UNISA - UNIVERSIDADE DE SANTO AMARO
COMUNICAÇÃO SOCIAL - RÁDIO E TELEVISÃO

Eliana Maria dos Santos

Letícia Cunha do Vale

Telma dos Santos Sousa

Willian Teixeira Dantas

PEÇAS RADIOFÔNICAS COMO FORMATO DE ENTRETENIMENTO

São Paulo
2014

Eliana Maria dos Santos

Letícia Cunha do Vale

Telma dos Santos Sousa

Willian Teixeira Dantas

Peças Radiofônicas como formato de entretenimento

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão da Universidade de Santo Amaro – UNISA sob orientação do Prof. Dr. Marcos Júlio Sergl.

São Paulo
2014

Eliana Maria dos Santos

Letícia Cunha do Vale

Telma dos Santos Sousa

Willian Teixeira Dantas

PEÇAS RADIOFÔNICAS COMO FORMATO DE ENTRETENIMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Bacharel em 2014 ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão da Universidade de Santo Amaro – UNISA sob orientação da Área de Concentração Campus II.

Data de Aprovação: __/__/__

BANCA EXAMINADORA

(Nome do orientador e Titulação)

(Nome do Professor e Titulação)

(Nome do Professor e Titulação)

CONCEITO FINAL:_____

DEDICATÓRIA

Dedicamos a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso em memória de nosso colega de classe, companheiro de projetos e amigo, Luis Gabriel dos Santos, que não concluiu o curso ao nosso lado em vida, mas com certeza esteve ao nosso lado nos momentos mais difíceis. A você, Luis, nosso muito obrigado.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho. Em especial a Instituição Padre Chico e Fundação Dorina Nowill, que abriram as portas para que mostrássemos nosso projeto às pessoas cegas e deficientes visuais. A professora Julia Lúcia de Oliveira, que esteve conosco desde a ideia inicial, co-orientando e colaborando com inúmeras sugestões. Ao professor Marcos Júlio Sergl, que acreditou em nosso projeto e nos orientou. A professora Clausia, que contribuiu com ideias. A Maria Aparecida Albuquerque, que nos ajudou com as marcações do estúdio. Ao João Junior, que nos aguentou no estúdio, e ainda dividiu sua opinião quando preciso. Ao Jair Teixeira, que criou a arte das capas de nosso produto. Ao Gerson Neto, locutor da rádio Metropolitana FM, que deu voz a nossa vinheta. A todas as pessoas que emprestaram suas vozes para que as peças radiofônicas saíssem do papel e ganhassem vida, em especial a Vanessa Paula e Vinicius Vaz, que emprestaram suas vozes mais de uma vez. E por fim, agradecemos uns aos outros, porque juntos, apesar de todos os momentos difíceis, conseguimos driblar as dificuldades e concluir mais essa etapa de nossas vidas.

AGRADECIMENTOS INDIVIDUAIS

Eliana Santos

Agradeço primeiro e principalmente a DEUS que me deu forças e sabedoria para vencer todos os desafios e barreiras ao longo destes quatro anos.

Agradeço a minha mãe Maria de Jesus que me apoiou; ao meu falecido pai Pedro Fiel que foi meu exemplo de vida e minha inspiração para lutar pelos meus objetivos; Agradeço ao meu padrinho Dorvalino Barbosa, que com toda sua paciência me aconselhou, auxiliou e me compreendeu nos meus momentos de estresse durante os últimos três anos desta trajetória acadêmica, todos os meus amigos que me auxiliaram com palavras, orações e pensamentos positivos para vencer mais esta fase da minha vida, e por fim, agradeço aos componentes desta equipe de pesquisa, com quem dividi frustrações e alegrias desde o inicio deste curso.

Letícia Cunha

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por ter colocado no meu caminho esse grupo de pessoas maravilhosas, que mesmo com tantas desavenças continuamos firmes e fortes até o final.

Gostaria de agradecer minha mãe, que esteve ao meu lado em todos os momentos, me dando conselhos, e que me ajudou financeiramente durante esses quatro longos anos.

Agradeço também ao meu namorado Felipe Stabel que foi extremamente compreensivo comigo e com minha falta de tempo nos finais de semana, e me ajudou muito me ensinando algumas coisas que eu não tinha tanto conhecimento.

E mais uma vez, obrigada Willian, Thelma e Eliana pelo companheirismo, pelas broncas, pelas risadas e por tudo que passamos juntos nesses 4 anos. Mesmo depois de tudo que passamos, se eu pudesse escolher um grupo para me juntar, esse grupo seria vocês.

“Como não querer de novo, posso até ser bobo com vocês, VIVERIA TUDO OUTRA VEZ.”

Telma Sousa

Primeiramente agradeço a Deus por sempre ter me dado forças e permitido cumprir mais esta etapa da minha vida, sem Ele com certeza nada disso seria possível.

Agradeço á toda minha família por ter me ajudado e dado o suporte necessário durante esses quatro anos, mas principalmente para aqueles que sempre estiveram ao meu lado durante essa jornada, minha mãe Zuila, minha irmã Joelma e meu avô Joaquim.

Á todos os meus colegas de sala, agradeço pela amizade, pelas risadas, pelas tristezas e pelo companheirismo desde que iniciamos esta caminhada.

Ao meu grupo Eliana, Letícia e Willian por terem me suportado e juntos concluirmos este curso que será levado em nossas vidas para sempre, espero que juntamente com nossa amizade.

E a todos aqueles que de alguma maneira contribuíram direta ou indiretamente com meus anos de estudos, para que eu pudesse realizar um dos meus sonhos que foi este e continuar indo atrás dos demais.

Willian Dantas

Agradeço a minha família e amigos, que acreditaram que eu conseguiria concluir essa etapa de minha vida e sempre estiveram presentes e me motivaram a ir atrás de meus sonhos e objetivos. Aos meus professores, não só da Faculdade, como também da escola, que plantaram a semente do conhecimento em mim e colaboraram para que eu continuasse estudando. Aos meus colegas de classe, que caminharam junto nesses quatro anos com muito empenho e bom humor, e que mesmo com motivos para desistir, continuaram. Ao meu grupo, que esteve comigo na fase do trabalho de conclusão de curso e na maioria dos trabalhos acadêmicos e que, apesar de todos os momentos difíceis, quero junto. A Caroline, minha prima, que foi quem me apresentou o curso de Rádio e TV e colaborou com o nascimento desta paixão. E por fim, e em especial, aos meus Pais e minha madrinha, que sempre me estenderam as mãos e incentivaram nos momentos difíceis. A vocês, muito obrigado.

“Toquem o meu coração. Façam a revolução que está no ar nas ondas do rádio.”
(RPM)

RESUMO

A presente pesquisa parte do pressuposto da exploração de uma das muitas possibilidades de entretenimento no rádio, a "Peça Radiofônica". A Peça radiofônica é composta pela junção de oralidade (articulação da voz), elementos sonoros (silêncio, efeitos, paisagens, músicas) e técnicas de produção (roteiro, direção, produção, etc.). Conhecida como *Hörspiel* este modelo de entretenimento no rádio nasce na Alemanha, na década de 1920, com a adaptação de contos, peças teatrais e obras diversas da literatura e até hoje é sucesso no rádio alemão. No Brasil o modelo mais próximo da *hörspiel* surge na década de 40 com o formato de radionovelas e seriados. Um dos maiores desafios desta pesquisa foi analisar o possível interesse das emissoras de rádio pela veiculação deste tipo de entretenimento e descobrir como atrair a audiência do público do rádio em geral, em especial os deficientes visuais e cegos[1]. O rádio como meio de comunicação de massa possui imenso potencial de mobilidade e versatilidade que poderia ser melhor aproveitado se inserisse em sua programação novas opções de entretenimento. Em entrevista concedida para esta equipe (conforme transcrição em anexo), o jornalista, diretor e produtor de radionovelas Luiz Henrique Romagnoli afirma que, dentro de alguns anos, todas as rádios AM do Brasil vão passar a ser transmitidas em FM, essa mudança gerará uma quantidade muito grande de modificações nessas emissoras, as quais deverão oferecer novos produtos se quiserem atrair audiência. Ainda nas palavras de Romagnoli, as peças radiofônicas são um segmento que precisam tanto de incentivo quanto o cinema, o teatro, a pichação, o hip hop, as artes plásticas e a música, enfim, é uma forma de cultura de comunicação e de arte como todas as outras. Mencionando os aspectos da metodologia foram aplicados questionários quantitativos em público variado; pesquisas qualitativas em pessoas-chave; visitas em rádios paulistanas com o objetivo de divulgar o projeto e avaliar sua possível aceitação e pesquisas webgraficas e bibliográficas. Entre outros, trabalhamos principalmente como referencial teórico os conceitos de Werner Klippert, Murray Schafer e George Bernard Sperber. Outra ferramenta utilizada na metodologia foi a produção de peças com quinze minutos de duração. O objetivo destas produções é ser base de argumentação na defesa deste meio de

[1] Cegos são pessoas privadas totalmente da visão, e deficientes visuais são pessoas que enxergam parcialmente, ou que enxergam apenas vultos ou sombras.

entretenimento. As peças produzidas foram apresentadas para grupos de pessoas cegas e deficientes visuais nos institutos Padre Chico e Dorina Nowil, e estes contribuíram com feedbacks que visaram melhorias no roteiro, interpretação e principalmente na sonoridade. Esta pesquisa trouxe imensa satisfação, tendo em vista que por meio dela permitiu-se a conciliação da inclusão social de pessoas cegas ou portadoras de deficiência visual no mundo de entretenimento e a possibilidade do nascimento de um promissor campo profissional.

Palavras chave: rádio, peças radiofônicas, cego, deficiente visual, entretenimento.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Printagem tela de divulgação do Youtube para o Facebook.....38
FIGURA 2 – Printagem da edição pelo *Soundforge* da peça "a noite dos trezes anos.....86
FIGURA 3 – Printagem da edição pelo *Ableton Live* da peça "a noite dos trezes anos".....87

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Cronograma da Produção da Peça A Noite dos Trezes Anos.....84
TABELA 2 – Cronograma da Produção da Peça A Marmita Perdida e o Convite.....84
TABELA 3 – Planilha de Custos.....85

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....**13**

Cap. 1 GÊNEROS E FORMATOS: AS CORES DO RÁDIO

1.1 Classificação e junção dos gêneros e formatos radiofônicos.....**17**

1.2 As vertentes do entretenimento no rádio e o formato ficcional.....**20**

1.3 A qualidade da peça radiofônica no rádio a partir das novas plataformas de transmissão.....**22**

Cap. 2 PEÇA RADIOFÔNICA: DA *HÖRSPIEL* À RADIONOVELA BRASILEIRA

2.1 A origem e os elementos da peça radiofônica.....**24**

2.2 O sucesso da ficção no rádio brasileiro por meio da radionovela.....**29**

2.3 Estética radiofônica brasileira.....**31**

2.4 A peça radiofônica como formato de entretenimento.....**33**

Cap. 3 SÉRIE DE PEÇAS RADIOFÔNICAS: RETRATOS DO COTIDIANO

3.1 Retratos do cotidiano.....**37**

3.2 O rádio e o cego.....**40**

3.3 Roteirização e estratégias de criação.....**42**

3.4 Estratégias de produção e elementos de sonoridade para compor a peça.....**83**

3.5 Gravação e pós-produção.....**85**

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....**90**

REFERÊNCIAS

5.1 Bibliográficas.....**91**

5.2 Webgráficas.....**93**

ANEXOS.....**95**

1 INTRODUÇÃO

No cenário atual de entretenimento, as mídias audiovisuais são predominantes no mercado. Neste contexto, podemos afirmar que o rádio em seus mais de 100 anos de existência, vem perdendo folego na disputa com mídias que oferecem a facilidade da imagem. Norval Baitello Junior (1997) ao se referir à ”sociedade da imagem” afirma:

> Vivemos, profundamente, até a última das nossas fibras, dentro de um mundo da visualidade. Que evidentemente não começou agora, mas que foi se desenvolvendo e foi se sofisticando de tal maneira que todos nós podemos suspeitar que estamos nos tornando surdos. O valor do som é tão menor que o da imagem no nosso mundo e no nosso tempo, que este fato pode ser lido em inúmeros momentos da nossa vida e do nosso cotidiano (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 4).

Com a chegada da televisão no Brasil na década de 50, o rádio, que até então era o meio mais acessível de entretenimento, foi deixando de produzir conteúdos como seriados e radionovelas, e foi cedendo seu espaço para a televisão, a nova mídia de comunicação de massa. Ficamos, desde então, reféns das imagens e permitindo o atrofiamento do nosso imaginário. Neste contexto, Baitello (1997) questiona:

> Não estaríamos nos tornando surdos intencionais? Surdos que ouvem. Surdos que tem a capacidade de ouvir, mas que não querem ouvir, não tem tempo ou então não dão atenção ao que ouvem? Literalmente não dão ouvidos ao que de fato ouvem? (BAITELLO JUNIOR, 1997, p. 5).

As peças radiofônicas são um meio de entretenimento que nos fazem trabalhar o sentido da audição ao mesmo tempo em que incita o imaginário. Ainda que este meio de entretenimento privilegie de imediato a um público especifico (no caso, o das pessoas cegas e com deficiência visual de forma severa), devemos considerar também que mesmo para o público que enxerga, as peças de ficção no rádio, podem ser atrativas, pois permitem levar o imaginário a uma realidade única e preponderante.

Nossa civilização se desenvolveu presa ao mundo das imagens; a imagem pronta para ser visualizada se sobressai à imagem que nós mesmos podemos atribuir valores imagéticos[2]. Baitello (1997, p.17) afirma que para ouvir sons, basta que

[2] Que se pode referir ao que contém imagens. Que demonstra imaginação.

sejamos passivamente receptivos, aprendemos a ser passivos. Já para a recepção de imagem, somos obrigados a ser ativos, a direcionar o nosso olhar para algum objeto.

As peças radiofônicas evidenciam uma imensa força de linguagem, capaz de potencializar o imaginário do ouvinte por meio da combinação de todos os elementos sonoros.

No intuito de apresentar o Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão, este projeto parte do seguinte problema: “No cenário atual de evolução tecnológica das mídias digitais, de que forma as peças radiofônicas podem se tornar um formato de entretenimento que atraia a audiência do ouvinte?”.

A hipótese primária levantada por esta equipe de pesquisa é a seguinte: para que as peças se tornem um produto atraente ao ouvinte é necessário elaborar um roteiro com texto de fácil compreensão, com narrativas de começo, meio e fim no mesmo episódio, que retratem histórias do cotidiano, aliado a uma correta combinação dos elementos de sonoridade.

A hipótese secundária é explorar os efeitos sonoros facilmente identificáveis ao repertório intelectual e aos referenciais sonoros do universo, principalmente o das pessoas cegas e deficientes visuais.

Para responder ao problema levantado nesta pesquisa e atingir os objetivos gerais e específicos que são os de: roteirizar, produzir e divulgar peças radiofônicas ficcionais, a metodologia adotada será a pesquisa bibliográfica e webgráfica, seguida de uma pesquisa quantitativa com público residual e verbal com pessoas portadoras de deficiência visual; além de uma pesquisa qualitativa com pessoas-chave; contato com instituto de deficientes visuais, visitas em emissoras de rádio paulistanas para investigar aceitação do modelo de entretenimento proposto em suas respectivas grades de programação e, por fim, produção de peças radiofônicas que servirão de base na apresentação da proposta para as emissoras de rádio.

Esta pesquisa tem como primícias o desejo de destacar o rádio como um meio de comunicação e informação que continua em evidencia e que possui grande potencial para diversificar sua programação mesmo diante das novas tecnologias. Enfatiza-se, neste contexto, sua mobilidade e versatilidade, pois, mesmo em

movimento (em casa, no trabalho, na rua, no carro...) o ouvinte tem acesso, através deste meio de comunicação, às informações e à programação veiculada por meio dele.

Com os avanços tecnológicos que se intensificam pelo desenvolvimento do rádio via Internet, pela forma prática como este meio se tornou acessível também em diferentes dispositivos móveis e, pela futura migração dos canais AM (amplitude modulada) para FM (Frequência modulada) se faz necessário expandir as possibilidades de produções radiofônicas.

A partir de estudos preliminares sobre a *hörspiel*, (abordaremos melhor este tema no decorrer deste trabalho) observa-se que este meio de entretenimento no rádio tem imenso potencial artístico; potencial este que outrora foi bastante explorado no Brasil por meio das radionovelas.

No momento em que as mídias visuais dominam o mercado de entretenimento, investir profissionalmente em peças radiofônicas apresenta-se como promissor desafio profissional.

Paralelo à satisfação de produzir arte para o rádio, pretendemos também trabalhar a inclusão social, pois hoje, as pessoas podem assistir vídeos por meio de mídias diversas, assistir pela TV ou pela internet a filmes, novelas, seriados; ou ir ao cinema. Todavia, para pessoas cegas ou com baixa visão, as opções de entretenimento eletrônico e digital são bastante limitadas, e as peças radiofônicas apresentam-se como uma forma de entretenimento bastante eficaz para este público.

A percepção da falta de entretenimento para este público ocorreu após a audição de peças radiofônicas no Centro Cultural São Paulo junto a pessoas cegas, onde, durante entrevistas, foi possível constatar que estas sentem falta da ficção na grade de programação das emissoras brasileiras de rádio.

Outro fator que motivou a equipe a defender a causa que iniciou esta pesquisa foi ter assistido ao filme “Vermelho como o céu”, dirigido por Cristiano Bortone. No filme, um garoto de 10 anos, apaixonado pelo cinema, perde a visão e descobre no instituto de deficientes visuais para onde é mandado, um velho gravador, e passa com este equipamento a produzir histórias por meio da oralidade e demais sons que ele mesmo vai criando.

A partir dos argumentos apresentados, queremos ressaltar a importância da inclusão, na grade de programação das emissoras brasileiras de rádio, da peça

radiofônica como opção de entretenimento e inclusão social para pessoas cegas ou com baixa visão, tendo em vista que a peça radiofônica satisfaria as necessidades e demandas deste público e também tem potencial de abarcar um público que não possui deficiência visual, mas que tem sensibilidade para apreciar a arte do ouvir e imaginar.

1 GÊNEROS E FORMATOS: AS CORES DO RÁDIO

1.1 Classificação e a junção dos gêneros e formatos radiofônicos

Classificar os gêneros radiofônicos é algo complexo. A palavra “gênero” representa uma forma de se classificar e/ou dividir assuntos, criando tipologias que estejam de acordo com o contexto do que se fala. Com base no conceito de André Barbosa Filho (2003) podemos dizer que:

> Os gêneros são, ainda, unidades que se podem descrever sob dois pontos de vista diferentes: o da observação empírica e o da análise abstrata. O primeiro – o da observação empírica – refere-se as “propriedades discursivas” que tornam um texto diferente ou igual a outro; e o segundo – o da análise empírica – tem a ver com a conceituação dessas propriedades (BARBOSA FILHO, 2003, p.57).

Atualmente, os gêneros e formatos radiofônicos aparecem na programação do rádio aleatoriamente, em alguns casos, numa intrigante junção, fazendo com que vários gêneros fossem amalgamados a outros. Partindo do conceito de Barbosa Filho (2003), pode-se dizer que os gêneros dividem-se em jornalístico, educativo-cultural, publicitário, propagandístico, de serviço, especial e de entretenimento. Esses gêneros, propriamente ditos, dão origem aos formatos. Para Barbosa Filho (2003) formato é:

> O conjunto de ações integradas e reproduzíveis, enquadrado em um ou mais gêneros radiofônicos, manifestados por meio de uma intencionalidade e configurado mediante um contorno plástico, representado pelo programa de rádio ou produto radiofônico (BARBOSA FILHO, 2003, p. 71).

O gênero jornalístico aparece no rádio com a mesma função que desempenha na televisão, no meio impresso e, de certa forma, na internet. Sobre o gênero jornalístico, Barbosa Filho (2003, p. 89) aprofunda a compreensão do conceito dizendo que “é o instrumento que dispõe o rádio para atualizar seu público por meio da divulgação, do acompanhamento e da análise dos fatos.”. No rádio, o gênero jornalístico se apresenta por meio da nota, da notícia, do boletim, da reportagem, da entrevista, do editorial, da crônica, do rádio jornal, do documentário jornalístico, das mesas-redondas e debates, do programa policial, esportivo, e da divulgação tecnocientífica.

O gênero educativo-cultural é representado pelo programa institucional, pela audiobiografia, pelo documentário educativo-cultural, pelo documentário radiofônico e pelo programa temático.

Segundo Mario Kaplún (2008) o gênero educativo-cultural procura:

> A transmissão de valores, a promoção humana, o desenvolvimento integral do homem e da comunidade, que se propõe a elevar o nível de consciência, estimular a reflexão e converter cada homem em agente ativo da transformação de seu meio natural, econômico e social (KAPLÚN, 2008, p. 108).

O gênero publicitário, para Barbosa Filho (2003, p. 120) "tem como função precípua[3] o uso do espaço radiofônico para divulgação e venda de produtos e serviços". No rádio ele é representado pelo spot,pelo jingle, pelo testemunhal e pela peça de promoção.

O gênero propagandístico é representado pela peça de ação publicitária, pelos programas eleitorais e religiosos, pois, segundo Pinho (*apud* BARBOSA FILHO, 2003) referem-se ao ato de:

> Propagar ideias, crenças, princípios e doutrinas [...] podemos conceituar propaganda como o conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão destinadas a influenciar, num determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor (PINHO *apud* BARBOSA FILHO, 2003, p. 126).

Os programas que se enquadram no gênero de serviço, segundo Barbosa Filho (2003, p. 132) são aqueles que, "são informativos de apoio às necessidades reais e imediatas de parte ou de toda a população ao alcance do sinal transmitido pela emissora de rádio.", sendo ele representado por notas de utilidade pública e programa de serviço.

O gênero especial é criado para comprovar a junção e a complexidade de se classificar os programas de rádio na atualidade. Para Barbosa Filho (2003, p.136), por exemplo, "chamamos de especial o formato que não possui [...] função específica como os dos outros gêneros, mas, sim, apresenta várias funções concomitantes.". Como exemplos deste gênero temos os programa infantis e os de variedade, pois, para defini-los, o que se levará em conta será o ponto de vista, uma

[3] Aquilo que é principal/essencial

vez que ambos mergulham um pouco em cada um dos gêneros e formatos existentes no rádio.

O último gênero citado, que é o utilizado neste trabalho, o de entretenimento, a partir do que Barbosa Filho (2003) conceitua:

> Ligam-se ao universo do imaginário, cujos limites são intangíveis e causam proximidade e empatia entre a mensagem e o receptor que não podem ser desprezadas, sob o preço cruel da perda de contundência na transmissão dos significados de uma determinada informação para o público (BARBOSA FILHO, 2003, p. 111).

O gênero de entretenimento é representado pelo programa artístico, musical, interativo e ficcional. Sobre ele, Barbosa Filho (2003, p. 111) ainda ressalta que “em decorrência de seu caráter diversional, o gênero de entretenimento desperta, na atualidade, crescente interesse de profissionais e de pesquisadores.”.

Porém, na programação atual das emissoras brasileiras de rádio, o que predomina são os programas de música, notícias, humor e esportivo, explorando pouco outros formatos ligados ao rádio. A ficção, principalmente, perdeu seu espaço diante dessa segmentação seguida pelas emissoras. Tal afirmação é corroborada por Mariano Cebrián Herreros (2008) que afirma o seguinte:

> Toda a programação é delineada para conquistar e manter a audiência e a rentabilidade econômica ou de serviços. A programação está concentrada em torno de dois grandes eixos: o da cobertura da atualidade (e temática), e do musical (CEBRIÁN HERREROS, 2008, p. 338).

Cebrián Herreros (2008, p. 351) destaca ainda “a importância de enaltecer a criatividade de emissoras radiofônicas, pois considera que o veículo, de maneira geral, segue apenas a sua missão informativa”, e complementa dizendo que “o rádio pode promover a criatividade e, assim, despertar o interesse do público dia após dia”.

Sobre a escassez de outros formatos na programação das emissoras de rádio, Barbosa Filho (2003) também emite sua opinião:

> Existe um universo de possibilidades, algumas já aplicadas no passado e esquecidas no presente; outras a serem analisadas e muitas a serem criadas. Onde estão as peças radiofônicas, os dramas e as comédias, os seriados e as novelas, só para lembrarmos alguns? (BARBOSA FILHO, 2003, p. 87).

Com o passar do tempo, os gêneros e formatos radiofônicos foram se amalgamando o que, de certa forma, facilitou a criação do “novo”, pois o rádio, contrariando algumas concepções, não é apenas um mero veículo eletrônico que transmite mensagens à distância alcançando lugares e pessoas inimagináveis.

O rádio deve ser considerado um instrumento de imenso potencial para disseminar educação, cultura, informação, arte, e principalmente, fazer com que o ouvinte entre num mundo só seu, exercitando sua mente e seu modo de pensar.

1.2 As vertentes do entretenimento no rádio e o formato ficcional

O gênero de entretenimento oferece a possibilidade de explorar e trabalhar com o imaginário do ouvinte, e pode ser considerado como um dos gêneros mais interessantes, por propiciar a exploração dos efeitos sonoros, dos ruídos e do silêncio. Comentando sobre isso Barbosa Filho (2003, p. 111), afirma que “tal gênero tem a possibilidade de explorar com maior profundidade a riqueza do universo de linguagem do áudio, se comparado aos outros gêneros”.

Partindo da conceituação de Barbosa Filho (2003), podemos dizer que o gênero de entretenimento é representado na programação do rádio por quatro vertentes: o formato artístico, o musical, o interativo e o ficcional.

O formato artístico, segundo Barbosa Filho (2003), é:

> Também conhecido como drops, ou de forma inapropriada como clips de áudio, o programete artístico é um formato *sui generis*[4] da programação radiofônica de entretenimento. O tempo de duração de cada inserção não deve ultrapassar três minutos. Sua estrutura ágil e dinâmica pressupõe o poder de síntese, fluência e objetividade de quem escreve. O diferencial no texto é seu conteúdo, que possui conotação artística e pode ser apresentado como entrevistas, comentários, radioesquetes, horóscopo, músicas e informações (BARBOSA FILHO, 2003, p. 118).

O formato musical está presente em mais da metade da programação das emissoras brasileiras de rádio. Como exemplo, Barbosa Filho (2003, p.113) cita “os programas para segmento de público cujos conteúdos privilegiam a discussão de

[4] A expressão latina ‘sui generis’ significa que algo é incomum, peculiar ou único.

tendências, de performances de músicos e artistas.”. Esse tipo de programa ainda conta com participações de artistas ou músicos, sendo estas participações entrevistas gravadas via telefone ou ao vivo.

O programa interativo de entretenimento está ligado à participação do ouvinte durante um programa. Sobre essas participações Barbosa Filho (2003) afirma:

> O formato de entretenimento constitui o conjunto de ações de cunho diversional, que tem como pressuposto fundamental a presença dos ouvintes, os quais participam de jogos, gincanas, programas de perguntas e respostas, brincadeiras, e que pode aparecer como quadros, dentro de formatos especiais, ou como programas específicos (BARBOSA FILHO, 2003, p. 120).

Na maioria das vezes, as participações do ouvinte são beneficiadas com prêmios oferecidos pela emissora.

Os programas de cunho dramático/ficcional, apesar de pouco presentes na programação das emissoras brasileiras de rádio, dá a possibilidade de o ouvinte absorver o que está sendo dito de uma forma única, de acordo com o que seu imaginário é capaz de criar, conforme defende Robert McLeish (2001):

> O objetivo de todo texto dramático é ter as ideias originais recriadas na mente do ouvinte; e como o resultado final ocorre tão somente na imaginação, há poucas limitações de tamanho, realidade, lugar, estado emocional, tempo ou velocidade de transição. Ao contrário das artes visuais, em que o cenário nos é dado diretamente, o ouvinte do rádio é quem supre suas próprias imagens mentais em resposta às informações que lhe são passadas (MCLEISH, 2001, p.179).

Para Barbosa Filho (2003), o gênero ficcional:

> Pertencem a dois grandes grupos: o drama e o humor. O drama, que é uma das representações do real e do cotidiano, caracteriza-se no rádio pela radiofonização, ou seja, pela tradução para a linguagem radiofônica de textos originais ou adaptados, inéditos ou publicados de obras literárias, peças de teatro, roteiros de cinema, vídeo e, obviamente, dos textos escritos para o áudio (BARBOSA FILHO, 2003, p.116).

É necessário ressaltar que o drama, por sua vez, não está ligado somente ao sofrimento ou a aflição, mas sim a uma forma narrativa que representa uma situação.

Kaplún (2008, p.116) “divide o drama no rádio em unitário, seriado e radionovela”.

O seriado, segundo Barbosa Filho (2003) é:

> Formado por peças independentes uma das outras – tramas diferenciadas com começo, meio e fim -, focalizando personagens centrais fixos. Cada episódio tem cenários e argumentos novos e pode ser acompanhado pelo receptor sem a necessidade de se ter ouvido o anterior (BARBOSA FILHO, 2003 p.116).

A radionovela, para Barbosa Filho (2003, p. 116) "é a obra dramática de longa duração, dividida em capítulos de modo sequenciado", e para compreendê-la é preciso acompanhar cada capítulo, uma vez que a trama não se desenvolve num só episódio como acontece no seriado.

O chamado programa unitário é representado pela *Hörspiel*, ou como chamamos neste projeto, peça radiofônica.

Sobre a peça radiofônica, (KAPLÚN *apud* BARBOSA FILHO, 2003, p. 116) afirma que esta constitui como "uma unidade em si, ou seja, não forma parte de um conjunto; é igual ao que acontece a uma obra de teatro: os personagens não têm continuidade posterior". A peça radiofônica deve ter começo, meio e fim, não deve ter continuação posterior e nem alongar a trama em próximos capítulos, pois assim se faria uma radionovela e perderia seu caráter.

1.3 A qualidade da peça radiofônica a partir da plataforma de transmissão digital

O rádio, como meio de comunicação, passou por um processo de mudança no que se refere às suas formas de transmissão. As ondas sonoras que ligavam o receptor e o ouvinte passaram por um processo de convergência midiática[5]. Segundo Nélia Rodrigues Del Bianco[6] (2010):

> A evolução da tecnologia tem ampliado radicalmente todos os meios de comunicação frente às opções à disposição dos consumidores, incluindo o centenário meio rádio. No passado, o rádio era limitado ao que estava disponível nas frequências AM e FM. Hoje as possibilidades de escuta se estenderam com as plataformas digitais: Internet, Players de MP3, celulares, satélite e rádio digital (DEL BIANCO, 2010, p.4).

[5] Migração dos meios de comunicação para outras plataformas de transmissão, como por exemplo, a migração para a Internet.

[6] Nélia Rodrigues del Bianco é professora da Faculdade de Comunicação da UnB, doutora em comunicação pela ECA-USP e vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom.

Essa convergência oferece benefícios ao ouvinte, pois permite um acesso ainda mais facilitado e, por consequência, uma melhor qualidade de som. Por exemplo: a rádio AM terá a qualidade da rádio FM, que por sua vez, terá a qualidade de um CD. Para além da qualidade do som, a plataforma digital também oferece, como vantagem, informações mais rápidas sobre a transmissão de determinada emissora e possibilita uma interatividade maior do ouvinte com o rádio.

No Brasil, a plataforma digital ainda está em processo de desenvolvimento, mas a evolução relacionada a ela já escreve sua história. Del Bianco (2010) dissertando sobre isso afirma que:

> No Brasil, o crescimento do acesso às plataformas digitais está provocando impacto nas formas de consumo de mídia. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios realizada em 2008 pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação - CETIC.br, 25% dos domicílios brasileiros possuem um computador, sendo que apenas 18% deles com acesso a Internet e a grande maioria (58%) por meio de banda larga. O que leva uma grande parcela da população a não ter Internet em casa é a falta de recursos para pagar pela conexão (54%). Entre os 39% que já acessaram a Internet, a maioria o faz diariamente (53%), seja em casa (42%) ou de centro público de acesso pago (48%). Em média um brasileiro gasta de uma a cinco horas na Internet (55%) diariamente. A maior parte deles desenvolvendo múltiplas tarefas como enviar e receber e-mails (77%), participar de sites de relacionamento (70%) ou Messenger (61%). Entre as atividades desenvolvidas, o interesse maior é por informações relacionadas a lazer e a diversão (60%). E entre elas está se consolidando o hábito de ouvir rádio em tempo real (43%), ocupando o quarto lugar entre as preferidas, perdendo para assistir vídeos do Youtube (49%), ler jornais e revistas (47%) e jogos online (44%) (DEL BIANCO, 2010, p.4).

O rádio sempre estará um passo adiante de uma produção visual, porque dá ao ouvinte a opção de ouvi-lo em conjunto a outra tarefa. Ele não precisa que o ouvinte suspenda suas atividades para se atentar ao seu conteúdo, bem ao contrário, ele oferece a possibilidade de ser ouvido mesmo quando se está realizando outra atividade (como arrumar a casa, dirigir, andar na rua, se exercitar, trabalhar e/ou navegar na internet).

Na produção das peças radiofônicas, a plataforma de transmissão digital surgirá como grande parceira, pois, com ela, a qualidade do som permitirá uma possibilidade maior de interação com o público, e, principalmente, uma forma de disponibilizar as peças para audições a qualquer momento, por meio de *podcast*[7].

[7] Podcast, é um tipo de arquivo de áudio digital publicado na internet

Neste trabalho, as plataforma iniciais utilizadas serão o *SoundCloud*[8], o*Youtube*[9] e *o Facebook*[10].

2 PEÇA RADIOFÔNICA: DA *HÖRSPIEL* À RADIONOVELA BRASILEIRA

2.1 A origem da peça radiofônica e seus elementos construtivos

A peça radiofônica surgiu como forma de se expressar arte no rádio. A arte, em meio a sua complexidade de compreensão, está ligada as percepções, emoções e ideais que o artista busca conseguir de seu público, o que, de certa forma, está ligado ao que é a peça radiofônica, pois esta estabelece conceitos, técnicas para criação e um envolvimento do público, que neste caso é acionado pelo imaginário. Tal afirmação pode ser depreendida do conceito de *Klaus Shöning* (1980, p. 167), que "a peça radiofônica não surgiu como, por exemplo, a pintura, como a arquitetura, a partir de uma necessidade nascida originalmente – surgiu como o cinema, a partir de um invento técnico".

A história da peça radiofônica começa na Alemanha, na década de 1920, em conjunto à história do rádio, com a adaptação de contos, peças teatrais e outras obras da literatura. Desde seus primórdios, as peças já evidenciavam um grande poder de linguagem. Júlia Lúcia Albano da Silva (2005) corrobora tal afirmação:

> A *Hörspiel* (peça radiofônica), que surge na Alemanha na década de 20 já nas primeiras experiências com o meio, marca a história e a linguagem da radiofonia. Das primeiras peças adaptadas de clássicos da literatura às experiências da *ars* acústica e da poesia sonora, as *Hörspiel* evidenciam o potencial e o vigor da linguagem de um meio que suspende a imagem e incita o imaginário de um ouvinte que a todo o momento é convidado a entrar no jogo através da sua imaginação (SILVA, 2005, p. 1).

[8] Plataforma online gratuita de publicação de áudio usada por profissionais de música.
[9] Site e rede social que permite publicação e compartilhamento de vídeo
[10] Rede social que permite interação de usuários, compartilhamentos de fotos, vídeos e momentos e divulgação de trabalhos.

E sobre o surgimento da peça como forma de arte para o rádio, Shöning (1980) afirma:

> Desde seus primórdios, a peça radiofônica localizava-se no campo de tensão: arte/rádio/ouvinte. Esta integração no meio de comunicação rádio, que não é apenas distribuidor de literatura acústica – como a televisão é distribuidora de filmes – mas é também o seu único produtor, coloca o rádio diante de uma responsabilidade peculiar: ele decide sobre a existência ou não-existência de toda uma forma de arte da era eletrônica. Para manter esta forma de arte viva e criativa, o rádio teve que manter aberto um campo de ação para o desenvolvimento das mais diferentes formas de expressão. (SHÖNING, 1980, p. 168).

Como qualquer outra forma de arte, a peça radiofônica tem também por objetivo causar impacto e/ou questionamento em quem a observa, ou, neste caso, a ouve. Heinz Schwitzke (1980) defende tal ponto de vista afirmando que:

> Não há na peça radiofônica representação de imagem além daquela que surge na fantasia do poeta, na sua tela imaginativa, a qual poderá tornar-se visível como reflexo em milhões de telas imaginativas, na fantasia criadora de outros tantos milhões de pessoas. O fato deste processo ser imaterial tem como consequência aquela mágica multiplicidade e multivocidade, mas também, a granulação fina e a vulnerabilidade da imagem, que pode fazer-se sentir de forma degradável – por exemplo, quando da mistura de sons articulados com ruídos realistas e inarticulados, ou, em geral, quando da mescla da realidade imaginária com a realidade cotidiana e fotografável (SCHWITZKE, 1980, p. 132).

George Bernard Sperber (1980), a partir dos conceitos de Erwin Wickert, conceitua em três pontos principais as características essenciais das peças radiofônicas, que são: o tempo interior, sua força associativa e sua ação diante do palco interior.

O tempo interior está ligado à facilidade de uma peça radiofônica na construção da narrativa, oferecendo a possibilidade de se trabalhar com o tempo sem causar estranhamento no ouvinte. Sobre este ponto, Sperber (1980) acredita que:

> Embora na peça radiofônica o tempo também possa transcorrer cronologicamente ininterrupto e logicamente linear, como na tragédia clássica, uma peça que assim faça não aproveitará as suas possibilidades. [...] A peça radiofônica pode mostrar o ser humano num momento decisivo e existencial, ampliar este momento numa ação real ou irreal, que preenche praticamente a peça radiofônica. [...] Ou pode fazer avançar uma ação de forma linear, introduzindo a epítase ou a solução do conflito repentinamente com a ajuda de uma ação no passado. (SPERBER, 1980, p.126).

A força associativa da peça radiofônica, a partir do conceito de Sperber (1980, p.127), “surge de suas palavras e ruídos. A palavra que a nós se dirige no mundo da nossa sala, desperta em nós associações mais abrangentes do que a palavra no palco”.

A terceira característica está ligada à ação da peça radiofônica no palco interior, que, de certo modo, e à forma como o rádio se comunica com o ouvinte desde sempre. Defendendo tal conceito, Sperber (1980) afirma que:

> A recepção coletiva da peça radiofônica, como fica demonstrado sempre para a imprensa, falseia o resultado. A técnica, e isto fique dito para os homens cultos entre os que desprezam a peça radiofônica, que faz possível a realização da peça radiofônica, fez com que ela surgisse uma forma que, embora permita que se fale simultaneamente com muitas pessoas, não o faz com elas enquanto massa, mas sempre enquanto indivíduos; ela fala apenas com o interior de cada um (SPERBER, 1980, p.129).

Ainda sobre as características essenciais que norteiam e dão sentido à peça radiofônica, Sperber (1980), ressalta:

> De tudo isto pode-se deduzir que a peça radiofônica é essencialmente palavra; que, no fundo, ela é apenas palavra. Todo ingrediente que vier a ser acrescentado, saído de um mundo compacto, também do mundo corpóreo do teatro, na medida em que for dado mediante a corporificação de figuras, ou mediante o movimento do que foi corporificado, todos estes ingredientes não valem para a peça radiofônica, não tem nela nenhum efeito. Uma peça teatral começa quando vemos no palco, num ambiente indicado pelo cenário, as personagens e, através do seu tempo, idade, classe e relações mútuas, já recebemos uma boa parte das informações a seu respeito, mediadas pela vista. Boa parte da ação externa que se desenvolve, exprime-se pelo que é visível, em expressões faciais, gestos, caminhadas, objetos. Apenas a ação propriamente dita, a interior, é acessível para nós exclusivamente pela palavra, como resultante do diálogo. Mas na peça radiofônica, como no romance, como na arte épica em geral, da palavra resulta não apenas o decurso todo da ação, mas também as imagens das personagens que agem e do meio em que se movimentam. Os acontecimentos internos e os externos não são mais duas camadas nitidamente diferenciáveis (SPERBER, 1980, p.133).

Observa-se, a partir deste conceito, que a peça radiofônica é um conjunto articulado à palavra e aos demais elementos sonoros usados para complementá-la, como: o efeito sonoro, a música e o silêncio, que criam na imaginação do ouvinte, de acordo com sua herança sociocultural, um cenário do que está sendo contado.

Para além desses três pontos observados por *Sperber* (1980), existem os elementos construtivos que dão vida a uma peça radiofônica. Partindo do conceito

de *Werner Klippert* (1980), pode-se dizer que são representados pela parte técnica, pelos elementos sonoros, pela palavra e a voz.

Para falar da parte técnica, quando a proposta é causar impacto no imaginário do ouvinte, há de se falar, primeira ou unicamente, do microfone.

O microfone é a base para a boa reprodução de todo e qualquer produto radiofônico. Existem duas formas para o uso do microfone durante a gravação no rádio: o mono e o estéreo.

Segundo Klippert (1980), no modo de gravação mono:

> Existe apenas um microfone ou – o que vem a dar o mesmo resultado – na medida em que forem utilizados vários microfones, há apenas um canal de transmissão e, em principio, apenas um alto-falante. A gravação centralizada num ponto só, com irradiação radial de ondas sonoras. A intensão espacial do ouvinte é intensificada, contudo, pela ressonância espacial do local de gravação, a qual é transmitida simultaneamente. Esta ressonância, o eco, este som refletido pelos objetos e pelas paredes, é, por assim dizer, concentrado pelo microfone único num único ponto e acaba se tornando apenas indício de uma extensão espacial anteriormente existente de fato. Não é possível transmitir um sentido de orientação espacial: esquerda ou direita, em cima ou embaixo, atrás ou na frente (KLIPPERT, 1980, p.16).

O segundo modo de gravação, relacionado ao uso do microfone e a boa reprodução da peça, é a estereofonia, que para *Klippert* (1980):

> Consiste apenas no fato de que, em vez de usar-se apenas um microfone, a gravação passa a ser feita com pelo menos dois microfones e a reprodução se faz com um número correspondente de alto-falantes. No lugar do sistema de canal único, existe um sistema de dois canais, isto é, em lugar de termos uma recepção com apenas um ouvido, temos agora uma recepção através de dois ouvidos. Este acréscimo de informação tem como consequência o fato de que o acontecimento acústico é trasladado para o espaço que se encontra diante do ouvinte. Entre este e o acontecimento se estabelece uma distância espacial, por exemplo: nitidamente à sua esquerda, à sua direita, ou no meio, e também, em certa medida, na profundidade desse espaço (KLIPPERT, 1980, p. 17).

A partir do conceito de Klippert (1980) é notório que o modo de gravação estereofônico é mais válido na produção de uma peça radiofônica do que a gravação mono, por ter a capacidade de criar ‘sensações’ de movimento no ouvinte, o que despertará um interesse e envolvimento maiores.

Outro ponto importante na produção das peças radiofônicas são os elementos sonoros, ou, no contexto da peça radiofônica, a paisagem sonora. Os sons são produzidos para dar sentido ao que ser quer representar ou expressar na cena. Segundo Klippert (1980, p. 45) eles “estabelecem os limites de um campo, dentro do qual ocorrem todos os fenômenos audíveis”, ou seja, aparecem para ilustrar o ambiente. Carmen Lucia José e Marcos Julio Sergl (2008, p. 253) classificam a paisagem sonora como “termos que inclui todos os elementos constituintes do universo da sonoplastia: o som, o silêncio, o ruído, os timbres, as amplitudes, a melodia, a textura e o ritmo”.

O terceiro elemento é a palavra, considerada a mais importante das características de uma peça radiofônica. Klippert (1980) defende que:

> Do ponto de vista físico, a palavra é onda sonora, isto é, encontra-se ligada também ao ruído e ao som. Todas as características sobre ruído e som, são validas também para a palavra, mas esta, ao mesmo tempo, esta submetida a um processo especial de formação (KLIPPERT, 1980, p.59).

Klippert (1980, p. 81) diz ainda que “a palavra projeta o mundo da peça radiofônica. Para que este mundo se torne existente, para isto é necessária a voz que o represente”, o que está ligado ao último elemento, a voz.

A voz precisa coincidir com aquilo que se quer dizer e com como se quer representar o que se diz. Klippert (1980) acredita que:

> O espectador não deve apenas ouvir a voz do ator com nitidez, mas deve também ser perpassado por ela, como se ela soasse estereofonicamente. A voz do ator deve envolver o espectador, como se viesse de todas as direções e não apenas do lugar em que o ator se encontra. (KLIPPERT, 1980, p.83).

A partir de seus elementos construtivos, pode-se dizer que a peça radiofônica representa uma das muitas formas de arte no rádio, pois é composta de elementos técnicos, teóricos e práticos. A exploração dos elementos sonoros, a palavra e a voz, fazem da peça radiofônica uma obra de arte criada para o rádio que evidencia uma capacidade de renovar, a partir do que já foi um grande sucesso, a grade de programação das emissoras.

2.2 O sucesso da ficção no rádio brasileiro por meio da radionovela

No Brasil, o que mais se aproxima das peças radiofônicas são os seriados e as radionovelas que deixaram marca na história do rádio, dando origem aos famosos “anos dourados do rádio brasileiro”.

Os anos dourados do rádio brasileiro aconteceram a partir da década de 1940. Calabre (2003) descreve esse momento da história do rádio brasileiro, dizendo que:

> O rádio brasileiro vivenciou nas décadas de 1940 e 1950 um crescimento interno e uma repercussão junto ao público ouvinte de tal magnitude que fez com que o período entrasse para a história como os “anos dourados do rádio brasileiro”. Entre os programas de maior audiência radiofônica da época estavam as radionovelas. (CALABRE, 2003, p1).

As radionovelas nasceram a partir de uma estratégia para aumentar o lucro nas vendas dos mais variados produtos, como José Alencar Diniz (2009) afirma:

> As radionovelas nascem a partir de *soap operas* [11]americanas, que fazem parte da estratégia de empresas para aumentar às vendas de produtos de limpeza e higiene. Os primeiros bosquejos de *soap opera* surgem nos Estados Unidos através de dramas curtos, em média quinze minutos, apresentados em horário diurno (DINIZ, 2009, p. 100).

Diniz (2009), sobre o estabelecimento da radionovela no Brasil, garante que:

> Não existe um enunciado totalmente novo, isso porque ele sempre carrega objetos de outros discursos. Esse conceito afina-se com a proposta deste trabalho de recriação. Isto é, para que um novo gênero seja compreendido, é imprescindível que ele se constitua de elementos já conhecidos do público. Por exemplo, quando é apresentada a primeira radionovela no Brasil, em 1941, os ouvintes já estão familiarizados com a nova narrativa. Isso porque, na década de 30, são comuns em emissoras brasileiras peças radiofônicas, radioteatros, esquetes teatrais, enfim, obras com características semelhantes às novelas radiofônicas. (DINIZ, 2009, p. 210).

As peças radiofônicas que surgiram na Alemanha foram se moldando ao que despertava maior interesse no ouvinte, por isso, como afirma Diniz (2009) “as peças radiofônicas, radio teatros, esquetes teatrais são os percursores da radionovela”. A peça radiofônica no Brasil, a partir daí, passou a ser representada pela radionovela,

[11] Séries compostas por episódios transmitidos regularmente. O desenvolvimento da história se dá por meio de vários episódios sequenciais.

que alterou apenas o modo como a história é desenvolvida, deixando de ser unitária para se tornar sequencial.

Segundo Calabre (2003, p.8) “as radionovelas obtinham altíssimos índices de audiência e estavam sempre entre os programas mais ouvidos das emissoras”. Mas o sucesso da radionovela no Brasil chegou ao fim no começo dos anos 1950, quando a televisão chegou ao país. Para Calabre (2003) isso ocorreu por que:

> O custo da produção das radionovelas era muito alto e pôde ser mantido enquanto as verbas de publicidade afluíam em grande quantidade para o rádio. Com o crescimento da televisão ocorreu um fenômeno de migração da verba publicitária para o novo veículo. As verbas publicitárias não cresceram na mesma proporção que a multiplicação do número de emissoras de rádio e de televisão. A diminuição das verbas publicitárias foram, em grande parte, responsáveis pelo abandono do gênero pelo rádio. Ao longo da década de 1960, algumas emissoras ainda mantinham ainda alguns horários de radionovelas ou de programas de rádio-teatro. Mas na década de 1970 o gênero desapareceu apesar de algumas tentativas isoladas de reativa-lo. (2003, p. 11).

Em meio às atitudes isoladas levantadas por Calabre (2003), anos depois, em 1990 surgiu em Porto Alegre o Núcleo de Peças Radiofônicas, que busca registrar e recuperar a memória do radioteatro e da radionovela no Brasil.

Atualmente, o Núcleo de Peças Radiofônicas de Porto Alegre faz pesquisa, produção e transmissão de peças radiofônicas. Segundo as pesquisadoras Mirna *Spritzer* e Raquel *Grabauska*[12] (2002), o que sempre norteou o trabalho do núcleo foi:

> Acreditar que existe ainda um espaço intacto para a dramaturgia no rádio brasileiro. Ao atuar para ser ouvido, o ator tem na sua voz a possibilidade de provocar o imaginário de quem escuta. Em frente ao microfone o autor trabalha a consciência de que fala em linha direta com o outro, ouvinte. E o convida a mergulhar para dentro de seu próprio mundo (*SPRITZER; GRABAUSKA*, 2002, p.187).

Em São Paulo as peças radiofônicas, voltadas à ficção como forma de entretenimento, foram reduzindo com o passar do tempo. Atualmente as emissoras paulistanas de rádio não possuem horário em sua grade voltado ao formato ficcional,

[12] A primeira é graduada em Artes Cênicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora e coautora do livro ‘Bem lembrado: História do radioteatro de Porto Alegre’. A segunda é escritora e coautora do livro ‘Bem lembrado: História do radioteatro de Porto Alegre’.

porém, algumas emissoras reproduzem o formato como um programete[13] dentro de um programa maior. Um bom exemplo pode ser visto nas peças de grande sucesso interpretadas por Eli Corrêa, na Rádio Capital, em “A hora da saudade”, um programete no qual o locutor interpreta/narra histórias enviadas pelo ouvinte.

A emissora paulistana 89 Rádio Rock também fez suas contribuições a ficção no rádio, primeiro em 1995, com o programa Os Sobrinhos do Ataíde, e em 2014, com a estreia da radionovela “*Morte no Ar*”, numa espécie de programete durante o programa “*Quem não faz toma”*. No dia 31 de Março de 2014, mas, ainda dentro de um programa maior, a emissora levou ao ar uma nova radionovela, intitulada “*Chifrudos*”, seguindo o mesmo formato de sua antecessora, acreditando assim, na ascensão do formato.

2.3 Estética radiofônica brasileira

Segundo o Dicionário Houaiss (2008), a palavra estética significa “estudo do belo e da beleza artística”; e a palavra radiofônica é relativa à radiofonia, que significa, segundo o referido dicionário, “sistema de transmissão de sons por meio de ondas de rádio”.

Neste capítulo pretende-se abordar a beleza existente na arte de se emitir sons diversos através das ondas eletromagnéticas que formam a programação do rádio brasileiro.

O rádio, ao entrar no Brasil na década de 1920, por influência de Roquette-Pinto, surge com caráter educacional. Nas palavras de Luiz Artur Ferraretto (2008):

> Roquette-Pinto, o homem que trouxe o rádio para o Brasil, era um idealista localizava veredas, criava caminhos, onde os outros viam apenas encruzilhadas. Roquette- Pinto defendia a radiofusão como uma ferramenta de cunho educativo, o rádio deveria ser, segundo ele, uma forma de tirar parcelas significativas da sociedade da miséria, ele afirmava que não existia desengano maior do que a falta de conhecimento. [...] Influenciado pelo positivismo de Augusto Comte, Roquette-Pinto a respeito da ciência, educação e progresso,

[13] Programete são pequenas esquetes de 1 a 5 minutos que entram na programação do rádio durante programas maiores.

> acreditava que a redenção do ser humano ocorreria por meio do conhecimento. E acreditava que o rádio seria a melhor forma de distribuir conhecimento de forma a alcançar a todas as classes sociais. (FERRARETO, 2008 p. 34).

O rádio que, inicialmente, seria um instrumento de cunho social com a finalidade de disseminar educação a distância, perde-se rapidamente da função proposta por Roquette Pinto. Já nos primeiros anos de seu nascimento, o rádio brasileiro começa a disseminar músicas como forma de arte, e posteriormente, seriados e radionovelas. Com o passar do tempo, a estética radiofônica brasileira vai se tornando um instrumento de cunho comercial e/ou financeiro.

Conforme Graziela Melo Vianna e Mozahir Salomão (2008) afirmam:

> Nos primeiros tempos do rádio no Brasil, o pioneiro Roquette Pinto acreditava em uma programação construída por noticiosos e músicas eruditas para educar o povo brasileiro. Porém quando o rádio tornou-se comercial, os artistas populares já divulgados pela indústria fonográfica, e que tornaram bem populares, passaram a conquistar a audiência. O rádio facilitou o acesso à canção popular registrada em discos, contratando os artistas populares que se tornaram ídolos dos ouvintes (VIANNA & SALOMÃO, 2008 p. 168).

A dramaturgia no rádio naquela época era de grande valor emotivo para o telespectador, que esperava ansiosamente o momento em que poderia relaxar e escutar sua radionovela.

Segundo Calabre (2003):

> As emissoras de rádio do Brasil, em seu período áureo, transmitiam semanalmente um grande número de radiodramatizações. Entre elas, a radionovela foi o gênero que causou maior impacto – a primeira transmissão ocorreu em 1942, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. As radionovelas eram histórias seriadas irradiadas, inicialmente, ás segundas, quartas e sextas feiras, ou as terças, quintas e sábados (CALABRE, 2008 p.115).

Com o surgimento das produções audiovisuais no cinema e na televisão, as peças ficcionais no rádio perderam sua força e, atualmente, a programação do rádio brasileiro é formada basicamente por programas musicais, jornalísticos, de entrevistas, esportivos, programetes de humor, dicas e informativos. Sobre a estética radiofônica atual, o investigador de ambientes sonoros Raymond Murray Schafer (1992) afirma que:

> O rádio, tal como existe no momento, não é provavelmente uma forma de arte. Falta-lhe um aparato exegético (ou até mesmo um guia de programação adequado) para a análise externa. Um bom programa de rádio merece a mesma atenção que um bom livro ou um bom filme (SCHAFER, 1992 p.242).

Em complemento do que afirma Schafer (1992), é relevante considerar a opinião de *Tetsuo Kogawa* (2008):

> Através de sua história, a despeito dos esforços empreendidos pelos futuristas em 1920, o rádio tem sido largamente considerado um meio de comunicação ao invés de uma forma de arte (KOGAWA, 2008 p. 263)

Sendo um importante meio de comunicação de massa, o rádio possui ampla capacidade de exploração de diversas formas de arte, não devendo restringir seu potancial. Em contribuição a esta afirmativa Mario Kaplún (2008) corrobora:

> O rádio pode desenvolver extraordinária vividez – e isto é ainda mais importante - fatos ações, situações humanas, personagens, histórias, casos, conflitos, estados de ânimo, “climas”. Pode apresentar de forma vivida, os problemas, as lutas, as alegrias e os sofrimentos dos seres humanos e das comunidades.(KAPLÚN, 2008 p.87)

Kaplún (2008, p.87) também afirma que “a autêntica comunicação radiofônica deve ter um componente afetivo além do conceitual; deve mobilizar não somente a área pensante do ouvido como também sua área emocional”.

A arte radiofônica é capaz de atrair e seduzir o imaginário do ouvinte, formando um universo que incita a capacidade de livre criação e faz com que o ouvinte seja o criador da estética do que está ouvindo. No rádio, a arte é cega aos olhos, porem visível aos ouvidos e moldável á imaginação.

2.4 A peça radiofônica como formato de entretenimento

No inicio do século XX o rádio era o principal meio de entretenimento dos brasileiros. A caixinha eletrônica falante era o ponto de encontro onde famílias e amigos se reuniam para atentamente ouvir seus programas preferidos. Na década de 40 as peças radiofônicas ganharam vida na programação das emissoras brasileiras de rádio por meio dos seriados e das então famosas radionovelas. Por se

tratar de um entretenimento barato, que na época concorria apenas com o cinema, teatro ou espetáculos em circo, o rádio se destacava com ampla popularidade.

O rádio que inicialmente nasce no Brasil com um caráter educacional na visão de seu idealizador Roquete Pinto, ganha a excelência no meio de entretenimento, e consolida um período da história como a “Era do rádio”. No entanto toda “era” tem seu inicio e seu fim e, na década de 50, com a chegada da TV no Brasil, as peças radiofônicas que eram o principal atrativo da audiência do rádio começam a entrar em decadência, o alto custo de produção das radionovelas e seriados e a migração da verba publicitária para a televisão faz com que o rádio ceda involuntariamente sua Era de popularidade para uma caixinha mais moderna, que não emite apenas sons, mas também imagens.

Mas ao contrário do que se cogitava na década de 50, o rádio, mesmo perdendo sua principal estrela, se manteve vivo, pois, ainda hoje, demonstra grande força como meio de comunicação eficiente para a população. Em 2014, a pesquisa sobre os Hábitos de Consumo de Mídia dos Brasileiros, solicitada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, constatou que o rádio continua sendo a segunda principal mídia do país, com 60% da população ouvindo rádio pelo menos uma vez por semana.

Partindo de um dos motivos pelo qual as peças deixaram de ser produzidas, há de se ressaltar que o que antes exigia um orçamento maior, hoje está mais fácil. Como uma das facilidades mais notáveis, podemos citar o surgimento dos inúmeros softwares de edição, que facilitam a produção de um som ambiente, que, por ser um trabalho complexo, necessitava antes de um maior investimento financeiro. Hoje, um sonoplasta resolve esse problema, pois este possui ferramentas para criar paisagens, efeitos e outros elementos de sonoridade necessários para ambientar uma peça.

Tendo em vista essa facilidade, que não é o único motivo pelo qual as peças são escassas na programação das emissoras brasileiras de rádio, foi aplicado no presente trabalho o método de pesquisa por meio de questionário quantitativo e qualitativo para avaliar qual seria a melhor forma de fazer com que o ouvinte passe/volte a ter interesse por este tipo de entretenimento e de que forma os profissionais do rádio enxergam esse retorno.

Nas pesquisas feitas por meio de questionário qualitativo, um dos entrevistados, o jornalista Luís Henrique Romagnoli, que também é produtor e diretor de radionovelas, alega que com a futura migração dos canais AM (Amplitude Modulada) de rádio para FM (Frequência Modulada) as emissoras deverão inovar para poder disputar audiência, com isso as peças radiofônicas, sejam elas novelas, séries, seriados ou peças (com inicio, meio e fim no mesmo episódio), ganharão espaço e tendem a ter uma ascensão de audiência no rádio .

Em entrevista autorizada e gravada por câmera de vídeo, o radialista Eli Corrêa, locutor da Rádio Capital, afirma que não apostaria nos dias atuais em uma audiência segmentada no retorno de peças radiofônicas, mas ressalta que uma boa produção e bons roteiros podem quebrar este paradigma e conseguir ter êxito na programação das rádios brasileiras.

Hoje, na programação do rádio brasileiro, existem pequenas produções voltadas à ficção como entretenimento, mas, se comparada à programação das rádios como um todo, isso não chega nem a 5%. Como exemplo pode-se citar o programa do Eli Corrêa, “A Hora da Saudade”, onde o locutor narra histórias verídicas enviadas pelos ouvintes. Outro exemplo, pode-se encontrar nas radionovelas produzidas pela 89 FM, a rádio rock, que embora tenham estreado recentemente, vem ganhando força na programação da emissora. As radionovelas da emissora são transmitidas durante o programa “*Quem Não Faz Toma*”, locutado por Tatóla Godas que, por meio de gravação autorizada de áudio, respondeu em pesquisa qualitativa que está tendo grande audiência e um positivo retorno neste segmento. Godas afirma acreditar que as peças radiofônicas tem um futuro promissor no setor de entretenimento. Wagner Rocha, produtor artístico da rádio Metropolitana, afirma que para que as peças tenham um espaço devido na grade de programação precisam valer a pena e, para que chamem a atenção de um público como o da Metropolitana, ou seja, o jovem, a peça tem que ser voltada ao gênero humorístico. Marcelo Siqueira, Diretor Artístico da rádio Nativa, já acredita que como a forma de se consumir rádio mudou, o papel dele e a concorrência também. O diretor defende que as peças possuem seu espaço na programação das emissoras, só é preciso que estejam na rádio certa e numa segmentação específica.

O roteirista Ricardo Mendonça, conhecido como Ricardinho, responsável por escrever as histórias das radionovelas da 89FM, também foi entrevistado por meio

de questionário qualitativo devidamente assinado, e o mesmo também alega que o humor tem sido o ponto forte da audiência, e que bordões usados por um personagem auxiliam para despertar interesse no ouvinte.

Pensando na produção das peças radiofônicas como forma de entretenimento, não só para o público alvo deste projeto, como também para um público residual que acompanha a programação do rádio, realizamos pesquisa quantitativa. Os questionários foram aplicados em cem pessoas entre 20 e 60 anos de idade. Surpreendentemente a diferença de idade entre os entrevistados não fez com que o resultado obtido sofresse grande variação, ou seja, o público de diversas faixas etárias aprova o entretenimento por meio da dramaturgia no rádio. Deve-se, porém, levar em consideração a linguagem utilizada, bem como o gênero da peça para que contemple determinado público, pois uma mesma peça pode agradar a uma delimitada faixa etária e desagradar à outra. Quando questionado sobre a ausência da dramaturgia no rádio, mais da metade dos entrevistados (57 pessoas) responderam que sentem falta desse tipo de entretenimento na programação das rádios que costumam acompanhar. E, muito além da ausência deste formato de entretenimento, 84 dos 100 entrevistados acreditam que as peças são um produto de entretenimento atraente.

Outra questão levantada em pesquisa quantitativa foi o tempo, pois hoje, no cenário de entretenimento, seja no rádio, na televisão ou na internet, este sempre é colocado em questão. Nas respostas obtidas por meio da pesquisa quantitativa o tempo que o público residual acredita ser o ideal é 15 minutos, porém, em *feedback* recebido e gravado em áudio com as pessoas cegas e deficientes visuais na Fundação Dorina Nowill e no Instituto Padre Chico, estas defenderam que o tempo ideal, assim como são as novelas e os filmes na televisão, devia ser superior a 40 minutos. Ou seja, para quem enxerga o tempo para se entreter sem recurso visual é notadamente mais difícil, mas isso, talvez, seja pela falta de costume, e pensando neste ponto, o grupo optou pela produção de peças de 15 minutos, para assim, atingir não só o cego e deficiente visual, que é o público alvo deste trabalho, como também um público residual composto por ouvintes do rádio, e estes, se gostarem das peças, passarão a querer ouvi-las outras vezes, e a questão do tempo passaria a ficar em segundo plano.

Finalmente, em defesa das peças radiofônicas como meio de entretenimento, podemos afirmar que mais de setenta anos depois do advento da televisão no Brasil, o rádio continua vivo e forte, e não podemos deixa-lo limitado, mas é preciso expandi-lo também como forma de arte. Sua portabilidade acompanha os ouvintes, mas além de acompanhar é necessário dar novas opções na sua programação.

A dramaturgia no rádio é uma forma barata e eficaz de entretenimento, além de ser uma opção de se desligar da aceleração do visual e se conectar individualmente com o exercício de imaginar. Poucas pessoas nos dias atuais não possuem pelo menos um aparelho de rádio, mas, além do público em geral, deve-se destacar um público específico que há muito tempo está carente de novos meios de entretenimento no rádio, quer se referir ao público cego.

Durante desenvolvimento desta pesquisa foram feitas visitas em dois institutos de pessoas cegas: a Fundação Dorina Nowil para cegos e o Instituto de cegos Padre Chico, é unanime entre as pessoas entrevistadas nestes institutos o desejo de ver na grade de programação das emissoras de rádio, as peças radiofônicas. Estas pessoas ficam limitadas quando se trata das diversas formas de entretenimento, visto que os efeitos tradicionais de sonoridade do audiovisual em filmes, novelas, desenhos, séries ou seriados não são produzidos de forma a contemplar pessoas que não enxergam.

3. SÉRIE DE PEÇAS RADIOFÔNICAS: RETRATOS DO COTIDIANO

3.1 Retratos do Cotidiano

Retratos do Cotidiano é uma sequência de peças radiofônicas unitárias de cunho ficcional produzidas pela Boto Produções[14]. Criada para ser transmitida no rádio e disponibilizada inicialmente na internet em formato de *podcast*, por meio de

[14] Produtora criada por essa equipe de pesquisa, visando a produção e divulgação de peças radiofônicas durante período acadêmico e futuro. O nome Boto originou-se da primeira peça concluída pelo grupo, a qual tinha como tema principal o Boto cor de rosa.

plataformas de transmissão, divulgação e compartilhamento como o *SoundCloud,* o *Facebook* e o *Youtube*. A opção dos dois últimos veio após identificarmos a facilidade de divulgação e audição dos ouvintes, pois são redes sociais que possuem mais facilidade de acesso, sendo assim, a forma de compartilhamento é publicar no *Youtube* em formato de vídeo e em seguida compartilhar no *Facebook*. Conforme exemplo com peça radiofônica produzida e divulgada por este grupo. (Conforme figura).

Figura 1: Printagem tela de divulgação do Youtube para o Facebook

A história será roteirizada com começo, meio e fim, assim como são as peças radiofônicas em sua essência: não focam em personagens fixos, cada episódio é construído a partir de uma trama diferente e pode ser acompanhada sem a necessidade de se ter ouvido o episódio/história anterior.

A série de peças é recomendada para maiores de 16 anos. O tempo estimado será de quinze minutos, sem incluir a ficha técnica. A partir da pesquisa quantitativa realizada com 100 homens e mulheres acima de 20 anos, o resultado indicou que o tempo ideal de duração é de 15 minutos.

A identificação do ouvinte com a narrativa se dará a partir de uma linguagem de fácil compreensão aliada ao cotidiano das pessoas. Tal conceito tem sua importância quando o objetivo é causar uma relação do ouvinte com a narrativa. Kaplún (2008) elucida esse ponto afirmando que:

> Quando as pessoas escutam rádio, entram em jogo mecanismos psíquicos fundamentais como o da identificação. O público se identifica com determinados locutores, com determinados artistas, com determinadas personagens, com determinados programas e estabelece com eles uma relação afetiva especial. [...] Aqui também, esta possibilidade depende da capacidade de empatia da emissão radiofônica. Se esta tem qualidade empática, se sabe inserir-se na realidade, no mundo, nas vivências e nas aspirações das camadas populares, estas se sentirão consubstanciadas na emissão e estabelecerão com ela uma relação positiva de identificação. (KAPLÚN, 2008, p. 89).

O nome da série de peças radiofônicas (Retratos do Cotidiano) nasceu a partir deste conceito, pois, se você insere fatos corriqueiros que façam com que as pessoas se identifiquem com aquilo que estão ouvindo, elas passam a demonstrar um interesse maior pela audição das peças.

Além de buscar a relação do ouvinte com a narrativa por meio de temas e linguagens do cotidiano, as peças radiofônicas a serem produzidas também buscam na paisagem sonora esta relação, que dá força ao que está sendo dito e leva o ouvinte a criar um cenário imaginário do que está sendo contado com mais facilidade. Marcos Júlio Sergl e Carmen Lucia José (2008) conceituam a paisagem sonora no áudio:

> A paisagem sonora é uma composição sonoplástica em que os elementos da sonoridade são selecionados e associados para compor um ambiente acústico para a palavra falada, do mesmo modo que, na escrita, muitas vezes a descrição confecciona um ambiente para o personagem desenvolver uma ação. Os recursos da sonoridade, trilhas e/ou efeitos sonoros, são escolhidos para construir um fundo sonoro que expande os

> sons numa linha horizontal em altitude constante ou, através dos ritmos, em diferente altitudes, construindo um tempo/espaço virtual para um determinado texto verbal (JOSÉ & SERGL, 2008, p.258).

O gênero das peças navega pelo melodrama, que segundo Thomessau (apud SILVA, Lourdes 2005) é:

> Um gênero teatral que privilegia primeiramente a emoção e a sensação. Sua principal preocupação é fazer variarem estas emoções com a alternância e o contraste de cenas calmas ou movimentadas, alegres ou patéticas. É também um gênero no qual a ação romanesca e espetacular impede a reflexão e deixa os nervos à flor da pele (THOMESSAU *apud* SILVA, LOURDES, 2005, p. 126).

O melodrama foi a melhor opção porque, além de ser mais fácil inserir ações do cotidiano para criar uma identificação do público com a narrativa, o grupo percebeu que, no romance, quando feito exclusivamente para o rádio, a história tende a se arrastar, pois num mundo acelerado como o do século XXI desperta um interesse menor, e a possível produção de peças com o gênero de terror foi descartada após pesquisas qualitativas realizadas na Fundação Dorina Nowill, onde as pessoas cegas e deficientes visuais afirmam que o terror não é uma forma de entretenimento agradável, e sim algo que incita o medo.

Outros gêneros como o romance, o drama, a comédia (em sua essência) e até mesmo o suspense, também podem ser desenvolvidos.

3.2 O rádio e o cego

Os meios de comunicação voltados ao entretenimento, em grande parte, são movidos pelo uso do som e da imagem. Mas quando o público em questão é o cego, somente o som é capaz de entreter.

Sobre a quantidade de cegos no Brasil, Elisangela Ribas Godoy (2003), em artigo, afirma:

> De acordo com dados do IBGE (2002) existem no Brasil 16.573.937 cegos, sendo que no Paraná vivem cerca de 792.143. Porém, os jornais que circulam diariamente, as emissoras de televisão e a internet permitem várias formas de acesso para que os videntes possam estar inteirados sobre o que ocorre, mas poucas possibilidades aos que não enxergam. Por sua vez, o rádio exerce uma grande influência sobre esta parcela da população,

> ocupando uma posição de prestígio nas vidas destes indivíduos. A interventora do Instituto Paranaense de Cegos (na época da pesquisa), Maria Regina Boscardin, destaca que o deficiente tem conhecimento da realidade através das notícias deste veículo, sendo "portanto uma janela para o mundo para o deficiente e uma das maiores fontes de informação e formação para o cego" (GODOY, 2003, p.1).

Em 2010 o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou que 35,7 milhões de pessoas possuem deficiência visual.

Considerando o número de pessoas com deficiência visual, ressaltamos a importância de inserir novos formatos na programação do rádio, pois este, como meio exclusivamente sonoro, é o principal meio de entretenimento de pessoas deficientes visuais de forma severa.

Em pesquisa realizada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) Lívia Moreira Barroso (2013) aponta que:

> Mesmo com o surgimento de novos veículos de comunicação e com o avanço tecnológico, o rádio é o meio de comunicação de massa que atinge a maior parte da população mundial, cerca de 95% dos habitantes do planeta (BARROSO, 2013 p.2).

Sobre a relação do cego com o meio de comunicação rádio, Barroso (2013) indaga:

> Diferentemente dos meios de comunicação audiovisuais, que utilizam a combinação, imagem e som para fidelizar o público, o rádio tem como única ferramenta a fala, a voz. E por ser essencialmente oral, o veículo consegue conquistar públicos diferenciados, por uma de suas características mais marcantes, que é a possibilidade do seu ouvinte criar imagens, através dos sons emitidos (BARROSO, 2013, p.2).

Para comprovar a relação do cego com o rádio, Barroso (2003) aplicou pesquisa em 50 deficientes visuais da cidade de Picos, no Piauí. O estado do Piauí possui uma população de deficientes visuais composta por 143.692 pessoas, segundo pesquisa realizada pelo IBGE em 2012.

A pesquisa de Barroso (2013, p. 7) objetivou "entender a relação dos deficientes visuais com o rádio". O primeiro resultado detectou que 49% possuem pelo menos dois aparelhos e, que, 90% do total de pesquisados ouve o rádio em casa.

Mas a ficção, que já teve sua era de ouro no rádio, não foi citada, isso porque, claramente, ela é escassa na atual programação das emissoras.

Existem lacunas a serem preenchida dentro da programação das emissoras brasileiras de rádio, pois, a grade atual oferece poucas opções de ficção, principalmente para os cegos, que se apoiam no rádio como fonte de entretenimento.

3.3 Roteirização e estratégias de criação

Segundo Syd Field (2001, p.02) o roteiro é como um substantivo – é sobre uma pessoa, ou pessoas, num lugar, ou lugares, vivendo sua “coisa”. Todos os roteiros cumprem esta premissa básica, a pessoa é o personagem e viver sua coisa é a ação.

O roteiro de uma peça radiofônica tem vantagens e desvantagens em relação a um roteiro cinematográfico. Entre as vantagens podemos citar o fato de não existir preocupação com a marcação de câmeras, visto que as imagens serão produzidas individualmente no imaginário do ouvinte. Outra vantagem é que não se precisa de locação especifica para produzir as cenas, o roteirista pode trabalhar sua imaginação livremente durante o desenvolvimento da história e usar apenas efeitos de sonoridade que criem o ambiente propício ao local retratado no roteiro. O que é visto como vantagem, pode se transformar também em desvantagem, se considerarmos a dificuldade em ambientar uma história da maneira correta. Ou seja, por mais bem trabalhado que seja um roteiro radiofônico, ele deve sempre considerar o ponto de vista dum publico cego, e com isto a falta de um único som pode quebrar o clima da história fazendo com que esta fique desinteressante. Por exemplo, em uma produção audiovisual, uma criança brincando em um balanço feito de corda amarrado em uma árvore, a imagem mesmo sem áudio falará por si, já em uma produção de áudio, precisaremos que algum personagem comente o ocorrido - “cuidado para não se machucar neste balanço menino, esta corda amarrada nestas árvores não está segura”, aliado a um efeito sonoro que remeta a uma corda rangendo e/ou árvores balançando.

A estrutura de um roteiro de uma peça radiofônica é semelhante a estrutura de um roteiro cinematográfico, pois ambos trabalham uma história com começo, meio e fim, embora não seja uma obrigação manter esta sequencia lógica. Syd Field (2001), por exemplo, afirma que:

> Uma história é um todo, e as partes que a compõem – a ação, personagens, cenas, sequencias, atos de apresentação, confrontação e resolução, incidentes, episódios, eventos, música, locações, etc. Estrutura é o que sustenta a história no lugar. É o relacionamento entre essas partes que unifica o roteiro, o todo (SYD FIELD, 2001, p.02).

Um roteiro sempre vai obedecer à lei do universo de que toda ação tem uma reação. Isto vale para a construção do produto (roteiro) até a pós-produção. Durante o desenvolvimento do roteiro, o seu criador sempre estará diante de situações que o farão seguir por um caminho ou por outro e, a cada escolha, a história sofrerá uma consequência, existem diversos possíveis finais para um roteiro, ou diversos possíveis confrontos, e ainda diversas possíveis maneiras de fazer a apresentação. Se o roteirista pedir opinião de diferentes pessoas para aperfeiçoar determinada cena, possivelmente ficará perdido, pois haverão diversas opiniões divergentes de possíveis situações, com isto, se tratando de um roteirista iniciante, poderá perder o foco do seu produto, e possivelmente não consiga concluí-lo, ou se vier a concluir, corre o risco de não sentir-se satisfeito com o resultado.

Na afirmação de Syd Field (2001):

> Todo mundo é escritor. É o que você vai descobrir. Todo mundo a quem você mostrar o seu roteiro terá uma sugestão, um comentário ou uma ideia melhor sobre o assunto. Depois eles lhe contarão a grande ideia que eles têm para um roteiro (SYD FIELD, 2001, p. 221).

Ao se desenvolver um roteiro, é imprescindível levar em consideração o público a ser atingido, assim como também coloca o roteirista Ricardo Xavier de Mendonça, o Ricardinho da 89FM, em pesquisa qualitativa, pois o mesmo diz que a maior dificuldade para criar um roteiro é “Adequar a história ao público que será atingido”. Um roteiro muito aberto pode tornar-se desinteressante, pois o uso de variadas formas de linguagem pode deixar o público perdido. É como imaginar um roteiro dramático, que usa vocabulários formais de 1970, misturado com gírias da década de 1990 e músicas da década atual. Inicialmente parece divertido, mas o

produto final ficará sem objetividade, e não irá contemplar a relação entre os personagens do roteiro.

Para Syd Field (2001, p.79)

> Um roteiro é como um sistema; consiste de partes específicas relacionadas e unificadas pela ação, personagem e premissa dramática. Nós o medimos ou avaliamos, em termos de quão bem ele funciona ou não funciona (SYD FIELD, 2001, p.79).

Ao se definir o público alvo, o desenvolvimento do roteiro fica mais claro e objetivo, pois o roteirista irá sequenciar as partes de um todo, levando em consideração a melhor linguagem a ser utilizada.

Após delimitado o público alvo, é fundamental trabalhar as sequências do roteiro. Para Syld Fiel (2001, p.80) “a sequencia é o elemento mais importante do roteiro. Ela é o esqueleto, ou espinha dorsal de um roteiro; ela mantem tudo unificado”.

Uma sequência de cenas em uma obra audiovisual será principalmente trabalhada por mudanças de câmeras. No que se se refere a uma peça radiofônica, a passagem de uma cena para outra será marcada pela paisagem ou efeito sonoro, este deve ser muito bem trabalhado, pois o uso indevido ou inexistente da sonoridade poderá fazer com que a cena fique sem sentido.

Cada sequência de um roteiro deve obrigatoriamente obedecer a uma ordem. No ato I temos a apresentação da história, neste começo normalmente temos a apresentação dos personagens, a delimitação do tempo e do espaço, mas é preciso evoluir de modo que esta apresentação tenha um ponto de virada para o inicio do ato II, este ato é conhecido como confrontação, é o momento em que a história evolui, os personagens manifestam suas vontades, ações e/ou contrariedades, e seguem para o ponto de virada, que é o ato III, onde se dará o momento da resolução da história, o desfecho.

Syld Fiel (2001, p. 133) afirma que “cada ato é uma unidade, ou bloco, de ação dramática”. Syeld Field (2001, p.132) afirma também que “uma história sempre se move para adiante, passo a passo, cena a cena, no sentido da resolução”.

Outra técnica de grande importância na criação de um roteiro é o conflito, é este quem faz as ações acontecerem. Syeld Field (2001, p.142) ressalta que “deve ter sempre em mente obstáculos que gerem conflito dramático”, que, por sua vez,

estará sempre presente e se dará por meio do drama. Nas peças produzidas, o conflito é nítido quando os personagens precisam fazer escolhas, ou fazem com que suas escolhas, levem a um conflito.

Em uma obra de dramatização radiofônica, o trabalho do roteirista é escrever o roteiro pensando no desenvolvimento de uma ação. O diretor terá a missão de pegar o que o roteirista colocou no papel e transformá-la, deixa-la ainda mais interessante por meio da locução e dos elementos sonoros que irão acompanhar a história posteriormente, até porque, no rádio, a facilidade de se criar história é menos limitada que nos entretenimentos visuais. McLeish coloca tal ponto de vista dizendo que:

> Ao contrário da televisão, em que as imagens são limitadas pelo tamanho da tela, as imagens do rádio são do tamanho que você quiser. Para o escritor de peças radiofônicas, é fácil nos envolver numa batalha entre duendes e gigantes, ou fazer nossa espaçonave pousar num estranho e distante planeta. Criada por efeitos sonoros apropriados e apoiada pela música adequada, praticamente qualquer situação pode ser trazida ao ouvinte. (MCLEISHE, 2001, p.15).

Os roteiros “A Noite dos Treze Anos” e “A Marmita Perdida e o Convite” foram desenvolvidos pensando em formas de enfatizar o uso da paisagem. No primeiro percebe-se a construção e troca de paisagem sonora com mais facilidade porque este, por sua vez, oferece uma possibilidade de criação de ambiente maior por fazer uso de mais de um cenário. Já no segundo, A Marmita Perdida e o Convite, a paisagem tem sua força, porém em espaço de tempo maior, isso porque as cenas, em grande parte, se desenvolvem num só lugar.

Em seguida, os roteiros:

ROTEIRO	DATA	SÉRIE	PEÇA	TEMPO
Eliana Santos	25/08/2014	Retratos do Cotidiano	A Noite dos Treze Anos	15’

TEC	**PENDRIVE/ VINHETA DE ABERTURA __ 15’’**
	RETRATOS DO COTIDIANO/
	EPISÓDIO DE HOJE: A NOITE DOS TREZE ANOS//
	SOBREPOR: **PEN DRIVE/ EFEITOS/ CARRO LIGANDO __ 02’** **PEN DRIVE/ EFEITOS/ RÁDIO SINTONIZANDO – 3’’** **PEN DRIVE/ EFEITOS TRÂNSITO/ AMBIENTAÇÃO ALEATÓRIA: BUZINAS, ARRANCADAS DE MOTO, CARRO POR DENTRO – BG**
LOCUTOR	BOA NOITE OUVINTES DA NOSSA POPULAR FM/
	O TRÂNSITO NA REGIÃO CENTRAL DE SÃO PAULO ESTÁ TOTALMENTE PARADO/ A BRUXA ESTÁ SOLTA NESTA SEXTA-FEIRA TREZE/ COM PREVISÃO DE FORTES PANCADAS DE CHUVA PARA O FINAL DA NOITE/ AGORA VAMOS DE MÚSICA ROMÂNTICA PARA ALEGRAR OS CORAÇÕES APAIXONADOS//
TEC	**SOBE TRILHA SONORA:**
	PENDRIVE/ TRILHA/ I´M NOT DOG NO-FALCÃO __ 03¨
TED	AH! DESLIGA ESSE RÁDIO//
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ DESLIGANDO O RÁDIO __ 01¨**
FILISBINA	AHHH TED/ EU NEM ACREDITO QUE DEPOIS DE TREZE ANOS VOCÊ E EU VAMOS COMEMORAR PELA PRIMEIRA VEZ NOSSO ANIVERSÁRIO DE CASAMENTO//
	É/ MAS SE O TRÂNSITO NÃO MELHORAR LOGO/ CHEGAREMOS ATRASADOS//

TED	VOCÊ NÃO ME CONTOU PRA ONDE ESTAMOS INDO/MAS APOSTO QUE É PARA ALGUM RESTAURANTE OU UM MOTELZINHO CINCO ESTRELAS//
FILISBINA	MOTELZINHO?/MOTELZIHO?/VOCÊ TÁ MALUCA? /EU RESERVEI PELA INTERNET DOIS LUGARES PRA NÓS NO CINEMA / TEM UMA ESTRÉIA HOJE QUE EU ESPERO HÁ MUITO TEMPO/ E DEPOIS AINDA PODEMOS IR NA LANCHONETE DO JOCA COMER UM LANCHINHO//
TED	SENHOR TADEU CHUCRUTS/ EU NÃO ACREDITO QUE PAGAMOS CEM REAIS PRA BABÁ CUIDAR DO TED JUNIOR/ SÓ PARA IRMOS AO CINEMA E DEPOIS COMER HAMBURGUER NA BARRAQUINHA DO SEU AMIGO JOCA//
FILISBINA	O JOCA NÃO TEM UMA BARRAQUINHA/ É UMA LANCHONETE/ E É SUPER CHIQUE TEM ATÉ UMAS MESINHAS DE PLÁSTICO NA CALÇADA/ E OUTRA SE VOCÊ NÃO QUISER HAMBURGUER/ ELE SERVE CHURRASCO GREGO COM SUCO GRÁTIS//
TED	AHHHH/ EU NÃO ACREDITO/ POR QUE VOCÊ NUNCA FAZ NADA PRA ME AGRADAR?//
FILISBINA	AHHHH/ EU É QUEM PERGUNTO DONA FILISBINA FINA/ POR QUE VOCÊ NUNCA SE AGRADA DAS COISAS QUE FAÇO PRA VOCÊ? /SEMPRE RECLAMA/ RECLAMA/ RECLAMA/ NEM SEI COMO TENHO TE AGUENTADO POR ESTES TREZE ANOS//
TED	UUUUHHHMMMM/ NÃO ME CHAME PELO SOBRENOME!/ VOCÊ SABE QUE ODEIO/E SOU EU QUEM TENHO FEITO UM ESFORÇO FORA DO NORMAL PARA SUPORTAR VOCÊ POR ESTES TREZE ANOS/VOCÊ É UM GROSSO E INSENSÍVEL//
FILISBINA	E VOCÊ CONTINUA SENDO A MESMA MULHER SEM GRAÇA E DESAJEITADA DE TREZE ANOS ATRÁS/ SÓ QUE AGORA AINDA ESTÁ VELHA E ACABADA/
TED	E HOJE VOCÊ ESTÁ PARECENDO UM PERIQUITO VERDE// (RECLAMA) NUNCA VI ALGUÉM SAIR DE CASA DE ROUPA/ SAPATO/ CHAPÉU E TUDO VERDE//

FILISBINA	ORAS/ORAS/ SEU BARRIGUDO/ PELO MENOS EU CONTINUO ESBELTA/ DIFERENTE DE VOCÊ QUE NEM OS BOTÕES DA CAMISA CONSEGUE FECHAR PORQUE A PANÇA DE CHOP NÃO DEIXA/
FILISBINA	SUA BARRIGA SÓ SERVE PRA BRINCAR DE GANGORRA/ E ULTIMAMENTE NEM BRINCAR DE GANGORRA SERVE/ VOCÊ SÓ SABE RONCAR E PEIDAR DE BAIXO DOS LENÇÓIS//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ CARRO ACELERANDO __ O2''**
TED	AHH/ EU VOU COMEMORAR ESTA DATA SOZINHO//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ PORTA DO CARRO ABRINDO/01¨**
	SOBE BG
FILISBINA	AH / QUE VÁ/ QUE VÁ//
TED	EU SOU UM HERÓI POR TE ATURAR POR TANTO TEMPO//
FILISBINA	POIS /POIS EU TAMBÉM PREFIRO COMEMORAR SEM VOCÊ/ VOLTA AQUI E DEIXA AS CHAVES DO CARRO//
TED	FIQUE COM AS CHAVES E FAÇA BOM PROVEITO/
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ CHAVES DO CARRO SENDO JOGADAS __ 01''**
TED	E TOMARA QUE A POLICIA AMBIENTAL NÃO PARE O CARRO POR ACHAR QUE TEM UM PAPAGAIO VERDE DIRIGINDO//
TEC	**PEN DRIVE/ EFEITOS/ PORTA DO CARRO BATENDO __ 01''**
	DESCE BG
FILISBINA	HÁA/ ELE ESTÁ ACHANDO QUE EU VOU CHORAR?/ EU NÃO VOU CHORAR/ EU SOU FORTE/ DECIDIDA/ FIRME/ AHHH/ EU VOU CHORAR SIM/ HUMM/ POR QUE TEM QUE SER ASSIM? //
TEC	**JUSTAPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ CARRO DANDO PARTIDA __ 04''**
FILISBINA	EU ACHO QUE ELE ERA PÉ FRIO/ FOI SÓ ELE SAIR DO CARRO E O

	TRÂNSITO ANDOU POXA!// MAS PARA ONDE EU VOU? /O DINHEIRO ESTÁ TODO COM O TED/ EU NÃO TENHO DINHEIRO NENHUM!! //
	(PAUSA)
	JÁ SEI/ AS ENTRADAS DO CINEMA QUE ELE RESERVOU PELA INTRERNET/ O COMPROVANTE ESTÁ NO PORTA LUVAS/ E JÁ ESTÃO PAGOS/ É ISTO AÍ FILISBINA/ UMA MULHER ESPERTA SABE CURTIR A VIDA SOZINHA//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TROVÃO __ 02”**
	MIXAR COM: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TIC-TAC/ __ 03”
	SOBREPOR: PEN DRIVE/ TRILHA/ FILME CINEMA __ 03” - BG
FILISBINA	AI EU TÔ ATRASADA/O FIILME JÁ COMEÇOU//
TEC	**EFEITO AO VIVO: XIIIIIII**
FILISBINA	NÃO TEM BANCO VAZIO/ COMO PODE?/ EU COMPREI ENTRADAS TEM QUE TER CADEIRAS VAZIAS/ O TED PAGOU/ EU QUERO SENTAR//
TEC	**SOBREPOR: EFEITO SONORO AO VIVO: PESSOAS RECLAMANDO __ 10”**
FILISBINA	AI NOSSA/ QUE GENTE MAL EDUCADA//
TEC	**SOBREPOR: EFEITO SONORO/ PASSOS CORRENDO __ 02”**
	FADE OUT BG – 02”
FILISBINA	AHH/ EII/ O MOCINHA VOCÊ TRABALHA AQUI NÉ?//
ATENDENTE	SIM//
FILISBINA	EU ESTOU COM UM PROBLEMINHA//
ATENDENTE	POIS NÃO?//
FILISBINA	MEU MARIDO COMPROU DOIS LUGARES PELA INTERNET PARA ASSISTIRMOS JUNTOS A UM FILME ROMÂNTICO/ PORQUE HOJE É

	NOSSO ANIVERSÁRIO DE CASAMENTO/ SABE?/
ATENDENTE	AHÃMM//
	MAS A SALA ESTÁ LOTADA/ E DEVERIA TER DOIS LUGARES VAZIOS//
FILISBINA	POSSO VER SUAS RESERVAS SENHORA?//
ATENDENTE	**SOBREPOR: ZÍPER ABRINDO __ 01”**
TEC	SIM/SIM /CLARO/ ESTÃO AQUI//
FILISBINA	A SENHORA DISSE QUE FOI O SEU MARIDO QUEM FEZ AS RESERVAS?//
ATENDENTE	SIM/ ELE/ELE TÁ CHEGANDO/ É QUE EU VIM ANTES/TÁ UM POUCO DE TRÂNSITO NÉ?/NA CIDADE VOCÊ SABE COMO QUE É//
FILISBINA	SENHORA/ ACHO QUE SEU MARIDO SE ENGANOU/ A SALA QUE A SENHORA ENTROU ERA DE UM FILME DE ROMANCE/ E A RESERVA QUE SEU MARIDO FEZ/ CONFORME A SENHORA PODE OBSERVAR AQUI SÃO DE UM FILME DE AÇÃO E GUERRA/ É NA SALA SETE O FILME:GUERRA SANGRENTA DOS ZUMBIS DO SUL//
ATENDENTE	NÃO/MEU MARIDO IA ME TRAZER PARA ASSISTIR A UM FILME DE GUERRA DE ZUMBIS NO DIA DO NOSSO ANIVERSÁRIO DE CASAMENTO//
FILISBINA	TALVEZ ELE TENHA SE ENGANADO NA HORA DE FINALIZAR A COMPRA PELA INTERNET SENHORA/ NEM TODO MUNDO ESTÁ ACOSTUMADO COM ESTAS TECNOLOGIAS//
ATENDENTE	OBRIGADA POR TENTAR ME ANIMAR MINHA FILHA/ MAS MEU MARIDO É TECNICO EM INFORMÁTICA/ TRABALHA NO RAMO HÁ EXATAMENTE TREZE ANOS/ ELE NÃO SE ENGANARIA//
	EU SINTO MUITO/ MAS CASO A SENHORA QUEIRA ASSISTIR O FILME/ ELE COMEÇOU TEM APENAS QUINZE MINUTOS/ A SALA FICA NO FINAL DESTE CORREDOR A SUA ESQUERDA/ TENHA UM BOM FILME//

FILISBINA	É EU VOU FICAR/ SERÁ MELHOR DO QUE VOLTAR PRA CASA AGORA! / ESSA ENTRADA DÁ DIREITO A PIPOCA E REFRIGERANTE?//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TROVÃO __ 02”** **SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ PESSOAS CONVERSANDO-COPOS-GARRAFAS __ BG**
TED	E AÍ JOCA/ EU NÃO TE DISSE QUE HOJE EU VIRIA?/ SOLTA UM GREGO COM O SUCO GRÁTIS PRA MIM//
JOCA	E AÍ TADEU?// TADEU NÃO/ É TED PROS ÍNTIMOS//
TED	BELEZA TED/ CADÊ A PATROA? /VOCÊ ME DISSE QUE IRIA TRAZÊ-LA HOJE//
JOCA	VIXIIIII/ NEM ME FALA DAQUELA INGRATA JOCA/ NEM ME FALA!//
TED	MAS O QUE HOUVE?//
JOCA	PLANEJEI UM PASSEIO ROMÂNTICO PARA COMEMORARMOS TREZE ANOS DE CASADOS/ E ELA ALÉM DE SE VESTIR COM O UNIFORME DO PALMEIRAS COMPLETO/ AINDA RECLAMOU DO PLANEJAMENTO QUE EU FIZ PARA PASSARMOS UMA NOITE ROMÂNTICA JUNTOS//
TED	É/ EU TE ENTENDO MEU AMIGO / ESTAS MULHERES SÃO UM BANDO DE INGRATAS/ A GENTE SE MATA PARA FAZER O MELHOR PARA AGRADAR E ELAS NUNCA RECONHECEM//
JOCA	O PIOR FOI ELA ME ACUSAR DE BARRIGUDO/ IMAGINA JOCA/ EU COM ESTE CORPINHO SARADO/ FAÇO O MAIOR SUCESSO LÁ NO MEU SERVIÇO/ QUANDO EU PASSO VEJO AS MENININHAS COCHICHANDO/ TUDO DOIDAS PRA ESCALAR ESTA MONTANHA AQUI/ E A FILISBINA NÃO DÁ VALOR//
	SÉRIO TED? CÊ NÃO É FRACO NÃO HEIM?/ EU DESDE QUE ME SEPAREI DA GICELDA QUE NENHUMA MULHER OLHA PRA MIM/ TÁ RUSSO PRO MEU LADO//

TED	E COMO É QUE VOCÊ TEM SE VIRADO ESTE TEMPO TODO?/ VOCÊ FICA NOS CINCO CONTRA UM?//
JOCA	LÓGICO QUE NÃO NÉ ?/ EU ATRAVESSO A RUA/ E PAGO PELOS SERVIÇOS DAS AMIGAS//
TED	HÁAAA/ SAFADINHO! /MAS SABE QUE É ISTO QUE EU VOU FAZER AGORA!/ VOU SÓ TERMINAR O MEU LANCHE GREGO E O MEU SUCO/ E VOU DAR UM PULINHO LÁ NA CASA DAS AMIGAS/ JÁ QUE A FILISBINA NÃO DÁ VALOR EU VOU COMPRAR UMA NOITE DE VALOR PRA MIM MESMO//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TROVÃO __ 02”**
	FADE IN: PEN DRIVE/ EFEITOS/ ZUMBI-GRITOS-UIVOS-TRILHA TERROR __ 07” – BG
FILISBINA	AI EU VOU EMBORA/ESSE FILME DÁ MEDO//
TEC	**FADE OUT __ BG**
	SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TROVÃO __ 02”
	SOBREPOR: PEN DRIVE/ TRILHA/ FUNK __ 03” – BG
AMIGA	E AI BONITÃO/ QUER IR BRINCAR NO QUARTO?//
TED	E QUANTO CUSTA A BRINCADEIRA?//
AMIGA	DEPENDE/ QUANTAS MENINAS VOCÊ QUER LEVAR PARA O QUARTO E POR QUANTO TEMPO?//
TED	ME RESPONDA ANTES/O QUÊ VOCÊ ACHA DA MINHA BARRIGA//
AMIGA	ISTO NÃO É UMA BARRIGA/ ISTO É UM CALO SEXUAL MUITO EXCITANTE//
TED	UHHHHMMMMM/ GOSTEI DA RESPOSTA/ CHAMA CINCO AMIGAS AÍ/ VAMOS SUBIR PARA O QUARTO E BRINCAR DE GANGORRA A NOITE INTEIRA//

AMIGA	CLAUDETE/ CHAMA O BONDE DAS ALPINISTAS E SOBE UMA CAIXA DE VÓDKA PARA O QUARTO CINCO//
TEC	**FADE OUT BG** **SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TROVÃO __ 02”** **SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ PASSOS CORRENDO __ 02”** **FADE IN: PEN DRIVE/ EFEITOS/ ESTACIONAMENTO – BG** **SOBREPOR:** **PEN DRIVE/ EFEITOS/ ESTACIONAMENTO/ CARRO CHEGANDO** **PEN DRIVE/ EFEITOS/ ESTACIONAMENTO/ CARRO ESTACIONANDO** **SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ ESTACIONAMENTO/ CARRO PASSANDO**
FILISBINA	MEEEEU DEUS/ CADÊ MEU CARRO? FUI ROUBADA/ SOCORRO/ POLÍCIAAAAA//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ APITO __ 02”** **MIXAR COM: SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ MOTO ACELERANDO __ 02”**
SEGURANÇA	EU SOU O SEGURANÇA DO SHOPPING/ O QUE HOUVE SENHORA?//
FILISBINA	QUE SEGURANÇA É VOCÊ?//
SEGURANÇA	EPAAAAAAA//
FISLISBINA	QUE DEIXOU MEU CARRO SER ROUBADO/ E AGORA O QUE EU FAÇO?//
SEGURANÇA	AGORA A SENHORA TEM QUE PROCURAR UMA DELEGACIA ABRIR UM BOLETIM DE OCORRÊNCIA E ACIONAR SEU SEGURO/ ISSO SE A SENHORA TIVER UM// O SHOPPING DISPONIBILIZA ESTACIONAMENTO GRATUITO E POR ISTO NÃO SE RESPONSABILIZA POR ROUBOS OU FURTOS//
FILISBINA	ONDE FICA A DELEGACIA MAIS PRÓXIMA?//
SEGURANÇA	A SENHORA PODE PEGAR TRÊS ÔNIBUS OU PEGAR UM TAXI//

FILISBINA	ÔNIBUS? /MAS EU NÃO TENHO DINHEIRO//
SEGURANÇA	AÍ NÃO É PROBLEMA MEU SENHORA!/ PEDE CARONA NOS ÔNIBUS/ EU SOU SÃO PAULINO/ EU NEM GOSTO DE TORCEDORA DO PALMEIRAS//
FILISBINA	PALMEIRAS/QUE TORCEDORA DO PALMEIRAS/MAS EU SOU CORINTIANA/ É QUE/É QUE EU ME VESTI DE VERDE/ ME VISTO DE VERDE PORQUE VERDE É NATUREZA//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ MOTO DANDO PARTIDA __ 03”**
FILISBINA	OHHH/ MEU DEUS/MEU DEUS/ SERÁ QUE TEREI QUE IR A PÉ PRA CASA?/JÁ SEI VOU LIGAR PRA CASA/ PODE SER QUE O TED ESTEJA MAIS CALMO/ E ELE PEGUE UM TÁXI E VENHA ME BUSCAR/ DINHEIRO EU SEI QUE ELE TEM/ ELE RECEBEU O PAGAMENTO HOJE//
TEC	**EFEITO AO VIVO: TECLA DE CELULAR __ 02”**
	MIXAR COM: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TELEFONE CHAMANDO __ 04”
TED JUNIO	ALÔ!//
FILISBINA	TED JÚNIOR? /O QUE VOCÊ ESTÁ FAZENDO ACORDADO A ESTA HORA?//
TEC	**MANTÉM BG**
TED JUNIOR	OI MÃE/ EU TAVA ASSISTINDO UM FILME DE TERROR E PERDI O SONO/ FIQUEI COM MEDO DE DORMIR E OS ZUMBIS ME PEGAREM//
FILISBINA	CADÊ O SEU PAI?//
TED JUNIOR	UÉ/ COMO É QUE EU VOU SABER/ ELE SAIU DE CASA COM A SENHORA/ SERÁ QUE OS ZUMBIS PEGARAM O VÉIO? //
FILISBINA	NÃO FILHO/ SEU PAI ESTÁ BEM/ ELE ESTÁ AQUI COMIGO SIM/ EU ME ENGANEI/ EU IA TE PERGUNTAR CADÊ A BABÁ?//
TED JUNIOR	AHHH/ MÃE A BABÁ ESTÁ DORMINDO//

FILISBINA	DORMINDO?/COMO ASSIM DORMINDO/? ELA DEVERIA FICAR ACORDADA ATÉ NÓS VOLTARMOS PRA CASA/ ELA ESTÁ ACHANDO QUE VAI GANHAR CEM REAIS PARA DORMIR? ACORDA ELA AGORA//
TED JUNIOR	IIIIH/NÃO VAI DAR NÃO MÃE//
FILISBINA	POR QUE NÃO VAI DAR MENINO?//
TED JUNIOR	ELA CAPOTOU// ACHO QUE VAI DORMIR ATÉ AMANHÃ A TARDE/EU MISTUREI METADE DO SEU REMÉDIO DE DORMIR NO CHÁ QUE ELA ESTAVA TOMANDO//
FILISBINA	AHHHHH/ POR QUE VOCÊ FEZ ISTO TED JÚNIOR?
TED JUNIOR	PORQUE EU QUERIA ASSISTIR AO FILME AMERICAN PIE E ELA QUERIA ME OBRIGAR A DORMIR ANTES DO FILME COMEÇAR/ ELA É MUITO CHATA//
FILISBINA	MEEEUUU DEUS!/ MEUS REMÉDIOS SÃO MUITO FORTES/ ESPERO QUE VOCÊ NÃO TENHA MATADO A BABÁ//
TED JUNIOR	RELAXA MÃE/ELA ESTÁ RESPIRANDO/ ESTÁ ATÉ RONCANDO/ESCUTA AI//
TEC	**PEN DRIVE/ EFEITOS/ RONCO (AO VIVO) __ 03”**
FILISBINA	TED JUNIOR/VOCÊ SÓ TEM DEZ ANOS/ NÃO ME OBRIGUE A TE MANDAR PARA UM COLÉGIO INTERNO/
	DAQUI A POUCOESTOU EM CASA/ SE COMPORTA!//
TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ CELULAR DESLIGANDO __ 02”**
	FADE OUT BG
TEC	**FADE IN: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TROVÃO E CHUVA __ 02” – BG**
FILISBINA	ERA SÓ O QUE ME FALTAVA/ TEREI QUE VOLTAR PRA CASA A PÉ/ USANDO SALTO ALTO/ SOZINHA/ A QUASE MEIA NOITE EMBAIXO DE CHUVA/ DEPOIS DE TER ASSISTIDO A UM ROMÂNTICO FILME DE ZUMBIS//

TEC	**SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ TROVÃO – 02”** **SOBREPOR: PEN DRIVE/ EFEITOS/ CHUVA – BG** **JUSTAPOR ENTRE O BG ALEATÓRIAMENTE:** **PEN DRIVE/ EFEITOS/ CARROS PASSANDO – BG** **PENDRIVE/ EFEITOS / CACHORRO LATINDO – BG** **PENDRIVE / EFEITOS/ GARRAFA DE VIDRO - BG** **PENDRIVE / EFEITOS/ RAIOS E TROVÕES – BG**
TED	ONDE EU ESTOU?/ AAAAI QUE DOR DE CABEÇA! / QUE LUGAR É ESSE/ COMO EU VIM PARAR AQUI?//
TEC	**EFEITO SONORO/CARROS PASSANDO _ 02”**
BÊBADO	VOCÊ FOI DESPEJADO/ TODO MUNDO QUE VAI NA CASA DAS PRIMAS E NÃO TEM DINHEIRO PRA PAGAR PELA TREPADA/ OS CAFETÃO JOGA AQUI// TODA NOITE TEM UM/ DIFERENTE AQUI/ ESQUENTA NÃO/ TOMA UM POUCO DA MINHA BIRITA AÍ//
TED	COMO ASSIM NÃO TEM DINHEIRO? EU TENHO DINHEIRO SIM/ MINHA CARTEIRA/ ROUBARAM MINHA CARTEIRA/ SOCORRO/ MINHA CARTEIRA/ AI MINHA CABEÇA/ DEVEM TER ME DADO UMA PAULADA NA CABEÇA/ AAIII, PIOR É QUE NEM CHEGUEI A DAR UMA!//
BÊBADO	FICA ASSIM NÃO/TODO MUNDO QUE ELES JOGAM AQUI CONTA A MESMA HISTÓRIA /O MAIS ENGRAÇADO É QUE ELES SÓ JOGAM BARRIGUDOS IMPRESSIONANTE/EU ACHO QUE AS PRIMAS DO BORDEL NÃO GOSTAM DE HOMEM PANÇUDO NÃO CARA//
TED	VOCÊ TEM UM CELULAR AÍ PRA ME EMPRESTAR?//
BÊBADO	CELU O QUE?/ Ó ESTA PONTE É A MINHA CASA E O ÚNICO CELU AQUI É O CELUPINGA/ QUER UM GOLE?//
TED	POR QUE EU FUI ABANDONAR MINHA FOLHINHA DE ALFACE?/ ISTO SÓ PODE SER CASTIGO DE DEUS/ MINHA MAGRINHA/ LAVA/ PASSA/ ARRUMA/ COZINHA/ ME DEU UM FILHO QUE É UM ANJINHO EM PESSOA/ EU FUI TÃO EGOÍSTA/ EU DEVERIA TER LEVADO ELA PRA UM MOTELZINHO/ QUE CUSTAVA? E AGORA/ COMO IREI VOLTAR PRA CASA? SEM CARRO/ SEM DINHEIRO/ SEM CELULAR/ DEBAIXO DESTA CHUVA/

BÊBADO	VOCÊ TEM UM BELO RELÓGIO NO BRAÇO//
TED	MEU RELÓGIO/ ELES NÃO LEVARAM MEU RELÓGIO/UHUUUUUU/ SEU BÊBADO VOCÊ MERECIA UM BEIJO/ MAS EU NÃO VOU TE DAR/ POIS ESTOU COM PRESSA//
BÊBADO	ECA/ EU SÓ ACEITO BEIJOS DE HOMENS MAGRO/ SEM PANÇA/ SEM PANÇA//
TEC	**PENDRIVE / EFEITOS/ CARRO PASSANDO E PARANDO __ 02”**
	SOBREPOR: PENDRIVE / EFEITOS/ MOTOR LIGADO __ 02”
TED	TÁXI/ TÁXI//
TAXISTA	OPA/VAI PRA ONDE SENHOR?//
TED	EU PRECISO IR PRA CASA/ MAS ROUBARAM MINHA CARTEIRA/ SÓ TENHO COMIGO ESTE RELÓGIO/ ELE É BANHADO A OURO/ UM LEGITIMO RALEX/ O SENHOR ACEITARIA ME LEVAR EM CASA EM TROCA DO MEU RELÓGIO?//
TAXISTA	É/ TIRA O RELÓGIO DO BRAÇO E DEIXA EU VER//
TEC	**EFEITO AO VIVO: PULSEIRA DE RELÓGIO**
TED	AQUI ESTÁ/É HERANÇA DE FAMÍLIA//
TAXISTA	OPA/VALEU TROUXA/EU FICO COM ESTE RELÓGIO/ E VOCÊ VOLTA PRA CASA A PÉ//
TED	NÃÃÃÕOOO/VOCÊ NÃO PODE FAZER ISTO!//
TAXISTA	É/EU NÃO POSSO/ MAS ESTA PISTOLA AUTOMÁTICA QUE TÁ NA MINHA MÃO/ PODE TUDO/ INCLUSIVE ELA ACABOU DE ROUBAR ESTE TAXI/ MANÉ!//
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE / EFEITOS/ CARRO ARRANDANDO __ 02”**
TED	AHHHHH EU QUERO MINHA CASA/ FILISBINA CADÊ VOCÊ?/ FILISBINAAAAAA//
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE / EFEITOS/ TROVÃO __ 02”**

	JUSTAPOR: TED: FILISBINA/ FILISBINA
FILISBINA	AHHHH/NOSSA/AQUELE HOMEM GRITANDO LÁ LONGE NA RUA PARECE O TED/ UÉ/ É O TED!
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE / EFEITOS/ TROVÃO __ 02”**
	JUSTAPOR: FILISBINA: TED/ EU ESTOU AQUI! TEDIIIIIIII
TED	OXI/ EU ESTOU VENDO ASSOMBRAÇÃO MESMO VIU!/ O QUE A FILISBINA ESTÁ FAZENDO FORA DO CARRO/ DESCALÇA, COM OS SAPATOS NAS MÃOS NESTA CHUVA?//
TEC	**PENDRIVE / TRILHA/ ROMÂNTICA __ 03”**
TED	FILISBINAAAAA//
FILISBINA	TEEEEDDDD//
TED	VOCÊ VAI FICAR AÍ ME OLHANDO/ NÃO VAI ME DAR UM ABRAÇO TED?//
	QUE ABRAÇO O QUE /
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE / EFEITOS/ CD RISCADO __ 02”**
	CORTA TRILHA
	MANTÉM BG CARROS PASSANDO
TED	VAMOS CORRER PRA O CARRO/
	PRA SAIRMOS DESTA CHUVA/ ONDE ESTÁ O CARRO?//
FILISBINA	EU FUI ROUBADA TED/ FURTARAM NOSSO CARRO NO ESTACIONAMENTO DO SHOPPING/
TED	SHOPPING?

FILISBINA	TIVE QUE ANDAR ATÉ AQUI/ PORQUE TODO O DINHEIRO ESTAVA COM VOCÊ/ EU NÃO TINHA DINHEIRO NEM PRA PEGAR UM ÔNIBUS/ MAS AGORA QUE ESTAMOS JUNTOS PODEMOS IR A UM PONTO DE TÁXI E PAGAMOS UMA CORRIDA PRA CASA//
TED	TÁXI FILISBINA?//
FILISBINA	NÃO CHORE TED O CARRO TINHA SEGURO/ FICA CALMO O SEGURO VAI NOS DAR OUTRO CARRO//
TED	EU ESTOU CHORANDO PORQUE EU TAMBÉM FUI ROUBADO E NÃO TEMOS DINHEIRO NEM PRA VOLTAR PRA CASA E NEM PRA PAGAR A BABÁ QUE ESTÁ EM CASA CUIDANDO DO TED JÚNIOR//
FILISBINA	FIQUE TRANQUILO HOMEM/ MEU CELULAR AINDA TEM BATERIA/ VAMOS LIGAR PARA ALGUM DOS SEUS AMIGOS PRA VIR NOS BUSCAR//
TED	MAS E O DINHEIRO DA BABÁ?
FILISBINA	NÃO SE PREOCUPE EU LIGUEI EM CASA E O JUNIOR DISSE QUE MATOU A BABÁ//
TED	HÃNN?/O JÚNIOR O QUÊ?//
FILISBINA	BRINCADEIRA/ ELE SÓ DEU SONIFERO PRA ELA/ MAS PELA QUANTIDADE QUE ELE DEU/ ELA SÓ VAI ACORDAR DEPOIS DAS DUAS HORAS DA TARDE/ ATÉ LÁ JÁ VAMOS TER ARRUMADO O DINHEIRO/ OU PODEMOS ACUSÁ-LA DE DORMIR NO EXPEDIENTE E ASSIM NÃO PRECISAMOS PAGAR//
TED	FILISBINA?//
FILISBINA	OI TED
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE / TRILHAS / ROMÂNCE NO AR __ 02”**
TED	ME PERDOA POR TER SIDO TÃO GROSSO E EGOÍSTA TODOS ESTES ANOS/EMBORA EU NÃO TENHA SIDO MUITO ROMÂNTICO NESTES TREZE ANOS/ QUERO QUE VOCÊ SAIBA QUE VOCÊ É AMOR DA MINHA VIDA//

FILISBINA	OHHHH TED/ EU E EU TAMBÉM FUI GROSSA COM VOCÊ/ ME PERDOA?//
TEC	**MÚSICA ROMANTICA**
TED	CLARO QUE EU TE PERDÔO//
FILISBINA	TED/ NUNCA NOS BEIJAMOS NA CHUVA//
TED	ESTA SERÁ A PRIMEIRA VEZ NESSE TREZES ANOS//
TEC	**EFEITO AO VIVO: BEIJO __ 02”**
	PENDRIVE/ VINHETA DE ENCERRAMENTO__ 15’’

	FICHA TECNICA: A NOITE DOS TREZE ANOS TEVE: **ELENCO** VANESSA PAULA VINICIUS VAZ PEDRO TELMA SOUSA BUENO MAGALHÃES ELIANA SANTOS WILLIAN DANTAS BRUNO LIMA GUILHERME ANDRADE **PRODUÇÃO** LETÍCIA CUNHA TELMA SOUSA **ROTEIRO** ELIANA SANTOS **DIREÇÃO** WILLIAN DANTAS E ELIANA SANTOS **SONOPLASTIA** JOÃO JUNIOR **SUPERVISÃO** MARCOS JULIO SERGL TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO GRAVADO NOS ESTÚDIOS DE ÁUDIO DA UNIVERSIDADE DE SANTO AMARO – UNISA – EM OUTUBRO DE DOIS MIL E QUATORZE.

ROTEIRO	DATA	SÉRIE	PEÇA	TEMPO
Willian Dantas	30/09/2014	Retratos do Cotidiano	A Marmita Perdida e o Convite	15’

TEC	**PENDRIVE/EFEITOS/ METRÔ __ BG** **SOBREPOR:** **PESSOAS CONVERSANDO __ 3’’** **PENDRIVE/EFEITOS/ PORTA METRÔ ABRINDO __ 03”** ***SONORA: PRÓXIMA ESTAÇÃO: HOJE TUDO PODE ACONTECER***
HENRIQUE	E AE FIDALGO/ QUE COINCIDÊNCIA HEIN//
FIDALGO	HAHAHA/ COINCIDÊNCIA NADA HENRIQUE/ ESSE É PRATICAMENTE O NOSSO PONTO DE ENCONTRO DE TODAS AS MANHÃS//
HENRIQUE	POXA/ QUE BOM HUMOR HEIN FIDALGO/ HOJE É SEXTA!/ ÂNIMO AMIGÃO//
FIDALGO	EU VOU TE CONTAR QUE ONTEM EU ATÉ QUE ESTAVA ANIMADO PRA HOJE/ MAS ACABEI DORMINDO TARDE/ ACORDEI ATRASADO E TIVE QUE SAIR CORRENDO DE CASA/ PENSA NUM CARA CANSADO/ SOU EU//
TEC	**MIXAR COM BG: PENDRIVE/EFEITOS/ EU PODIA TÁ ROUBANDO __ BG**
HENRIQUE	MAS PENSA PELO LADO BOM/ HOJE É DIA DE BARZINHO COM A GALERA DO TRAMPO/ E A CLARICE VAI ESTAR LÁ/ É O MOMENTO CERTO PARA VOCÊ//
FIDALGO	NEM TERMINA HENRIQUE/ HOJE EU ESTOU TRANQUILO/ ESTOU COM SONO/ EU NEM SEI SE VOU PARA ESSE BAR//
HENRIQUE	AHH/ PODE PARAR FIDALGO/ HOJE É ANIVERSÁRIO DA MARIA/ AQUELA RECEPCIONISTA GOSTOSA//

FIDALGO	QUE GOSTA DE MULHER NÉ?//
HENRIQUE	É/ EU SEI/ MAS ISSO NÃO DEIXA ELA MENOS GOSTOSA//
	AGORA VOLTANDO A CLARICE//
FIDALGO	VOLTANDO NO QUE HENRIQUE?/ NÃO TEM NADA PRA GENTE FALAR DELA//
HENRIQUE	TOMA VERGONHA NA CARA FIDALGO/ JÁ FAZ QUANTO TEMPO QUE A GENTE TRABALHA NA EMPRESA?/ UNS CINCO ANOS?//
FIDALGO	NEM SEI/ POR AÍ//
HENRIQUE	TÁ/ ISSO NEM IMPORTA/ O NEGÓCIO É QUE VOCÊ PAGA UM PAU PRA CLARICE/ TODO MUNDO SABE//
TEC	***SONORA: PRÓXIMA ESTAÇÃO: É AQUI QUE VOCÊS DESCEM***
FIDALGO	DEIXA DE CONVERSA HENRIQUE/ VAMOS DESCER//
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE/EFEITOS/ PORTA DE METRÔ ABRINDO E FECHANDO __ 03”** **FADE OUT BG __ 03”** **SILÊNCIO 2”** **PENDRIVE/EFEITOS/ PORTA DO ELEVADOR ABRINDO __ 02”** **SOBREPOR: PENDRIVE/EFEITO/ ESCRITÓRIO __ BG** **MIXAR COM BG EFEITOS ALEATÓRIOS:** **PENDRIVE/EFEITO/FAX** **PENDRIVE/EFEITO/ DIGITAÇÃO** **PENDRIVE/EFEITO/ IMPRESSÃO** **PENDRIVE/EFEITO/ PAPEL RAGANDO**
HENRIQUE	BOM DIA MEU POVO LINDO!//
LISBOA	E AÍ HENRIQUE/ BOM DIA/ QUE BOM HUMOR HEIN!//

HENRIQUE	HOJE É SEXTA FEIRA LISBOA/ É O LEGÍTIMO DIA DO BOM HUMOR//
MARCELA	PELO VISTO VOCÊ PEGOU TODO O BOM HUMOR PRA VOCÊ/ PORQUE O FIDALGO CHEGOU E NEM BOM DIA DEU//
TEC	**MIXAR: PENDRIVE/EFEITOS/ TELEFONE _ 04”**
HENRIQUE	NEM LIGA MARCELINHA/ HOJE O FIDALGO TÁ CHATÃO MANO//
MARCELA	ACONTECEU ALGUMA COISA FIDALGO?//
LISBOA	ACHO QUE ELE TÁ ASSIM POR CAUSA DA CLARICE//
FIDALGO	MAS O QUE A CLARICE TEM A VER COM ISSO?//
LISBOA	SEI LÁ/ VOCÊ É APAIXONADO POR ELA/ ELA NAMORA O NOSSO CHEFE//
FIDALGO	ISSO É O QUE DIZEM/ NINGUÉM NUNCA VIU ELES DOIS JUNTOS//
MARCELA	POIS EU TENHO CERTEZA QUE AQUELES DOIS TEM UM CASO//
HENRIQUE	PAAARA GALERA/ O NOSSO QUERIDO CHEFE É CASADO/ MUITO BEM CASADO ALIÁS//
MARCELA	ELES PODEM SER AMANTES UÉ//
FIDALGO	NADA A VER O QUE VOCÊS ESTÃO FALANDO/ PELO QUE EU CONHEÇO DA CLARICE ELA NÃO É O TIPO DE MULHER QUE TOPARIA SER A OUTRA//
LISBOA	PELO QUE EU CONHEÇO DA CLARICE?/ME POUPE FIDALGO/ E O QUE VOCÊ CONHECE DELA?//
MARCELO	É/ O QUE VOCÊ CONHECE DELA?/ VOCÊ TOMOU CORAGEM PARA ADICIONAR ELA NO FACEBOOK NA SEMANA PASSADA/ E ACHA QUE JÁ CONHECE TUDO DELA?//
HENRIQUE	É AMIGÃO/ ESSA EU NÃO ENTENDI//

FIDALGO	QUEREM SABER/ EU VOU É COMEÇAR A TRABALHAR E SE EU FOSSE VOCÊS COMEÇARIA TAMBÉM/ AO INVÉS DE FICAR AI TOMANDO CONTA DA VIDA DOS OUTROS//
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE/EFEITOS/ BATENDO NA PORTA __ 02”**
LISBOA	QUEM É?//
HENRIQUE	ENTRA!//
SORAIA	OI GEEENTEE//
HENRIQUE	AÍ/ FALANDO EM TOMAR CONTA DA VIDA DOS OUTROS//
SORAIA	AI CREDO HENRIQUE!//
HENRIQUE	EU TÔ BRINCANDO//
SORAIA	BOM DIA GENTE/ E AI/ O BARZINHO TÁ DE PÉ NÉ?//
HENRIQUE	EU TÔ DENTRO//
MARCELO	EU TAMBÉM CHUCHU//
LISBOA	CHUCHU?//
MARCELA	UÉ/ EU SEMPRE CHAMEI ELA ASSIM//
LISBOA	É QUE CHUCHU É TÃO RUIM//
FIDALGO	PRONTO! AGORA O ASSUNTO É CHUCHU//
SORAIA	PARA DE SER CHATO FIDALGO//
	HOJE VOCÊS TROUXERAM MARMITA NÉ?/ EU VOU ALMOÇAR COM VOCÊS//
HENRIQUE	BELEZA/ NO MESMO HORÁRIO DE SEMPRE//
TEC	**SOBREPOR:**
	PENDRIVE/EFEITOS/ RELÓGIO TIC TAC __ 3’’

	PENDRIVE/EFEITOS/ BATIDA NA PORTA __ 03”
SORAIA	E AI GALERA/ VAMOS ALMOÇAR?//
LISBOA	OPA!//
TEC	**FADE OUT BG**
	MIXAR COM: PENDRIVE/ EFEITOS/ RELÓGIO TIC TAC __ 3’’
	SOBREPOR ALEATÓRIAMENTE:
	PENDRIVE/EFEITOS/ PESSOAS CONVERSANDO
	PENDRIVE/EFEITOS/TALHERES
	PENDRIVE/EFEITOS/TRÂNSITO
	PENDRIVE/EFEITOS/ MICROONDAS
LISBOA	VOU CONFESSAR QUE EU NÃO VIA A HORA DE VIR ALMOÇAR/ AQUELE RELATÓRIO DE TRINTA PÁGINAS JÁ TAVA ME MATANDO//
SORAIA	EU FIQUEI JOGANDO O DIA TODO/ LÁ NA RECEP...///
LISBOA	MINHA MARMITA SUMIU!//
TEC	**MIXAR COM: PENDRIVE/ TRILHA/ JAW THEME – 03”**
HENRIQUE	OXI/COMO ASSIM SUMIU LISBOA//
LISBOA	SUMIU UÉ/ NÃO TÁ AQUI NA GELADEIRA//
FIDALGO	COMO ASSIM LIBOA? É IMPOSSÍVEL//
MARCELA	IMPOSSÍVEL NADA/ AQUI TRABALHA MUITA GENTE/ VAI SABER//
SORAIA	É/ MAS ESSE REFEITÓRIO ESTÁ SEMPRE VAZIO/ SÓ A GENTE QUE COME AQUI//
HENRIQUE	A GENTE E A CLARICE//

MARCELA	SERÁ QUE FOI A CLARICE QUE ROUBOU A MARMITA DO LISBOA?//
LISBOA	AH/ SE FOI A CLARICE OU NÃO/EU NÃO SEI / MAS QUE MINHA MARMITA NÃO TÁ NA GELADEIRA/ ELA NÃO TÁ//
MARCELA	E AGORA? SERÁ QUE ALGUÉM COMEU?//
HENRIQUE	NÃO MARCELA/ A PESSOA DEVE TER PEGO A MARMITA PRA COLOCAR DE ENFEITE EM CIMA DA MESA//
FIDALGO	É/ TIPO UMA PLANTINHA//
MARCELA	HÁ/HÁ//
LISBOA	SÉRIO/ SEM BRINCADEIRA NENHUMA/ TÁ ESTRANHO/ QUEM PEGARIA MINHA MARMITA?//
MARCELA	VOCÊS VIRAM SE ALGUÉM ENTROU AQUI HOJE?//
FIDALGO	EU NÃO VI//
HENRIQUE	NEM EU//
MARCELA	SERÁ QUE FOI A CLARICE?//
FIDALGO	PARA MARCELA/ NADA A VER//
MARCELA	NADA A VER O QUE FIDALGO?/ ALÉM DA GENTE SÓ ELA COME AQUI//
FIDALGO	MAS É SÓ VOCÊ OLHAR PARA A CLARICE QUE VOCÊ VÊ QUE ELA NÃO FARIA ISSO
SORAIA	NÃO SEI NÃO HEIN FIDALGO/ HOJE LÁ NA RECEPÇÃO EU OUVI ELA COMENTANDO COM O SENHOR VALDIR DO FINANCEIRO QUE ELA TINHA ESQUECIDO A MARMITA DELA EM CASA /E ESTAVA SEM DINHEIRO PARA COMER//
MARCELA	AI Ó/ FAZ SENTIDO/ ELA FICOU COM FOME/ VEIO AQUI NA COZINHA E COMEU A MARMITA DO LISBOA//
SORAIA	MAS HOJE ESTÁ TUDO MUITO ESTRANHO//

HENRIQUE	PORQUE SORAIA?//
SORAIA	PORQUE ALÉM DA CLARICE/ O NOSSO QUERIDO E AMADO CHEFE TAMBÉM ENTROU AQUI NO REFEITÓRIO//
FIDALGO?	NA MESMA HORA?//
MARCELA	AI/ TÁ VENDO/ ESSES DOIS TEM UM CASO/ AGORA EU TENHO CERTEZA//
HENRIQUE	EU ACHO QUE ISSO NÃO QUER DIZER NADA NÃO//
MARCELA	AI/COMO NÃO HENRIQUE?/ O QUE VOCÊ ACHA QUE ELES ESTAVAM FAZENDO AQUI NO REFEITÓRIO/ TRANCADOS E SOZINHOS?
FIDALGO	MAS QUEM DISSE QUE ELES ESTAVAM TRANCADOS MARCELA?/ QUE LÍNGUA GRANDE HEIN//
MARCELA	AI/LÁ VEM VOCÊ DEFENDER A CLARICE//
FIDALGO	EU NÃO ESTOU DEFENDENDO ELA/ É PORQUE ÁS VEZES VOCÊ FALA DEMAIS E NEM TEM CERTEZA DE NADA//
LISBOA	GENTE/ FOCO NA MINHA MARMITA!/ ESTOU COM FOME//
HENRIQUE	DESENCANA LISBOA/ SE QUISER EU TE EMPRESTO UMA GRANA E VOCÊ VAI ALMOÇAR EM ALGUM OUTRO LUGAR//
LISBOA	DINHEIRO EU TENHO/ MAS EU QUERO É DESCOBRIR QUEM FOI O LADRÃO QUE ROUBOU MINHA MARMITA//
MARCELA	OU LADRONA NÉ?
FIDALGO	SE DIZ LADRA/ PARA COMEÇO DE CONVERSA//
MARCELA	TANTO FAZ FIDALGO/ DÁ PARA CHAMAR PELO NOME TAMBÉM SE VOCÊ QUISER//
LISBOA	QUER SABER/ EU VOU LÁ PERGUNTAR PARA A CLARICE SE FOI ELA/ E SE FOI/ ELA VAI SE VER COMIGO//

HENRIQUE	NÃO NÃO NÃO LISBOA/ SE TIVER SIDO ELA/ ELA NUNCA VAI FALAR/ E SE NÃO TIVER SIDO VAI FICAR FEIO PARA VOCÊ//
SORAIA	MAS SERÁ QUE FOI A CLARICE GENTE?//
FIDALGO	NÃO VIAJA NA DA MARCELA /SORAIA//
HENRIQUE	EU TENHO UMA IDÉIA PARA DESCOBRIR QUEM PEGOU A MARMITA DO LISBOA//
SORAIA	ENTÃO FALA//
HENRIQUE	GALERA/PENSA/SÓ O NOSSO CHEFE E A CLARICE ENTRARAM AQUI HOJE/ ENTÃO SÓ PODE TER SIDO UM DELES//
MARCELA	AI SÉRIO HENRIQUE?/MAS ISSO A GENTE JÁ SABE//
LISBOA	É/ EXPLICA DIREITO QUAL FOI A SUA IDÉIA//
HENRIQUE	PENSEI DE UM DE NÓS CHAMAR A CLARICE PARA ALMOÇAR//
MARCELA	NOSSA! MENTIRA QUE É ESSA A SUA GRANDE IDÉIA//
HENRIQUE	CALMA/ CALMA/EU AINDA NÃO TERMINEI//
	PENSEI DE CHAMARMOS ELA PARA ALMOÇAR /SE ELA ACEITAR/ É PORQUE AINDA NÃO ALMOÇOU/ E SE NÃO ACEITAR/ É PORQUE FOI ELA QUEM COMEU A MARMITA DO LISBOA//
FIDALGO	ACHO QUE ESSA IDEIA NÃO FAZ MUITO SENTIDO NÃO//
HENRIQUE	CLARO QUE FAZ GENTE/ E SE ELA ACEITAR/ É PORQUE NÃO ALMOÇOU/ E LOGO...//
SORAIA	LOGO FOI O CHEFE QUE COMEU A MARMITA DO LISBOA//
MARCELA	AI GENTE/ NÃO SEI/ ESSA IDÉIA TÁ ME SAINDO FRACA DEMAIS//
LISBOA	PRA MIM A GENTE TENTA//
SORAIA	TÁ/ MAS SE FOR PARA CHAMAR ELA PARA ALMOÇAR/ QUEM É QUE VAI CHAMAR?//

MARCELA	O FIDALGO/ CLARO!//
FIDALGO	EEU?//
LISBOA	É/ TEM QUE SER VOCÊ//
FIDALGO	PORQUE EU?//
MARCELA	PORQUE TODO MUNDO AQUI NA EMPRESA SABE QUE VOCÊ É APAIXONADO PELA CLARICE//
FIDALGO	EU? APAIXONADO PELA CLARICE? EU ACHO QUE VOCÊS QUE ESTÃO VIAJANDO AGORA//
SORAIA	É FIDALGO/ É O QUE MAIS COMENTAM NA RECEPÇÃO//
FIDALGO	COMO ASSIM? MAS QUEM INVENTOU ISSO?
MARCELA	AI FIDALGO TODO MUNDO SABE/ AGORA DEIXA DE FRESCURA E VAI CHAMAR ELA PARA ALMOÇAR//
LISBOA	PENSA QUE ALÉM DE DESCOBRIR SE FOI ELA MESMO/ VOCÊ AINDA VAI PODER INVESTIR/ E QUEM SABE SAI ALGUMA COISA DAÍ//
MARCELA	SE É QUE ELA NÃO TEM ALGUMA COISA COM O NOSSO CHEFE//
FIDALGO	DESCULPA LISBOA/ MAS EU VOU FALHAR NA MISSÃO/ DESSA VEZ EU NÃO VOU PODER TE AJUDAR//
HENRIQUE	QUAL É FIDALGO/ É SÓ CHAMAR ELA PARA SAIR/ O QUE PODE ACONTECER?//
FIDALGO	PODE ACONTECER TUDO!/ VAI QUE ELA NÃO GOSTA DE MIM/ VAI QUE ELA TEM UM CASO COM O CHEFE MESMO/ VAI QUE EU SOU DEMITIDO POR CAUSA DISSO//
SORAIA	MAS ATÉ AGORA VOCÊ ACHAVA QUE NÃO//
LISBOA	POXA FIDALGO/ ME AJUDA NESSA/ EU QUERO DESCOBRIR QUEM ROUBOU A MINHA MARMITA//
FIDALGO	E PORQUE NÃO CHAMA VOCÊ?//

LISBOA	PORQUE EU SOU CASADO/ ELA VAI FALAR NÃO NA HORA NÉ//
FIDALGO	ENTÃO CHAMA VOCÊ HENRIQUE?//
HENRIQUE	HÁ HÁ EU?/ NUNCA!/ ATÉ SEMANA PASSADA EU NAMORAVA A MELHOR AMIGA DELA ESQUECEU?//
MARCELA	TEM QUE SER VOCÊ FIDALGO//
FIDALGO	É/ EU TAMBÉM ACHO//
	EU JÁ OUVI ATÉ ELA FALANDO QUE TE ACHA BONITINHO//
FIDALGO	MENTIRA?/ EU?
SORAIA	É SÉRIO//
FIDALGO	DE QUALQUER JEITO/ EU NÃO TENHO CORAGEM//
LISBOA	MAS PORQUE FIDALGO?//
MARCELA	DEIXA DE FRESCURA/ VIRA HOMEM//
LISBOA	NÃO SEI EXPLICAR/ SÓ SEI QUE NÃO TENHO CORAGEM/
MARCELA	EU SEI PORQUE?//
FIDALGO	NEM COMEÇA MARCELA//
MARCELA	TÁ NA CARA QUE VOCÊ É APAIXONADO POR ELA!//
SORAIA	EU TAMBÉM ACHO//
FIDALGO	GENTE/ CHEGA!//
LISBOA	CHEGA NADA/ É O QUE TÁ PARECENDO//
HENRIQUE	VOCÊ É APAIXONADO POR ELA FIDALGO?/ É ISSO CARA//
FIDALGO	QUER SABER/ SÓ PARA PROVAR QUE NÃO É NADA DISSO QUE VOCÊS ESTÃO PENSANDO/ EU VOU CHAMAR ELA PARA ALMOÇAR COMIGO// **(CONTINUA)**

	E MAIS QUE ISSO/ VOU PROVAR QUE ELA NÃO É A LADRA DE MARMITA//
SORAIA	AGORA EU SENTI FIRMEZA//
MARCELA	EU NÃO TO CONVENCIDA//
FIDALGO	FECHA A BOCA MARCELA//
HENRIQUE	ENTÃO O PLANO É O SEGUINTE: VOCÊ VAI LÁ/ PUXA UMA CONVERSA/ E SÓ DEPOIS CHAMA ELA PARA ALMOÇAR//
FIDALGO	MAS ESPERA/ E SE ELA ACEITAR?//
MARCELA	SE ELA ACEITAR VOCÊ VAI ALMOÇAR COM ELA//
FIDALGO	MAS HOJE/ ASSIM/ DO NADA/ EU NEM ME ARRUMEI/ NEM PASSEI PERFUME//
MARCELA	DEPOIS FALA QUE NÃO É APAIXONADO POR ELA//
LISBOA	RELAXA FIDALGO!/
FIDALGO	EU ACHO QUE ESSE PLANO NÃO VAI DAR CERTO//
HENRIQUE	É CLARO QUE VAI//
MARCELA	O QUE EU TENHO CERTEZA É QUE FOI ELA//
FIDALGO	MEU DEUS MARCELA! CALA BOCA!
MARCELA	CALA ESSA BOCA VOCÊ E VAI LOGO LÁ CONVIDAR ELA PARA ALMOÇAR/ ESTOU CURIOSA PARA DESCOBRIR SE FOI A BONITINHA DA CLARICE MESMO//
SORAIA	VAMOS DEIXAR ISSO MAIS INTERESSANTE?//
HENRIQUE	COMO?//
SORAIA	FAZENDO UMA APOSTA//
LISBOA	EU TOPO//

MARCELA	EU TAMBÉM TÔ DENTRO//
HENRIQUE	QUANTO?//
LISBOA	CINQUENTINHA CADA UM//
MARCELA	CINQUENTA É MUITO LISBOA//
LISBOA	VINTE ENTÃO//
HENRIQUE	DEZ/ DEZ É MELHOR//
LISBOA	PODE SER//
MARCELA	EU APOSTO QUE FOI A CLARICE//
LISBOA	EU TAMBÉM//
FIDALGO	SÉRIO LISBOA?//
HENRIQUE	EU APOSTO QUE NÃO FOI ELA//
LISBOA	SÉRIO//
SORAIA	EU APOSTO QUE NÃO FOI ELA TAMBÉM//
HENRIQUE	DOIS A DOIS/ QUAL VAI SER A SUA APOSTA FIDALGO?//
FIDALGO	EU VOU FICAR DE FORA//
MARCELA	TÁ BOM/ MAS A GENTE SABE QUAL A SUA RESPOSTA//
FIDALGO	EU TENHO UMA SUGESTÃO ENTÃO//
SORAIA	QUAL?//
FIDALGO	SE NÃO TIVER SIDO ELA EU DESAFIO A MARCELA A SE DEMITIR/ PODE SER?//
MARCELA	HAHAHA/ QUE ENGRAÇADINHO!/ MAS ACHO SEU FIDALGO QUE NÃO VOU SER EU QUE VOU ASSINAR A FOLHINHA NO FIM DO DIA/ AFINAL NÃO ROUBEI MARMITA DE NINGUÉM//

LISBOA	GENTE/ CHEGA DE CONVERSA E VAMOS COLOCAR ESSE PLANO EM AÇÃO//
HENRIQUE	TAMBÉM ACHO!//
MARCELA	VAI LÁ FIDALGO!//
FIDALGO	ACHO QUE EU VOU AMARELAR//
MARCELA	NEM VEM/ VOCÊ FALOU QUE IA/ AGORA VAI//
FIDALGO	EU SEI É QUE...//
HENRIQUE	VAI LOGO FIDALGO/ ACABA LOGO COM ISSO//
FIDALGO	TÁ CERTO!//
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ BATIDA NA PORTA __ 02”**
FIDALGO	OI CLARICE//
CLARICE	OI FIDALGO//
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ BATIDAS DE CORAÇÃO __ 02”**
CLARICE	ACHEI QUE VOCÊ NUNCA FOSSE VIR FALAR COMIGO//
FIDALGO	É QUE EU NÃO SABIA SE DEVIA//
CLARICE	COMO ASSIM?//
FIDALGO	AH/ SEI LÁ/ SÃO CINCO ANOS/ A GENTE NUNCA SE FALOU MUITO//
CLARICE	NÃO ESTOU ENTENDO/ VOCÊ TROUXE?//
FIDALGO	TROUXE O QUE?//
CLARICE	O RELATÓRIO//
FIDALGO	RELATÓRIO? QUE RELATÓRIO?//
CLARICE	AQUELE DA SEMANA PASSADA/ QUE EU TE COBREI POR E-MAIL//

FIDALGO	AH SIM/ LEMBREI/ FALTA SÓ UMA PÁGINA//
CLARICE	MAS ENTÃO O QUE TE TROUXE AQUI NA MINHA SALA?//
FIDALGO	EU SÓ VIM SABER SE VOCÊ PREFERE QUE EU TE MANDE POR EMAIL OU IMPRESSO?//
CLARICE	FICA A SEU CRITÉRIO//
FIDALGO	CERTO//
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ TIC TAC __ 02”**
	PENDRIVE/ EFEITOS/ PORTA ABRINDO
SORAIA	E AÍ? E AÍ//
FIDALGO	E AÍ NADA//
HENRIQUE	OXI/COMO ASSIM?/ O QUE ELA DISSE?//
MARCELA	EU TAVA CERTA NÃO É?//
FIDALGO	TAMBÉM NÃO SEI//
LISBOA	DEIXA DE ENROLAÇÃO FIDALGO/ CONTA LOGO O QUE ACONTECEU?//
FIDALGO	ELA VEIO ME PERGUNTAR DE UM RELATÓRIO QUE ELA ME PEDIU NA SEMANA PASSADA/ QUE EU NEM LEMBRAVA//
MARCEL	MAS PORQUE VOCÊ NÃO CONVIDOU ELA MESMO ASSIM//
FIDALGO	PORQUE EU FIQUEI SEM GRAÇA/ SEM REAÇÃO/
LISBOA	POXA FIDALGO/ FALHOU NA MISSÃO//
FIDALGO	QUERIA VER SE FOSSEM VOCÊS LÁ//
HENRIQUE	EU TERIA PERGUNTADO MESMO ASSIM//
FIDALGO	É MAIS FÁCIL QUANDO VOCÊ NÃO É APAIXONADO PELA PESSOA//

TEC	SILÊNCIO 2''
HENRIQUE	É O QUE?//
LISBOA	OI//
MARCELA	EU SABIA//
SORAIA	AGORA JÁ ERA FIDALGO/ VOCÊ SE ENTREGOU
MARCELA	GENTE/ ISSO NÃO É NOVIDADE PARA NINGUÉM NÉ?//
SORAIA	MAS PORQUE VOCÊ NUNCA CONTOU PRA GENTE//
FIDALGO	NÃO SEI GALERA/ SÓ SEI QUE EU SOU COMPLETAMENTE APAIXONADO POR ELA//
TEC	**SOBREPOR: PENDRIVE/ TRILHA/ROMANCE __ 03"**
HENRIQUE	GENTE/ ABORTAR MISSÃO MARMITA/ O NEGÓCIO AGORA É BOLAR UM PLANO PARA O FIDALGO SAIR COM A CLARICE//
FIDALGO	COMO?/ SE EU JÁ FUI LÁ E NÃO TIVE CORAGEM SE QUER DE CONVIDAR ELA//
MARCELA	É ISSO MESMO FIDALGO/ A GENTE SABE QUE VOCÊ É APAIXONADO POR ELA/ E JÁ É HORA DE VOCÊ TOMAR UMA ATITUDE NÃO ACHA?//
HENRIQUE	CONCORDO PLENAMENTE//
SORAIA	CHAMA ELA PARA SAIR LOGO FIDALGO//
LISBOA	NÃO!/ TEM QUE CHAMAR PARA ALMOÇAR/ ASSIM A GENTE DESCOBRE SE FOI ELA QUE PEGOU A MINHA MARMITA//
SORAIA	ESQUECE A MARMITA LISBOA/ SE QUISER COME A MINHA//
LISBOA	MAS ISSO NÃO É JUSTO//
SORAIA	CLARO QUE É/ O QUE VOCÊ ACHA MAIS IMPORTANTE? SUA MARMITA OU O FIDALGO SE DAR BEM COM A CLARICE?//

LISBOA	OS DOIS/ ASSIM ELE GANHA/ E EU TAMBÉM//
HENRIQUE	CHEGA!/ ACHO QUE EM UM PONTO O LISBOA TEM RAZÃO/ O FIDALGO PRECISA CHAMAR ELA PARA SAIR AINDA HOJE//
FIDALGO	MAS GALERA//
MARCELA	MAS GALERA NADA/ TOMA CORAGEM E CHAMA ELA PARA SAIR LOGO//
HENRIQUE	É/ SEM ENROLAÇÃO FIDALGO/ APROVEITA A OPORTUNIDADE E CHAMA LOGO//
FIDALGO	QUER SABER/ EU VOU CHAMAR MESMO/ EU GOSTO DELA E VAI QUE ELA GOSTA DE MIM TAMBÉM//
	EU VOU LÁ
MARCELA	AI E A GENTE ESPERA VOCÊ LÁ NA SALA PORQUE JÁ DEU//
LISBOA	MAS E A MINHA MARMITA?//
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ TIC TAC __ 02”**
	PENDRIVE/ EFEITOS/ ELEVADOR __ 02”
MARCELA	ADORO O ESPELHO DESSE ELEVADOR/ SE DESSE EU TRABALHAVA AQUI/ SÓ PARA FICAR ME OLHANDO
SORAIA	EU TAMBÉM VIU (RISOS)
MARCELA	MELHOR AINDA SE TIVESSE UM AR CONDICIONADO
SORAIA	AGORA MUDANDO DE ASSUNTO/ VOCÊ ACHA QUE O FIDALGO VAI TER CORAGEM DE CONVIDAR A CLARICE PARA ALMOÇAR?
MARCELA	NÃO SEI HEIN/ O FIDALGO FALA ALTO COM A GENTE NA SALA/ MAS É O MAIOR BUNDÃO
SORAIA	TADINHO!/ É COMPLICADO/ AINDA MAIS PARA ELE/ QUE É APAIXONADO POR ELA

MARCELA	MAS É TÃO SIMPLES: CLARICE, VAMOS ALMOÇAR COMIGO HOJE?/ NEM É NADA DEMAIS/ EU MESMA/ OU SE FALA EU MESMO?/ JÁ FUI ALMOÇAR COM OS MENINOS DA GRÁFICA MAIS DE UMA VEZ
SORAIA	MAS QUANDO A GENTE TÁ APAIXONADO É ALGO MAIS QUE DEMAIS/ EU FIQUEI CHOCADA QUANDO ELE ADIMITIU
MARCELA	EU JÁ IMAGINAVA/ TINHA CERTEZA ABSOLUTA!
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ ELEVADOR __ 02”**
SORAIA	VOU FICAR AQUI!/ QUANDO TIVER NOVIDADES/ ME LIGA!
MARCELA	PODE DEIXAR/ ATÉ MAIS TARDE/ PORQUE HOJE É DIA! (RISOS)
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ RELÓGIO TIC TAC __ 02”** **PENDRIVE/ EFEITOS/ PENSAMENTO FIDALGO __ 15”** **SOBREPOR: PENDRIVE/ EFEITO/ BATIDA NA PORTA __ 02”**
CLARICE	PODE ENTRAR
FIDALGO	É/ OI CLARICE
CLARICE	OI FIDALGO/ OI DE NOVO NÉ
FIDALGO	É QUE EU TENHO UMA COISA PARA TE DIZER
CLARICE	NOSSA/ PORQUE VOCÊ ESTÁ TÃO PÁLIDO?
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ BOING __ 02”**
FIDALGO	DEIXA/ DEIXA/ EU POSSO VOLTAR DEPOIS/
CLARICE	NÃO/ NÃO/ SENTA AQUI/ ME DIZ O QUE É
FIDALGO	É QUEEE
CLARICE	É QUE?
FIDALGO	É QUEEE
CLARICE	É QUE O QUE FIDALGO? ESTOU COMEÇANDO A FICAR PREOCUPADA!

FIDALGO	É QUE EU NÃO CONSIGO LEMBRAR QUE RELATÓRIO É ESSE QUE VOCÊ PEDIU?
CLARICE	MAS COMO ASSIM? VOCÊ ACABOU DE SAIR DAQUI FALANDO QUE SABIA DE QUAL RELATÓRIO EU ESTAVA FALANDO
TEC	**SILÊNCIO**
FIDALGO	É/ EU ACABEI DE LEMBRAR/ DEIXA/ DEIXA
CLARICE	NÃO! ESPERA!
FIDALGO	O QUE FOI?
CLARICE	FIDALGO/ VOCÊ TEM ALGUMA COISA PARA ME FALAR?
FIDALGO	(REPIRA FUNDO) NÃO SEI! MAS EU ACHO NÃO.
CLARICE	CLARO QUE TEM/ FALA LOGO!
FIDALGO	É QUE EU TENHO MEDO DA SUA RESPOSTA/ OU SEI LÁ/ DO NOSSO CHEFE IMPLICAR COMIGO!
CLARICE	(RINDO) O SEU ADAILTON?/ COMO ASSIM? PORQUE ELE IMPLICARIA?
FIDALGO	PULTS!/ EU E MINHA BOCA GRANDE
CLARICE	ESPERA!/ SÓ PARA VER SE EU ENTENDI/ VOCÊ TAMBÉM ACHA QUE EU TENHO UM CASO COM ELE?
FIDALGO	NÃÃÃO (NERVOSO)
CLARICE	QUER SABER/ SAI DA MINHA SALA/ EU JÁ ESTOU CANSADA DESSA FOFOCA/ QUE EU NÃO SEI NEM DE ONDE SURGIU
FIDALGO	MAS EU SEI QUE NÃO É VERDADE
CLARICE	SAI/ POR FAVOR/
FIDALGO	NÃO/ ESPERA/ EU IA TE DIZER OUTRA COISA
CLARICE	IA NADA/ EU PENSEI QUE VOCÊ FOSSE DIFERENTE

FIDALGO	MAS EU SOU
CLARICE	ME POUPE FIDALGO/ TENHA UM BOM DIA
FIDALGO	NÃO
CLARICE	TCHAU
FIDALGO	EU SOU COMPLETAMENTE APAIXONADO POR VOCÊ!
TEC	**SILÊNCIO**
	PENDRIVE/ EFEITOS/ CORAÇÃO __ 05”
CLARICE	APAIXONADO?
FIDALGO	É! APAIXONADO! *(PAUSA)* DESCULPA!
CLARICE	EU NÃO SEI NEM O QUE DIZER
FIDALGO	NEM PRECISA DIZER NADA/ EU SOU UM VERDADEIRO IDIOTA
CLARICE	NÃO/ CLARO QUE NÃO!
FIDALGO	SOU SIM
CLARICE	E SE AGENTE FOSSE ALMOÇAR HOJE?
TEC	**PENDRIVE/ EFEITOS/ FOGOS __ 02”**
	SOBREPOR: PENDRIVE/EFEITO/ ESCRITÓRIO __ BG
	MIXAR COM BG EFEITOS ALEATÓRIOS: **PENDRIVE/EFEITO/FAX** **PENDRIVE/EFEITO/ DIGITAÇÃO** **PENDRIVE/EFEITO/ IMPRESSÃO** **PENDRIVE/EFEITO/ PAPEL RAGANDO**
MARCELA	SERÁ QUE ELA VAI ACEITAR?//
LISBOA	A PERGUNTA É: SERÁ QUE ELE VAI TER CORAGEM DE CONVIDAR ELA?//

LISBOA	VAMOS APOSTAR?
TEC	**PORTA ABRINDO**
	FADE IN: PENDRIVE/EFEITO/ ESCRITÓRIO __ BG
	MIXAR COM BG EFEITOS ALEATÓRIOS: **PENDRIVE/EFEITO/FAX** **PENDRIVE/EFEITO/ DIGITAÇÃO** **PENDRIVE/EFEITO/ IMPRESSÃO** **PENDRIVE/EFEITO/ PAPEL RAGANDO**
FIDALGO	E AI FIDALGO/ DESEMBUCHA//
HENRIQUE	E AÍ VAI ROLAR?
FIDALGO	EU NÃO TIVE CORAGEM DE CONVIDAR//
LISBOA	AH/ MENTIRA!/ MAS VOCÊ É UM BUNDÃO MESMO NÉ FIDALGO//
FIDALGO	MAS NÃO FOI ELA QUEM ROUBOU A SUA MARMITA//
HENRIQUE	E COMO VOCÊ TEM CERTEZA DISSO?//
FIDALGO	PORQUE ELA/ E QUANDO EU DIGO ELA É PORQUE FOI ELA MESMO/ ME CHAMOU PARA ALMOÇAR//
HENRIQUE	SÉRIO?
TEC	**TELEFONE TOCA 3’’**
MARCELA	ALÔ (DE FUNDO)
HENRIQUE	O LISBOA QUE PERDE A MARMITA/E O FIDALGO QUE PASSA BEM//
LISBOA	CONTA ISSO DIREITO VAI//
MARCELA	LISBOA/ É A SUA ESPOSA/ PEDIU PRA AVISAR QUE VOCÊ ESQUECEU A MARMITA NA GELADEIRA//
TEC	**PENDRIVE/EFEITOS/ POM POM POM 3’’**

	FICHA TECNICA: A MARMITA PERDIDA E O CONVITE TEVE: **ELENCO** VINICIUS VAZ EDMAR LISBOA GUSTAVO SOESE LETÍCIA CUNHA ELIANA SANTOS VANESSA PAULA **PRODUÇÃO** LETÍCIA CUNHA TELMA SOUSA **REDAÇÃO** ELIANA SANTOS **ROTEIRO E DIREÇÃO** WILLIAN DANTAS **SONOPLASTIA** JOÃO JUNIOR **SUPERVISÃO** MARCOS JULIO SERGL TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO GRAVADO NOS ESTÚDIOS DE ÁUDIO DA UNIVERSIDADE DE SANTO AMARO – UNISA – EM OUTUBRO DE DOIS MIL E QUATORZE.

3.4 Estratégias de produção e elementos de sonoridade para compor a peça

Uma produção, seja ela no rádio, na TV ou na Internet, começa pela pré-produção. É quando se pensa como tudo vai acontecer, de que forma irá acontecer, quem irá fazer o que, possíveis erros e rápidas soluções.

O produtor precisa estar ciente e à frente de tudo que irá acontecer. Magaly Prado (2006) coloca esse ponto como um dos mais importantes ao dizer que na pré-produção “O trabalho de um bom produtor é: organiza r o passo-a-passo do trabalho da equipe e listar as tarefas prioritárias”, pois é o produtor quem está ciente de tudo que vai acontecer e é ele quem acompanha todo o processo de produção até a conclusão da peça.

Neste trabalho, a pré-produção das peças *A Noite dos Trezes Anos* e *A Marmita Perdida e o Convite* começou em conjunto e após roteiro finalizado, com pesquisa de efeitos sinalizados no próprio texto e futuros efeitos que poderiam ser inseridos posteriormente a partir do contexto narrativo da peça.

Em paralelo à pesquisa de trilhas e efeitos o passo posterior girou em torno da seleção de vozes, que aconteceu nos estúdios de áudio da Universidade de Santo Amaro – Campus II.

Os alunos que participaram da seleção, todos eles por livre e espontânea vontade, sem cachê, apenas com ajuda de locomoção e alimento, são do curso de Rádio e Tv, por opção do grupo, por eles já possuírem familiaridade com locução e esquemas de estúdio.

A seleção contou com textos pequenos dos gêneros: Drama, Comédia e Terror. O objetivo foi perceber em qual gênero as vozes melhor se encaixavam e identificar o desempenho das interpretações vocais.

Depois da seleção de vozes o grupo se reuniu para avaliar e escolher o papel de cada ator.

O método de escolha para os personagens principais girou em torno de três eixos: Boa dicção, vozes performáticas, porque estas transmitiam com mais facilidade o verdadeiro significado do texto, e características do personagem. Os papéis secundários também seguiram estes três eixos, mas também levou em consideração a possibilidade de locução em mais de um personagem, tendo em vista que a voz dos protagonistas seriam reconhecidas em mais de uma locução.

Os elementos de sonoridade, por escolha do grupo em conjunto ao orientador Marcos Julio Sergl, são compostos por trilhas brancas de domínio público; dão prioridade ao desenvolvimento de uma paisagem sonora rica, pois esta, por sua vez, proporcionará ao ouvinte uma oportunidade maior de construção imaginária da história roteirizada. A pesquisa destes elementos de sonoridade, compostos por efeito, trilha, paisagem, ruído e até o silêncio, foram construídos pensando no ambiente da cena, como será descrito no capítulo 3.5.

Abaixo, cronograma de produção e planilha de custos:

CRONOGRAMA DE PRODUÇÃO: A NOITE DOS TREZES ANOS													
ATIVIDADES	SETEMBRO				OUTUBRO					NOVEMBRO			
	01 a 06	08 a 13	15 a 20	22 a 30	01 a 04	06 a 11	13 a 18	20 a 25	27 a31	03 a 08	10 a 15	17 a 22	24 a 29
LEITURA DO ROTEIRO													
CASTING DE VOZES													
AUDIÇÃO E ESCOLHA DE VOZES													
PESQUISA DE TRILHA/EFEITOS													
LEITURA FINAL ROTEIRO													
RESERVA DE ESTÚDIO													
GRAVAÇÃO													
PÓS PRODUÇÃO													
AUDIÇÃO FINAL													

TABELA 1: Cronograma da Produção da Peça A Noite dos Trezes Anos

CRONOGRAMA DE PRODUÇÃO: A MARMITA PERDIDA E O CONVITE													
ATIVIDADES	SETEMBRO				OUTUBRO					NOVEMBRO			
	01 a 06	08 a 13	15 a 20	22 a 30	01 a 04	06 a 11	13 a 18	20 a 25	27 a31	03 a 08	10 a 15	17 a 22	24 a 29
LEITURA DO ROTEIRO													
CASTING DE VOZES													
AUDIÇÃO E ESCOLHA DE VOZES													
PESQUISA DE TRILHA/EFEITOS													
LEITURA FINAL ROTEIRO													
RESERVA DE ESTÚDIO													
GRAVAÇÃO													
PÓS PRODUÇÃO													
AUDIÇÃO FINAL													

TABELA 2: Cronograma da Produção da Peça A Marmita Perdida e o Convite

PLANILHA DE CUSTOS	
GASTOS	**VALOR**
Água para atores	40,55
Impressão	72,60
Web Designer	250,00
Combustível	96,80
Curso de Roteiro	700,00
Transporte	80,00
Comes e bebes para o elenco	40,98
Camisetas	100,00
Mídias para distribuição	40,00
TOTAL	**1420,93**

TABELA 3: Planilha de custos

3.5 Gravação e pós-produção

As gravações das peças aconteceram nos estúdios de áudio da Universidade de Santo Amaro - Campus II, em modo estéreo, utilizando dois canais de som.

Na edição das peças foram usados dois softwares de edição: *Soundforge*[15] e *Ableton Live*[16]*.* (Conforme figuras). E, por meio deles, efeitos de: Fade In e Fade Out, que é o aparecimento e desaparecimento gradual do som, a Sobreposição, que se dá por meio da união entre os elementos sonoros nas camadas existentes no software de edição, a Justaposição, que é o ato de pôr um efeito ao lado do outro, e a Mixagem, processo pelo qual as efeitos sonoros são combinadas em um ou mais canais.

[15] Programa de computador que edita e cria áudio digital. Usado no mercado musical e estúdios de gravação.
[16] Programa de computador para edição e produção de áudio com mais de 60 pistas de áudio.

Soundforge: Usado para a edição final da peça, com paisagens, efeitos, trilhas e locução.

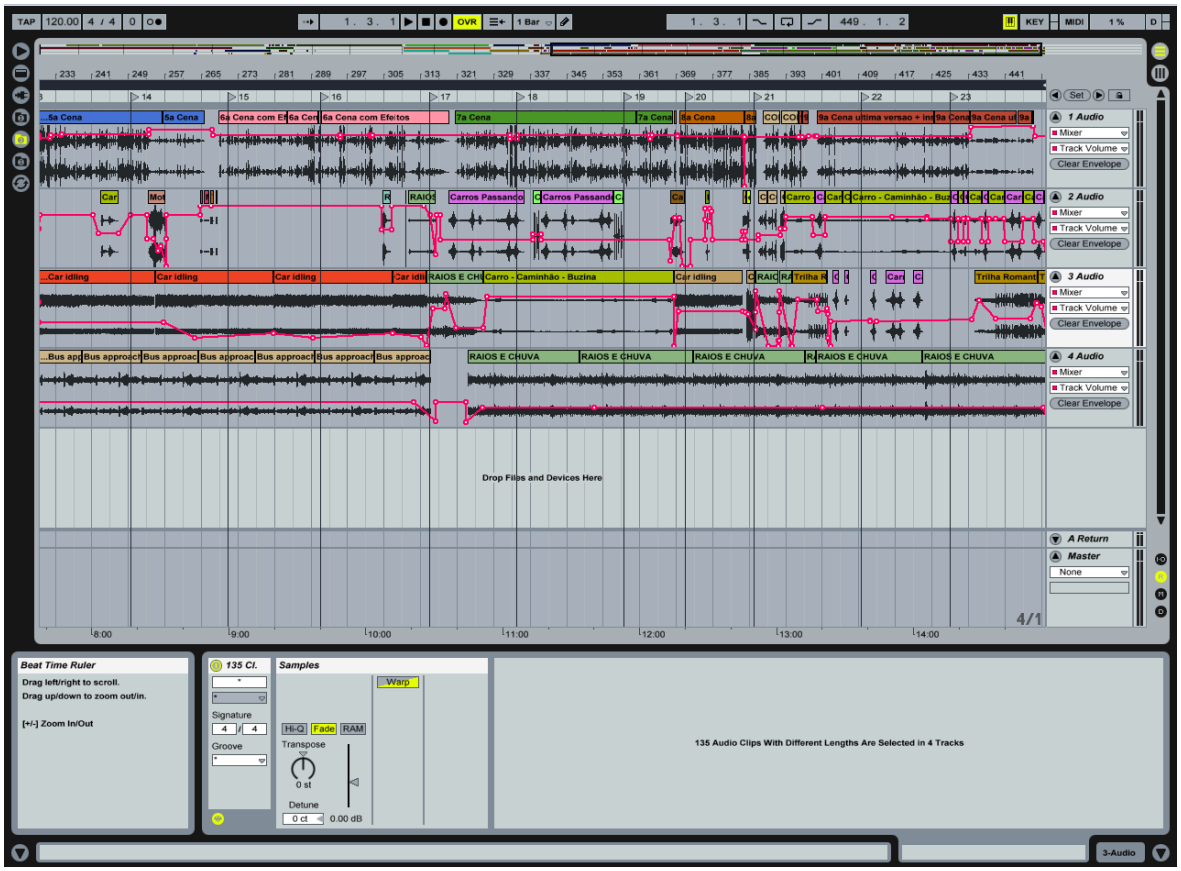


FIGURA 2: Printagem da edição pelo Soundforge da peça “A Noite dos Trezes Anos”

Ableton Live: Usado para criar as paisagens sonoras, mixando efeitos

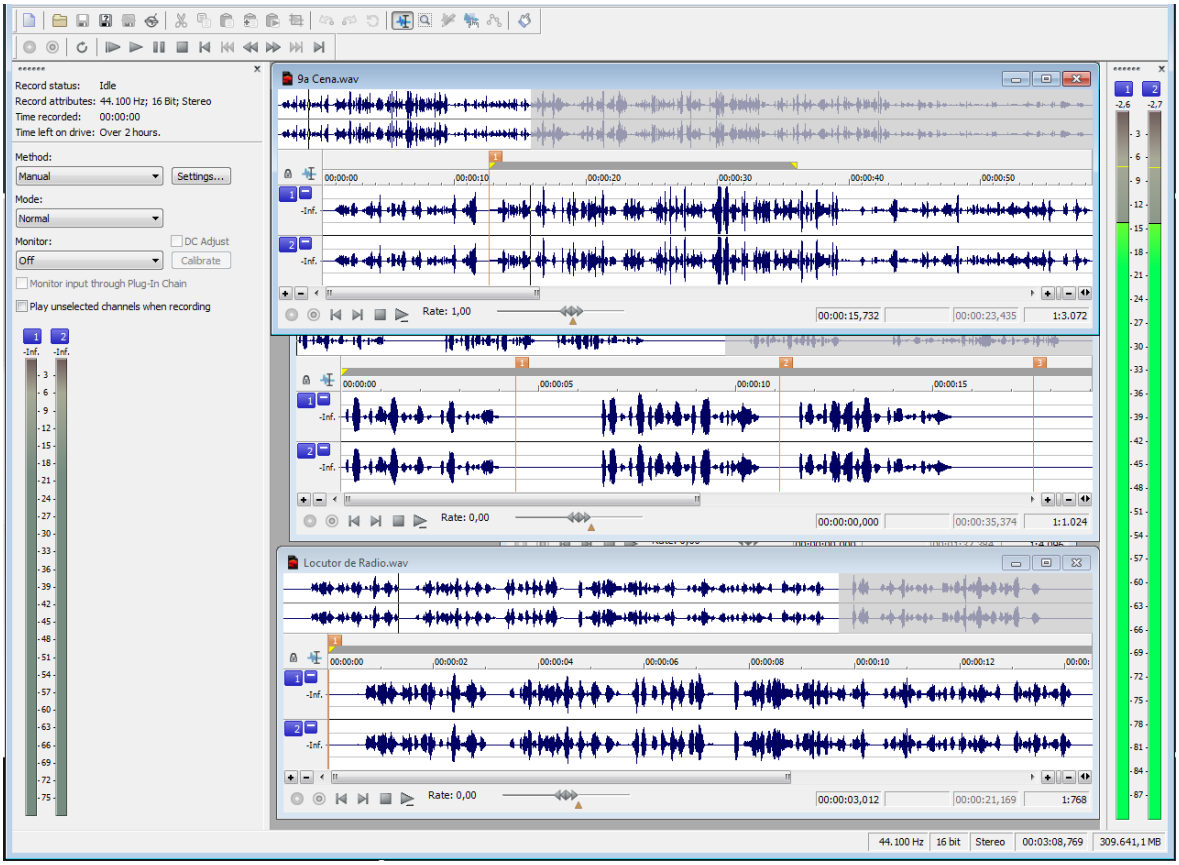


FIGURA 3: Printagem da edição pelo *Ableton Live* da peça "A Noite dos Trezes Anos"

Cada roteiro levou dois dias para ser gravado: No primeiro gravaram-se todas as falas e no segundo, após audição, foram regravados erros que passaram despercebidos, conforme será descrito no relatório que segue neste capítulo.

Abaixo, relatório de pós-produção:

A Noite dos Trezes Anos

A Noite dos Trezes anos foi gravada de forma linear, seguindo a ordem de cenas no roteiro. Antes de começar a gravação a direção, em conjunto com o roteirista e a produção, explicou ao elenco as características dos personagens e o rumo da história.

Após primeira gravação, as falas foram repassadas para que terceiros ouvissem e opinassem. Posteriormente, nos juntamos para ouvir cena por cena e percebemos que a primeira e a última tiveram palavras que não ficaram claras e que dificultariam o entendimento do ouvinte.

Sendo assim, foi marcada outra data de gravação para regravar essas duas cenas por inteiro. Porém, durante a gravação, percebemos que a entonação das vozes estava com certa diferença, o que poderia causar estranhamento no ouvinte, mas, como solução, percebemos que de uma cena para outra existe uma troca de cenário, a locução em si passa a ser diferente porque o personagem em questão (Filisbina) encontra-se em outro ambiente, neste caso, no cinema.

Antes de editar a peça com as falas que faltavam, o grupo consultou seu público alvo, levando este primeiro roteiro pré-editado para audição até a Instituição Padre Chico, onde, por meio de análise com cegos de idade entre 16 e 20 anos, percebeu-se que a transição de uma cena para outra, como no cinema, precisava ser repensada e mais trabalhada, pois, de início, não ficou clara a troca de cenário da personagem, o que dificultava o entendimento da história.

Vale ressaltar que no primeiro roteiro, *A Noite dos Trezes Anos,* o objetivo principal foi trabalhar o som ambiente, dando mais espaço para a paisagem sonora do para as trilhas.

A opção pelo *Ableton Live* ocorreu devido aos poucos canais de áudio do *Soundforge*, pois este último, ao contrário do *Ableton Live* que possui mais de 60 pistas de áudio, possui só quatro, e para criar a paisagem de trânsito, cinema, bar, ruas e outros, foi preciso intercalar diversos efeitos sonoros sobrepostos, buscando o som ambiente e/ou paisagem sonora o mais perto do real possível.

Mais de trinta efeitos foram usados durante a edição para complementar as cenas e dar características do ambiente no qual se desenvolve a ação, como quando o personagem fala ao telefone, está dentro e fora do carro e até os passos, que como coloca McLeish (2001, p.204) “são usados apenas para destacar um ponto dramático específico”, e que, neste caso, foram usados para ressaltar o movimento do personagem e desenvolver melhor a ação.

Outro recurso usado para dar veracidade as cenas foram os efeitos de trovões, usados para informar a troca do cenário e a sensação de espaço e localidade dos personagens na cena final.

E muito além dos efeitos e da criação da paisagem sonora por meio deles, também tivemos a oportunidade de sentir o rádio como ela era em seu surgimento quando se tratava de ficção, criando efeitos ao vivo, como o som da pulseira do relógio, os gritos do cinema, a mexida na bolsa e os toques no teclado do celular.

A Marmita Perdida e o Convite

A gravação do segundo roteiro, A Marmita Perdida e o Convite, aconteceu de forma não linear. As cenas foram gravadas pensando na logística de chegada e nos horários dos atores.

O grande problema encontrado na pós-produção desse segundo roteiro foi o uso da paisagem, pois a ambientação da história, em grande parte, passa-se num refeitório, que, como colocam os próprios personagens em diálogo, está sempre vazio e é um lugar onde só eles vão. Como solução, pensando em refeitórios de grandes empresas, colocamos uma TV ao fundo, para assim, além de criar a paisagem do refeitório, criar uma identificação do ouvinte com o espaço que se desenvolve a cena.

Outra técnica usada pela direção da peça foi deixar claro que se tratava de um dialogo informal, que precisava de movimento, e por isso, devia ser rápido, um após do outro. O que, de certo modo, gerou outro problema: A peça não atingiu o tempo estimado (15 minutos).

A certeza sobre a questão do tempo veio após a primeira fase de edição, e para preencher esse tempo foi necessário desenvolver mais cenas no roteiro, sem fazer com que a história perdesse o sentido, o que é um grande problema para um roteirista, pois você imagina a história de uma forma e a produz para aquele objetivo. Para solucionar o problema, a opção foi criar cenas que haviam ficado subjetivas, pois a proposta inicial era que o ouvinte preenchesse aquele espaço de tempo em seu imaginário (Neste caso, o momento em que o personagem principal, Fidalgo, é convidado pela Clarice), que não estava inicialmente no roteiro, mas foi acrescentado para chegar ao tempo estimado.

As paisagens sonoras foram criadas por meio de efeitos digitais, sobrepostos uns aos outros, como a sala (Máquina de impressão, de fax, telefone e teclado). Neste roteiro a trilha sonora não foi usada. Para criar emoções nas cenas principais, usou-se o efeito do coração batendo e, algumas vezes, do silêncio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou demonstrar que com a evolução da internet, (rádio web) e com o crescente e diversificado número de dispositivos móveis de comunicação que vem surgindo no mercado, amplia-se cada vez mais a praticidade e eficiência radiofônica, isto faz com que este meio de comunicação seja “induzido” a explorar novas opções de entretenimento em suas respectivas grades de programação.

O produto constituído durante o decorrer deste trabalho, denominado “Retratos do Cotidiano”, se apresenta como uma das muitas formas possíveis de diversificar a programação do rádio, ao mesmo tempo em que contempla a inclusão social no sentido de ser um formato de entretenimento que atende ao público cego e pessoas que possuem deficiência visual de forma severa.

O ouvinte do rádio precisa ser cativado pelo meio para desenvolver o hábito de acompanhar a mesma emissora ou um programa específico todos os dias. Neste contexto o programa Retratos do Cotidiano oferece ao seu público uma mistura de sons diversos e imagens geradas pela imaginação do próprio ouvinte, com histórias que iniciam e terminam no mesmo episódio, e narram situações corriqueiras do cotidiano com doses de humor.

Após a finalização desta pesquisa e construção do objeto fruto deste trabalho, conclui-se que peças radiofônicas, desde que sejam bem roteirizadas e produzidas, é um promissor campo profissional, pois de imediato possui um público que já aguarda há muito tempo por este formato de entretenimento, e isto não se refere apenas as pessoas cegas e deficientes visuais, mas conforme pesquisa quantitativa realizada neste trabalho os amantes do rádio que enxergam normalmente, também evidenciam sentir falta de novas opções de dramaturgia no rádio.

REFERÊNCIAS

Bibliográficas

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Signo e Imagen, 2000. 229 p.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos:** os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003. 150p.

CEBRIAN HERREROS, Mariano. **Información radiofónica.** Mediación técnica, tratamiento y programación. Madrid: Síntesis, 1995. 544p.

FERRARETO, Luiz Artur. Roquete-Pinto e o ensino pelo rádio. *In:* MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valcir (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume II. Florianópolis: Insular, 2008. Cap. 2. p. 27-37.

FILD, Syd. Manual do roteiro: Os fundamentos do texto cinematográfico. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p. 222.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de Metodologia do ensino superior**. São Paulo: Atlas, 2008. 216p.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. **Houaiss, dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2008, 917 p.

JOSÉ, Carmen Lucia; SERGL, Marcos Júlio. Murray Schafer e a paisagem sonora *In:* MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valcir (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume II. Florianópolis: Insular, 2008. Cap.22. p. 251-263.

KAPLUN, Mario. A natureza do meio: Limitações e possibilidades do rádio. *In:* MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valcir (org). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume II. Florianópolis: Insular, 2008. Cap. 7. p. 81-91.

KLIPPERT, Werner. Elementos da peça radiofônica. *In.* SPERBER, George Bernard (org.). **Introdução à peça radiofônica**. São Paulo: Pedagógica e Universitária Ltda, 1980.

KOGAWA, Tetsuo. Rumo ao rádio polimorfo. *In:* MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valcir (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume II. Florianópolis: Insular, 2008. Cap. 23. p. 263-273.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio:** um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001. 242p.

MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio:** textos e contextos. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005, 368p.

_____; ZUCULOTO, Valcir (org.). **Teorias do rádio:** textos e contextos. Volume II. Florianópolis: Insular, 2008, 384p.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio:** Um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006, 182p.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Pesquisa.** São Paulo: Hacker Editores, 2001. 215p.

SHÖNING, Klaus. Ouvir peças radiofônicas. Em defesa de uma criança abandonada. In. SPERBER, George Bernard (org.). **Introdução à peça radiofônica.** São Paulo: Pedagógica e Universitária Ltda, 1980. Cap. 4. p. 167-188.

SCHWITZKE, Heinz. A peça radiofônica – Forma e Significado. In. SPERBER, George Bernard (org.). **Introdução à peça radiofônica**. São Paulo: Pedagógica e Universitária Ltda, 1980. Cap. 3. p. 113-125.

SCHAFER, Raymond Murray. **O Ouvido Pensante**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1992. 408p.

SILVA, Julia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio:** oralidade mediatizada. São Paulo: Annablume, 1999. 116p.

SPERBER, George Bernard (org.). **Introdução à peça radiofônica.** São Paulo: Pedagógica e Universitária Ltda., 1980. 250p.

SPRITZER, Mirna; GRABAUSKA, Raquel. **Bem lembrado:** histórias do radioteatro em Porto Alegre. Porto Alegre: AGE, 2002. 192p.

VIANNA, Graziela Melo; SALOMÃO, Mozahir. Benjamin: Música e técnica, arte e reprodutibilidade. *In:* MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valcir (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume II. Florianópolis: Insular, 2008. Cap. 14. p. 159-173.

Webgráficas

BARROSO, Lívia Moreira. **Rádio:** comunicação eficiente para o deficiente visual, apresentando dados. Anais do 26. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, AM, setembro de 2013. São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0503-1.pdf> Acessado em: 23. fev. 2014.

CALABRE, Lia. **Rádio e imaginação:** no tempo da radionovela. Anais do 26. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. Disponível em: <http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/a-j/FCRB_LiaCalabre_Radio_e_Imaginacao_no_tempo_da_radionovela.pdf> Acesso em: 15. abr. 2014.

DINIZ, José Alencar. **A recriação dos gêneros eletrônicos analógico-digitais: Radionovela, telenovela e webnovela.** Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <http://tardis.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2251/1/000418506-Texto%2bCompleto-0.pdf> Acesso em: 19. mai. 2014.

DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. **O Futuro do Rádio no Cenário da Convergência Frente às Incertezas Quanto aos Modelos de Transmissão Digital.** União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2010. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12282/ARTIGO_FuturoRadioCenario.pdf> Acessado em: 13. mai. 2014.

G1. **23,9% dos brasileiros declaram ter alguma deficiência, diz IBGE**. Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/04/239-dos-brasileiros-declaram-ter-alguma-deficiencia-diz-ibge.html.> Acesso em: 17. fev. 2014.

GODOY, Elisangela Ribas. **Rádio, um companheiro do cego**. Anais do 26. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. Disponível em: < http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/59259098082741619808967963251888726262.pdf>. Acesso em: 08. jun. 2014.

HAOULI, Janet El. **Rádio Arte no Brasil 1**, 2010. Disponível em: <http://www.totemusicais.com.br/conteudo/reflexoes/default.php?id_reflexao=3> Acessado em: 08. nov. 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA**. Em oito anos a audiência absoluta do rádio FM cresceu 14%**, 2013. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Em-oito-anos-audiencia-absoluta-do-radio-FM-cresceu-14.aspx> Acesso em: 24. nov. 2013.

JUNIOR, Norval Baitello. A Cultura do Ouvir. Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, 1997. Disponível: < http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/ouvir.pdf> Acesso em: 09. out. 2013

MONTAGNARI, Eduardo Fernando. **Rádio e Teatro: Memória e possibilidades.** Universidade Estadual do Maringá, 2004. Disponível: <http://eduem.uem.br/ojs/index.php/ActaSciHumanSocSci/article/viewFile/1570/923> Acesso em: 19. mai. 2014.

OBSERVATÓRIOdaimprensa.com (site). **Pesquisa Brasileira de Mídia**. Disponível em: < http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf> Acesso em: 09 de Nov. 2014.

SIGNIFICADOS.com (site). **Significado de Arte. O que é arte.** Disponível em: <http://www.significados.com.br/arte/> Acesso em: 08 de Mai. 2013.

SILVA, Julia Lúcia de Oliveira Albano da. **A peça radiofônica e a contribuição de Werner Klippet**. Anais do 28. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, RJ, setembro de 2005. São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/ R0989-1.pdf> Acesso em: 10. out. 2013.

SILVA, Lourdes. Melodrama e telenovela: Dimensões históricas de um gênero/formato. Encontro Nacional de História da Mídia, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/melodrama-e-telenovela-dimensoes-historica-de-um-genero-formato> Acessado em: 14. Out 2014.

VILLEGAS URIBE, Esmeralda. **O rádio digital e o rádio em internet: Além das transformações tecnológicas.** Universidade Autônoma de Bucaramanga, 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_ Villegas.PDF> Acesso em: 13. mai. 2014.

ZAREMBA, Lilian. **Entreouvidos:** sobre rádio e arte**.** Anais do 32. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR, setembro de 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0891-1.pdf> Acesso em: 20. out. 2013.

ANEXOS

ANEXO A – Pesquisa quantitativa

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

PEÇAS RADIOFÔNICAS: São como radionovelas, com começo, meio e fim. Pense num filme, criado para o rádio.

DATA: __ / __ / __	IDADE: __	SEXO: F ( ) M ( )

ASSINALE COM UM "X" A ALTERNATIVA QUE SE ENQUADRA EM SUA RESPOSTA.

1-Antes de ser convidado (a) a responder esta pesquisa, você já sabia o que é uma peça radiofônica?
( ) Sim
( ) Não
( ) Já tinha ouvido falar, mas não sabia direito do que se tratava

2-Dentro da atual grade de programação das emissoras brasileiras de rádio que costuma acompanhar, você sente falta de peças radiofônicas e/ou radionovelas?
( ) Sim
( ) Não

3-Você acredita que peças radiofônicas podem se tornar um produto de entretenimento atraente para os ouvintes do rádio?
( ) Sim
( ) Não

4- Qual o tempo ideal que uma peça radiofônica precisa ter para chamar sua atenção?
( ) 5 minutos
( ) 10 minutos
( ) 15 minutos
( ) 30 minutos
( ) Uma hora

5- Se as peças radiofônicas fossem disponibilizadas na internet, em formato de podcast (Áudio digital na internet), você teria interesse em ouvir?
( ) Sim
( ) Não

AGRADECEMOS SUA PARTICIPAÇÃO!

ANEXO B – Perguntas para pesquisa qualitativa

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

PEÇAS RADIOFÔNICAS: São como radionovelas, com começo, meio e fim. Pense num filme, criado para o rádio.

DATA: __ / __ / __	IDADE: __	SEXO: F ( ) M ( )
1-Você acredita que as peças radiofônicas podem ter êxito dentro da programação das atuais emissoras de rádio? Por que?		
2-Dentro do atual cenário tecnológico de entretenimento visual, você concorda que as peças radiofônicas podem ser uma fonte de desaceleração do estresse, que faça o ouvinte fechar os olhos e se encontrar de maneira calma com seu próprio imaginário? Justifique?		
3-O público cego ou com deficiência visual severa fica excluído dentro do cenário de entretenimento audiovisual (TV, cinema, teatro) Além das peças radiofônicas, você conhece algum outro meio de entretenimento de fácil alcance que possa contemplar a este referido público? Se sim, qual?		
4-Em sua opinião, qual seria a melhor forma de prender a audiência de um ouvinte (SEM DEFICIÊNCIA VISUAL) durante a audição de uma peça radiofônica?		
5-Qual o poder do efeito e da paisagem sonora dentro de uma peça radiofônicas		
6-Entre rádio, internet e encontros coletivos para audições em teatro, qual a melhor forma de disseminação de peças em áudio?		
7-As peças radiofônicas estão retornando aos poucos para a programação do rádio brasileiros. Você apostaria em uma possível ascendência neste segmento?		
8-No seu entendimento, mesmo existindo um público fiel (Cegos e amantes da rádio arte) porque as peças radiofônicas deixaram de ser produzidas no Brasil?		
9-Quais os pontos fortes e fracos que você enxerga na produção de peças radiofônicas?		
10- Em um dia de extremo stress, você conseguiria fechar os olhos por 15 minutos para ouvir uma peça radiofônica?		

ANEXO C – Pesquisa qualitativa Ricardinho

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA QUALITATIVA APLICADA COM PROFISSIONAIS DA ÁREA DE RÁDIO.

NOME DO ENTREVISTADO: Ricardo Xavier de Mendonça (Ricardinho, 89FM – A Rádio Rock).		
DATA: 11 / 09 / 2014	**Profissão:** Radialista. Locutor e roteirista no programa Quem Não Faz Toma, da 89FM.	**SEXO: F ( ) M (X)**
1- Qual a principal inspiração ou técnica usada para escrever um bom roteiro? O mais importante é ter uma boa história para contar. Depois disso é só desenvolver as situações que funcionem no rádio, que façam o ouvinte imaginar o que está acontecendo.		
2-Qual o gênero (Comédia, drama, terror e outros) que é mais fácil de escrever? E qual o gênero que, em sua opinião, é mais aceito pelo público? Eu tenho mais facilidade para escrever comédia. No rádio este gênero funciona bem, porque uma situação engraçada pode ser rápida e prende a atenção do ouvinte. Além da comédia, acho que o terror funciona bem no rádio e é aceito porque prende a atenção do ouvinte.		
3-Quando você descreve as cenas, quais os principais aspectos ou pontos chave, levados em consideração? O mais importante é descrever de um jeito que faça o ouvinte imaginar a cena, já que ele não está vendo nada e só tem o som para criar o ambiente.		
4- Em quanto tempo você finaliza um roteiro (Considerando as revisões)? Depende do tipo de roteiro que você faz. No caso das rádios novelas no formato que fazemos no Quem não faz toma, conseguimos finalizar o roteiro em 20 dias. Cada rádio novela tem 5 capítulos de 4 minutos cada, aproximadamente.		
5- Ao criar um personagem, você tem preocupação em criar bordões que de certa forma "eternizem" o personagem? Se o personagem tiver um bordão, fica mais fácil fixar sua personalidade. Não é muito fácil encontrar um bordão marcante, mas quando se consegue isso, o resultado é muito bom.		
6-Qual a maior dificuldade ao se desenvolver um roteiro? Adequar a história ao público que será atingido.		
7-Você já criou algum roteiro que achou ótimo, mas que foi reprovado por terceiros? Já. Isso é muito comum e não significa que a história criada não é boa. Mas nem sempre a história atinge os objetivos que a pessoa que aprova quer.		
8- Já ocorreu alguma vez de você escrever uma cena e ter dificuldades em conseguir ou nem conseguir o efeito ou a paisagem sonora adequada? Se sim, você mudou a cena por este motivo? Já aconteceu e quando a cena não tem a caracterização adequada é melhor mudar a cena ou utilizar um narrador para contar o que está acontecendo do que deixar com uma sonorização ruim.		

ANEXO D – Pesquisa qualitativa Tatola Godas

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA QUALITATIVA APLICADA COM PROFISSIONAIS DA ÁREA DE RÁDIO.

NOME DO ENTREVISTADO: Tatola Godas		
DATA: 14 / 09 / 2014	**Profissão:** Radialista. Locutor no programa Quem Não Faz Toma, da 89FM.	**SEXO: F ( ) M (x)**

1-Qual Foi o retorno positivo que vocês tiveram no retorno da radionovela?

Ah, foi bem legal, revista Veja, todo mundo querendo saber, os artistas querendo participar, super legal, uma cacetada, mas é divertido né? A ideia não é voltar com isso, é se divertir com isso, essa é a brincadeira, por que não cabe esse negócio hoje né? É mais a coisa de ser engraçado QUEM NÃO FAZ TOMA, e cabe dentro do programa aí fica fácil de fazer.

2-Você acredita que esse público (cego), é um público que está seguindo vocês também?

Lógico, a gente tem muita, muitas pessoas que vão de encontro a isso né? O cara tem uma deficiência principalmente de visão o cara se agarra muito nas pessoas, na voz, nas coisas que rolam, a gente tem muito e respeita muito e ajuda muito, tem uma instituição que eu gosto muito que é a LaraMara que é de deficientes visuais, tem um monte de molecada que vem aqui, isso é bacana.

3-Para uma peça radiofônica que vai começar e terminar no mesmo dia qual o tempo ideal que você acha para prender a atenção do ouvinte principalmente levando em consideração o público deficiente visual?

Ah, no máximo 10 minutos . A nossa novela tem no máximo quatro minutos por dia, dura uma semana, vai de segunda a sexta.

DEPOIMENTO

Eu acho que resgatar é importante sim, dependendo como se faça você consegue êxito sim, dependendo como se faça você consegue absolutamente nada, mas é importante que tenha conteúdo, que as pessoas prestem atenção naquilo que você está fazendo, principalmente um deficiente visual, se botar uma peça radiofônica para ele escutar eu tenho certeza que ele vai parar para ouvir. Eu acho que é uma coisa importante para o cara e para vocês que estão fazendo. Tem que ter conceito, não adianta botar de qualquer jeito ou criar uma coisa que não vai levar a lugar nenhum, se é uma história bem feita, se é bem criada, com os BG´s, com músicas legais que remetem alguma coisa vale a tentativa, a gente está testando com a radionovela e está tendo um resultado danado aqui na 89 e o público não tem nem muito a ver, ás vezes você pega de tudo quanto é lado a gente tem dois milhões de pessoas ouvindo, de todo tipo, de classe A,B,C ,D, E, deficiente visual , gordo, magro, preto, verde, amarelo, azul , branco, então depende daquilo que você conta você consegue atingir um monte de coisa. Tem que fazer sim vale a pena.

ANEXO E – Pesquisa qualitativa Luiz Henrique Romagnoli

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA QUALITATIVA APLICADA COM PROFISSIONAIS DA ÁREA DE RÁDIO.

NOME DO ENTREVISTADO: Luiz Henrique Romagnoli		
DATA: 18/10/2014	**Profissão:** Radialista e Produtor de Radionovela	**SEXO: F ( ) M (x)**

1- Você acredita que as peças radiofônicas podem ter êxito dentro da programação das atuais emissoras de rádio tradicionais?

A questão é o que é uma rádio tradicional hoje? É uma rádio AM ou FM e ela está em fase de transição dentro de um ano aproximadamente ou dois, todas as rádios AM do Brasil vão passar a ser transmitidas em FM. Essa mudança vai gerar uma quantidade muito grande de modificações nessas emissoras, por que hoje, o AM cada vez menos tem audiência, portanto cada vez menos tem prestígio, cada vez menos tem dinheiro e a sua programação está ficando muito pobre, tá ficando em cima de programas longos, com profissionais que conseguem segurar a peteca durante algum tempo ou simplesmente convocação de horário, por que uma coisa que deveria ser proibida ou melhor é proibida pela legislação mas, como basicamente tudo de rádio é ¨vés¨ de vistas grossas quando as AM´S passarem ao mesmo dale da FM nas cidades menores isso vai ser imediato por que tem espaço na faixa, na banda nas cidades maiores como São Paulo é necessário aumentar essa banda . No seu rádio você vê de 88 á 108, você vai ver de 88 á 76 vai aumentar em doze pontos aí a banda, para caber essa quantidade de novas emissoras. O que vai acontecer com essas emissoras? Elas vão ter uma concorrência muito forte elas vão ter umas concorrências das FM´S que já estão lá há muito tempo, ao mesmo tempo algumas vão trazer novidades em relação ao que o jovem ouve, entre uma coisa e outra quem tem mais a ganhar do ponto de vista de qualidade era a AM que pode resgatar alguns projetos, alguns formatos que são típicos seus como, por exemplo, a radionovela, como por exemplo, o horário esportivo um pouco mais amplo, como por exemplo, o programa de calouros, enfim, programas de auditórios, enfim programação que existiam no auge da rádio AM que desapareceu claro, que eu prevejo que isso deve ser feito de outra maneira, mudança de horário, mudança de linguagem, mudança de abordagem, mas os formatos estão aí para isso mesmo, para serem mexidos.

2- No seu entendimento mesmo existindo um público fiel que seriam os cegos amantes da rádio arte porque as peças radiofônicas deixaram de ser produzidas no Brasil ?

Basicamente como tudo no rádio deixou de ser produzido por conta da TV, a ocupação do espaço, a canabalização veio das próprias emissoras de TV e depois FM´S, de modo que quando abriram as emissoras de TV os elencos de radionovela foram passando para telenovela, então grandes artistas dessa época anos 50 e 60 eram artistas de rádio, Lima Duarte, Jucca de Oliveira enfim, vários deles passaram para televisão, e aí com o tempo, deixou de ser economicamente viável pro rádio produzir dramaturgia, porque significava você ter um estúdio específico pra isso, um estúdio grande com sonoplasta com atores com autores enfim, não é uma brincadeira barata, mas para TV começou a dar certo porque a telenovela virou um dos artigos, um dos produtos de melhor capacidade de faturamento, e aí a gente tem a Rede Globo como teve a TV Tupi, TV Excelsior enfim, toda grande emissora tem algum lugar, uma área de dramaturgia, então

desapareceu praticamente do rádio por conta do custo, versus a possibilidade do rádio faturar, na extensão eu diria que, a possibilidade de volta de produção ela passa por uma diferença no processo de produção, numa diferença no modelo de negócio, dificilmente emissoras Brasil a fora terão a capacidade de manter elencos fixos, diretores fixos, mas isso através da produção independente vai ser muito mais possível porque ai existe a possibilidade de distribuição para mais emissoras e portanto melhores chances de faturamento.

3- Você acredita que a peça radiofônica, ela pode ser um meio de entretenimento, que ao mesmo tempo faz com que as pessoas desacelerem, porque a pessoa tem que fechar o olho, parar e imaginar, você acredita que isso seja um meio de desacelerar o stress do dia a dia?

Ela pode servir tanto pra acelerar quanto para desacelerar, de verdade a gente tinha na época do rádio uma maneira diferente de ouvir radionovela, no começo do rádio comercial, vamos colocar pelos anos 30 40 ou até 50 com o rádio Nacional, o rádio era um aparelho que dominava a sala, era um móvel, e as pessoas se colocavam, você pega fotos da época e as pessoas assistiam o rádio como se assiste televisão , isso mudou porque depois dos anos 60 o rádio vai junto, vai no bolso, o walkman, o mp3,enfim os vários formatos que tem de audição, isso muda também a experiência, o jeito de fazer o rádio, e também vai mudar o jeito de você ouvir, então da mesma maneira que você tem hoje esse rádio histérico do jornalismo ou da música muito rápida porque você tem um geração muito pilhada uma geração que se mexe muito e que passa muito tempo fora de casa, no transporte público, no seu próprio carro é um jeito de se conectar com o que esta acontecendo no mundo, ao contrário a rádio dramaturgia pode ser sim o jeito de você ter um relax ouvir uma coisa e trabalhar com sua imaginação que é o que o radio faz melhor o que também mas nada impede que você tenha também uma rádio dramaturgia no mesmo ritmo que você tem hoje as emissoras, eu diria que a duração do capítulo ou da peça porque não precisa ser uma novela mas pode ser uma peça da mesma maneira que você tem uma diferença entre um documentário e a série enfim o longa metragem e o filme, você pode ter inter programas você pode ter peças com começo meio e fim com formatos para variados públicos já que a partir de um certo ponto tudo vai ser FM mas com certeza você tem nichos de públicos segmentos de públicos diferentes, então, pra um público que hoje ocupa o espaço de uma rádio popular como Globo ou como Capital aqui em São Paulo você pode na verdade, você deve fazer algo que tenha uma levada mais, uma cadência mais tranquila, porque é um ouvinte que esta parado, ou é a dona de casa ou é o porteiro do prédio enfim, são pessoas com, 40, 50 ou mais anos de idade e que tem normalmente uma relação com o rádio que ligam o rádio quando amanhece e deitam com o rádio e desligam quando dormem, então aí você pode ter uma levada mais credenciada, mas pra turma que está elétrica você vai ter que ter uma linguagem com redução, de verdade já existe dramaturgia no rádio a gente não presta atenção mas o último representante da dramaturgia no rádio é o humor, programinhas de humor, mesmo essa coisa mais chucra de pegadinha, isso é um jeito de dramaturgia.

4 - Qual poder do efeito da paisagem sonora dentro de uma peça radiofônica?

Todo, todo, na verdade o áudio te dá possibilidades de você encantar seu ouvinte com vários tipos de texturas sonoras, você pode ter uma voz com uma interpretação com tempo e que leve o ouvinte lentamente captando o máximo possível ás nuances, você pode ter uma locução mais intensa e ai você tem uma musica você tem um ritmo você tem o som da rua, a sonoplastia como se chamava ela tem hoje um papel fundamental porque é o que faz junto com a voz é o passaporte pra fantasia do ouvinte, mesmo o silencio é um jeito de você fazer sonoplastia, certos silêncios de pensamentos, de momentos tensos, enfim você tem várias maneiras de conduzir isso, a sonoplastia é do que se trata.

5- As peças radiofônicas estão retornando aos poucos para programação das rádios brasileira, você apostaria uma futura ascendência nesse segmento?

Sim com certeza, e eu diria que há necessidade pra que isso aconteça de uma maneira mais intensa, mais calçada nesse momento é que haja o entendimento, não só na empresa cultural, mas também na área pública de que é um novo segmento que precisa tanto de incentivo quanto o cinema, quanto o teatro, artes plásticas pixação, hip hop, músicas enfim, é uma forma de arte, de cultura de comunicação e de arte. O rádio precisa ser entendido como um meio de formação de novos dramaturgos, novos diretores por que os que tinham morreram e os que estão vivos estão completamente defasados claro, vão fazer uma coisa do jeito deles com a mesma linguagem dos anos 50, eu já tive uma experiência assim, é delicioso, eu adoro, mas eu acho que hoje não tem mais espaço, num tempo de público muito mais jovem . A formação é fundamental por que hoje não tem mais da onde buscar tem que fazer o seu roteirista quem é alguém que sabe contar a história hoje? É um contador de história? É um roteirista de televisão? Ele faz show para teatro, enfim, quem é esse cara? Não existe, se você for atrás de um roteirista para radionovela você vai achar, 1, 2, ou 3 malucos que ainda fazem isso artesanalmente e o que a gente precisa é de uma grande abertura e que isso crie mercado, para atores, diretores, operadores, sonoplastas , aí sim como indústria como área importante de produção a radionovela pode voltar da mesma maneira como tudo que diz respeito á áudio no Brasil um dos melhores do mundo, veja nossa dublagem, veja nossa música, nossa radionovela com certeza vai voltar a ser uma das melhores do mundo.

ANEXO F – Pesquisa qualitativa Wagner Rocha

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA QUALITATIVA APLICADA COM PROFISSIONAIS DA ÁREA DE RÁDIO.

NOME DO ENTREVISTADO: Wagner Rocha (Diretor Artístico)		
DATA: 17/10/2014	**Profissão:** Produtor artístico da rádio Metropolitana.	**SEXO: F ( ) M (X)**
1-As peças radiofônicas estão retornando aos poucos para a programação das rádio brasileira, você apostaria em uma futura ascendência neste segmento? Se essas peças forem sempre envolvendo humor, eu acredito.		
2-Você acredita que as peças radiofônicas podem ter êxito dentro da programação das atuais emissoras de rádio? Por que? Para você reservar um espaço da programação para essas peças, tem que valer muito a pena. Eu acredito sim, mas porém reafirmo, tem que ser voltada para o humor, no caso de uma rádio jovem como a metropolitana.		

ANEXO G – Pesquisa qualitativa

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA QUALITATIVA APLICADA COM PROFISSIONAIS DA ÁREA DE RÁDIO.

NOME DO ENTREVISTADO: Rodrigo Campos		
DATA: 17/10/2014	**Profissão:** Produtor Metronight	**SEXO: F ( ) M (X)**
1-As peças radiofônicas estão retornando aos poucos para a programação das rádio brasileira, você apostaria em uma futura ascendência neste segmento? Depende muito da rádio que gostaria de utilizar este formato. Em rádio jovem seria impossível, já em uma rádio AM tenho certeza que iria muito bem. O público da FM é muito mais desligado.		
2-O público cego ou com deficiência visual severa fica excluído dentro do cenário de entretenimento audiovisual (TV, cinema, teatro) Além das peças radiofônicas, você conhece algum outro meio de entretenimento de fácil alcance que possa contemplar a este referido público? Se sim, qual? Não acho que exista nada mais legal do que o rádio. O teatro da mente é o mais legal de todas as teatros. Não conheço outro meio de entretenimento mais vivo do que o rádio.		

ANEXO H – Pesquisa qualitativa

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RÁDIO E TELEVISÃO.

TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA QUALITATIVA APLICADA COM PROFISSIONAIS DA ÁREA DE RÁDIO.

NOME DO ENTREVISTADO: Marcelo Siqueira		
DATA: 31/10/2014	**Profissão:** Diretor Artístico	**SEXO: F ( ) M (X)**

1-Você acredita que peças radiofônicas podem ter êxito dentro da programação das atuais emissoras de rádio. Por que?

Qualquer peça de áudio, desde que tenha qualidade e adequação, ou seja, veiculada na emissora certa, para o público certo, no horário certo, tem espaço dentro do rádio atual. Peças radiofônicas, como eram, por exemplo, as radionovelas do passado, certamente não teriam o mesmo resultado atualmente, naquele formato. A forma de se consumir rádio mudou. O papel do rádio mudou. A concorrência do rádio mudou. É comum encontrar ainda hoje no formato de rádio popular, emissoras que dedicam aos seus ouvintes programas ou quadros inspirados em fatos reais ou ficção. Neles, histórias de amor e de vida, relacionamentos, crimes passionais e outros temas são apresentados descritos com emoção e riqueza descritiva, atraindo principalmente um público feminino que tem forte afinidade com as rádios e/ou com seus comunicadores.

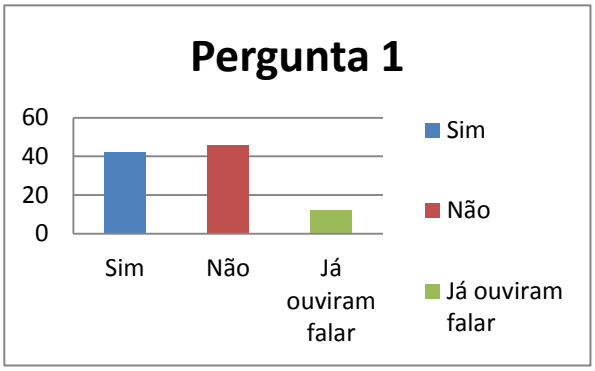
2-Dentro do atual cenário tecnológico de entretenimento visual, você concorda que as peças radiofônicas podem ser um uma fonte desaceleração do estresse, que faça o ouvinte fechar os olhos e se encontrar de maneira calma com seu próprio imaginário. Justifique?

As peças radiofônicas, assim como o rádio em geral, mexem com a imaginação e os sentimentos do ouvinte. Chegam a ter responsabilidade sobre o cotidiano do mesmo. Quantos e quantos ouvintes adotam o veiculo rádio e as rádios às quais são fieis, como um guia? Um instrumento de segurança e identificação. O rádio tem o papel de consultor, confidente, melhor amigo e elevador de autoestima. São inúmeros os casos de doenças curadas e de fim da depressão. O rádio já evitou suicídios, salvou vidas em diversas situações e aproximou pessoas. Peças radiofônicas com o tema certo, no veículo certo, no horário certo, lógico que bem elaboradas e com boa qualidade, significam a companhia que reduz o estresse e fazem o ouvinte viajar em um cenário particular, proposta principal do rádio.

ANEXO I – Resultado das pesquisas quantitativas

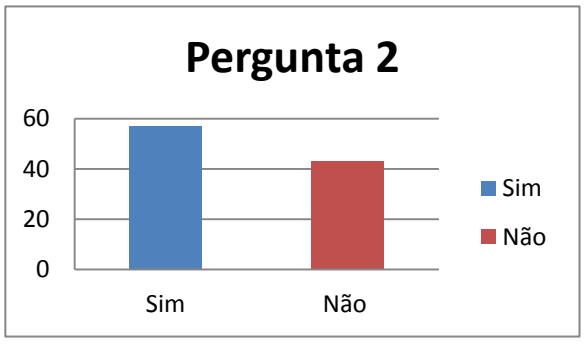
1-Antes de ser convidado (a) a responder esta pesquisa, você já sabia o que é uma peça radiofônica?
( ) Sim
( ) Não
( ) Já tinha ouvido falar, mas não sabia direito do que se tratava

Pergunta 1	
Sim	42
Não	46
Já ouviram falar	12



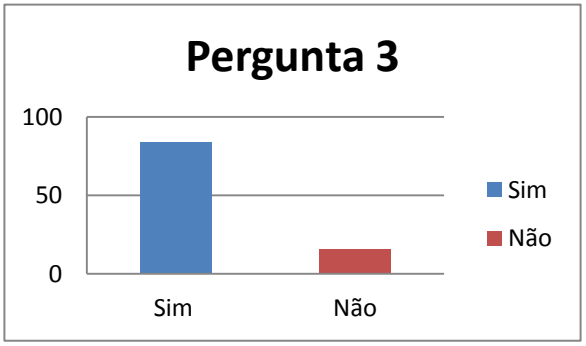
2-Dentro da atual grade de programação das emissoras brasileiras de rádio que costuma acompanhar, você sente falta de peças radiofônicas e/ou radionovelas?
( ) Sim
( ) Não

Pergunta 2	
Sim	57
Não	43



3-Você acredita que peças radiofônicas podem se tornar um produto de entretenimento atraente para os ouvintes do rádio?
( ) Sim
( ) Não

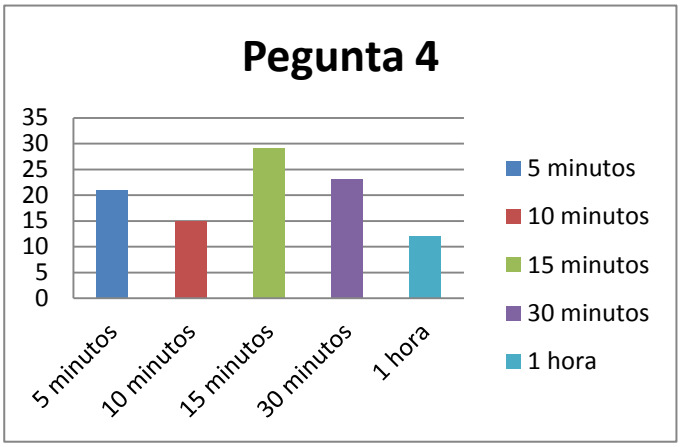
Pergunta 3	
Sim	84
Não	16



4- Qual o tempo ideal que uma peça radiofônica precisa ter para chamar sua atenção?

( ) 5 minutos
( ) 10 minutos
( ) 15 minutos
( ) 30 minutos
( ) Uma hora

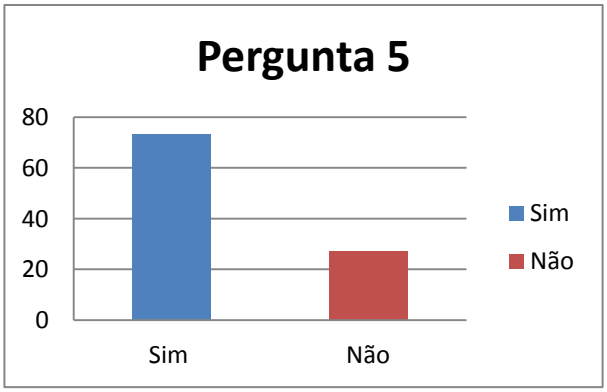
Pergunta 4	
5 minutos	21
10 minutos	15
15 minutos	29
30 minutos	23
1 hora	12



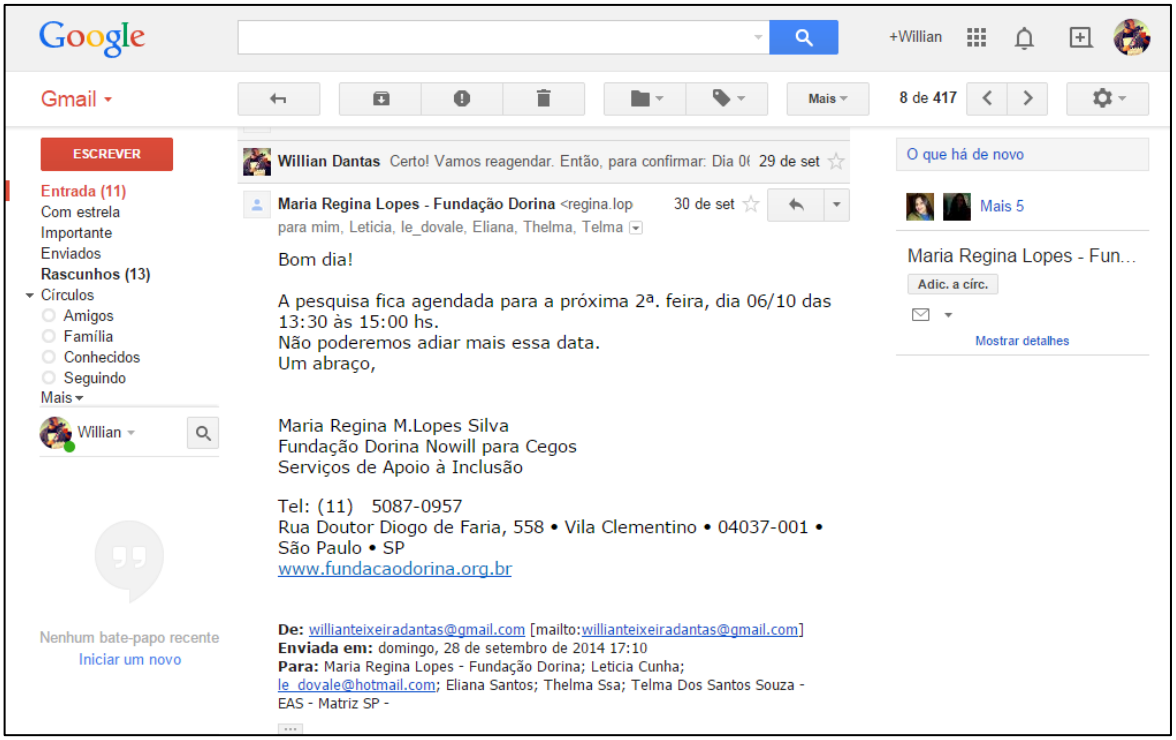
5- Se as peças radiofônicas fossem disponibilizadas na internet, em formato de podcast (Áudio digital na internet), você teria interesse em ouvir?

( ) Sim
( ) Não

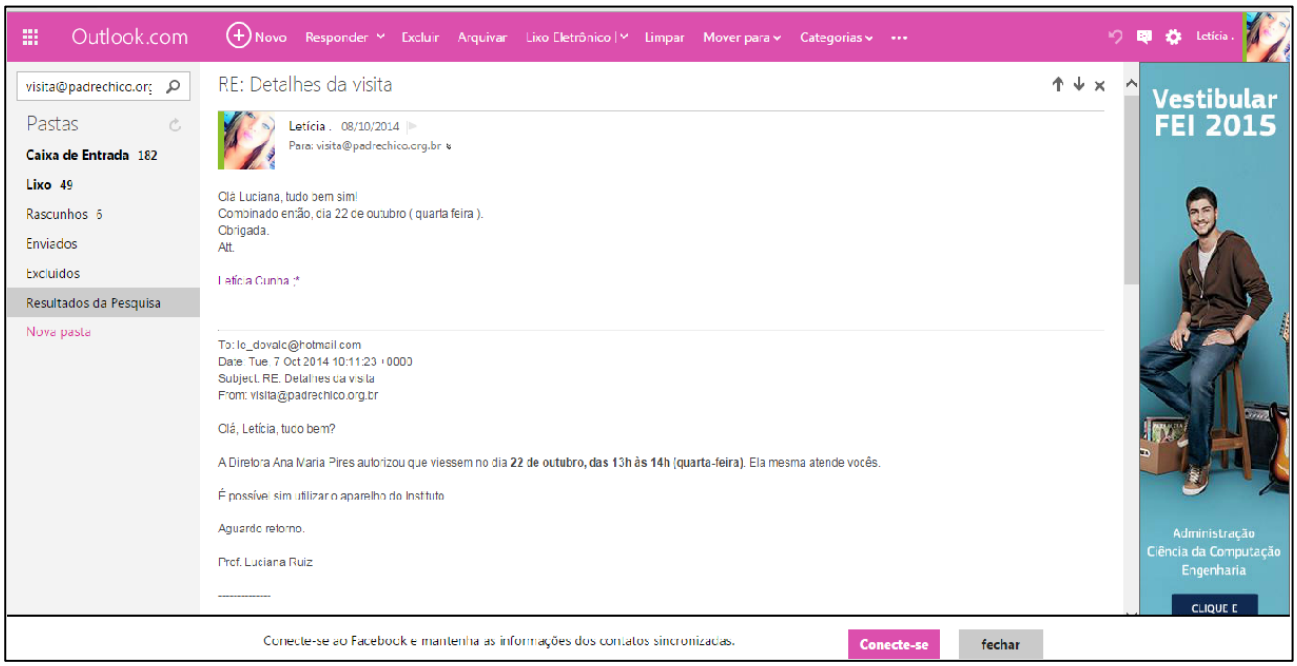
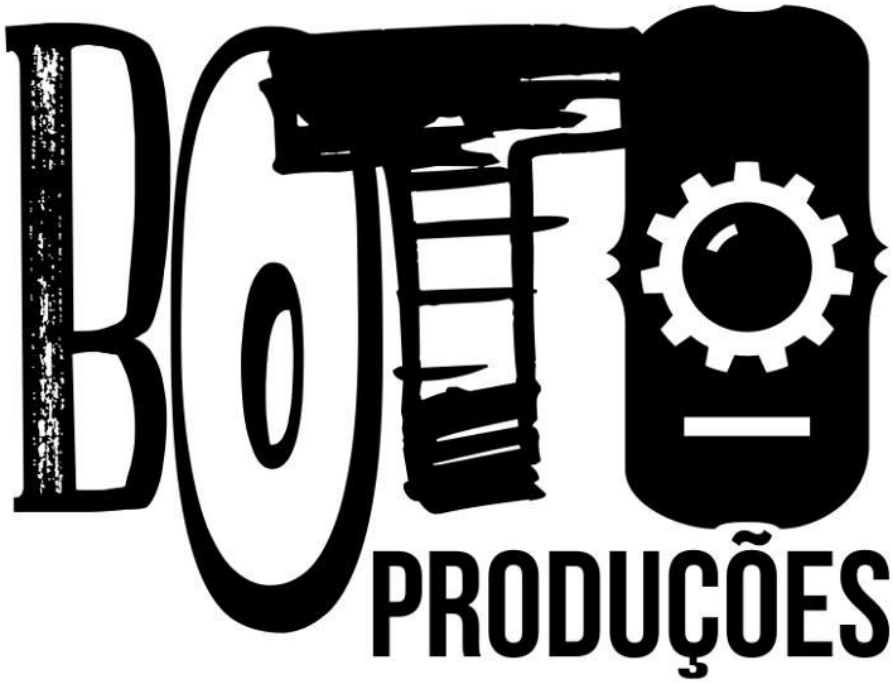
Pergunta 5	
Sim	73
Não	27



ANEXO J – E-mail de confirmação de visita a Fundação Dorina Nowill



ANEXO K – E-mail de confirmação de visita a Instituição Padre Chico



ANEXO L – Logo da Produtora criada pelo grupo