

## **O Auto da Compadecida em Tempos de Pandemia: um relato de experiência da produção de uma radionovela durante a maior crise sanitária do século XXI<sup>1</sup>**

Giovana Borges MESQUITA<sup>2</sup>  
Sheila Borges de OLIVEIRA<sup>3</sup>  
Gabriel Pedroza da Silva VIEIRA<sup>4</sup>  
Sarah Rebeka Rêgo de SOUZA<sup>5</sup>  
Maria Cecília Leal TÁVORA<sup>6</sup>  
Vitória Regina Oliveira LIMA<sup>7</sup>  
Victória Maria Bezerra de Melo SANTOS<sup>8</sup>  
Emilly Lorena Monteiro da SILVA<sup>9</sup>  
Lucas Santos da Silva GOMES<sup>10</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

### **RESUMO**

O objetivo do trabalho é relatar a experiência de realização da Radionovela “Auto da Compadecida em Tempos de Pandemia”, produzida por estudantes e professores dos cursos de Comunicação Social e de Design, da UFPE - Campus Caruaru (PE). A radionovela, dividida em nove episódios, foi adaptada e veiculada entre os meses de maio e junho de 2020, em meio à pandemia do novo coronavírus. Apesar de trabalhar com uma das obras mais conhecidas do escritor Ariano Suassuna, a coordenação do projeto procurou colocar na adaptação, discussões sobre o novo coronavírus (incluindo

1 Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

2 Professora do curso de Comunicação do Núcleo de Design e Comunicação da UFPE - Campus Caruaru, vice-coordenadora da pós-graduação em Comunicação UFPE, email: [giovanamesquita@yahoo.com.br](mailto:giovanamesquita@yahoo.com.br)

3 Professora do do curso de Comunicação do Núcleo de Design e Comunicação da UFPE - Campus Caruaru, email: [sheilaborges12@gmail.com](mailto:sheilaborges12@gmail.com)

4 Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPE - Campus Caruaru, e-mail: [pedrozagabriel32@gmail.com](mailto:pedrozagabriel32@gmail.com)

5 Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPE - Campus Caruaru, e-mail: [sarahrebekarego1@gmail.com](mailto:sarahrebekarego1@gmail.com)

6 Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPE - Campus Caruaru, e-mail: [cecilia.tavora@ufpe.br](mailto:cecilia.tavora@ufpe.br)

7 Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPE - Campus Caruaru, e-mail: [vitorialima75@hotmail.com](mailto:vitorialima75@hotmail.com)

8 Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPE - Campus Caruaru, e-mail: [victoria.melo@ufpe.br](mailto:victoria.melo@ufpe.br)

9 Estudante de Graduação 3º . semestre do Curso de Design da UFPE - Campus Caruaru, e-mail: [emillymonteiro513@gmail.com](mailto:emillymonteiro513@gmail.com)

10 Estudante de Graduação 3º . semestre do Curso de Design da UFPE - Campus Caruaru, e-mail: [lucas.lssg@gmail.com](mailto:lucas.lssg@gmail.com)

---

na história, o Capitão Covid), *fake news* e questões econômicas e políticas, que têm comprometido a adoção de medidas necessárias de isolamento social. Neste trabalho é relatado como se deu o processo de produção do produto, desde a idealização até a divulgação pelas redes sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Radionovela; Mídias Sonoras; Covid.

## **Introdução**

Em virtude da pandemia do novo coronavírus, a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) decidiu suspender as aulas presenciais, no dia 16 de março de 2020, mantendo outras atividades da instituição, como os projetos de extensão e pesquisa, que pudessem ser feitos de casa. Assim, evitaria que professores, estudantes e técnicos da universidade corressem algum tipo de risco.

Nesse cenário, o projeto de extensão “Radionovela: literatura nas ondas do rádio”, surgido em 2018, no curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste (CAA), campus da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em Caruaru, cidade pólo do Agreste pernambucano, enfrentou o desafio de fazer uma radionovela, adaptada ao cenário da quarentena e do distanciamento físico. Como produzir radionovelas com adaptação de obras de autores nordestinos, exigidos nas provas de vestibulares e de ENEM já era um dos objetivos do projeto, durante o período de pandemia o novo desafio era utilizar a literatura como um caminho para chamar a atenção dos jovens para a maior crise sanitária do século XXI.

Com a redefinição do projeto, o livro “Auto da Compadecida” foi adaptado para uma mídia sonora dentro de um contexto da pandemia da Covid-19. O que envolveu uma equipe de redação, produção, direção, edição, divulgação e monitoramento de redes sociais, formada por sete estudantes, além de mais de 14 radioatores e radioatrizes, dos cursos de Comunicação Social e de Design. Tendo a orientação e coordenação de duas professoras do curso de Comunicação Social do CAA/UFPE. Todos trabalharam de casa. Neste texto, trazemos um relato sobre esta experiência acadêmica, envolvendo a teoria e a prática da criação desse produto de mídia sonora.

A radionovela “Auto da Compadecida em Tempos de Pandemia”, que está disponível em: <https://open.spotify.com/show/1U35i3kWPSBWwZPCqEQgKf> foi dividida em nove episódios, adaptados, gravados e veiculados entre os dias 6 de maio e

---

4 junho de 2020. Para realizá-la, mantendo todos os estudantes e professores em casa, foram feitos encontros com a equipe, por meio de aplicativos diversos. As reuniões aconteciam, semanalmente, para discutir o roteiro, as questões técnicas das gravações, a trilha sonora, a sonoplastia, a edição, a veiculação e a divulgação em redes sociais e nos veículos de mídia, sobretudo, os educativos, públicos e comunitários. Além das salas virtuais onde aconteciam as reuniões com toda a equipe, foi criado um grupo do Whatsapp. Nele, os estudantes eram orientados e informados, diariamente, sobre todas as etapas do processo.

Junto à produção sonora, foram elaboradas estratégias para as redes sociais, pensadas não só para divulgar o conteúdo entre os jovens, público-alvo da radionovela, mas, também, para buscar interatividade com outros grupos. Além de postagens sobre quem era o autor, a importância da obra e o conteúdo de cada episódio, realizamos algumas enquetes, como, por exemplo, “qual a expectativa para o “fim” que o Capitão Covid teria na radionovela?”. Toda essa movimentação buscava estimular a interatividade entre a equipe e a audiência e funcionava como contribuições externas que eram discutidas com a equipe.

Ou seja, apostamos no que Kischinhevsky (2016) chama de rádio expandido, conceito que está na centralidade da atual produção sonora por meio de um transbordamento dos conteúdos da rádio tradicional para outras plataformas, como computadores, tablets, celulares, televisões por assinaturas e redes sociais. Isso sinaliza para a perspectiva de mobilização da audiência, graças a essa multiplicação de recursos para realizar-se duas ações: a mediação da informação e a interação com o ouvinte e/ou internauta.

Ao transbordar as ondas hertzianas, o rádio chega às mídias sociais a partir da própria capacidade de ubiquidade da internet, com possibilidade de se espalhar por todos os lugares, podendo ser captado por diversas plataformas. Assim, o velho rádio de pilha está hoje nos celulares, adquirindo a capacidade de ser multimidiático. E isso só é possível em função da convergência tecnológica, uma vez que passamos a ouvir o rádio expandido, por exemplo, nos sites dos próprios veículos radiofônicos, acessados por aplicativos de celulares em qualquer lugar, sem mais as limitações físicas do analógico.

Na grande rede, os formatos do rádio se transformam. Ficam cada vez mais híbridos e as empresas, por sua vez, passam a oferecer produtos gravados, produzidos

---

sob demandas específicas da audiência, aportados em sites e espaços de redes sociais. Sem falar nos podcasts, que possibilitam uma nova forma de consumo dos conteúdos sonoros e no WhatsApp, que leva o rádio para mais distante, uma vez que possibilita compartilhar informações, sobretudo, em áudio. Nessa perspectiva de rádio expandido, o projeto “Radionovela: Literatura nas ondas do rádio” busca “espalhar” seu conteúdo, usando todas essas possibilidades de compartilhamento da produção radiofônica.

### **Metodologia**

Além de um relato de experiência, o artigo se propõe a fazer uma revisão bibliográfica, “feita com o intuito de levantar um conhecimento disponível sobre teorias, a fim de analisar, produzir ou explicar um objeto sendo investigado” (CHIARA; KAIMEN, 2008, p. 18). O objetivo da revisão é refletir sobre temáticas relacionadas à radionovela (CALABRE, 2007), ao rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), aos gêneros radiofônicos (BARBOSA FILHO, 2003) e aos podcasts (HERSCHMANN & KISCHINHEVSKY, 2008). Com base nesses textos, cujos autores foram citados ao longo deste artigo, discutimos sobre a produção da radionovela durante a pandemia da Covid-19.

A escolha do relato de experiência se deu por “tratar-se de uma narrativa que, através da linguagem, performatiza a experiência de singularização, atestada em um dinamismo descentrado da razão, e apta a suportar paradoxos” (DALTRO; FARIA, 2019). Dessa maneira, o trabalho buscou abordar a experiência individual de cada aluno que participou da produção do Auto da Compadecida em Tempos de Pandemia, a fim de relatar como foi realizado o projeto.

### **Desenvolvimento**

Apesar da importância que o veículo tem como serviço de utilidade pública, o rádio também ganhou força com outros gêneros. No período conhecido como “época de ouro” do rádio, entre as décadas de 1930 e 1940, um gênero que ganhou muito fôlego foi a radionovela, que, segundo Barbosa Filho (2003), está inserida no entretenimento, mais especificamente em programa ficcional de drama.

Os antigos folhetins foram logo incorporados pelo rádio durante sua expansão no Brasil. Segundo Chaves(2007), a radionovela surgia com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro e a Rádio São Paulo, que se tornaram especialistas na produção do gênero

(CHAVES, 2007). Vaz Filho(2008) destaca que o pioneirismo de uma história seriada no rádio se deu com a Rádio Clube de Pernambuco que, por meio do produtor Luiz Beltrão Maranhão produziu a adaptação de “Senhora do Engenho”, romance do escritor Mário Sette, em 1938. Mas a primeira obra caracterizada como radionovela, no Brasil, foi a adaptação feita por Gilberto Martins, de *Em Busca da felicidade*, do cubano Leandro Blanco. A estreia do gênero que foi sucesso na época de ouro do rádio, se deu em 5 de junho de 1941, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O país passou a ser um consumidor voraz da dramaturgia cubana, com alguns ajustes para atender o público brasileiro, isso porque “os textos cubanos eram considerados excessivamente dramáticos” (CALABRE, 2007, p. 51).

Com a internet e as tecnologias digitais, apesar das mudanças, o rádio vem sendo fortalecido, uma vez que é possível ampliar a veiculação dos produtos e programas radiofônicos, ao mesmo tempo que a interatividade, que sempre foi uma de suas características, tem potencialidade de ser amplificada, graças aos transbordamentos das produções para as redes sociais. Nelas, os novos receptores convertem-se, cada vez mais, também em emissores, graças a condições inéditas de produção (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2008).

O advento de podcasts também foi uma das maneiras dessa mídia sonora se reinventar, atraindo os jovens, que era um público desacostumado a consumir os produtos veiculados no rádio analógico. Herschmann e Kischinhevsky (2008) destacam que:

O podcasting desperta especial interesse devido ao fato de que o meio rádio – que já foi veículo privilegiado em projetos de construção de identidades nacionais e esvaziou-se ao longo das últimas décadas – vive um momento de redefinição, diante da revolução trazida pela convergência tecnológica (HERSCHMANN & KISCHINHEVSKY, 2008, p. 102).

Herschmann & Kischinhevsky (2008, p. 101) observam que, sobretudo, os jovens se sentem atraídos pelo podcast por causa “da ausência de regras rígidas. Não há padrões de locução ou restrições em termos de linguagem e temas abordados. A principal hierarquização se dá por meio dos diretórios (...)”.

É nesse cenário, que o rádio se reinventou com a internet e os avanços tecnológicos criando, por um lado, para os que fazem rádio, novas formas de expandir

---

o conteúdo, organizado e estruturado para as várias possibilidades de escuta, e, por outro lado, para os que consomem o rádio, novas formas de recepção e participação, ampliando a capacidade de comunicação desta mídia que nunca envelhece.

O rádio expandido permite, para Kischinhevsky (2016), não só a ampliação da interação, mas a possibilidade de multimídia (o uso da linguagem de múltiplas mídias), de hipertextualidade (informações que se reúnem por meio de links, complementando-se e aprofundando-se através de diversas plataformas), de personalização (a narrativa multilinear quando o internauta/ouvinte pode escolher o que escutar) e de memória (a formação de banco de dados para se guardar e acionar os conteúdos). “O rádio expandido, remediado pelos meios digitais, pode oferecer não apenas seus elementos sonoros tradicionais – voz, música, efeitos –, mas também imagens, vídeos, gráficos, links para blogs e toda uma arquitetura de interação” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 133).

Quem realiza projetos para o rádio precisa compreender esse novo universo do rádio expandido, que vai para além do rádio tradicional, transbordando para as mídias sociais, para os aplicativos, para os celulares, para as redes sociais, conectando produtores e consumidores e deixando esse limite entre os dois grupos cada vez mais flexível. A linguagem radiofônica vai se reconfigurando ao se apropriar das características da própria internet, que oferece essa multimídia, permitindo a hibridação dos formatos.

É a partir dessa reconfiguração do rádio que o projeto de extensão “Radionovela: literatura nas ondas do rádio” é produzido para utilizar toda essas potencialidades. A radionovela “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” pode ser consumida, tanto pelos ouvintes das emissoras educativas e comunitárias, quanto pelo WhatsApp, pelas redes sociais e pelos diversos serviços de streaming de música, podcast e vídeo.

Apesar da responsabilidade de trabalhar com uma das obras mais conhecidas do escritor paraibano, Ariano Suassuna, a coordenação do projeto procurou colocar na adaptação, a temática coronavírus, incluindo na história um personagem-chave, o “temido” Capitão Covid. Nos episódios da radionovela também foram inseridos outros assuntos, a exemplo das fakes news, que agravam a crise sanitária, além das questões econômicas e políticas que dificultam, ainda mais, a eficácia do isolamento social, recomendado pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

---

A nossa preocupação era que o texto, embora adaptado, continuasse fiel e mantivesse as características do teatro popular, como na obra de Suassuna, mas que fosse “atualizado”. No Brasil de 2020, milhões de pessoas, principalmente aquelas em situação de vulnerabilidade social, morrem pela falta de uma ação política, especialmente de governantes que, em meio à pandemia, descumprem as recomendações da OMS.

### **O processo de produção do Auto da Compadecida em tempos de pandemia**

O processo de produção de uma radionovela envolve a adaptação do texto literário, a escalação do elenco e do narrador, a direção de atores, o planejamento da captação de áudio, a produção de efeitos sonoros, a escolha de músicas, a gravação, a edição e a montagem. Na etapa de produção executiva, a radionovela “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” foi idealizada e as diversas funções foram divididas entre os estudantes: quem seria responsável pela adaptação do texto, pela edição, pela narração, pelas sonoplastias, pela direção dos radioatores e radioatrizes e pelas redes sociais.

O processo de adaptação do texto original exigiu um cuidado para que as livres alterações na história não descaracterizassem a obra original. Também foi um momento que exigiu uma total atenção para a linguagem sonora, que como destaca Ferrareto (2006), é composta não só da palavra, mas também do som, dos efeitos e do silêncio. Em seu artigo sobre “A Adaptação Literária em Programa Radiofônico”, Cabello (2000) levanta discussão sobre alguns pontos da transcodificação de obras da literatura para o rádio e traz também as fases de uma adaptação literária:

A transcodificação da obra literária - para o meio de comunicação mais fugidio - pressupõe um trabalho de construção sonora dessa obra. Para dar conta dessa transposição, torna-se indispensável perpassar pelas seguintes fases: (a) a fase de preparação que consiste na elaboração do texto e do roteiro, (b) a fase da execução que consiste nos ensaios e na definição da interpretação requerida, (c) a fase da produção que consiste na gravação, e (d) a fase da pós-produção que consiste numa revisão geral (CABELLO, 2006, p.30).

O processo de criação do texto de adaptação do Auto da Compadecida para a inclusão da temática Covid foi feito com a inserção de, pelo menos, três personagens, que não constavam na obra original: o Capitão Covid, o prefeito de Taperoá e o

---

jornalista. O Capitão Covid, que substitui o Capitão Severino de Aracaju, personagem da obra original, foi utilizado na adaptação para chamar atenção para a pandemia. Ele foi colocado na radionovela como um justiceiro, que vem cobrar dos poderosos as ações que tanto impactam o meio ambiente, causando a morte de milhares de pessoas.

A entrada do prefeito Teobaldo, um cumpridor de ordens do major Antônio Moraes, é uma crítica a alguns governantes, que não assumem sua responsabilidade no controle da pandemia. Já a incorporação do jornalista na adaptação teve a intenção de chamar a atenção para o papel do jornalismo em uma sociedade democrática. Mostrando quanto é importante a população buscar fontes confiáveis de informação, evitando cair no perigo da circulação de fake news. O jornalista também teve o papel de conscientizar para cuidados como: lavar as mãos e ficar em casa.

A narrativa foi dividida em três fases. Na primeira, os habitantes de uma pequena cidade no interior da Paraíba ficam sabendo da chegada de um inimigo terrível, que está matando muita gente em outros lugares e que se aproxima de Taperoá. Na segunda, os moradores da cidade lidam com a chegada do Capitão Covid, que espalha por onde passa, mortes, medo e terror. Por fim, na última fase acontece o julgamento das pessoas que, por causa de seus interesses econômicos ou políticos, contribuíram de alguma forma para milhares de mortes.

A cada capítulo, buscávamos fazer referências ao que estava acontecendo no Brasil no momento da pandemia. Como por exemplo, a produção de uma falsa água benta, feita pelos personagens João Grilo e Chicó, que representava na ficção uma corrida por dinheiro, semelhante a que alguns líderes religiosos fizeram durante a pandemia, aproveitando-se da fé e do desespero das pessoas para lucrarem. As atitudes do major Antônio Moraes, que por interesses econômicos e políticos desconsidera a necessidade de adotar-se medidas de isolamento social, também são inspiradas na realidade.

Na maioria dos diálogos, procurávamos chamar a atenção, ainda que de uma forma lúdica, para a importância dos cuidados com as pessoas durante a pandemia. A ideia era criar um texto crítico, com a responsabilidade que o momento exige, mas utilizar o humor já existente na obra para levar informação às pessoas. Com capítulos lançados semanalmente, os roteiros seguiram a linha de produção da radionovela, sendo pensados de acordo com o que ocorria diariamente no cenário real da pandemia.



---

## **A direção dos radioatores e radioatrizes**

Devido às limitações impostas pela Covid-19, a direção dos 14 radioatores e das radioatrizes do “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” foi realizada de forma remota, com o suporte do aplicativo WhatsApp, ferramenta que foi usada para facilitar a comunicação entre a responsável pela direção e os radioatores e as radioatrizes. Por meio do aplicativo foram distribuídos os scripts da radionovela, realizada a direção do grupo e recebidas as gravações das falas.

O processo de direção da radionovela foi dividido em três etapas: (1) a seleção do elenco, momento em que foram escalados estudantes dos cursos de Comunicação Social e Design do CAA/ UFPE, que demonstraram interesse em contribuir com a locução da radionovela após convites feitos pela diretora de elenco; (2) direção das falas, momento em que a diretora orientava sobre os ritmos que deveriam ser adotados pelos radioatores e pelas radioatrizes durante as gravações; e (3) o envio do material gravado para a edição.

Vale destacar dois pontos observados no trabalho de direção. O primeiro deles, bastante relevante, é a superação de limites territoriais para a atuação dos radioatores e radioatrizes. O distanciamento físico, causado pela pandemia, impediu que as gravações fossem realizadas de maneira presencial, mas não limitou a incorporação, na radionovela, de maneira remota, dos 14 estudantes das diversas cidades do Estado de Pernambuco, que têm aula no Centro Acadêmico do Agreste, sediado em Caruaru (PE).

Outro aspecto percebido, o segundo ponto, é que a maioria dos estudantes, que emprestaram suas vozes aos personagens da radionovela, já tinham cursado as disciplinas eletivas de Oficina de Texto e Produções para Mídias Sonoras. Ou seja, já tinham realizado trabalhos teóricos e práticos para mídias sonoras. Para gravar as falas, utilizaram a ferramenta de “áudio” do WhatsApp ou aplicativos gratuitos, como o “Gravador de Voz”. As gravações eram enviadas pelo WhatsApp, mesmo espaço onde também ocorria a direção das falas, feita com a análise dos áudios pela diretora de elenco, seguida da liberação para a editora se estivessem de acordo com o planejado no script, ou para a regravação, caso fosse necessário.

O envio do material para a responsável pela edição foi realizado através do Google Drive. No serviço de armazenamento de arquivos, as gravações foram disponibilizadas em pastas organizadas pelo número de cada episódio. O diálogo entre a

---

diretora e a editora da radionovela, feito pelo WhatsApp, também foi fundamental para que ocorresse o desenvolvimento desta etapa da produção. Por fim, após a divulgação da primeira versão do episódio da radionovela, as orientadoras do projeto determinavam se era necessário ou não regravar as falas. Se fosse, a diretora solicitava que o radioator ou a radioatriz regravasse e enviava o material novamente para a edição.

### **A edição e montagem**

O processo de edição da radionovela “O Auto da Compadecida em Tempos de Pandemia” foi mais lento, em comparação à edição das outras radionovelas, produzidas pelo projeto, e gravadas em estúdio. Devido ao momento de quarentena e de distanciamento físico, os áudios com as falas dos radioatores e radioatrizes foram gravados na casa dos estudantes, onde muitas vezes não havia isolamento acústico, muito menos a presença de microfones profissionais. Com esse panorama, foi preciso um tempo extra, gasto para a melhoria da qualidade do áudio. A edição precisou trabalhar a redução do ruído ambiental, que inevitavelmente vinha com os áudios, apesar dos esforços dos estudantes de gravar à noite, momento de maior silêncio em casa, na tentativa de produzir um áudio mais “limpo”. Além da redução do ruído ambiental, a edição preocupou-se em suavizar alguns ruídos naturais, captados quando a gravação é feita com o microfone muito próximo à boca.

Concluída a etapa de tratamento dos áudios, a editora organizava as gravações, colocando as falas na ordem correta, de acordo com o roteiro. As habilidades da edição foram testadas com o desafio de criar diversas ambientações e efeitos sonoros, que levassem o ouvinte ao cenário onde estava sendo narrada a história, uma cidade do interior paraibano, que ficou conhecida graças a obra de Ariano Suassuna. Tanto as músicas de fundo (BG) quanto os sons, como de portas batendo, pessoas correndo e fogo queimando no inferno, demandaram muita pesquisa e testes para perceber se eles encaixavam nas respectivas cenas, de uma forma harmônica.

Por diversas vezes, aconteceu de um som específico não ser encontrado na internet e a editora ter que fazer o foley, por conta própria, ou seja, gravar a sonoplastia, utilizando alguns recursos, como por exemplo, obter som de um livro pesado batendo em uma mesa de madeira. O objetivo era fazer com que o ouvinte entrasse na cena e não apenas a escutasse.

---

Além da sonoplastia, outro elemento de muita importância na radionovela é a trilha sonora, usada na abertura e no encerramento do programa e como músicas de fundo (BG). A trilha contribui para aumentar a emoção da cena (tristeza, alegria, tensão, dentre outras). Na radionovela, alguns personagens principais ganharam um BG característico deles. Assim, o ouvinte poderia associar a música ao personagem, e ao longo dos episódios, perceber quando ele entrava em cena, ao escutar a música de fundo. A trilha sonora do “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” é inédita e foi criada por um professor do curso de Comunicação, que também é músico, e por um dos radioatores.

### **A veiculação da radionovela e as estratégias das redes sociais**

No processo de veiculação da produção da radionovela foi crucial o estudo da plataforma de ancoragem dos episódios e também de métricas do Instagram. Por meio dessas pesquisas, a equipe que gerencia as redes pensou em estratégias de construção de conteúdos que além de ampliar a audiência da radionovela, também pudessem obter novas formas de interatividade com internautas de vários estados brasileiros e até de outros países.

Como o objetivo central do nosso projeto é facilitar, por meio de radionovelas, o acesso de estudantes secundaristas a obras exigidas para as provas de vestibulares e de ENEM, toda a produção de conteúdos para o Instagram foi pautada por postagens informativas com o propósito de contribuir com o entendimento das obras, abordando o cenário das histórias, a vida dos autores e também a construção de alusões sobre as temáticas presentes na narrativa e na sociedade que vivemos.

Mas além disso, as mídias da radionovela buscavam promover a cultura nordestina, além de envolver os usuários das redes sociais. Dessa forma, o planejamento incluiu também a criação de conteúdos atrativos, além do monitoramento de tráfego de pessoas e de horários para postagens na plataforma de streaming, Spotify, e Instagram. Por fim, a equipe das redes sociais incorporou o trabalho de assessoria de imprensa, divulgando os releases para os veículos de comunicação, sites e blogs.

### **A produção de materiais gráficos**

Apesar de se tratar de um conteúdo de mídia sonora, o projeto também pensou

---

na identidade gráfica e incorporou dois estudantes do curso de Design do CAA/ UFPE, que ficaram responsáveis pela produção dos materiais gráficos usados nas veiculações da radionovela nas mídias sociais e nas plataformas de streaming de música e podcast, como o Spotify, Google Podcast, entre outros. A cada veiculação de um episódio foram produzidos *cards* para as publicações no Facebook, Instagram e WhatsApp. Com os títulos do capítulo e uma ilustração do personagem principal do episódio, foram produzidos nove *cards* de divulgação.

Todos os elementos visuais trazidos nos *cards* dos capítulos foram pensados a partir da estética presente nas décadas de 1920 a 1940, com características dos movimentos artísticos: Art Nouveau e Art Decó. As ilustrações foram pensadas como forma de trazer uma maior conexão com o público, visto que elas eram as representações dos próprios radioatores e das radioatrizes.

Apesar de toda a influência dos dois movimentos artísticos destacados anteriormente, a identidade visual, família tipográfica, ornamentos e demais componentes do “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” foram planejados dentro de uma estética atemporal, para que não houvesse uma quebra de continuidade da identidade visual do projeto, com os lançamentos das próximas radionovelas do projeto de extensão, que terão épocas e contextos diferentes.

## **Conclusão**

A produção do “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” não se resumiu à criação e à veiculação da radionovela. Além do produto final, foram criadas trilhas, um site para divulgação do projeto, conteúdos gráficos e textuais e, por fim, espaços em redes sociais, numa perspectiva de que a audiência pudesse interagir com a equipe responsável pela produção da radionovela. Dessa forma, o aprendizado dos estudantes não se restringiu apenas a produção textual e a linguagem sonora, mas acionou conhecimentos sobre marketing digital, assessoria de imprensa, design, edição e gerenciamento de uma produção distribuída e colaborativa. Além de trabalhar com a interatividade da audiência, por meio de postagens que buscavam interação, a exemplo de enquetes sobre a obra, o autor e os episódios. Nossa estratégia foi usar o Instagram como espaço de conversação com o nosso radiouvinte, que interagiu por meio de mensagens diretas e comentários, sempre respondidos pela equipe de redes sociais do

projeto.

Entendemos que a radionovela “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” alcançou alguns objetivos como levar à população de diferentes lugares, uma reflexão sobre o momento atual que vivemos, com necessidade urgente de medidas preventivas para evitar que mais vidas sejam exterminadas pela Covid-19. Nesse sentido, a veiculação em rádios educativas e públicas, como por exemplo, as rádios Universitária e Paulo Freire, ambas da UFPE; Frei Caneca, da Prefeitura do Recife; a Rádio UFMA, da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz; a Rádio UFOP, além de uma dezena de rádios comunitárias pernambucanas contribuiu para levar a mensagem para variados públicos. Junto a isso a utilização das redes sociais, que faz com que o conteúdo sonoro se expanda, alcançou ouvintes de diversos estados do país e de fora dele, a exemplo de países como Portugal, Espanha, França, Argentina e Alemanha.

Outros ganhos, não menos importantes, dessa produção são: o aprendizado conjunto de conseguir colocar, semanalmente no ar, duas vezes por semana, episódios que eram escritos, gravados, editados, montados e veiculados, trabalhando com uma equipe de 21 pessoas, divididas em pelo menos 14 cidades diferentes. Numa superação de problemas emocionais, visto que o momento atual de uma pandemia tem agravado essa questão, e técnicos, uma vez que muitas dessas cidades sofrem com problemas como, por exemplo, a dificuldade de acesso à internet.

Por fim, outro ganho foi trabalhar com a equipe a incorporação de temas e elementos da realidade ao ficcional, sem descaracterizar a obra original, em um período reduzido de tempo. Tínhamos o entendimento de que em um momento crítico de uma pandemia não podíamos fazer uma adaptação que buscasse só divertir. Era preciso chamar atenção, além da própria pandemia, para questões como: o papel que o jornalismo desempenha numa sociedade democrática, para as relações de poder na sociedade, para as fake news, tentando chegar principalmente no público jovem.

Apesar da veiculação da radionovela ter terminado, nosso trabalho ainda não. Continuamos preocupados em fazer chegar nossa radionovela cada vez mais longe, sobretudo, àqueles e àquelas que sofrem com um bombardeio de notícias falsas e acabam sofrendo com o que a OMS designou de Infodemia. Nossa expectativa é que o “Auto da Compadecida em tempos de pandemia” reúna a dose certa de divertimento em

---

tempos de pandemia, sem se furtar do papel de chamar a atenção para o fato de que a falta de informação ou o compartilhamento de notícias falsas pode matar tanto quanto um vírus.

## Referências

BARBOSA FILHO A. **Gêneros Radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

CABELLO A. R. Adaptação literária em programa radiofônico. **Estudos Acadêmicos Unibero**, v. 11, 2000.

DALTRO, M.; DE FARIA, A. Relato de experiência: Uma narrativa científica na pós-modernidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 19, 2019.

FERRARETO, L. **Rádio no ar**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2006.

HERSCHMANN M, KISCHINHEVSKY M. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 15, 2008.

KISCHINHEVSKY M. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MARTÍNEZ-COSTA, M. Un nuevo paradigma para la radio: Sobre convergencias y divergencias digitales. In: \_\_\_\_\_. (org.). **Reinventar La Radio**. Pamplona: Eunate, 2001.

PRATA, N. A webradio e geração digital. In: FERRARETO L. A; KLÖCKNE, L. (org.). **E o rádio?**: novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

CHAVES, G. **A Radionovela no Brasil**: um estudo de Odette Machado Alamy (1913-1999). Dissertação de Mestrado: UFMG, 2007.

VAZ FILHO, P. **Rádio Clube de Pernambuco – 1919/2019**: Cem anos. Sem esquecimentos. Artigo: Universidade Anhembi Morumbi, 2018.