamento da emissora se viu interrompido mais uma vez. Em Pernambuco, as atividades presenciais da UFPE foram paralisadas no dia 16 de março de 2020.

3. A Paulo Freire e sua programação na pandemia

Com o desafio de criar uma programação para uma população, em busca de “orientações e soluções”, em meio a um cenário de **des**governo (grifo nosso) de um político de extrema direita, a RPF apostou numa programação voltada para a divulgação científica, e para o combate à desinformação em torno da pandemia (Lima *et al*, 2021).

A reformulação do trabalho de produção e transmissão foi um desafio. Entre a paralisação das atividades na UFPE e a primeira transmissão da RPF, em formato remoto, passaram-se 45 dias. Nesse tempo, enquanto espelhava a programação da Universitária FM, a equipe se debruçava sobre as possibilidades e condições técnicas para a produção dos programas em formato remoto. Nesse período, a RPF aprovou um projeto em um edital da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (Proexc/UFPE) que possibilitou a incorporação

de seis novos bolsistas para a produção de conteúdos, já nesse formato “home office” (Lima *et al*, 2021).

O *Saúde é o tema*, baseado em entrevistas com profissionais da saúde, que já era da grade de programação passou a ser o carro chefe da emissora, sendo veiculado ao vivo pelos perfis de *Youtube* e de *Facebook* da rádio, reprisado tanto na AM como na FM.

A partir das entrevistas do *Saúde é o tema* eram produzidos outros conteúdos denominados de *Interprogramas*, com duração média de três minutos. Também era feito o *Momento Saúde*, que foi concebido em formato audiovisual, pensado para ser exibido, tanto na TV, como pelo rádio. Outra produção que contou com participação de parte da equipe da RPF foi o *Coronavírus em xeque*, uma série de *podcasts* e *drops* produzidos, a partir do projeto *Observatório de Mídias de Conteúdos Informativos sobre Covid-19*.

Nesse período também foram criados os *spots Manda no Zap*. Inicialmente denominados de “spots comunitários”, um grupo de estudantes da RPF começou a produzir áudios de curta duração (até um minuto) voltados às populações das comunidades e periferias e da Região Metropolitana do Recife. Ao mesmo tempo em que a RPF reunia professores e estudantes do Recife para a fazer as produções pandêmicas, ela convocava professores de outros *campi* que trabalhassem com mídia sonora para juntar esforços na luta contra a desinformação. Uma dessas parcerias foi firmada com professoras do curso de Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste (CAA), da UFPE, sediado em Caruaru. Neste artigo, relataremos a experiência do *Manda no Zap* e das radionovelas *Auto da Compadecida em tempos de pandemia* e *Santos Conectados no combate à Covid-19* que foram conteúdos sonoros pensados para diminuir a desinformação sobre a pandemia da Covid-19, com uma distribuição em aplicativos de mensagens, como o *WhatsApp* ou *Telegram*,



veiculação pelo *dial* da RPF e armazenamento em plataformas de *streaming*. Nesse sentido, podemos considerar que a RPF adotou uma estratégia de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), ampliando sua abrangência para além do espectro eletromagnético, fazendo circular seus conteúdos em aplicativos multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz, disponibilizando-os como *podcast* no *site* da emissora e também em plataformas de *streaming* de áudio.

4. Contra a desinformação, rádio

Cláudia Galhardi *et al* (2020) lembram que a disseminação de informações falsas e a cultura da desinformação na área de saúde, embora acentuada na pandemia da Covid-19, já foram vistas no Brasil em outros momentos não muito distantes, como em 2008, quando no momento do surto de febre amarela em algumas capitais brasileiras, disseminavam-se informações de que a doença seria uma farsa criada para vender vacinas e que mutações do vírus afetavam a eficácia da vacina. A meta do Ministério da Saúde era vacinar 80% da população brasileira à época, mas somente 55% aderiram à campanha. Segundo a OMS, as notícias falsas podem ter sido umas das causas que influenciaram para que a meta não fosse atingida (Galhardi *et al*, 2020).

Com a Covid-19, havia várias lutas e uma das mais desafiadoras era conseguir que o próprio presidente da República, não disseminasse notícias falsas. No país **desgovernado** (grifo nosso) por Jair Bolsonaro⁵, milhões de brasileiros

ouviram o presidente relacionar, por exemplo, a vacina contra o coronavírus ao desenvolvimento de *Aids*, o que levou a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pandemia, em outubro de 2021, concluir que Bolsonaro foi o líder e o porta-voz da comunicação enganosa durante a crise sanitária de Covid-19 e que a campanha de desinformação teve consequências diretas no agravamento dos riscos de saúde para os brasileiros.

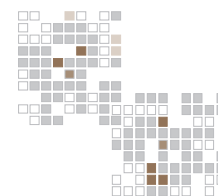
Para Henriques (2018), a velocidade da disseminação de notícias falsas na área da saúde ocorre porque uma parcela da população não recebe informação adequada sobre os problemas de saúde que a afetam, pela falta de credibilidade nas autoridades sanitárias, e pela ansiedade que causam as notícias sobre doenças e epidemias.

Nelia Del Bianco *et al* (2022) observam, a partir do estudo da Avaaz (2020), que nove em cada dez brasileiros viram pelo menos uma informação falsa sobre a Covid, e sete em cada dez acreditaram em um conteúdo desinformativo sobre a pandemia.

No cenário pandêmico, a desinformação esteve ainda mais presente no cotidiano dos brasileiros. Wardle (2020, p.10) define a desinformação como “um conteúdo intencionalmente falso e criado para causar danos. É motivado por três fatores distintos: ganhar dinheiro; ter influência política, internacional ou nacional; ou causar problemas por causa disso”. Para compreender a complexidade do fenômeno da desinformação, Wardle (2020) acrescenta dois outros termos: as mesinformações, que “descrevem conteúdo falso, mas a pessoa que compartilha não percebe que é falso ou enganoso” e a malinformações, que “descrevem informações genuínas que são compartilhadas com a intenção de causar danos”.

Mas apesar de todo esse emaranhado de notícias falsas e de desinformação no cenário midiático, reverberado principalmente pelas redes sociais, as emissoras de rádio registraram na pandemia alta na credibilidade, com 69% dos

⁵ Jair Bolsonaro foi eleito em outubro de 2018 presidente do Brasil com 57.797.847 dos votos, 55,13% do eleitorado brasileiro, pela Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB). Em 2021, no relatório da Comissão Parlamentar de Inquérito da pandemia foi acusado formalmente de ter cometido nove crimes: prevaricação; charlatanismo; epidemia com resultado morte; infração a medidas sanitárias preventivas; emprego irregular de verba pública; incitação ao crime; falsificação de documentos particulares; crime de responsabilidade e crimes contra a humanidade (Agência Senado, 2021).



entrevistados afirmando confiar no meio para se manter informado (Kantar Ibope, 2021).

Apostando nessa força do rádio, as produções dos “spots comunitários” e das radionovelas veiculadas pela RPF tinham como propósito informar sobre o que estava acontecendo num momento de mortes e do que Del Bianco *et al* (2022) chamam de “pandemia da desinformação”.

4.1. Manda no Zap

Os primeiros áudios dos “spots comunitários” *Manda no zap* foram produzidos em maio de 2020. Com linguagem coloquial, utilizando o *bregafunk*⁶ como música de fundo, esses conteúdos radiofônicos informavam sobre formas prevenção à Covid-19 e além de veicular na RPF eram enviados por uma lista de transmissão do aplicativo *WhatsApp*, visando atingir o público das periferias contando com a intermediação de mídias comunitárias, movimentos sociais e lideranças territoriais. Os áudios eram acompanhados de um pequeno texto com *emoticons*⁷ que apresentavam o conteúdo e solicitavam o compartilhamento. A escolha do *WhatsApp* foi devido à possibilidade de utilizar o aplicativo de uma forma massiva, com um formato de áudio, que podia chegar a pessoas alfabetizadas ou não. Além do envio pela lista, para as bicicletas de som que circulavam nas comunidades, o *Manda no Zap* foi disponibilizado no *site* da RPF como *podcast*, num investimento da rádio em novas formas de circulação dos conteúdos.

Além da alteração na circulação dos conteúdos, as rotinas profissionais também mudaram. A

reunião semanal (*on-line*) era imprescindível para organizar as pautas, mas toda a produção e planejamento da emissora foi disponibilizada em uma planilha no *drive* da rádio para que os/as participantes do projeto tivessem acesso de suas casas.

No *Manda no Zap*, os/as bolsistas pesquisavam, roteirizavam, gravavam e editavam os *spots* de suas casas. Havia o momento da reunião para discussão das pautas, mas também era utilizado um grupo de *WhatsApp* para adiantar e propor as pautas. Cada estudante fazia a pesquisa e escrevia o roteiro, que era compartilhado como arquivo do *googledocs* para ser revisado e corrigido pela professora responsável. Depois eram gravados e editados os *spots*, sendo enviados por *e-mail*, para as rádios educativas, públicas e comunitárias e para coletivos de comunicação. Na semana seguinte, os áudios eram compartilhados com lideranças comunitárias, agentes comunitários e populares de saúde⁸, pela lista de transmissão. A ideia era que as pessoas e organizações que recebiam os conteúdos compartilhassem com seus vizinhos/as, moradores/as das comunidades e periferias.

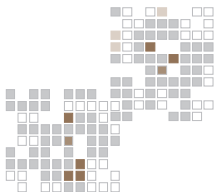
O trabalho remoto possibilitou a participação, para a criação desses conteúdos, de um grupo de estudantes e professores de Geografia e Ciências da Informação da UFPE. A partir de um levantamento feito em territórios de maior vulnerabilidade (Lima *et al*, 2021), se incorporaram novas temáticas e uma maior diversidade de vozes nos áudios.

Durante o ano de 2020, o *Manda no Zap* produziu oito *spots* (de um total de 101) que foram realizados especificamente para combater *fake news*. São eles:

6 Hibridismo entre o Brega recifense, o Funk carioca e o Tecnobrega paraense (Jacira Gomes, 2013).

7 Os *emoticons* são pequenas ilustrações usadas para transmitir uma ideia, um sentimento ou uma emoção. Essas representações são muito utilizadas em comunicações *on-line*, como redes sociais e aplicativos de mensagens. Disponível em: <https://www.significados.com.br/emojis-emoticons/> Acesso em: 13 set. 2023.

8 Os Agentes Populares de Saúde e as *Bikes* da Saúde foram iniciativas vinculadas ao projeto “Mãos Solidárias Pernambuco” que reuniu uma diversidade de coletivos e movimentos sociais para realizar ações de solidariedade na Região Metropolitana do Recife (Lima, 2021).



- Spot 020 - Como identificar *fake news*.
- Spot 037 - Tratamento falso para Covid.
- Spot 039 - Bodega de Seu Mané - *fake news*.
- Spot 056 - Sol forte mata corona?
- Spot 060 - Somente imunidade protege da Covid.
- Spot 064 - Bodega de Seu Mané - Tomar cloroquina cura Covid?
- Spot 087 - Termômetro infravermelho.
- Spot 100 - *Fakes* sobre vacinas.

O primeiro *spot* *Como identificar fake news* apresenta, com uma linguagem informal e com utilização de gírias (“babadeira”, “rolê”, “manas”) uma série de procedimentos simples para identificar uma *fake news*. Os spots 037, 056, 060 e 087 visavam desmentir algumas das *fake news* que circularam durante o primeiro ano da pandemia. Após desmentir as informações falsas que não contavam com nenhum tipo de evidência científica, os três primeiros *spots* indicavam que as únicas medidas de proteção eram o uso de máscaras, o distanciamento social e a higiene das mãos. Naquele momento (ano 2020), ainda não havia imunizante disponível para a Covid-19. Quando a vacina contra a Covid-19 chegou, a equipe do *Manda no Zap* produziu um áudio (Spot 100) que desmentia as *fake news* sobre as vacinas, a partir de informações da Organização Mundial de Saúde (OMS). O *spot* também indicou a presença de outra pandemia, a da desinformação.

A *Bodega de Seu Mané* foi um conteúdo diferenciado dentro do *Manda no Zap*. O *spot* foi idealizado por um bolsista da RPF. Com música instrumental de fundo⁹, os áudios se desenvolviam, a partir de um diálogo ficcional, com um tom bem-humorado, dentro de uma

bodega (pequeno mercado onde se vendem diversos produtos). O diálogo acontecia entre o dono da Bodega, Seu Mané, e seu amigo e freguês, Chico, que sempre chegava na bodega com alguma dúvida e/ou questionamento respondido e resolvido por Seu Mané. A duração dos episódios era um pouco maior que o padrão dos outros áudios do *Manda no Zap*: os dois *spots* da Bodega de Seu Mané analisados têm duração de 1:41 e 1:42 minutos.

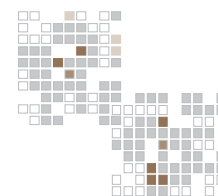
Nos dois *spots* da Bodega de Seu Mané que tratavam diretamente sobre *fake news*, Chico trazia a questão da Cloroquina como possível cura para a Covid-19. Além de desmentir que a Cloroquina curava o coronavírus e alertar para seus efeitos colaterais, mais uma vez o áudio apontava para os cuidados imprescindíveis para evitar o contágio: o uso de máscaras e a lavagem das mãos. Como no *spot* que “ensina” a identificar *fake news*, são apresentados para o/a ouvinte a necessidade de realizar um procedimento básico como a checagem da fonte da informação.

4.2. Santos Conectados no combate à Covid-19

Como aconteceu com o *Manda no Zap*, a radionovela *Santos Conectados no combate à Covid-19* foi realizada no início da pandemia, no curso de Comunicação da UFPE, no CAA/UFPE, sediado na cidade de Caruaru-PE. Dentro de uma perspectiva de rádio expandido remediado pelos meios digitais, a radionovela foi criada nessa perspectiva de escuta em ondas médias (AM), pela RPF, com transbordamentos pelo *WhatsApp* para chegar a população de locais diversos, inclusive aqueles considerados “desertos de notícias”. Estando disponível também em plataformas de *streaming* de áudio.

Esse “rádio expandido, remediado pelos meios digitais, pode oferecer não apenas seus elementos sonoros tradicionais – voz, música, efeitos –, mas também imagens, vídeos, gráficos, *links*

⁹ A utilização da música forró como BG (*background* ou música de fundo) remete ao interior do estado de Pernambuco. Música característica das festas de São João, que acontecem no mês de junho no Brasil.



para *blogs* e toda uma arquitetura de interação” (Kischinhevsky, 2016, p. 133). Nesse sentido, o grupo que coordenou o projeto da radionovela pensou também na produção de materiais gráficos como: capas dos episódios para veiculação no *streaming*, divulgação nas redes sociais e no *WhatsApp*; cartazes em formato de bandeirolas juninas com mensagens sobre prevenção da doença, *cards* para divulgação no *Instagram* e uma História em Quadrinho (HQ), adaptando a radionovela para a mídia impressa. Os textos que eram divulgados nas redes sociais traziam curiosidades sobre os santos e mensagens nas quais os santos reafirmam a necessidade de ficar em casa, como forma de prevenção à Covid-19.

Todo o projeto foi realizado de maneira remota devido ao isolamento físico, o que mudou a rotina da produção, exigindo a incorporação do *WhatsApp* para o envio dos *scripts*, recebimento dos áudios, direção de radioatores e radioatrizes; além da inclusão de serviços de comunicação por vídeo, a exemplo do *Google Meet* para reuniões com a equipe.

A equipe também não dispunha dos estúdios para a gravação dos diálogos entre radioatrizes e radioatores, separados por quilômetros de distância, uma vez que o curso de Comunicação, sediado na cidade de Caruaru, tem sua composição formada, majoritariamente, por estudantes moradores de cidades vizinhas, e que no momento da pandemia regressaram para as suas casas.

O processo de produção foi dividido em sete etapas:

1. A criação da radionovela, que contou com a produção do texto autoral, do *script*, da escolha e direção dos radioatores e radioatrizes, da gravação das falas, sonorização, edição do conteúdo e montagem;
2. A produção da HQ, que teve a adaptação do texto da radionovela, a criação

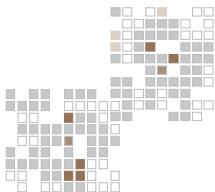
dos personagens, ilustração, edição e finalização;

3. Produção das bandeirolas de cada santo junino;
4. Elaboração de textos para *Instagram* e de capas para episódios e *cards*;
5. Postagens no *Instagram* que englobaram a produção visual e de texto;
6. Envio para grupos de *WhatsApp*, para a Rádio Paulo Freire e para rádios comunitárias;
7. Disponibilização da radionovela em plataforma de *streaming* de áudio.

Dentro de uma narrativa criada para uma aproximação entre cada santo junino e seus fiéis foram tratadas várias temáticas que serviam de orientação sobre os cuidados que deviam ser tomados, que iam desde a formas de não pegar a doença até situações agravadas pelo isolamento, como é o caso da violência doméstica.

No total, foram produzidos quatro episódios da radionovela, que circulavam junto com as quatro edições das HQs, intituladas: *Não tem festa no interior; Amor em tempos de pandemia; É São João quem está dizendo: esse ano, a festa é em casa; “Procissão de São Pedro só em 2021*. Cada episódio centrava-se numa discussão: isolamento social e as relações amorosas, isolamento social e grandes festas, e fé e Covid. No primeiro episódio, os três santos buscam uma maneira de alertar os fiéis sobre os riscos da Covid-19. Para lançar a radionovela foi gravado um *teaser*, no qual dois anjos, Gabriel e Ariel falavam sobre a chegada da *internet* no céu, destacavam a importância dos cuidados contra a *fake news* e convidavam a população para o lançamento da radionovela.

A escolha dos santos, como personagens principais da radionovela, se deu porque o Nordeste brasileiro costuma celebrar, no mês de junho, três santos (Santo Antônio, São Pedro e São João). As festas costumam reunir milhares



de pessoas, principalmente em cidades como Caruaru (PE) e um caminho para alertar a população de que não era hora de aglomerar veio da produção da radionovela, que também se reconfigurou deixando de trazer histórias de amor, ou ser patrocinadas por empresas de higiene e limpeza, passando a trabalhar numa perspectiva de promoção à saúde.

4.3. O Auto da Compadecida em tempos de pandemia

Outra radionovela em meio à pandemia do novo coronavírus foi o *Auto da Compadecida em tempos de pandemia*. Com nove episódios, a produção realizada no curso de Comunicação da UFPE, Campus Agreste, somou-se aos esforços da Rádio Paulo Freire, como um projeto para levar informação a diferentes públicos, tendo como centralidade o conceito de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016, p. 279):

o rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música. A escuta se dá em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através de busca de arquivos em diretórios). A escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação.

Apostando nisso, a produção da radionovela investiu numa produção que mobilizasse a audiência de diversas formas. Buscou promover

interações por meio do Instagram, não só para divulgar o conteúdo entre os jovens, mas também para buscar interatividade com outros públicos. Apostou no *WhatsApp* para fazer chegar a pessoas que não tinham acesso à produção nem pelo dial da RPF, nem pelas plataformas de *streaming*. E disponibilizou a radionovela em plataformas de *streaming*.

Incorporou ao grupo de Comunicação, estudantes de *design*, para pensar essa “imagem” (grifo nosso) da produção sonora, criando materiais complementares a radionovela, como as capas dos episódios para plataformas de *streaming* e para o *WhatsApp*, *cards* para *Instagram*, só para citar algumas produções. A radionovela foi uma adaptação livre de um texto do escritor nordestino, Ariano Suassuna, trazendo a discussão/orientação sobre a pandemia e seus impactos na vida da população. Os episódios:

O capitão Covid está vindo (ep. 1) era uma alerta sobre a doença que chegava e quais cuidados a população devia ter; Água santa faz milagre (ep.2) discutia algumas fakes news que estavam sendo espalhadas como possibilidades de cura da doença; Em quem acreditar (ep.3) também trazia a discussão sobre fake news e a disputa de narrativas entre negacionistas e não negacionistas; Manda quem pode, obedece quem não tem juízo (ep. 4) trata da relação de poderosos e fake news; Ele existe! E chegou (ep.5) narra a chegada nada agradável da Covid com seus sintomas e as mortes ocasionadas pela doença, representada na história pelo Capitão Covid; Quais são suas últimas palavras (ep. 6) mostra um cenário de guerra em Taperoá com mortes e pessoas tendo que lidar com os sintomas da Covid-19; O truque final (ep.7) quem vence a batalha, o Capitão Covid ou a população que toma os cuidados com a prevenção?; Quem será por nós (ep.8) narra o julgamento das pessoas responsáveis



pelos impactos ambientais que resultaram na Covid-19; *Agora e na hora de nossa morte, amém!* (ep.9) é o julgamento dos propagadores de *fake news* e o desfecho de toda trama.

Nas duas radionovelas, a construção do texto foi feita a partir de referências do que estava acontecendo no Brasil no momento. Havia uma preocupação de fazer um texto crítico, mas com a utilização do humor para que as produções tivessem uma certa leveza, ainda que trouxessem informações e orientações relevantes sobre a Covid-19. Também foi pensada uma trilha sonora que remetesse aos locais onde se passavam as tramas; utilizando, por exemplo, sons de bandas de pífanos.

5. Considerações finais

No Brasil, o sistema público deve atuar como um dos sistemas complementares na difusão de informações, de acordo com o Artigo 223 da Constituição Federal de 1988. Dentre as prioridades previstas para o sistema público de comunicação brasileiro está a pluralidade de vozes e a diversidade de informações. Como destacam Esch *et al* (2013), as emissoras públicas sinalizam para a sociedade que a diversidade é possível na mídia e que rádios públicas podem ser alternativas à programação dos meios privados de comunicação. As produções veiculadas pela Rádio Paulo Freire em tempos pandêmicos e aqui analisadas, se mostraram como caminhos alternativos à programação dos meios privados de comunicação numa das maiores crises sanitárias mundiais.

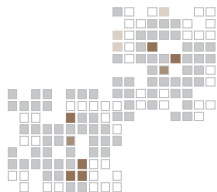
Mesmo possuindo diferentes formatos e tempo de duração, as produções tinham em

comum o combate à desinformação. Para materializá-las, professores/as e estudantes da universidade pública pernambucana não mediram esforços para checar informações e produzir materiais sonoros que levassem informações cientificamente comprovadas para o enfrentamento à Covid-19.

Para fazer chegar os conteúdos a grupos diversos (organizações de luta pela terra, por moradia, de comunicação popular, só para citar alguns), a RPF fez uso de diversas tecnologias, seja pelo dial, pelo *WhatsApp*, pelo *e-mail*, por bicicletas de som, por plataformas de *streaming*. Durante a veiculação dos programas, a rádio recebia diversos retornos dos/as ouvintes que indicavam a importância dos conteúdos produzidos e compartilhados no momento pandêmico.

Numa tentativa de vincular-se com a audiência, a RPF convocou o ouvinte, sobretudo pelas redes sociais, tanto para sugerir temas visando produzir novas peças, como compartilhar as produções e apelos, sejam eles, para não divulgar *fake news* ou para ficar em casa. Uma das estratégias para a aproximação da audiência foi a utilização do humor nas diversas produções, como a *Bodega de Seu Mané* e nas radionovelas *Santos Conectados no combate à Covid-19* e *Auto da Compadecida em tempos de pandemia*.

Toda a experiência da atuação da RPF em tempos pandêmicos pode ser pensada como caminhos para uma rádio pública, sobretudo em campanhas contra a desinformação. Principalmente, o aprendizado de como fazer rádio numa perspectiva de uma comunicação dialógica, contra-hegemônica e horizontal, em tempos de crise, de desgoverno, de campanhas de descrédito na ciência e nas instituições de pesquisas.



Referências

- AVAAZ. *O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19*. Brasil, 2020. Disponível em https://secure.avaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/. Acesso em: 02 ago. 2023.
- BALSEBRE, Armand. “O rádio está morto...Viva o som!” ou como o rádio pode se transformar em uma nova mídia. *Significação: Revista De Cultura Audiovisual*, São Paulo, v.40, n.39, p.14-23, jan-jun, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/59946/63052>. Acesso em: 7 jul. 2023.
- DEL BIANCO, Nélia; LIMA, Hélder. Radiojornalismo de proximidade e desinformação no contexto da Pandemia de Covid-19. *Revista Comunicação & Inovação*, São Caetano do Sul, v.23, n.51, p.75-95, jan-abr, 2022. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/8142/3623. Acesso em: 7 set. 2023.
- ESCH *et al.* Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. *Revista FSA*, Teresina, v.10, n.4, p.67-86, out-dez, 2013. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/252/123>. Acesso em: 26 nov. 2023.
- HENRIQUES, Cláudio. A dupla epidemia: febre amarela e desinformação. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, [S.I.] v.12, n.1, p.9-13, jan-mar, 2018. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/receis/article/view/1513> Acesso em: 14 set. 2023.
- FONSECA, João. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, 2002.
- GALHARDI, Cláudia *et al.* Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. *Revista Ciência & Saúde Coletiva*, n.25 (Supl. 2), p.4201-4210, set, 2020. Disponível em: <https://www.scielosp.org/article/csc/2020.v25suppl2/4201-4210/#> Acesso em: 08 set. 2023.
- GOMES, Jaciara. *Tudo junto e misturado: violência, sexualidade e muito mais nos significados do funk pernambucano / “É nós do Recife para o mundo”*. 217 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.
- GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, [S.I.], v.16, n.2, p.33-45, jul-dez, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33> . Acesso em: 8 set. 2023.
- KANTAR IBOPE. *Inside Radio 2020*. Rio de Janeiro: Kantar Ibope Media, 2020.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X; 2016.
- LIMA, Cecília *et al.* O rádio expandido no enfrentamento à pandemia de Covid-19: a experiência da Rádio Universitária Paulo Freire. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana, v.12, n.01, p.58-90, jan-abr, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4416/3762> Acesso em: 28 ago. 2023.
- LOPEZ, Debora. *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. LabCom Books, 2010. Disponível em: https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf Acesso em: 8 set. 2023.
- MESQUITA, Giovana *et al.* Santos Conectados no Combate à Covid-19: relato de ações extensionistas em meio a uma pandemia. *Revista Raízes e Rumos*, Rio de Janeiro, v.8, n.1, p.170-179, jan-jun, 2020. Disponível em: <https://seer.unirio.br/raizerumos/article/view/10383/9071> Acesso em: 3 set. 2023.
- MUSSI, Ricardo; FLORES, Fábio; ALMEIDA, Claudio. Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico. *Revista Práxis Educacional*, Vitória da Conquista, v.17, n.48, p.60-77, out-dez, 2021. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2178-26792021000500060. Acesso em: 7 set. 2023.
- PODCASTS e a crescente presença entre os brasileiros. IBOPE para CMI Globo. 17 jul. 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/> Acesso em: 15 jun. 2023.
- SANTIAGO, Eliete. *Biografia*. Cátedra Paulo Freire. 2023. Disponível em: <http://www.catedrapaulofreireufpe.org/memoria-paulo-freire/biografia/> Acesso em: 26. nov. 2023
- WERNECK, Guilherme; CARVALHO, Marília. A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada. *Caderno de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 36 (5), p. 1-4, mai, 2020. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1100955> Acesso em: 7 set. 2023.
- VIEIRA, Anderson. *Com nove crimes atribuídos a Bolsonaro, relatório da CPI é oficialmente apresentado*. Agência Senado. Brasília. 20 out. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/10/20/com-nove-crimes-atribuidos-a-bolsonaro-relatorio-da-cpi-e-oficialmente-apresentado>. Acesso em: 26 nov. 2023.
- WARDLE, Claire. *Entender a desordem informacional*. First Draft, 2020. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x32863 Acesso em: 26 nov. 2023.

Artigo enviado em 14/09/2023 e aceito em 06/12/2023.

