

Manual de Pesquisa para Rádios Comunitárias



*Técnicas simples para monitoramento e avaliação de rádios
comunitárias*

Projecto de Desenvolvimento dos Media UNESCO/PNUD MOZ 01003

Outubro 2004



Manual de Pesquisa para Rádios Comunitárias

Elaborado por: Nelia Sera Taimo

Redigido por: Birgitte Jallof

Layout: Rogério Raimundo Xerinda

Ilustrações: Júlio R. Xerinda

© UNESCO/UNDP 2004



ÍNDICE

Prefácio.....	5
Introdução.....	7
O porquê deste manual	7
1. Antes de começar, uma definição de rádio comunitária	9
1.1 Rádio comunitária para todos: Mulheres e Homens	9
2. Tipos de pesquisas para diferentes momentos da rádio comunitária	19
2.1 Pesquisa de base e pesquisa de audiência	20
2.1.1 O que é uma amostra?	22
2.1.2 Treinamento dos pesquisadores	23
2.1.3 Entrevista individual de casa em casa	23
2.1.4 Entrevistas em grupos	23
2.1.5 Local das entrevistas	25
2.2 Pesquisa na rotina da rádio	27
2.2.1 Monitoramento da satisfação	28
2.2.1.1 Entrevista nas saídas para as reportagens	28
2.2.1.2 Ficha de registo de telefonemas dos ouvintes	29
2.2.1.3 Cartas dos ouvintes	31
2.2.1.4 Análise das opiniões dos ouvintes no verso das dedicatórias	35
2.2.1.5 Entrevistas individuais em grandes eventos	36
2.2.1.6 Entrevistas individuais nos bairros onde vivem os voluntários	37
2.2.2 Monitoramento do envolvimento da comunidade	38
2.2.2.1 Lista de verificação interna da rádio comunitária de seis em seis meses	39



2.2.2.2	Mapa das fontes de informação da rádio comunitária	40
2.2.2.3	Livro de visitas	41
2.2.2.4	Análise dos conteúdos dos programas a cada três meses	42
2.2.2.5	Ouvindo a "audiência silenciosa"	44
2.3	O que fazer com os dados obtidos?	45
3.	Como formar núcleos de pesquisadores no corpo de produtores comunitários?	49
a.	Planificação, implementação e utilização das pesquisas	49
3.1	Quem é responsável pelas pesquisas na rádio comunitária?	52
3.1.1	Tarefas e responsabilidades dos mobilizadores	52
4.	Medindo o impacto da rádio na qualidade de vida da comunidade. Conseguimos atingir os nossos objectivos? Como utilizamos os resultados das pesquisas?	57
	Anexos	71
	Anexo I - Declaração de Princípios da Rede de Mulheres	72
	Anexo II - Exemplo de uma entrevista individual	82
	Anexo III - Exemplo de um guião para entrevistas em grupo	85
	Anexo IV - Exemplo de um resumo dos dados de pesquisa para apresentar a parceiros	91
	Anexo V - Plano de formação para utilizar o Manual de Pesquisa	94

PREFÁCIO

Este manual foi produzido a partir de experiências obtidas através do trabalho de pesquisa em oito rádios comunitárias apoiadas pelo projecto de Desenvolvimento dos Media em Moçambique e tem como objectivos:

1. Ser o registo das experiências com os diversos tipos de pesquisa levadas a cabo nas rádios;
2. Partilhar os conceitos, metodologias e técnicas no sentido de ajudar o crescimento, a qualidade e eficiência das rádios comunitárias tanto em Moçambique como em outros países;
3. Ser um instrumento para a continuidade do trabalho iniciado com as rádios. Para este fim, temos nos anexos uma série de sugestões de como trabalhar/utilizar este manual em formações e informações nas rádios. (Ver anexo I)

Esperamos que faça bom proveito deste material e desejamo-lhe bom trabalho!





Introdução

O porquê deste manual?

O objectivo deste manual é o de mostrar o que a pesquisa pode oferecer a uma rádio comunitária e por que esta é de vital importância para a sustentabilidade da rádio.

Este manual foi escrito pensando nas rádios comunitárias, órgãos geralmente com poucos recursos financeiros e humanos, sem condições de contratar instituições ou empresas para empreender pesquisas como fazem as grandes rádios públicas e comerciais.

Quando pensamos em pesquisa logo vem à nossa mente alguma coisa muito complicada e que necessita de muito dinheiro ou de muitos "especialistas" para ser feita.

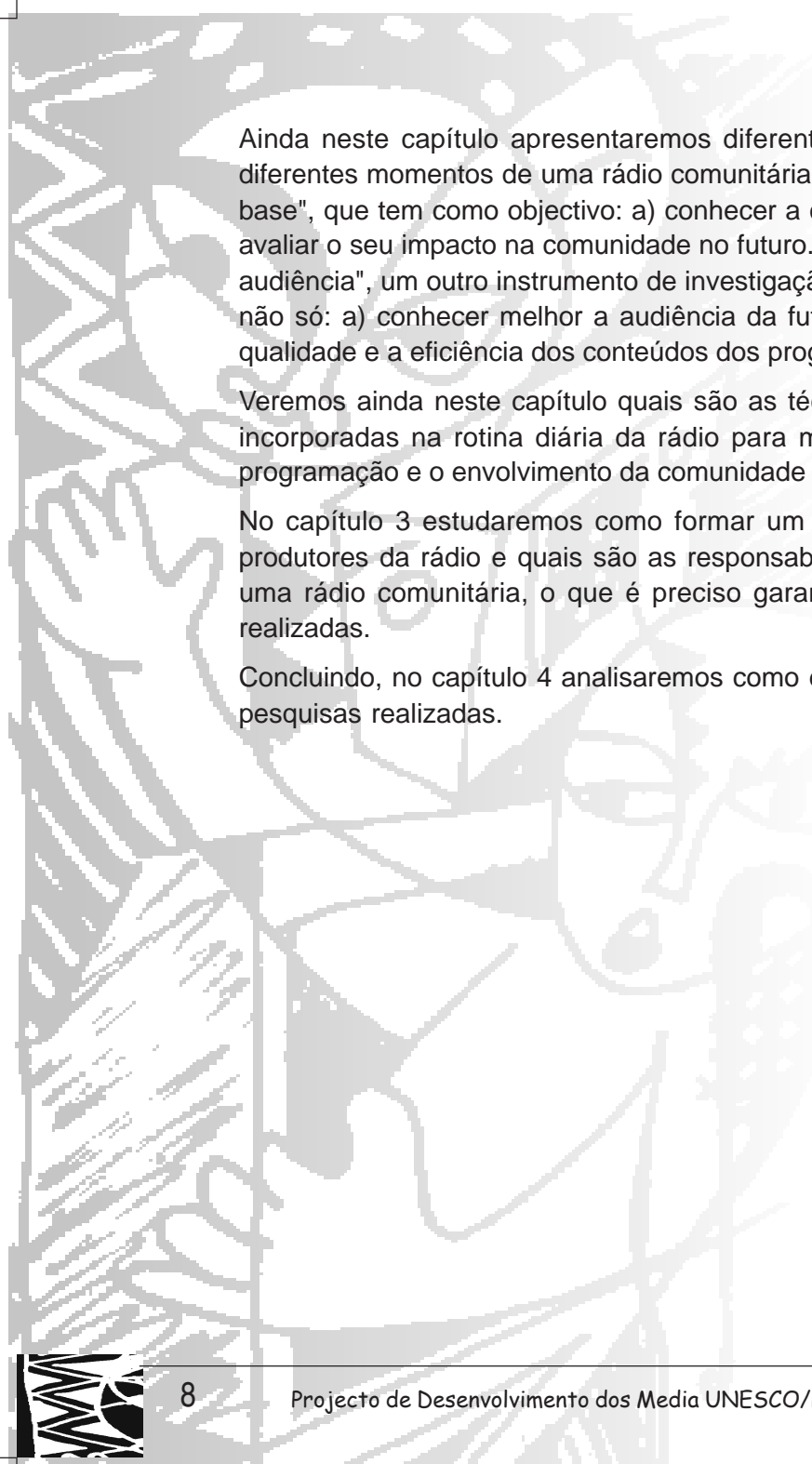
Este manual pretende contribuir para desmistificar esta ideia. Este manual oferece algumas sugestões de como recolher dados de forma simples e com baixo custo, de maneira regular e sistemática e de modo que estes ajudem a monitorar e avaliar o desempenho das rádios comunitárias.

Este manual está dividido em quatro capítulos.

No capítulo 1 descreveremos o papel diferenciado que homens e mulheres desempenham numa rádio, dando especial ênfase a uma maior participação das mulheres.

No capítulo 2 enfocaremos a importância das pesquisas como instrumentos que permitem fornecer resultados para corrigir aspectos no nível organizacional das rádios, na grelha e distribuição de programas ou nos próprios programas. Além disso, os resultados das pesquisas ainda podem servir para os produtores dos programas e responsáveis das rádios implementarem estratégias de parcerias. Por exemplo, quando nós trabalhamos para estabelecer uma nova parceria, e sugerimos a alguém que utilize a rádio para a divulgação paga de mensagens, precisaremos de mostrar que realmente atingimos os ouvintes e que eles apreciam a programação. Temos que apresentar "provas" de que os programas provocam mudanças reais na comunidade. As evidências são retiradas dos resultados das pesquisas, daí a necessidade destas serem anexadas às propostas enviadas aos potenciais parceiros.





Ainda neste capítulo apresentaremos diferentes tipos de pesquisas que atendem a diferentes momentos de uma rádio comunitária. Abordaremos a chamada "pesquisa de base", que tem como objectivo: a) conhecer a comunidade antes da rádio ir ao ar, e b) avaliar o seu impacto na comunidade no futuro. Também conheceremos a "pesquisa de audiência", um outro instrumento de investigação que é importante quando se pretende não só: a) conhecer melhor a audiência da futura rádio, mas também b) assegurar a qualidade e a eficiência dos conteúdos dos programas e a satisfação da comunidade.

Veremos ainda neste capítulo quais são as técnicas de pesquisa possíveis de serem incorporadas na rotina diária da rádio para monitorar o seu desempenho, avaliar a programação e o envolvimento da comunidade com a rádio.

No capítulo 3 estudaremos como formar um núcleo de pesquisadores no corpo de produtores da rádio e quais são as responsabilidades e tarefas dos mobilizadores de uma rádio comunitária, o que é preciso garantir para que as pesquisas sejam bem realizadas.

Concluindo, no capítulo 4 analisaremos como e para quê utilizamos os resultados das pesquisas realizadas.

Capítulo 1

Antes de começar, uma definição de rádio comunitária

Rádios Comunitárias são rádios que tratam de assuntos comunitários e que servem a comunidade. A definição duma rádio comunitária sugerida pela Associação Mundial das Rádios Comunitárias (AMARC) é que ela é uma rádio DA comunidade (os membros da comunidade são donos e decidem o conteúdo), feita PELA comunidade (têm produtores dos programas que tratam os assuntos comunitários), voltada PARA a comunidade (os ouvintes).

Nem todas as rádios chamadas de "rádios comunitárias" preenchem os três aspectos desta definição em termos de actividades: por exemplo, as rádios católicas em Moçambique fazem programas com voluntários da comunidade e programas para a comunidade, mas as rádios pertencem à Igreja. As rádios comunitárias do Estado Moçambicano também não pertencem às comunidades, mas ao Estado. Entretanto, o grande objectivo comum é que as rádios comunitárias trabalhem para assegurar um desenvolvimento sociocultural, político e económico na comunidade. É neste contexto que a pesquisa tem o seu papel, para saber o que a comunidade é, e para saber qual é o impacto da rádio: se esta consegue responder às preocupações mais importantes da comunidade e impulsionar mudanças que levem ao desenvolvimento.

1.1 - Rádio comunitária para todos: Mulheres e Homens

As rádios comunitárias apoiadas pelo Projecto de Desenvolvimento dos Media da UNESCO têm em geral um quadro de pessoal técnico composto de quatro pessoas e um corpo de voluntários produtores de programas. O pessoal técnico desempenha as seguintes funções:

- Coordenador - é o responsável pela planificação e coordenação das várias áreas da rádio;
- Administrativo - cuida da área administrativa;



- Mobilizador - é o responsável em fazer o elo de ligação entre a rádio e a comunidade, é o responsável pela planificação e implementação de actividades de mobilização de voluntários na comunidade e pela planificação da formação destes;
- Técnico - responsável pela manutenção e reparação dos equipamentos e pela formação de voluntários nesta área.

Em todas as oito rádios parceiras do Projecto Media os coordenadores e mobilizadores principais são do sexo masculino e em apenas duas os mobilizadores adjuntos são do sexo feminino.



Os produtores de programas são pessoas das comunidades que se voluntariam para oferecer um pouco do seu tempo, conhecimentos e habilidades para a rádio em troca de experiência e possibilidade de aprender uma profissão ligada à rádio através das oportunidades de formação que se apresentam.

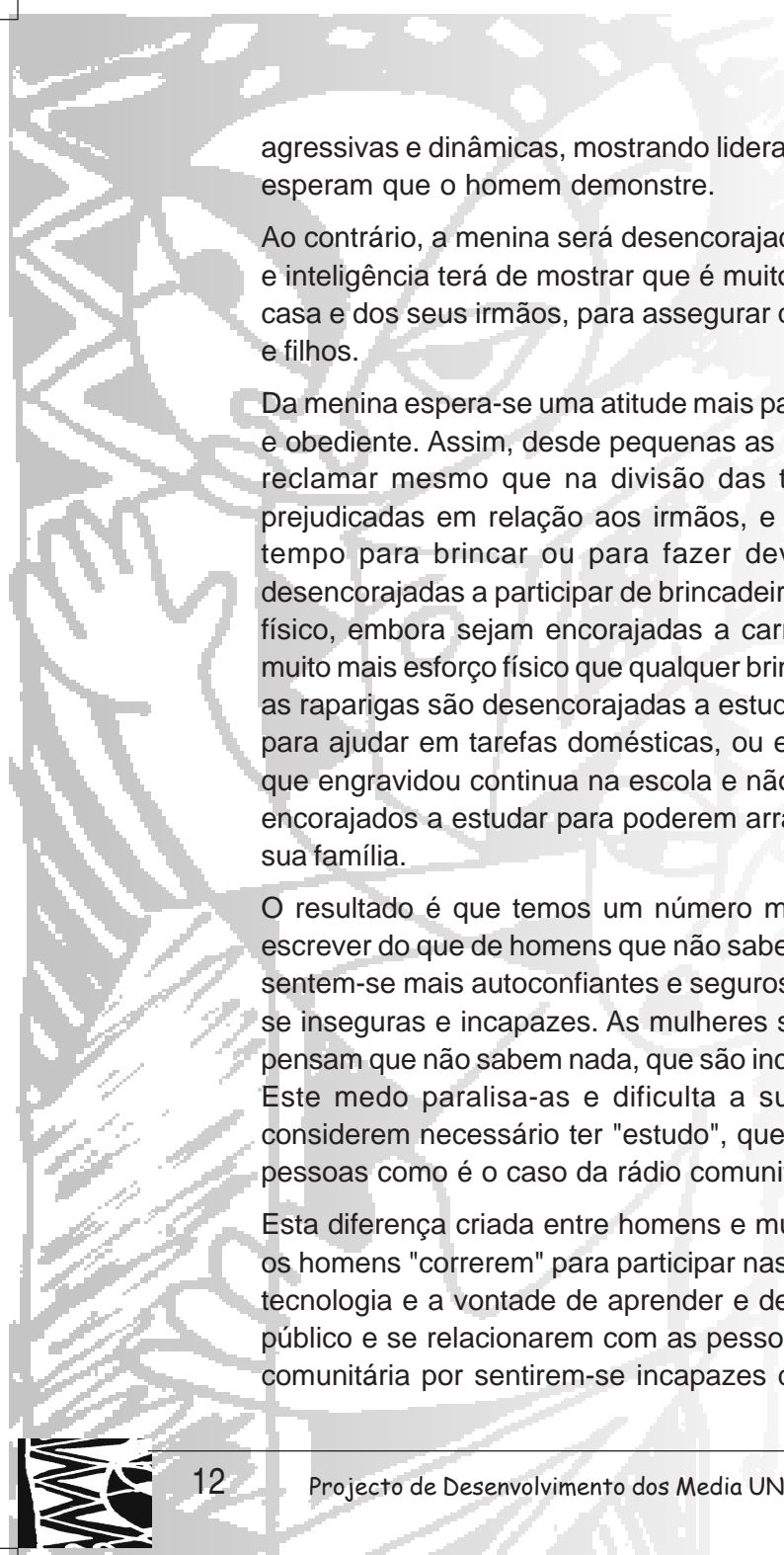
Assim como no caso do pessoal técnico, verifica-se que o maior número de voluntários produtores de programa, o maior número de ouvintes, o maior número de entrevistados e o maior número de especialistas consultados pela rádio são homens. Por outro lado, sabemos que a maioria da população em Moçambique é composta de mulheres (53%) e que estas, em muitos dos casos, são as mais activas na vida das comunidades, cuidando da produção agrícola, da família e participando em actividades de igrejas e associações. Porquê será então que as mulheres não participam em número significativo nas rádios comunitárias? E como fazer para encorajar e promover uma maior participação das mulheres nas rádios?

Número de voluntários por rádio e por sexo

Rádio	Homens		Mulheres		Total	
	N.º	%	Nº	%	N.º	%
Homoíne	28	82.4	6	17.6	34	100
Cuamba	16	64	9	36	25	100
Dondo	42	77.8	12	22.2	54	100
GESOM	31	73.8	11	26.2	42	100
Lago	27	67.5	13	32.5	40	100
Macequece	33	68.8	15	31.3	48	100
Thumbine	49	79	13	21	62	100
Voz Coop	31	63.3	18	36.7	49	100
Total	257	72.6	97	27.4	354	100

O modo como a menina e o menino são criados e educados na família, na escola, na igreja e na comunidade em geral ensina que eles são diferentes e, por isso, precisam se comportar de maneira diferente. Os meninos desde crianças são encorajados a falar em público, a tomar iniciativas, a mostrar força e inteligência e a exercer actividades mais





agressivas e dinâmicas, mostrando liderança e coragem à comunidade, pois é isto o que esperam que o homem demonstre.

Ao contrário, a menina será desencorajada de falar alto e em público, e em vez de força e inteligência terá de mostrar que é muito prendada e trabalhadora, que sabe cuidar da casa e dos seus irmãos, para assegurar que no futuro saberá cuidar bem de seu marido e filhos.

Da menina espera-se uma atitude mais passiva do que a do menino, e que seja submissa e obediente. Assim, desde pequenas as mulheres são encorajadas a obedecer e a não reclamar mesmo que na divisão das tarefas domésticas sintam-se injustiçadas e prejudicadas em relação aos irmãos, e mesmo que sintam que eles podem ter mais tempo para brincar ou para fazer deveres escolares do que elas. Também são desencorajadas a participar de brincadeiras mais agressivas ou que exijam mais esforço físico, embora sejam encorajadas a carregar água e lenha, tarefas que podem exigir muito mais esforço físico que qualquer brincadeira ou desporto! Por estas mesmas razões as raparigas são desencorajadas a estudar e, frequentemente, desistem da escola seja para ajudar em tarefas domésticas, ou então porque engravidaram (enquanto o rapaz que engravidou continua na escola e não realiza tarefas domésticas) e os rapazes são encorajados a estudar para poderem arranjar um bom emprego no futuro e sustentar a sua família.

O resultado é que temos um número muito maior de mulheres que não sabem ler e escrever do que de homens que não sabem ler e escrever e, por causa disso, os homens sentem-se mais autoconfiantes e seguros do que as mulheres, que por sua vez sentem-se inseguras e incapazes. As mulheres sofrem de baixa auto estima, desvalorizam-se, pensam que não sabem nada, que são incapazes e sentem medo de parecerem ridículas. Este medo paralisa-as e dificulta a sua participação em qualquer actividade que considerem necessário ter "estudo", que exija falar em público ou contacto com várias pessoas como é o caso da rádio comunitária.

Esta diferença criada entre homens e mulheres faz com que seja muito mais fácil para os homens "correrem" para participar nas actividades da rádio comunitária atraídos pela tecnologia e a vontade de aprender e de poder exercer a sua "habilidade" de falar em público e se relacionarem com as pessoas. Enquanto as mulheres irão "fugir" da rádio comunitária por sentirem-se incapazes de lidar com o que consideram equipamentos

muito complicados. Além do que sentem vergonha de falar em público pois sempre pensam que não têm nada a dizer, ou de se aproximar de diferentes pessoas para fazer entrevistas.

Além dos aspectos mencionados no parágrafo anterior, que podemos chamar de aspectos psicossociais, que impedem uma maior participação da mulher, a dupla jornada de trabalho da mulher também impossibilita a sua participação, uma vez que lhe sobra poucas horas para dedicar-se a qualquer outra coisa que não seja trabalho profissional e doméstico. Além de ir à machamba, vender no mercado informal ou estar em algum serviço formal, ela ainda corta lenha e a carrega para cozinhar, vai buscar água para a família, lava a roupa, engoma, lava os pratos e cuida das várias crianças que têm.

Uma entrevista com líderes de mulheres camponesas mostrou que sua jornada de trabalho consistia em sair de casa às 4h da manhã e voltar às 16h e às 19h já estavam exaustas a dormir. Os sábados e domingos à tarde eram destinados a lavar e engomar roupa e arrumar a casa, restando-lhes pouco tempo até para ouvir rádio, quanto mais para participar de uma rádio!

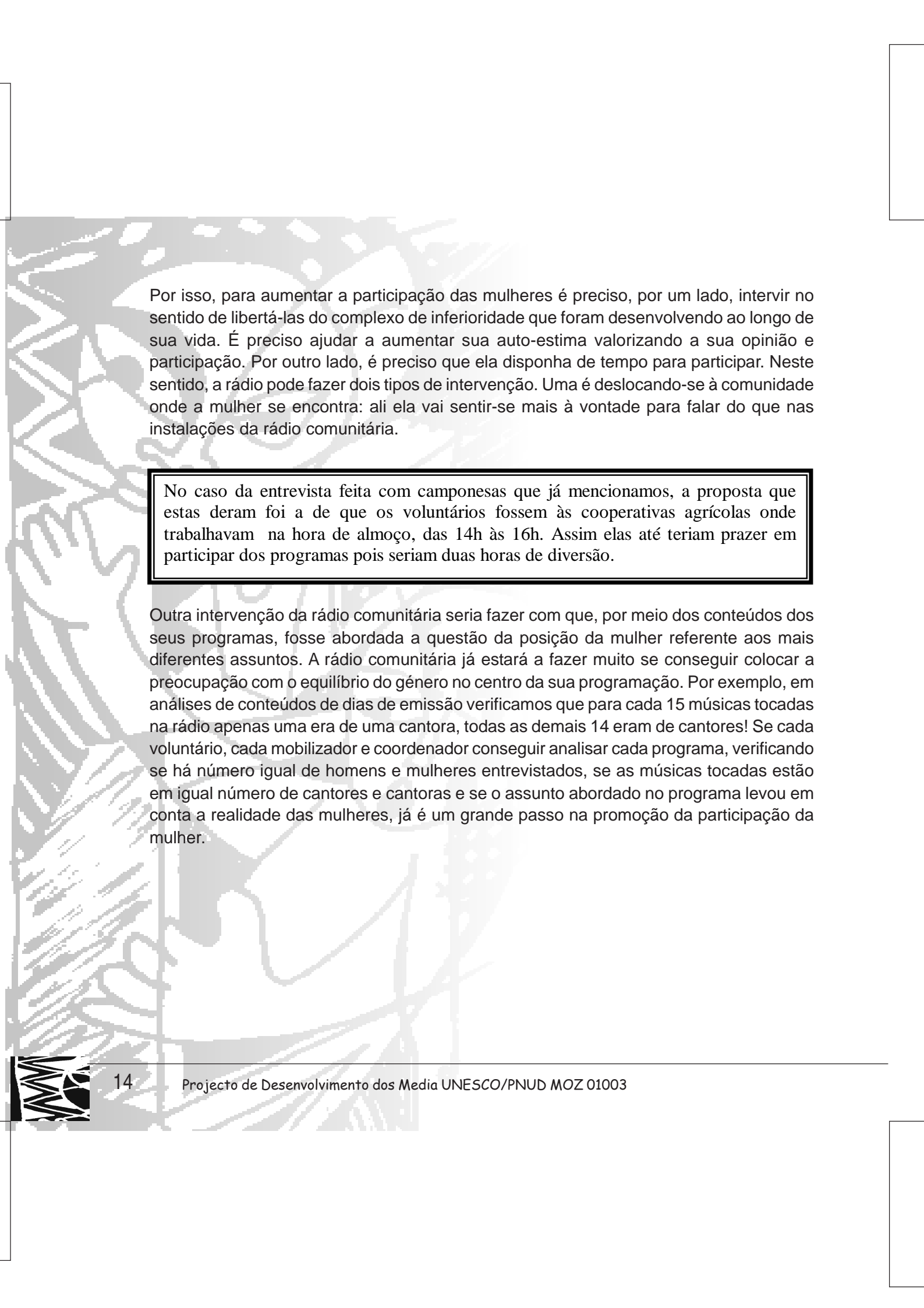
Sua rádio está a promover a igual participação de homens e mulheres ou está a ajudar a reproduzir a desigualdade existente?



Mobilizador, verifique se a sua rádio comunitária:

- Está a divulgar, a promover os direitos das mulheres?
- Está a tocar número igual de cantores e cantoras? Como as letras das músicas retratam a mulher?
- Está a entrevistar número igual de homens e mulheres em cada programa?
- Está a ter uma participação crescente de voluntárias produtoras e apresentadoras de programas?
- Está a evitar utilizar estereótipos de homens e mulheres nos programas ou as mulheres só aparecem nos programas que falam sobre alimentação e saúde da criança? Os programas da mulher dão receitas culinárias e sempre que o fazem são as mulheres que falam sobre a receita?
- Está a levar em conta a realidade dos homens e mulheres nos diferentes assuntos tratados?
- Está a promover a imagem de mulheres dinâmicas e lideranças femininas
- Está a consultar especialistas homens e mulheres?





Por isso, para aumentar a participação das mulheres é preciso, por um lado, intervir no sentido de libertá-las do complexo de inferioridade que foram desenvolvendo ao longo de sua vida. É preciso ajudar a aumentar sua auto-estima valorizando a sua opinião e participação. Por outro lado, é preciso que ela disponha de tempo para participar. Neste sentido, a rádio pode fazer dois tipos de intervenção. Uma é deslocando-se à comunidade onde a mulher se encontra: ali ela vai sentir-se mais à vontade para falar do que nas instalações da rádio comunitária.

No caso da entrevista feita com camponesas que já mencionamos, a proposta que estas deram foi a de que os voluntários fossem às cooperativas agrícolas onde trabalhavam na hora de almoço, das 14h às 16h. Assim elas até teriam prazer em participar dos programas pois seriam duas horas de diversão.

Outra intervenção da rádio comunitária seria fazer com que, por meio dos conteúdos dos seus programas, fosse abordada a questão da posição da mulher referente aos mais diferentes assuntos. A rádio comunitária já estará a fazer muito se conseguir colocar a preocupação com o equilíbrio do género no centro da sua programação. Por exemplo, em análises de conteúdos de dias de emissão verificamos que para cada 15 músicas tocadas na rádio apenas uma era de uma cantora, todas as demais 14 eram de cantores! Se cada voluntário, cada mobilizador e coordenador conseguir analisar cada programa, verificando se há número igual de homens e mulheres entrevistados, se as músicas tocadas estão em igual número de cantores e cantoras e se o assunto abordado no programa levou em conta a realidade das mulheres, já é um grande passo na promoção da participação da mulher.

Se cada rádio conseguir evitar a reprodução do estereótipo¹ da mulher que normalmente tem mais espaço nos programas de culinária ou nos programas de saúde para falar da amamentação e cuidados com a criança já será uma grande contribuição para um maior equilíbrio do género na comunidade.

Ao fazer um programa sobre saúde, porque não entrevistar também o pai da criança sobre a importância da vacina e da amamentação, e o que ele faz para ajudar a esposa a cuidar da saúde das crianças? Porque não entrevistar também homens que gostam de cozinhar para dar receitas e conselhos sobre culinária? Estes homens existem na comunidade! Vamos mostrá-los! Eles serão modelos para outros homens e para a futura geração.

Uma das formas de aumentar o envolvimento da rádio com a comunidade e ao mesmo tempo promover a participação da mulher, é promover concursos de cantos corais das igrejas ou de grupos culturais entre vários bairros. Isto não irá exigir mais tempo da mulher pois muitas mulheres já frequentam a igreja ou são membros de grupos culturais. Em Moçambique os cantos corais são muito apreciados, e as mulheres são a maioria nas igrejas. Além disso, o sucesso de um evento deste numa rádio comunitária já obteve resultados positivos. O facto de ser um concurso inter-bairros ou inter-povoados ou localidades movimenta a comunidade, dá uma outra dinâmica na relação da rádio comunitária com a comunidade, aproximando-as e ajudando a desmistificar a rádio como algo em que "só algumas pessoas muito inteligentes ou estudadas" podem utilizar. Findo o concurso, pois este dura alguns meses, a comunidade e as mulheres aqui incluídas, sentem-se muito mais próximas da rádio e com vontade de participar, é um óptimo momento para conseguir mais mulheres como voluntárias na rádio.

¹ Estereótipo – conceito sociológico, catálogo de categorias humanas que cada um possui. Estas categorias são simplistas, superficiais, indiferenciadas e provisórias e usamos para classificar as pessoas. Normalmente são negativas e são imagens distorcidas da realidade. Assim temos o estereótipo de que a mulher é fraca e chorona, o homem é forte e não chora, temos estereótipos para raças – o branco, o negro, o misto, o indiano, para as etnias estereótipos sobre o bitonga, o macua, o machope, estereótipos do profissional, o militar, o religioso, o burocrata e assim por diante. In Juan E, Diaz Bordenave / Além dos meios e mensagens/ página 17 e 18 5ª edição Editora Vozes Brasileira





É necessário encorajar a participação das mulheres desde a infância e, por isso, os programas de crianças têm uma importância especial. Ao promover a participação de meninas nos programas de crianças, vamos contribuir para que estas no futuro se tornem mulheres activas, dinâmicas, auto-confiantes e seguras. Elas serão capazes de produzir bons programas na rádio comunitária e ainda irão servir de modelos positivos à comunidade em geral e especialmente para as outras meninas, raparigas e mulheres da comunidade.

Para ajudar a envolver mais as mulheres e evitar chamar sempre os mesmos homens especialistas para serem entrevistados, pode-se fazer uma lista de todas as mulheres especialistas em diferentes áreas na comunidade (educação, saúde, medicina tradicional, contos tradicionais, agricultura, acção social, religião, política, economia, desporto etc..) e afixá-la na sala de redacção .

A rádio também poderá criar um programa de entrevistas com pessoas importantes para a comunidade, o que também ajudará a promover as lideranças femininas em muitas áreas.

O exemplo da Rede de Mulheres

Com o objectivo de fortalecer a participação das mulheres nas rádios comunitárias, o Projecto de Desenvolvimento dos Media da UNESCO promoveu a formação de uma rede de mulheres produtoras de programas de todas as rádios comunitárias existentes no país. A "Rede de Mulheres" pode representar uma base de apoio não só das mulheres e dos seus programas específicos nas estações emissoras, mas também facilitar o fortalecimento geral dos grupos de trabalho. Os objectivos principais da Rede são:

1. promover a autoconfiança das mulheres, de modo a que possam assumir o papel de principais geradoras de mudanças positivas na comunidade;
2. aumentar o número e a qualidade de programas com conteúdos relevantes para a mulher e feito com uma perspectiva da mulher;

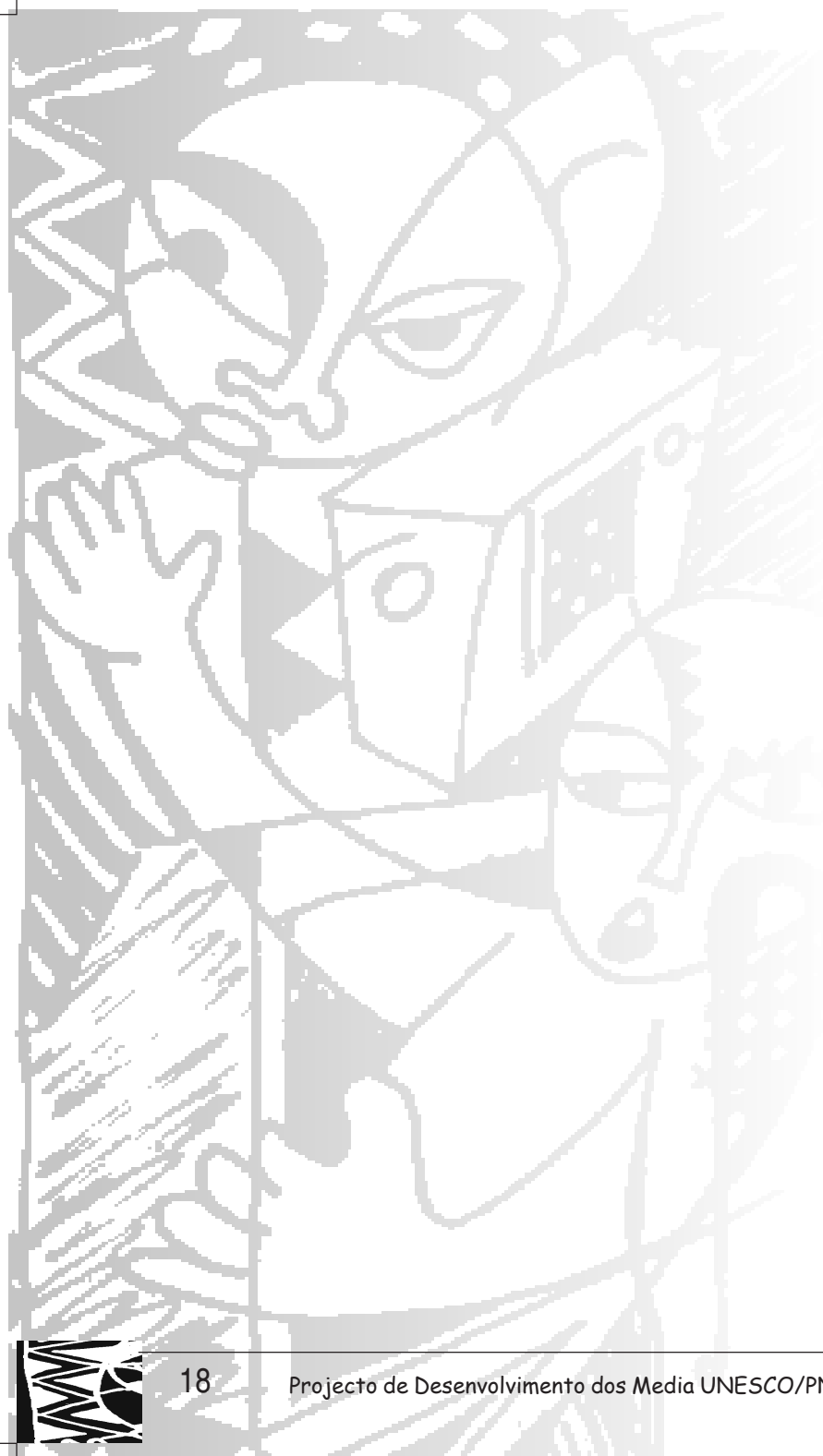
3. promover o espírito de solidariedade entre as mulheres e entre mulheres e homens;
4. encorajar o acesso de mulheres a posições de liderança nas rádios comunitárias através do aumento do seu nível de capacitação, incluindo auto-capacitação.

A Rede aprovou uma declaração com 12 princípios orientadores do seu trabalho que podem ajudar a monitorar as acções das rádios no sentido de garantir o desenvolvimento da mulher (ver em anexo 2). Alguns exemplos de resultados positivos alcançados com o esforço da Rede podem ser mencionados:

1. o número e entusiasmo de mulheres voluntárias está a aumentar;
2. o número de programas de mulheres está a crescer, especialmente focalizando a saúde;
3. os homens estão a contribuir e se envolvendo nos programas de mulheres, escrevendo artigos para o boletim e falando da importância da mulher nas rádios e nas suas próprias vidas.

Agora que já vimos como podemos aumentar a participação das mulheres nas rádios, vamos ver os tipos de pesquisas que podemos fazer numa rádio comunitária e para que serve cada tipo de pesquisa.





Capítulo 2

Tipos de pesquisas para diferentes momentos da rádio comunitária

Tipos de pesquisa	Necessidades	Perfil da comunidade	Capacidades/ atitudes	Situação interna da rádio	Programação/ grelha	Ligação com a comunidade
	/Problemas da comunidade	"comunidades" dentro da comunidade				
Pesquisa de base	██████████	██████████	██████████		██████████	██████████
Pesquisa de audiência	██████████	██████████	██████████		██████████	██████████
Pesquisa na rotina da rádio				██████████	██████████	██████████
Pesquisa de impacto	██████████		██████████		██████████	██████████

O quadro acima mostra como os diferentes tipos de pesquisa existentes atendem a diferentes momentos da rádio comunitária.

Nunca nos podemos contentar ou confiar apenas num tipo de pesquisa. De acordo com os objectivos que almejamos, precisamos realizar pesquisas diferentes. Pesquisas que ajudem a elaborar programas de boa qualidade e com conteúdos úteis e que irão ajudar a criar interesse da comunidade pela rádio comunitária e pesquisas para avaliar o impacto que a rádio terá na vida da comunidade.

Há pesquisas que estudam a relação entre a comunidade e os programas com um foco particular nos programas da rádio (pesquisa de audiência) e há pesquisas que procuram estudar o impacto da programação da rádio com um enfoque nos resultados criados na comunidade e porquê estes resultados foram obtidos. Neste caso, o interesse é saber se



a rádio consegue criar as MUDANÇAS desejadas NA COMUNIDADE. As duas pesquisas interligam-se, mas cada uma serve para definir e melhorar diferentes aspectos da rádio comunitária.

Entretanto, muitas vezes para conseguir avaliar o impacto dos programas da rádio é preciso ter acesso a dados básicos da comunidade. Estes dados conseguem-se através da pesquisa de base.

2.1 Pesquisa de base e pesquisa de audiência

A pesquisa de base serve para obter informações sobre aspectos sócio-económicos e culturais da comunidade antes de a rádio ir ao ar. A rádio necessita de ter várias informações sobre a comunidade para poder desenhar uma grelha de programas e um horário que vão ao encontro das necessidades das diferentes comunidades.

Sabemos que uma comunidade não é toda igual e, para ilustrar, podemos ver o exemplo dos moradores do distrito do Dondo. Nesta comunidade existem várias outras comunidades, como a comunidade das mulheres camponesas, das mulheres solteiras, das mulheres com filhos, das viúvas, dos religiosos, dos jovens, dos trabalhadores do sector público, dos comerciantes, das crianças e assim por diante. É muito importante que, antes de ir ao ar, a rádio conheça muito bem o perfil das comunidades existentes dentro do seu raio de acção. Saiba quais são seus hábitos e costumes sócio-económicos e culturais, sua história, seus hábitos de comunicação, seus interesses, desafios e problemas, a percepção que têm de si mesma e do futuro que desejam.

A pesquisa de audiência incide mais sobre os hábitos de comunicação dos ouvintes. A pesquisa de audiência vai ajudar-nos a:

- saber se as pessoas têm rádio e se têm o hábito de escutar
- saber quais as emissoras que as pessoas habitualmente costumam ouvir
- saber quais as línguas faladas e preferidas pela comunidade
- saber quais são os dias e horários que as pessoas costumam ouvir o rádio
- saber quais são os horários preferidos pela comunidade para ouvir rádio
- saber quais são os assuntos que a comunidade gostaria de ouvir na rádio

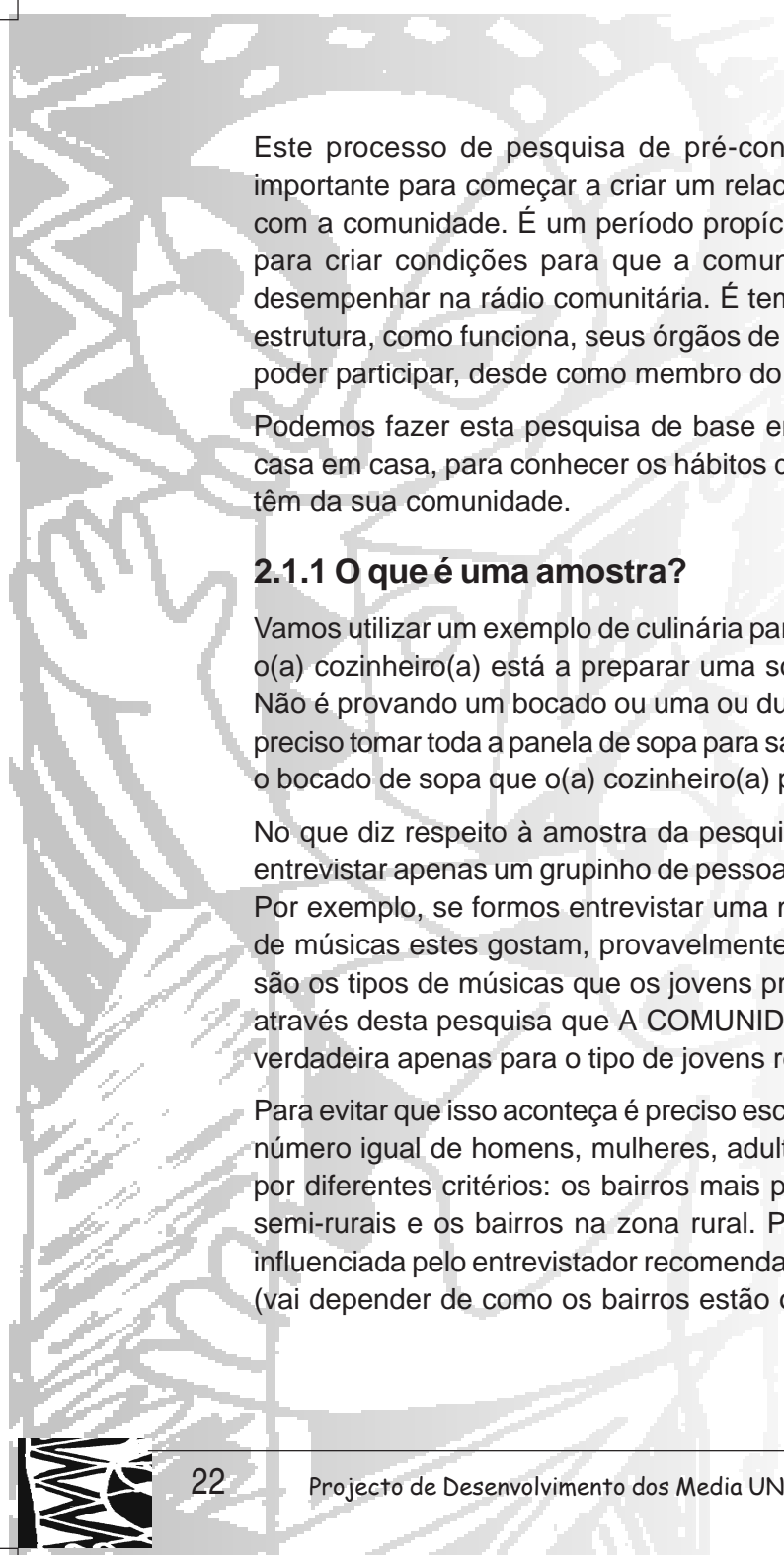
Através da pesquisa de base teremos as ferramentas para conhecer bem a comunidade em geral e o contexto em que se insere. Assim, a pesquisa de base vai ajudar-nos a:

- conhecer as necessidades da comunidade
- a percepção que os diferentes grupos tem da comunidade
- as expectativas da comunidade
- preparar a grelha de programas (horário, línguas utilizadas, tipos de programas)
- definir os assuntos prioritários
- escolher como apresentar os assunto
- desenvolver formatos de programas, qual tipo de música a apresentar, a escolher etc.
- definir melhor os objectivos da rádio comunitária naquela comunidade, quais são as mudanças psicossociais que são esperadas com a ajuda da rádio comunitária.

Por exemplo, em todas as rádios financiadas pelo Projecto de Desenvolvimento dos Media de UNESCO foram realizadas pesquisas de base através de entrevistas individuais e entrevistas de grupo, para conhecer melhor a comunidade onde esta se inseria. Através dos dados obtidos pôde se verificar que a situação da epidemia de HIV/SIDA na comunidade era preocupante pela própria localização fronteiriça de alguns distritos e a história político social da região (zonas de refugiados de guerra, com trabalhadores nos países vizinhos). Mas verificou-se que mesmo com esta situação e com muitas pessoas doentes havia pouca percepção de riscos e a maioria das pessoas não conhecia a diferença entre HIV e SIDA, aspecto importante do ponto de vista da prevenção. Este foi um dado de base importante para planificar a inclusão do tema HIV/SIDA nos diferentes programas e para monitorar o impacto da rádio durante um ano. Outro dado obtido através da pesquisa de base e importante para a programação da rádio foi a importância que as pessoas, especialmente as mulheres davam ao tema agricultura já que a maior parte das rádio está nas zonas rurais onde a grande maioria da população vive da agricultura.

O grande interesse pelas informações sobre o tempo, os preços dos produtos no mercado, as formas de combater as pragas e novas técnicas de cultivo para aumentar a produção fez com que se incluíssem programas de agricultura com estes temas na programação.





Este processo de pesquisa de pré-conhecimento da comunidade também é muito importante para começar a criar um relacionamento estreito da futura rádio comunitária com a comunidade. É um período propício para se ganhar confiança, respeito mútuo e para criar condições para que a comunidade sinta que tem um papel importante a desempenhar na rádio comunitária. É tempo de explicar o que é rádio comunitária, sua estrutura, como funciona, seus órgãos de decisão e as diferentes formas da comunidade poder participar, desde como membro do comité de gestão e até como entrevistado(a).

Podemos fazer esta pesquisa de base entrevistando uma amostra da comunidade, de casa em casa, para conhecer os hábitos de comunicação e a percepção que as pessoas têm da sua comunidade.

2.1.1 O que é uma amostra?

Vamos utilizar um exemplo de culinária para entendermos o conceito de amostra. Quando o(a) cozinheiro(a) está a preparar uma sopa, como faz para saber se está boa de sal? Não é provando um bocado ou uma ou duas colheradas? Todos nós sabemos que não é preciso tomar toda a panela de sopa para saber se a sopa está salgada ou não. A colherada, o bocado de sopa que o(a) cozinheiro(a) provou é a **amostra**.

No que diz respeito à amostra da pesquisa, é preciso tomar alguns cuidados para não entrevistar apenas um grupinho de pessoas e depois generalizar para toda a comunidade. Por exemplo, se formos entrevistar uma maioria de pessoas jovens para saber que tipo de músicas estes gostam, provavelmente vamos obter a resposta de que "rock" e "rap" são os tipos de músicas que os jovens preferem. Mas não podemos sair por aí dizendo através desta pesquisa que A COMUNIDADE gosta de "rap" e "rock". Esta afirmação é verdadeira apenas para o tipo de jovens representados naquela amostra.

Para evitar que isso aconteça é preciso escolher diferentes bairros e povoados e entrevistar número igual de homens, mulheres, adultos e jovens. Os bairros podem ser escolhidos por diferentes critérios: os bairros mais populosos, os bairros mais urbanos, os bairros semi-rurais e os bairros na zona rural. Para evitar que a escolha do entrevistado seja influenciada pelo entrevistador recomenda-se sortear de seis a oito quarteirões, ou células (vai depender de como os bairros estão organizados) em cada bairro e dentro de cada

quarteirão estabelecer um critério que pode ser, por exemplo, entrevistar uma casa e saltar cinco, entrevistar outra casa e saltar mais cinco. Se tomarmos estes cuidados poderemos ter confiança que a nossa amostra nos forneceu dados dignos de crédito.

2.1.2 Treinamento dos pesquisadores

Além de tomar cuidado com a amostra devemos realizar um bom treinamento com os entrevistadores de forma a assegurar que todos façam a entrevista da mesma forma, e tenham uma atitude que facilite a comunicação entre entrevistador-entrevistado e evitem influenciar as respostas. Isto vale também para as traduções para as línguas locais. É importante fazer o treinamento com perguntas em língua local para que todos os entrevistadores utilizem os mesmos termos.

2.1.3 Entrevista individual de casa em casa

Na pesquisa de base utilizando entrevista individual de casa em casa, as perguntas úteis antes de a rádio ir ao ar dizem respeito aos hábitos de comunicação em geral; quer dizer, saber se as pessoas têm rádio, se não têm porque não o têm e se têm que emissoras costumam ouvir habitualmente, em que horário, em que língua, os programas preferidos, se lêem jornal, vêem TV e se participam em igrejas, associações culturais e desportivas (*ver anexo 3*).

Outras perguntas úteis para a rádio antes de ir ao ar dizem respeito à percepção que as pessoas têm da sua própria comunidade, elas gostam de viver naquela comunidade? Porquê? Quais são os principais problemas da comunidade? Pensam que é preciso melhorar a comunidade? Em que aspectos? Quem são as pessoas em que a comunidade confia? Professores(as)? Enfermeiros(as)? Líderes comunitários? Políticos? Líderes religiosos?

2.1.4 Entrevistas em grupos

Na pesquisa de base ainda podemos utilizar entrevistas com diferentes grupos da comunidade para discutir aspectos mais qualitativos em relação à rádio e à comunidade. Por exemplo, um guião com perguntas sobre acesso à comunicação, hábitos de lazer,



percepção e necessidades da comunidade. A importância da rádio e a diferença que esta fará para a comunidade são mais fáceis de serem exploradas num pequeno grupo de pessoas (anexo 4).

O tamanho recomendável de um grupo deve ser de seis a dez pessoas; mais que isso torna difícil a tarefa do(a) moderador(a) em colocar todas as pessoas a participarem de forma equilibrada. A tendência será de alguns membros do grupo falarem mais do que os outros.

Também para entrevistas em grupo devemos ter cuidados com a amostra. Recomenda-se que se entrevistem pelo menos três grupos com as mesmas características para podermos ter confiança nos dados. Normalmente os grupos devem ser homogêneos, para facilitar a comunicação entre as pessoas. Por exemplo, um grupo só de raparigas, um grupo só de senhoras, um grupo só de rapazes, um grupo só de jovens, um grupo de líderes, um grupo de professores, um grupo de alunos(as), um grupo de mães, vai depender do objectivo da pesquisa. A homogeneidade quanto ao sexo vai depender do assunto. Em alguns assuntos como sexualidade, por exemplo, formam-se grupos separados de homens e mulheres, pois se ambos estivessem no mesmo grupo ficariam inibidos e a discussão não seria produtiva.

Para uma entrevista em grupo ser bem sucedida é preciso ter muito claro o objectivo da entrevista, quais informações se pretendem obter e para quê. Além disso, é preciso que o(a) moderador(a) tenha a capacidade de ouvir, seja uma pessoa que ouve mais do que fala, que ouça atentamente e que tenha boa memória, de maneira a formular questões a partir das respostas dadas pelos grupos sem influenciar as respostas. Um moderador que saiba identificar nervosismo ou timidez nos membros do grupo e saiba colocá-los à vontade para participar, uma pessoa que saiba analisar e separar as questões mais importantes das menos significativas para o estudo e que escreva bem e tenha capacidade de fazer notas curtas e precisas.

Para ajudar o(a) moderador(a), um ou dois anotadores devem estar presentes apenas como anotadores, tomando nota de tudo o que é falado. No fim da entrevista o(a) moderador(a) e os anotadores devem sentar e confrontar as anotações. Quando mais de uma pessoa toma nota é menos provável distorcer ou esquecer informações; por isso, a presença de anotadores assegura maior confiança nas informações obtidas.

Características de um bom moderador

- *Saber ouvir*
- *Ser atento*
- *Ter boa memória*
- *Ter a capacidade de colocar as pessoas à vontade*
- *Ter capacidade de síntese*

As entrevistas em grupo também podem servir para avaliar o impacto da rádio mais tarde. Após um ou dois anos da rádio estar no ar, novas entrevistas de grupo poderão ser realizadas sobre os mesmos temas, com os mesmos grupos e poderão ser comparadas com as entrevistas anteriores. Através desta comparação poderemos verificar se houve mudanças na percepção que os grupos tinham da comunidade, dos seus problemas e da própria rádio comunitária.

2.1.5 Local das entrevistas

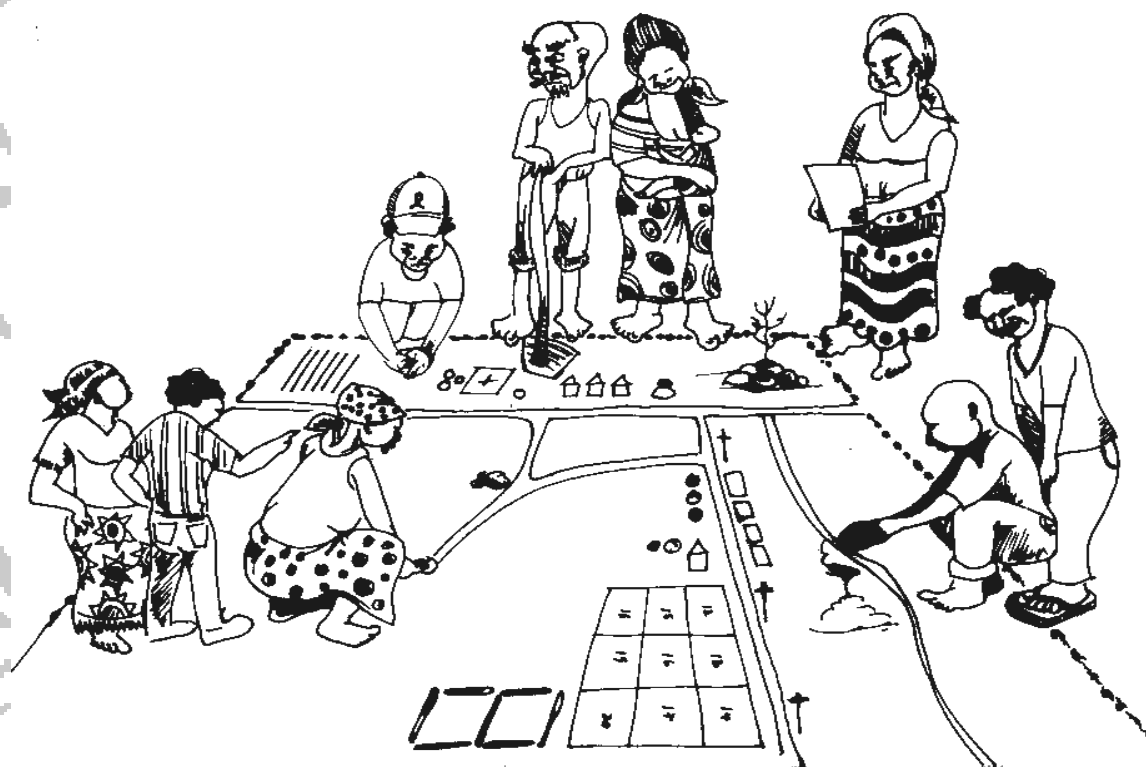
O local das entrevistas deve ser neutro e assegurar privacidade dos participantes, deve-se evitar locais barulhentos ou onde passem muitas pessoas que possam observar ou se intrometer na entrevista de grupo. Também não é aconselhável realizar os encontros na sede do bairro, ou numa igreja, onde pessoas de outras religiões podem não sentir-se à vontade, ou mesmo na escola, pois as pessoas que não estudaram podem sentir-se intimidadas.

Em quase todas as comunidades há pequenas salas construídas de material local para projecção de vídeo, elas podem ser emprestadas ou alugadas a baixo custo para realizar estes encontros.

Além das entrevistas individuais e de grupo, é possível recolher dados da comunidade através do “mapeamento da comunidade”. Este exercício tem se mostrado útil para envolver e conhecer uma comunidade. Além disso tem a vantagem de a comunidade apreciar muito o exercício pois este permite a participação de todos e a realização de uma boa



discussão sobre a comunidade. O número recomendável de participantes neste exercício é no mínimo 10 e máximo 30, com pessoas de ambos os sexos, diferentes idades e com posições diferentes dentro da comunidade.



“O mapa da comunidade”

Através deste exercício é possível identificar as principais características físicas e sociais da comunidade. É um exercício onde a comunidade irá desenhar um mapa da sua comunidade identificando as principais infra-estruturas, incluindo infra-estruturas de comunicação, serviços sociais existentes, áreas de lazer, áreas de cultivo, principais produtos da agricultura, zonas de comércio, áreas de criação de animais, pontos de

encontros das mulheres, dos homens, dos jovens, dos líderes, das crianças, mobilidade da população, línguas faladas pela comunidade, principais problemas da comunidade, etc..

Para fazer o mapa você vai precisar de folhas grandes e largas e canetas grossas de feltro, mas caso não tenha este material pode usar material local como carvão, giz, pedras, gravetos e folhas e utilizar o chão. Decida o tipo de informação que você quer no mapa e vá pedindo aos participantes para marcarem no mapa por exemplo o local de encontro das mulheres, das crianças, dos jovens, dos homens, estradas principais, secundárias e terciárias, áreas de lazer, locais onde as pessoas se divertem, grupos culturais existentes, mercados, postos de saúde, centros de saúde, hospitais, escolas, áreas onde as pessoas assumem comportamento de risco (HIV/SIDA), etc..

O processo de criação de um mapa deve ser participativo, com os participantes discutindo e verificando as informações entre si. Depois do mapa feito, os facilitadores devem copiar o mapa num papel para guardar. Um ou dois anos depois da rádio estar no ar, este exercício poderá ser feito novamente e poderemos comparar o que mudou na comunidade.

Uma vez no ar, é preciso assegurar que a rádio está a responder às necessidades da comunidade, e que a programação continue a apoiar e dar instrumentos à comunidade para esta reflectir e resolver os seus problemas. É importante também assegurar que a programação está a ajudar a promover e a valorizar a cultura local, a história, aumentando a auto-estima colectiva, trazendo orgulho e alegria para dentro das lutas do dia a dia.

2.2 Pesquisa na rotina da rádio

Vimos que ao se fazer a pesquisa de base, esta, além de nos dar informações úteis para elaborar a grelha de programação da rádio, também irá ajudar a medir o impacto da rádio na comunidade. Vamos ainda apresentar uma série de outras técnicas de pesquisa que podem fazer parte do dia a dia, da rotina da rádio. Os dados obtidos através destas diferentes técnicas ajudarão a verificar de maneira contínua se a programação na rádio é agradável e responde às necessidades dos ouvintes e em que medida está a ajudar a melhorar a vida das pessoas naquela comunidade. Estes dados também ajudarão a verificar o que vai bem e o que não vai tão bem, as razões e possíveis soluções a tempo, evitando com isso que pequenos conflitos ou problemas se agravem e atinjam proporções



maiores desnecessariamente. As técnicas sobre as quais vamos falar neste capítulo estão divididas basicamente em dois tipos: a) aquelas que irão ajudar a monitorar se os ouvintes estão satisfeitos com a programação e b) aquelas que irão ajudar a monitorar o envolvimento, a aproximação da rádio com a comunidade.

2.2.1 Monitoramento da satisfação



Os ouvintes estão satisfeitos com os programas?

Para responder a esta pergunta podemos utilizar qualquer uma das técnicas abaixo:

- Entrevistas nas saídas para as reportagens
- Telefonemas dos ouvintes
- Cartas dos ouvintes
- Opinião no verso dos impressos para dedicatórias
- Entrevistas individuais nos bairros onde vivem os voluntários
- Entrevistas individuais em grandes eventos



2.2.1.1 Entrevistas nas saídas para as reportagens

As entrevistas nas saídas para as reportagens servem para garantir que durante todo o ano a opinião dos ouvintes que estão longe da rádio comunitária sejam ouvida, podendo ajudar a melhorar a programação rapidamente. Desta forma, não será preciso esperar pelo resultado de uma pesquisa no final do ano para saber o que as pessoas pensam sobre a programação da rádio, para então só nesta altura fazer modificações.

Quando os voluntários saem para recolher informações para as notícias e reportagens, podem aproveitar a oportunidade para fazer algumas entrevistas individuais com crianças, jovens e adultos de ambos os sexos do bairro ou povoado onde irão trabalhar. Foi ao fazer isso, por exemplo, que a Rádio Comunitária ARCO, de Homoíne, verificou que as pessoas

não gostavam da interrupção das músicas durante o programa de dedicatórias e a rádio pôde reformular o programa de forma a que as músicas fossem tocadas por completo e que todas as dedicatórias fossem lidas.

Alguns exemplos de perguntas que podem constar da entrevista que os voluntários irão fazer:

1. Tem rádio? Se não, porque não tem?
2. Se sim, escuta rádio?
3. Escuta a rádio comunitária "X"?
4. Quais os programas que prefere? Porquê?
5. Quais os programas que não gosta? Porquê?
6. De quem é a rádio comunitária "X"?
7. Tem alguma sugestão para melhorar a rádio?
8. Há alguma diferença aqui no bairro, povoado ou localidade, antes e depois da rádio comunitária estar no ar? Se sim, qual diferença?

Se por acaso algum programa novo foi introduzido na programação ou alguma mudança significativa de horário, conteúdo ou formato de programa foi feita, poderão ser acrescentadas perguntas sobre este programa especificamente ou sobre as mudanças feitas, como por exemplo:

1. Já ouviu o novo programa da rádio "X" "Amanhecer"? Se sim, o que pensa deste programa?
2. O que pensa da mudança do programa "Conversando e Aprendendo" do horário das 10h da manhã das quartas-feiras para às 16h da quinta-feira?



2.2.1.2 FICHA DE REGISTO DE TELEFONEMAS DOS OUVINTES

O objectivo do registo de telefonemas dos ouvintes é aproveitar este espaço existente dentro da rádio para que os ouvintes participem e assim se possa obter de forma sistemática as opiniões dos mesmos sobre a programação.





As rádios que têm telefone no estúdio podem monitorar o perfil dos seus ouvintes através do registo dos telefonemas numa ficha própria que sempre deverá estar disponível no estúdio. Quando o ouvinte telefonar para participar num programa, o apresentador ou animador (depende de quem atende a chamada) pode aproveitar a ocasião e perguntar por alguns dados pessoais e a opinião do ouvinte sobre a programação da rádio ou sobre algum programa específico.

Para não cansar o ouvinte nem os apresentadores, esta ficha pode ser utilizada apenas na última semana de cada mês, que pode ser proclamada pela rádio como a semana da avaliação da rádio.

Isto quer dizer que toda a última semana de cada mês os locutores/apresentadores/

animadores que estarão em estúdio deverão fazer as perguntas da ficha aos ouvintes que telefonarem para participar em programas ou para darem sugestões. Na semana anterior os locutores/apresentadores/animadores poderão preparar a audiência para participar, pedindo para ligarem avaliando a programação e dando sugestões. O ouvinte terá assim tempo para reflectir e se preparar.

Exemplo de uma ficha de registo de telefonema de ouvintes:

Sexo	Idade	Habilitações	Profissão	Bairro em que vive	Quais os dois programas que preferes desta emissora?
Masculino	22	10 ^a	Estudante	Josina Machel	Noticias locais Top CD
Feminino	26	7 ^a	Vendedora	25 de Junho	Programa da saúde
Masculino	45	3 ^a	Mineiro	África do Sul	Programa do Emigrante
Feminino	21	6 ^a	Doméstica	Mafuiane	Programa "A Mulher e a Vida"

Outras perguntas que podem ser incluídas nas fichas:

1. Tens alguma sugestão para melhorar a programação da rádio comunitária?
2. Existe alguma diferença no bairro/distrito antes e depois da rádio comunitária ter sido instalada?

Quando introduzir algum programa novo a rádio pode aproveitar esta ficha para saber junto aos ouvintes a opinião sobre este programa em particular.



2.2.1.3 Cartas dos ouvintes

A opinião dos ouvintes que não têm acesso ao telefone ou não gostam de telefonar para dar opinião pode ser recolhida através de cartas. Por isso, é importante ter uma caixa de sugestões nas instalações da rádio e um endereço para os ouvintes que desejarem



escrever. Durante as emissões os locutores/apresentadores/animadores deverão encorajar as pessoas a escreverem para rádio avaliando a programação e dando sugestões. Os voluntários quando saírem para fazer reportagens em bairros e povoados distantes podem encorajar os ouvintes a escreverem e levarem as cartas para serem entregues à rádio. Devem frisar que os ouvintes podem escrever tanto na língua oficial como nas línguas locais.

Exemplos de carta de ouvintes:

À Rádio Comunitária "THUMBINE"

"Sou um dos ouvintes da RCT que gosto de escutar esta rádio e vim por meio desta agradecer e encorajar a rádio a continuar a fazer os programas. Agora sinto-me bem pois os noticiários estão melhorados, mas tem-se registado algumas contradições na tradução das notícias da língua Portuguesa para as línguas locais por isso peço melhorar a tradução."

Povoado de Murangala

Macário Juma

À Rádio Comunitária "THUMBINE",

Sou ouvinte assíduo dos programas de agricultura e "Bom fim de semana" mas tenho notado que estes só fazem programas na vila-sede. Peço para os voluntários se deslocarem para várias zonas dos distritos para que as pessoas de localidades e povoados também possam participar.

Localidade de Chissulo

Régulo Chissulo

Sistematização das cartas dos ouvintes da rádio "ARCO" - 2002 até Janeiro 2003

	Data	Sexo	Bairro ou Localidade em que vive	Assunto
1	6/2	M	Localidade de Chinjinguir	Sugestões
2	8/2	M	Homoíne	Apoio a ideia discutida num programa "Mulher e a Vida"
3	7/2	M	Cidade de Inhambane	Sugestões e elogios
4	8/2	M	Manhica A – sede do distrito Homoíne	Sugestão
5	8/2	M	Sem dado	Sugestão
6	7/2	M	Povoado Xitalamati	Denúncia sobre cobrança ilegal nas fontanárias
7	9/2	M	Posto Administrativo de Pembe	Reclamação, a rádio não se ouve em Pembe
8	6/2	M	Sem dados	Reclamação da má qualidade das gravações do boletim "Homoíne em foco"
9	12/2	M	Povoado de Maxavela	Pergunta de esclarecimento sobre projecto de água
10	12/2	M	Sem dados	Pergunta sobre projecto de água
11	1/3	M	Localidade de Mubécua	Pergunta sobre projecto de água
12	1/3	M	Localidade de Inhamussua	Pergunta sobre projecto de água
13	1/3	S/d	Sem dados	Pergunta sobre projecto de água
14	12/2	M	Panda	Elogio e pergunta sobre projecto de água
15	S/d	S/d	S/d	Sugestão, não interromper a música
16	S/d	M	Sede do distrito	Sugestão, não interromper a música
17	S/d	M	Sede do distrito	Sugestões
18	S/d	S/d	S/d	Reclamação e sugestão
19	S/d	M	S/d	Sugestões

Sugestões feitas pelos ouvintes:

- Cumprir com a programação anunciada
- Melhorar a qualidade da locução
- Melhorar a leitura em língua Xitswa
- Aumentar o tamanho dos impressos das dedicatórias
- Separar anúncios de necrologia de anúncio simples
- Tocar música tradicional macua e maconde



- Tocar uma música depois da outra, não deixar espaço em branco até colocar a próxima música
- Não falar durante a música (2)
- Não falar monotonamente, ser mais activo
- Melhorar qualidade das gravações, especialmente entrevistas
- Aumentar o tempo do programa "Magazine"
- Aumentar o tempo do programa "Jovens do Milénio"
- Cena Aberta em língua portuguesa nos fins de semana
- Imparcialidade nas notícias e relatos dos jogos de futebol



2.2.1.4 Análise das opiniões dos ouvintes no verso das dedicatórias

Todas as rádios comunitárias vendem dedicatórias que são pequenos cupões onde o ouvinte escreve mensagens de felicitações dedicadas a amigos, familiares e colegas. Sabemos que muitas pessoas gostam e compram as dedicatórias. Estas são vendidas na própria rádio ou em postos de venda em diferentes bairros, localidades e povoados. Esta pode ser utilizada para recolher opinião dos ouvintes sobre a programação. Pode se aproveitar o verso da dedicatória para colocar três perguntas referentes à programação da rádio.

Levando em conta que a média de dedicatórias vendidas é de 10 a 15 por dia, teremos de 300 a 450 opiniões recolhidas mensalmente caso todos preencham a dedicatória. No entanto, como sabemos que nem todos vão preencher o verso da dedicatória e que algumas pessoas irão comprar mais de uma dedicatória, podemos estimar que se 30 por cento dos compradores preencherem o verso, teremos de 90 a 120 opiniões recolhidas. Através da emissão, a rádio pode encorajar as pessoas a perderem um pouquinho de tempo e responderem às questões do verso explicando que as opiniões dos ouvintes são muito importantes para a melhoria da programação da rádio. A rádio também deve sensibilizar as pessoas responsáveis pela venda das dedicatórias nos postos de venda para que estas encorajem o comprador a preencher o verso da dedicatória.



Deve-se apenas ter cuidado para que a mesma pessoa não preencha o verso de mais de uma dedicatória, se comprou três ela precisa preencher apenas uma.

No fim de cada semana o mobilizador deve sistematizar, analisar os resultados e discutir nos encontros com voluntários para reflectir sobre a programação.

2.2.1.5 Entrevistas individuais em grandes eventos

Geralmente em cada mês há datas comemorativas como, por exemplo, o dia da cidade, ou o dia da assinatura dos acordos de paz, ou o dia da criança, dia da independência ou eventos culturais que se realizam na sede dos distritos, nos bairros, localidades e povoados. Nestas datas ou eventos sempre há uma aglomeração de pessoas que vêm participar ou simplesmente assistir ao evento por curiosidade. A rádio pode aproveitar esses dias e eventos para entrevistar crianças, jovens e adultos de ambos os sexos sobre a programação da rádio fazendo uma ligação com a data comemorada naquele dia. Assim, se for dia da criança a entrevista deve conter perguntas relativas ao programa da criança, e o maior número de entrevistados deve ser de crianças de ambos os sexos. Se for dia da mulher, a entrevista deve conter perguntas sobre o programa da mulher e o maior número de entrevistados deve ser mulheres. Se for dia de comemoração dos acordos de paz, as perguntas devem ser sobre o que a rádio comunitária tem feito e o que pode fazer para contribuir para a manutenção da paz e os entrevistados devem ser jovens e adultos de ambos os sexos.

Ao aproveitar estas datas a rádio estará recolhendo opiniões de forma sistemática e contínua sobre os vários programas que difunde e a sua programação em geral.

Para fazer isto os mobilizadores e a coordenação executiva devem planificar estas entrevistas com antecedência, tendo um calendário anual com todas as datas comemorativas e eventos culturais daquele distrito/cidade. Sabendo de antemão que uma data se aproxima, o mobilizador deve conceber o inquérito, discuti-lo com os voluntários e fazer o treinamento para a realização das entrevistas.

Não é preciso fazer um grande número de entrevistas como nas pesquisas de base, mas também a pesquisa não pode limitar-se a 10-15 entrevistas!!! Vamos dizer que em cada evento um mínimo de 60 entrevistas (30 homens e 30 mulheres) seria recomendável. Se 10 voluntários fizerem seis entrevistas cada um (três homens e três mulheres), no fim do dia teremos as 60 entrevistas. Para entrevistar as pessoas aglomeradas também é

necessário um critério único de selecção do entrevistado, caso contrário os entrevistadores acabam por entrevistar as pessoas que lhes parecem mais simpáticas e abertas. Um critério para essas ocasiões é contar 10 pessoas a partir de um ponto qualquer e entrevistar a 11a, contar mais 10 a partir desta que foi entrevistada e entrevistar a 11a e assim sucessivamente até cada voluntário terminar a quota de entrevistas que lhe cabia fazer. Cada voluntário deverá estar posicionado num ponto diferente da praça, rua ou local em que se realiza o evento.

2.2.1.6 Entrevistas individuais nos bairros onde vivem os voluntários

Quase todas as rádios comunitárias têm voluntários em pelo menos quase todos os bairros, algumas localidades e povoados. Aproveitar este facto para fazer entrevistas nos bairros onde vivem os voluntários é uma forma de fazer pesquisa sem precisar gastar dinheiro com transporte ou ajudas de custo. Vamos imaginar que a rádio comunitária tenha 50 voluntários, se cada voluntário fizer seis entrevistas (três homens e três mulheres) no seu bairro teremos 300 entrevistas. Isto vale tanto para pequenas entrevistas com perguntas pontuais sobre algum programa que foi ar (e gostaríamos de saber o impacto que teve) como para entrevistas com várias perguntas sobre a programação da rádio e um assunto específico.

Assim, por exemplo, num distrito muito afectado pelo HIV/SIDA onde nunca foi "quebrado o silêncio" em torno da doença nem há associações de pessoas vivendo com HIV/SIDA, se a rádio transmitir uma entrevista com uma pessoa vivendo com HIV/SIDA pela 1ª vez será importante e interessante no dia seguinte à entrevista ouvir a opinião das pessoas sobre essa entrevista. Rapidamente cada voluntário pode estar preparado para entrevistar seis pessoas (três homens e três mulheres) no seu bairro para saber o impacto que a entrevista teve.

Ou então, após a rádio ter feito modificações na grelha de programação, é interessante verificar rapidamente o que as pessoas estão a achar dos novos programas, horários e conteúdos. Neste sentido, é muito útil aproveitar os voluntários para fazerem entrevistas nos locais onde vivem.

O único cuidado que temos de tomar é que pode haver bairros onde vivem muitos voluntários e bairros onde vive um único voluntário e, neste caso, os bairros onde vivem muitos voluntários estarão super representados, com muito mais entrevistados do que no bairro onde vivem apenas um ou dois voluntários.



Outro cuidado que temos de tomar com as entrevistas feitas por voluntários, quer seja nos bairros quer seja nos grandes eventos, é que muitas vezes, por serem produtores dos programas, os voluntários tentam "puxar a brasa para a sua sardinha", influenciando consciente ou inconscientemente o entrevistado para dizer que o programa preferido é justamente aquele que ele produz! É preciso muito treinamento teórico e prático com os voluntários para aprenderem a conduzir uma entrevista da forma mais neutra possível, mesmo se ouvir do entrevistado as piores críticas sobre o programa que ele produz! É preciso fazer exercícios para aprender a aceitar críticas e ser tolerantes, pois o objectivo das pesquisas não é humilhar nem perseguir ninguém pelo facto de fazer um programa que as pessoas não gostam. O objectivo é aperfeiçoar os programas, melhorar nossas habilidades na produção dos programas, de modo a fazermos uma programação de qualidade. Neste sentido, todas as críticas são bem-vindas.

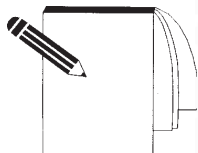
2.2.2 Monitoramento do envolvimento da comunidade



Como é o envolvimento da comunidade com a rádio comunitária?

Para verificar se a rádio continua a ser representativa da comunidade ou se está a distanciar-se desta, podemos utilizar as seguintes técnicas:

- Lista de verificação interna da rádio comunitária de seis em seis meses
- Mapa das fontes de informação da rádio
- Livro de visitas
- Análise de conteúdo dos programas



2.2.2.1 Lista de verificação interna da rádio comunitária de seis em seis meses

A cada seis meses o mobilizador e o coordenador podem fazer uma lista de verificação interna da rádio para acompanharem a evolução desta. No entanto, é muito bom se uma pessoa de fora puder ajudar o mobilizador e o coordenador no preenchimento, pois justamente por estar fora dos problemas quotidianos da rádio ela poderá ajudar colocando questões importantes que talvez passem despercebidas ou sejam ignoradas pela coordenação executiva ou pelo comité de gestão. Para fazer esta lista é preciso realizar encontros com os voluntários para actualizar seus dados e para estes avaliarem a rádio, a formação recebida, a opinião sobre as condições de trabalho e sugestões para melhorar o trabalho dos voluntários. É preciso realizar encontro com o comité de gestão para que os membros deste órgão também avaliem o desempenho da rádio. O mesmo se passará com a coordenação executiva. Através desta lista podem ser diagnosticados possíveis conflitos existentes nesta rádio e, por isso, é melhor quando alguém de fora faz a lista de verificação.

A lista de verificação permite uma reflexão sobre o que aconteceu e o que deixou de acontecer na rádio, as razões e as possíveis soluções.

Esta lista inclui:

- Número e perfil do pessoal assalariado, quem saiu, quem entrou, quem permaneceu, satisfação com ambiente de trabalho;
- Número e perfil dos voluntários, voluntários que desistiram, novos voluntários, número de voluntários homens e mulheres por bairro/povoado, participação dos voluntários em workshops, seminários, festivais, participação dos voluntários em associações culturais, religiosas, desportivas, juvenis na comunidade;
- Tipo de formação em que os voluntários e assalariados já participaram, por sexo;
- Programação: horário, línguas, programas produzidos pela comunidade, grupos da comunidade envolvidos e ainda não envolvidos na programação da rádio;
- Situação técnica: diagnóstico dos equipamentos;



- Situação financeira: recursos arrecadados nos últimos seis meses;
- Satisfação do comité de gestão, pessoal assalariado, voluntários e ouvintes em relação à rádio (incluem-se aqui os resultados das pesquisas feitas nos últimos seis meses).

2.2.2.2 Mapa das fontes de informação da rádio comunitária

A cada seis meses é possível fazer um encontro com os voluntários da rádio e produzir uma lista com eles sobre quais foram as fontes consultadas para se fazerem os programas da última semana. Cada voluntário que participou na produção de um programa na última semana irá contar qual foi o tema do programa que produziu e quais fontes consultou. Com este exercício é fácil verificar se as fontes da rádio foram predominantemente oficiais, quando foram ouvidas somente as direcções, o director, o enfermeiro, o técnico, o professor, etc..., ou se foi ouvida a comunidade, pessoas que são envolvidas directa ou indirectamente pelo tema abordado. Também facilmente se verifica se há desequilíbrio de género, se os homens são mais entrevistados do que as mulheres. Este exercício é muito útil para a consciencialização dos voluntários que, estando absorvidos pelas atribuições do trabalho quotidiano, podem não se aperceber que se estão distanciando da comunidade. É uma oportunidade para rever a maneira de trabalhar, passando a dar mais importância às fontes comunitárias.

Ao fazer este mapeamento de seis em seis meses pode-se verificar se a rádio está a evoluir no sentido de ouvir cada vez mais a comunidade ou se está a transformar-se numa rádio institucional, que ouve apenas os responsáveis das diversas instituições existentes na comunidade.

Para os 12 programas listados abaixo, nove foram feitos a partir de informações nos bairros. As informações foram obtidas através de entrevistas com residentes ou com associações de bairros. Alguns programas foram feitos por pessoas da comunidade, como nos casos dos programas das crianças e dos idosos. Outras informações foram retiradas de cartas enviadas por ouvintes. Apenas três programas obtiveram informações unicamente em instituições o que pode ser considerado de positivo.

1. Para o programa da cultura: cobertura do Conselho Coordenador da Direcção Provincial da Cultura
2. Programa de saúde sobre tuberculose: entrevista com um doente de TB do bairro de Namaonha e textos do arquivo sobre a doença
3. Programa " Joga Seguro" sobre DTS/HIV/SIDA - Gabinete Provincial de Combate ao SIDA
4. Desporto - assistiu ao jogo de futebol no campo e entrevistou o presidente da equipa que perdeu
5. Programa da família - convidados dos bairros 3 de Fevereiro e bairro 5 e do distrito de Gôndola
6. Programa "Um dia inesquecível" - dois mercados da cidade, entrevistou vendedores
7. Programa da criança - as crianças de diferentes bairros vieram à rádio e fizeram o programa
8. Programa da mulher - entrevistas nos bairros 5 e Vila Nova
9. Desporto - Associação Provincial de Desporto e Comissão de futebol inter-bairros e entrevista com o responsável da equipa do Textafrica
10. TOP CD - textos e livros
11. Um dia inesquecível - leu mensagens dos bairros 5, Trangapasso e 7 de Setembro
12. Programa cultural - quatro convidados (uma mulher e três homens) dos bairros "7 de Setembro", "3 de Fevereiro", Namaonha e Centro Hípico.

(Exemplo de um mapeamento das fontes de informação feito com produtores de programa da rádio comunitária GESOM, em Chimoio).



2.2.2.3 LIVRO DE VISITAS

Ter um livro de visita onde cada pessoa que visite a rádio possa preencher com dados referentes ao sexo, idade, profissão, área de residência e motivo da visita pode ajudar a rádio a analisar a sua aproximação com a comunidade.

Ao analisar os dados de um livro de visitas ao fim de um ano ou de um trimestre poderemos perceber melhor a quem a rádio comunitária tem servido. Além disso, ao fim de cada ano será possível fazer uma comparação dos dados obtidos nos anos anteriores. Poderemos verificar se houve mudança de perfil dos visitantes ou das razões das visitas. Por exemplo, em termos de área geográfica, será possível ver se no ano anterior os visitantes eram mais de um bairro ou localidade e se a rádio expandiu para outras zonas. Em relação ao



sexo, será possível ver se os visitantes eram mais homens ou mulheres. Este dado poderá ajudar o mobilizador a planificar actividades de mobilização nos bairros e/ou localidades de onde se verificou quase não haver visitas ou então planificar actividades específicas para aumentar a participação das mulheres na rádio.

Exemplo de uma página de um livro de visitas:

Sexo	Idade	Habilitações	Profissão	Bairro/localidade	Motivo da visita	Data da visita
Feminino	23	9 ^a	Estudante	Inhagoia	Conhecer a rádio	20/09/2003
Masculino	43	4 ^a	Pedreiro	Zímpeto	Levantar documentos perdidos	20/09/2003
Masculino	32	7 ^a	Mecânico	25 de Junho	Anunciar criança perdida	20/09/2003
Feminino	36	6 ^a	Doméstica	George Dimitrov	Buscar criança perdida	21/09/2003
Masculino	26	10 ^a	Estudante	Mavalane	Levantar bilhete para espectáculo	21/09/2003
Feminino	42	0	Camponesa	Catembe	Participar num programa	21/09/2003



2.2.2.4 Análise dos conteúdos dos programas a cada três meses

A cada três meses os mobilizadores e o coordenador devem escutar pelo menos três emissões da rádio e dois programas de cada tema que foram ao ar nos últimos meses (dois de saúde, dois da criança, dois de jovens, dois noticiários, dois de agricultura, dois programas da mulher, e outros caso a rádio tenha mais programas além desses).

É importante ouvir os programas pois no dia a dia, mesmo que ouçamos a emissão com atenção, muitas vezes nos distraímos realizando outras tarefas e os detalhes importantes que fazem diferença num programa passam despercebidos. Ao analisar os programas vamos ver se há equilíbrio entre música e texto, entre número de pessoas entrevistadas da comunidade e responsáveis, entre número de homens e mulheres entrevistados.

Ao ouvir atentamente os programas não vamos apenas contabilizar quantos minutos o programa dedicou à música mas que tipo de música tocou: africana?, moçambicana?, malawiana?, sul-africana?, americana? Foi música de um cantor ou de uma cantora? Também vamos contabilizar o tempo utilizado para texto e a qualidade do mesmo. A linguagem era de fácil compreensão ou foram utilizados termos técnicos de difícil compreensão? A mensagem do programa era clara ou havia muitas mensagens e no final não se sabia exactamente o objectivo do programa? O formato do programa era agradável, criativo ou era monótono e aborrecido? A comunidade teve voz nos programas ou foram entrevistados apenas responsáveis e líderes? Foram entrevistados igual número de homens e de mulheres?



Por exemplo, ao fazer a análise de conteúdo de algumas rádios verificou-se que alguns programas eram mais criativos utilizando dois locutores, um homem e uma mulher, e transformando o texto técnico num diálogo com linguagem simples e agradável entre os locutores. Outros programas foram feitos em forma de teatro radiofónico e também o resultado ficou muito agradável.

No entanto, muitos programas eram terrivelmente monótonos limitando-se a uma leitura deficiente e sem nenhum entusiasmo de um texto técnico dado por alguma instituição. Em algumas rádios a comunidade tinha voz permanente em todos os programas, em outras apenas apareciam as vozes de responsáveis e líderes. Este dado foi importante para as rádios reflectirem sobre sua vocação e preocuparem-se em ouvir mais a comunidade do que os dirigentes. Também verificou-se que em todas as rádios a maioria dos entrevistados eram homens e poucas vezes a mulher aparecia, a não ser no programa da mulher ou da saúde para falar da amamentação, cuidados a ter com a criança, culinária, etc.

Ao fazer isto com 10 ou 15 programas, teremos uma ideia precisa de como está a qualidade dos programas e assim os mobilizadores e coordenadores poderão traçar estratégias para melhorar a qualidade nos pontos negativos que foram identificados.

Será muito difícil para os mobilizadores e coordenadores obterem estes dados a não ser que façam a análise de conteúdo dos programas que foram ao ar.

2.2.2.5 Ouvindo a "audiência silenciosa"

Até aqui falamos sobre técnicas de pesquisa que irão ajudar a recolher dados dos ouvintes que escrevem cartas, telefonam para a rádio, saem das suas casas para participarem em eventos, vêm até à rádio para comprar dedicatórias ou por outro motivo qualquer. Estamos a falar de ouvintes que de alguma forma estabelecem uma relação próxima com a rádio comunitária. No entanto, há muitas pessoas que não escrevem cartas, nem telefonam, nem participam em eventos ou compram dedicatórias mas são ouvintes assíduos da rádio. A esse conjunto de pessoas chamamos de "audiência silenciosa". É muito importante ouvir a opinião desses ouvintes também, principalmente porque a sua maioria é composta por mulheres que não escrevem para a rádio porque não sabem ler e escrever, não participam em eventos nem vêm à rádio por falta de tempo devido a muitas tarefas domésticas a realizar ou porque moram muito longe ou são pobres e não têm dinheiro para deslocar-se à vila.

Por isso, pelo menos uma vez por ano (e dizemos apenas uma vez por ano pois este tipo de pesquisa acarreta custos de transporte e subsídios para voluntários) a rádio deve planificar uma pesquisa com entrevistas individuais de casa em casa e entrevistas em grupo com crianças, jovens e adultos de ambos os sexos, de localidades e povoados distantes da vila/cidade. O objectivo é o de ouvir o que estas pessoas que nunca participam na vida da rádio pensam sobre a programação da rádio e quais são as suas sugestões para melhorar a programação, de forma a que esta possa ir de encontro às suas necessidades. Por isso, é recomendável ter sempre presente a necessidade de ouvir a "audiência silenciosa", pois se a rádio encontrar alguma possibilidade de parceria com organizações nacionais ou internacionais, a pesquisa com estes ouvintes deve estar na prioridade das actividades planificadas.

2.3 O que fazer com os dados obtidos?

Os dados obtidos são utilizados basicamente para melhorar a programação da rádio, modificar horários, formatos de programas, conteúdos e para verificar se a rádio tem provocado algum tipo de mudanças na vida da comunidade.

No entanto, é muito importante dar retorno das informações aos ouvintes não só fazendo as modificações sugeridas por estes mas também divulgando os resultados através da emissão. É sempre muito bom mostrar que para a rádio a opinião do ouvinte é importante. Isto permite continuar a encorajá-lo a dar opinião e motivar outros ouvintes a fazerem o mesmo. Caso contrário, estes ficarão desmotivados para ligar ou escrever novamente e contribuir com as suas opiniões por não verem resultados concretos na rádio.

O retorno pode ser feito de várias formas: agradecendo no ar os ouvintes que escreveram e telefonaram dando ideias e sugestões; modificando-se a programação (na medida do possível, seguindo as sugestões dadas pelos ouvintes, podem ser feitas modificações no horário, no conteúdo ou no formato da programação).

Dar retorno aos ouvintes é mostrar respeito aos ouvintes, é mostrar que a rádio leva as suas opiniões em conta



O retorno também pode ser feito através da divulgação dos resultados das pesquisas durante a emissão da rádio. Os resultados podem ser divulgados:

- no noticiário local
- através de uma entrevista com o mobilizador ou voluntários que participaram na pesquisa num dos programas existentes na rádio
- sob a forma de frases curtas intercaladas durante a emissão, que serão lidas por diferentes apresentadores. Estas frases podem começar no estilo "Você sabia que dos 130 ouvintes que telefonaram para a rádio nas últimas duas semanas a maioria disse preferir ouvir mensagens e dedicatórias?"

Por exemplo de vinhetas que podem ser usadas numa emissão:



Pesquisa com ouvintes da rádio comunitária "GESOM"!

- Você sabia que dos 130 ouvintes que telefonaram apenas 30 eram mulheres?
- Você sabia que dos 130 ouvintes que telefonaram 80 disseram preferir o programa Tropical CD.
- Você sabia que dos 130 ouvintes que telefonaram 120 sugeriram que a rádio fechasse mais tarde e que por este motivo a rádio passará a fechar as 23h e não mais as 21h?

O mesmo pode ser feito no fim do ano quando forem sistematizados os dados do livro de visitas. Pode-se divulgar quantas pessoas visitaram a rádio, de onde vinha a maior parte das pessoas e as razões mais frequentes de visitas, e se as visitas aumentaram ou diminuíram de número em comparação com outro período de tempo.

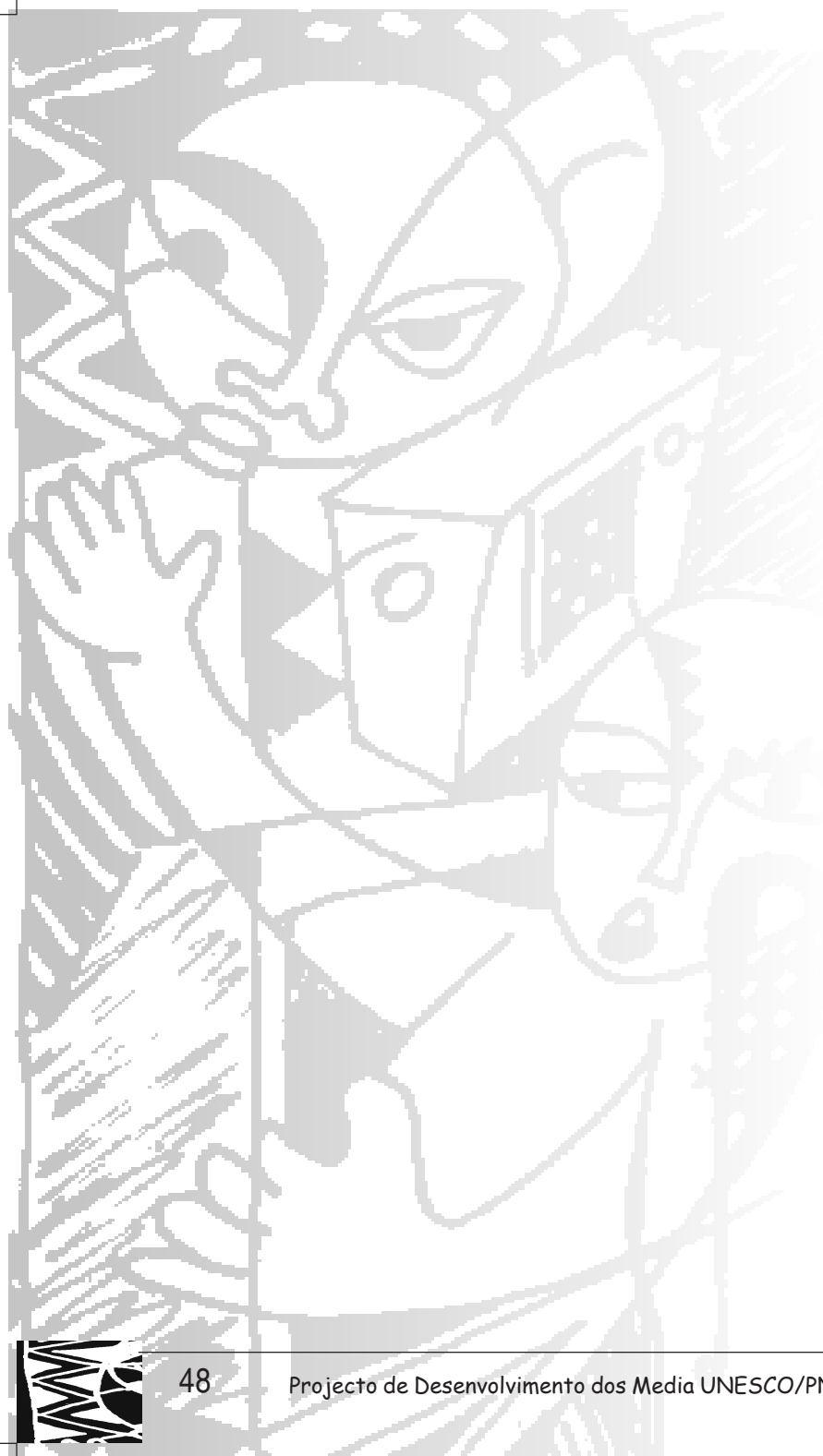
Os dados ajudam a coordenação executiva, comitê de gestão e voluntários a reflectir sobre a programação da rádio

Os dados também devem ser divulgados e discutidos entre o pessoal assalariado e voluntários da rádio, pois servirão para a reflexão sobre a programação.

No fim de cada mês o mobilizador poderá fazer a sistematização e análise dos dados e assim, por exemplo, verificar quantos ouvintes telefonaram. Poderá constatar que os homens telefonaram mais que as mulheres e assim poderá planificar juntamente com os restantes colegas da coordenação executiva e os voluntários da rádio uma estratégia na programação no sentido de encorajar as ouvintes mulheres a ligarem para darem as suas opiniões sobre a programação.

No fim deste manual, no capítulo 4, vamos discutir outros aspectos de como utilizar os resultados das pesquisas neste contexto e os resultados da pesquisa de impacto. Vamos estudar como assegurar que os resultados e as reflexões sobre os mesmos sejam aproveitados ao máximo para benefício da rádio.





Capítulo 3

Como formar núcleos de pesquisadores no corpo de produtores comunitários?

Planificação e implementação das pesquisas

A questão que se coloca é: como preparar as rádios comunitárias para fazerem as pesquisas descritas até aqui?

Hora	1º dia	2º dia	3º dia	4º dia	5º dia	6º dia	7º dia	8º dia	9º dia
8h30	O papel da comunidade na rádio comunitária As diversas formas de participação A importância da pesquisa/necessidades da audiência	Apresentação e análise das propostas de entrevista em plenário	Análise dos resultados do pré-teste. Reformulação da entrevista	Trabalho de campo (100 entrevistas)	Sistematização e análise dos dados recolhidos	Sistematização e análise dos dados recolhidos	Técnicas de redacção de um relatório de pesquisa Elaboração do relatório final da pesquisa com conclusões e recomendações	Apresentação dos resultados em plenário e análise para elaboração da grelha de programação	Apresentação e discussão dos orçamentos de cada rádio em plenário
10h30	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo
10h45	Técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa Pesquisa de audiência	Definição de pré-teste e a importância deste. A atitude e o comportamento do entrevistador	Trabalho de campo (100 entrevistas)	Trabalho de campo (100 entrevistas)	Continuação	Continuação	Continuação	Como elaborar um orçamento de pesquisa	
12h30	Almoço	Almoço	Almoço no campo	Almoço no campo	Almoço	Almoço	Almoço	Almoço	Almoço



14h00	Definição dos objectivos de pesquisa, amostra e local	Simulação de uma entrevista Tradução da entrevista para a língua local	Trabalho de campo (100 entrevistas)	Trabalho de campo (100 entrevistas)	Continuação	Continuação	Continuação	Grupos de trabalho: Fazer orçamento de uma pesquisa para a sua rádio comunitária	Avaliação individual do curso
16h00	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Cocktail de encerramento
16h15	Elaboração da entrevista individual	Trabalho de campo Pré-testagem do inquérito	Revisão das entrevistas feitas	Revisão das entrevistas feitas	Continuação	Continuação	Continuação	Continuação	
17h00	Avaliação do dia	Avaliação do dia	Avaliação do dia	Avaliação do dia	Avaliação do dia	Avaliação do dia	Avaliação do dia	Avaliação do dia	

É muito importante que se pense nas pesquisas muito antes de a rádio ir ao ar, por isso, workshops sobre pesquisas de audiência e de impacto da rádio para os voluntários, mobilizadores, coordenadores e membros do comité de gestão das rádios comunitárias deverão estar planificados no conjunto das formações que estes irão receber.

Na experiência do Projecto de Desenvolvimento dos Media da UNESCO, por exemplo, antes das rádios iniciarem as emissões foram oferecidos, além de seminários sobre "como criar e gerir uma rádio comunitária" e "programação para rádios comunitárias", workshops sobre pesquisa de audiência, com trabalho de campo incidindo sobre uma área geográfica de uma das rádios comunitárias. Os resultados obtidos foram de utilidade para uma das rádios, mostrando como fazer o exercício de elaboração de uma grelha levando em conta os resultados da pesquisa. Os participantes puderam experimentar na prática todos os passos necessários para uma pesquisa, da concepção à análise dos dados, e puderam ver como os resultados são utilizados para a programação da rádio. Puderam ainda na prática fazer uma análise de género ao analisarem os dados desagregados por sexo e ver como homens e mulheres têm hábitos e preferências diferentes em termos de programação de uma rádio. Viram ainda a importância de se levar em conta a igual participação de mulheres na equipa de pesquisa, para se poder ter maior acesso e facilidade de comunicação com as mulheres entrevistadas.

A partir destes workshops cada rádio pôde contar com alguns voluntários mais familiarizados com a actividade de pesquisa, além do mobilizador e do coordenador e estes últimos puderam ver a importância de se fazerem pesquisas. Isto é importante pois, se a coordenação executiva e o comité de gestão não derem importância à pesquisa, dificilmente estas poderão ser realizadas, considerando que os planos de trabalho e orçamentos devem ser aprovados por estes dois órgãos.

Após a formação em pesquisa, cada rádio "voltou para casa" com a tarefa de realizar uma pesquisa de audiência. Um ano mais tarde foi realizado um encontro entre todas as rádios, para estas trocarem experiências sobre as pesquisas realizadas e sobre como os resultados foram utilizados para a elaboração ou modificação da grelha de programas. Ainda neste encontro as rádios fizeram um plano e orçamento (com duração de três anos) de pesquisas de audiência e de impacto da sua rádio.

Exemplo de programa de um workshop sobre pesquisa de audiência para as rádios comunitárias:



3.1 Quem é responsável pelas pesquisas na rádio comunitária?

3.1.1 Tarefas e responsabilidades dos mobilizadores²

Após a formação, a rádio passará a contar com um pequeno núcleo de voluntários(as) com noções de pesquisa, além do mobilizador e do coordenador. Este núcleo irá multiplicar-se com o passar do tempo através do envolvimento de outros voluntários(as) na realização de pesquisas na rádio, e em outras formações de pesquisa.

No entanto, a rádio deve ter pessoas responsáveis pelas pesquisas e essas pessoas, no caso das rádios apoiadas pela UNESCO, são os **mobilizadores**, que têm a tarefa de fazer a ligação entre a rádio e a comunidade e ainda a coordenação dos programas. As tarefas e responsabilidades dos mobilizadores em relação à pesquisa são:

- Tomar a iniciativa para a realização das pesquisas

Os mobilizadores devem fazer um plano anual de pesquisa de audiência, incluindo as técnicas que lhe parecem mais adequadas à realidade da sua rádio comunitária. Cabe ainda aos mobilizadores criar as condições objectivas para que este plano seja implementado com sucesso.

- Organizar em conjunto com a coordenação executiva o que é necessário para realizar as pesquisas

Para se obter dados de qualidade, uma pesquisa não pode ser improvisada, deve ser planificada e organizada com antecedência. Por isso, aos mobilizadores cabe a responsabilidade de, com a devida antecedência, organizar o material e o treinamento dos voluntários para cada pesquisa prevista no plano. Após as entrevistas realizadas, os mobilizadores devem ler cada uma para verificar se os dados obtidos são de qualidade ou se as entrevistas apresentam problemas. É preciso fazer esta supervisão a cada dia para poder corrigir a tempo os entrevistadores que por ventura estejam a cometer algum erro.

- Monitorar se as técnicas estão sendo correctamente utilizadas

Cabe aos mobilizadores verificar se as técnicas de pesquisa na rotina da rádio estão a ser correctamente utilizadas. Assim, por exemplo, o mobilizador deverá verificar

²O mobilizador nas rádios comunitárias e o elo de ligação entre a rádio e a comunidade. Entre outras tarefas, é responsável pela mobilização de voluntários na comunidade e pela formação dos mesmos.

semanalmente o livro de visitas, para ver se tanto o pessoal assalariado como os voluntários têm se lembrado de dar o livro para as visitas assinarem e se as anotações são precisas. Se o mobilizador não fizer esta verificação, corre o risco de chegar no fim do ano e ter a surpresa de ter muitos dados anotados que não dizem absolutamente nada! É muito comum aparecerem anotações imprecisas como motivo da visita, por exemplo, "veio dar informações", mas o que isto significa de facto? Que a pessoa veio trazer uma notícia? Que a pessoa veio participar num programa? Que a pessoa veio entregar um comunicado de alguma instituição?

- Ou ainda em relação à profissão: "trabalhador", "reformado", "desempregado" que não são profissões.
- Se o mobilizador fizer uma supervisão do livro poderá chamar a atenção dos colegas a tempo para as anotações serem mais precisas e assim vai garantir que terá dados de qualidade.
- Se a rádio tiver telefone no estúdio e estiver a utilizar a ficha de registo dos telefonemas dos ouvintes, cabe ao mobilizador garantir que as folhas para registo estejam sempre no estúdio e no dia seguinte deve ler cada uma e verificar se os dados anotados são precisos. Caso não faça isso, não vai a tempo de conversar com os apresentadores que fizeram as anotações para tirar dúvidas e pedir esclarecimentos caso seja necessário.
- Cabe ainda ao mobilizador verificar mensalmente se há cartas de ouvintes na caixa de sugestões e sistematizar e analisar as informações.
- No caso de a rádio utilizar o verso das dedicatórias para recolher opinião dos ouvintes, cabe ao mobilizador verificar se estas estão sendo preenchidas correctamente e analisar as informações e divulgá-las.
- Sistematizar e analisar os dados e elaborar e preservar os relatórios com conclusões e recomendações

Ao mobilizador cabe sistematizar e analisar os dados obtidos através de todas as técnicas que a rádio utiliza e redigir o relatório com conclusões e recomendações. Estes relatórios deverão ser apresentados e discutidos com a coordenação executiva, comité de gestão



e voluntários para analisarem as possíveis mudanças necessárias na programação ou nas técnicas de pesquisa. Estes relatórios devem ficar arquivados numa pasta específica para pesquisas da rádio, pois poderão ser utilizados para a comparação do desempenho da rádio de ano para ano. Além disso, passam a fazer parte da memória institucional da rádio.

- Planificar a divulgação dos resultados junto aos voluntários e aos ouvintes e fazer plano para manter e aumentar a participação dos ouvintes

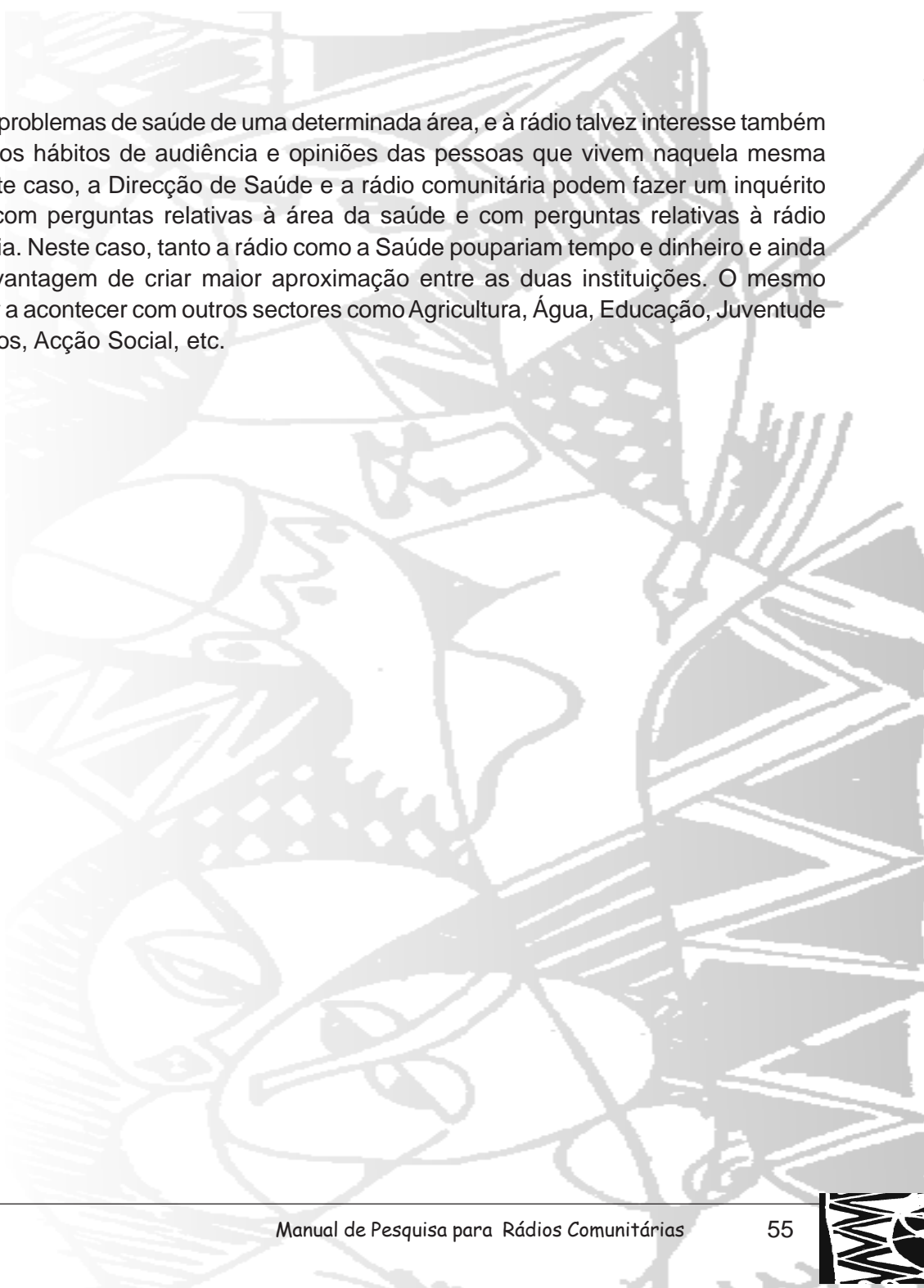
O mobilizador deve planificar como divulgar os resultados das opiniões dos ouvintes obtidos através das várias técnicas durante as emissões. A rádio deve agradecer a todos os que colaboraram enviando sugestões, fazendo críticas ou dando apoio moral e deve encorajar outros ouvintes de diferentes bairros, localidade e povoados a também enviarem suas opiniões. A rádio deve mostrar claramente como as opiniões foram levadas em conta.

- Formar voluntários para a área de pesquisa

Em cada uma das técnicas de pesquisa o mobilizador deve envolver pelo menos dois voluntários (um homem e uma mulher) para que pouco a pouco estes possam ser capazes de conceber, implementar e monitorar as técnicas de pesquisa na rotina da rádio e possam sistematizar e analisar os dados. Desta forma, ao final de um ano teremos vários(as) voluntários(as) formados(as) nas várias técnicas de pesquisa, evitando que o mobilizador fique sobrecarregado de tarefas e garantindo que, mesmo que o mobilizador ou o voluntário mais experiente em pesquisa deixem a rádio, fiquem outros(as) capazes de darem continuidade às pesquisas.

- Contactar instituições governamentais e não governamentais para possíveis parcerias na área da pesquisa

O mobilizador deve estar bem informado sobre as actividades das diferentes instituições governamentais e não governamentais existentes na área da rádio comunitária e procurar estabelecer parcerias para financiamento ou realização conjunta de pesquisas que interessem a ambos. Por exemplo, talvez interesse para o sector de saúde conhecer



melhor os problemas de saúde de uma determinada área, e à rádio talvez interesse também conhecer os hábitos de audiência e opiniões das pessoas que vivem naquela mesma área. Neste caso, a Direcção de Saúde e a rádio comunitária podem fazer um inquérito conjunto com perguntas relativas à área da saúde e com perguntas relativas à rádio comunitária. Neste caso, tanto a rádio como a Saúde poupariam tempo e dinheiro e ainda teriam a vantagem de criar maior aproximação entre as duas instituições. O mesmo poderia vir a acontecer com outros sectores como Agricultura, Água, Educação, Juventude e Desportos, Acção Social, etc.



Exemplo de um plano anual de actividades de pesquisa de audiência e monitoramento do desenvolvimento de uma rádio comunitária

Após a rádio ter completado dois anos no ar, serão feitas entrevistas em grupos com líderes de opinião e com grupos da comunidade e entrevistas individuais sobre a programação da rádio e o impacto na comunidade.

Actividade	Jan.	Fev.	Mar.	Abril	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Responsabilidade
Pesquisa de base antes da rádio ir ao ar	X												Coordenador
Entrevistas de grupo													
Entrevistas individuais													
Livro de visitas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Coordenador
A cada 4 meses sistematização dos dados e análise das visitas que a rádio recebeu				Sist.				Sist.				Sist.	Todo o pessoal da rádio e voluntários
													Mobilizador
Check-list interno das várias áreas da rádio				----	----	X						X	Coordenador Mobilizador com apoio do coordenador
Sistematização mensal das cartas dos ouvintes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Coordenador
													Mobilizador
Sistematização semanal da opinião dos ouvintes que compraram dedicatórias	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Coordenador
													Mobilizador
Análise de conteúdo da programação a cada 6 meses						X						X	Coordenador 3 voluntários a serem escolhidos
Entrevistas individuais em grandes eventos (7 de Abril, 1º de Maio, 1 de Junho (dia da Vila de Milange e Dia da Criança), 25 de Junho, 7 de Setembro, 25 de Setembro, 12 de Outubro) e shows, apresentações culturais				X	X	X	---	----	X	X	----	----	Coordenador
													Voluntários e mobilizador
Entrevistas individuais nos bairros onde vivem os voluntários com no máximo 10 perguntas simples a cada 6 meses						X						X	Coordenador
													Voluntários e mobilizador

Capítulo 4

Medindo o impacto da rádio na qualidade de vida da comunidade. Conseguimos atingir os nossos objectivos? Como utilizamos os resultados das pesquisas?

Quando queremos saber quantas mulheres receberam sacos de milho que foram distribuídos numa situação de emergência é fácil: pegamos a lista de entrega, dirigimo-nos ao endereço que está escrito e confirmamos quantas receberam. No final do trabalho temos o número de mulheres que foram beneficiadas pelos sacos de milho. Este é um dado quantitativo, objectivo e, por isso, não é difícil obtê-lo com precisão.

Quando falamos em medir impacto da rádio comunitária não é tão fácil como no exemplo acima, pois impacto é algo muito subjectivo, difícil de se ver, de pegar. Como podemos ter cem por cento de certeza de que foram os programas da rádio que provocaram certas mudanças na comunidade? Nunca vamos ter cem por cento de certeza! As metodologias existentes, além de dispendiosas, são tão complicadas que na prática quase nenhum projecto ou organização consegue fazer. Estas são baseadas em grandes estudos estatísticos comparando comunidades onde foram implantados projectos ou rádios comunitárias com comunidades onde não foram implantados projectos ou rádios comunitárias. Pensando em rádios comunitárias em países em desenvolvimento como Moçambique, onde há grande falta de recursos financeiros, humanos e tecnológicos é inviável fazer qualquer tipo de avaliação de impacto seguindo estes padrões. Mas o que fazer? Ficar de braços cruzados esperando o dia em que o país tiver recursos financeiros, humanos e tecnológicos disponíveis? Tentamos encontrar um meio caminho, evitando metodologias complicadas e caras e encontrando metodologias possíveis de serem implementadas com poucos recursos mas que nos dessem algumas evidências sobre o desenvolvimento das rádios, o envolvimento da comunidade e o impacto da rádio na comunidade.



Foi possível traçar uma metodologia que nos levasse a afirmar com certa segurança que provavelmente a rádio contribuiu para que uma determinada situação mudasse para melhor (ou pior!) na comunidade.

No caso das rádios comunitárias apoiadas pela UNESCO, optou-se em analisar sistematicamente (a cada seis meses) os dados obtidos através de várias técnicas:

1. através das técnicas de pesquisa de rotina introduzidas na rádio como livro de visitas, opiniões expressas através de cartas, dedicatórias e telefonemas de ouvintes;
2. através de entrevistas de grupo com diferentes grupos da comunidade (crianças, jovens, adultos e líderes de ambos os sexos) fazendo as mesmas perguntas para os mesmos grupos. Partiu-se do princípio que através do seguimento destes grupos seria possível encontrar elementos de mudança na comunidade independente destes terem sido motivados pela rádio ou não.

Através desta metodologia foi possível ter exemplos de algumas mudanças em alguns distritos onde há rádios comunitárias, como se pode verificar mais adiante.

Comparando e analisando os dados

Para evitar tirar conclusões apressadas e superficiais, é preciso tomar alguns cuidados ao analisar os dados obtidos ao longo do tempo. Em primeiro lugar, é importante verificar se vários grupos da comunidade confirmam a mesma informação. Por isso, é preciso garantir que pelo menos três grupos da comunidade sejam entrevistados, para evitar influências de um único grupo. Após ter confirmado a informação com vários grupos da comunidade, é preciso ir às instituições ou organizações ligadas de alguma maneira ao tema levantado no grupo para tentar obter dados quantitativos ou qualitativos.

Este foi o procedimento utilizado no distrito do Dondo. No início da rádio comunitária foram realizadas entrevistas de grupo com jovens e adultos de ambos os sexos e líderes religiosos e comunitários. Os grupos apontaram como principal problema do distrito a criminalidade e como um dos principais problemas de saúde o HIV/SIDA. Neste caso, as entrevistas com vários grupos da comunidade nos deram segurança de que o a criminalidade era a preocupação principal.

A cada seis meses estes mesmos grupos eram entrevistados e eram feitas as mesmas perguntas. No final de um ano e meio pode-se verificar que os grupos afirmavam que a criminalidade tinha reduzido e que a rádio comunitária tinha tido um papel importante para tal. Aqui passamos para o segundo passo: ir pesquisar junto à instituição ligada ao tema (criminalidade, neste caso): o comando da polícia, para verificar se de facto os números apontavam para uma redução da criminalidade. Ao investigar junto à rádio e ao comando da polícia verificou-se que de facto o índice de criminalidade tinha diminuído no distrito por duas razões principais: a primeira devido ao facto de ter sido introduzido o projecto de policiamento comunitário e a segunda pelo apoio que a rádio deu à comunidade na apresentação de denúncias e ao comando da polícia no esclarecimento do que se passa nesta área.

Com efeito, o policiamento comunitário consiste em pessoas da comunidade se voluntariarem para trabalhar em conselhos comunitários. Alguns dos membros deste conselho são eleitos pela comunidade para fazer policiamento. No caso específico do Dondo, no início do projecto houve vários conflitos entre polícias comunitários e a comunidade. Alguns elementos da comunidade foram denunciar à rádio que polícias comunitários estavam a espancar cidadãos. A rádio colocou a denúncia no ar, o que chamou a atenção do comandante distrital da polícia, o qual começou uma investigação ao mesmo tempo que concedia uma entrevista que foi ao ar na rádio esclarecendo que era proibido aos polícias comunitários espancar cidadãos. Ao se fazer a investigação descobriu-se que por um lado alguns membros da polícia comunitária tinham de facto espancado cidadãos por tê-los encontrado a andar na rua depois das 23 horas sem documentos ou porque estavam bêbados, mas também descobriu-se que um grupo de criminosos, fazendo-se passar por polícias comunitários, espancavam as pessoas e invadiam as casas para roubar. Os criminosos foram identificados e detidos e a rádio divulgou as informações. A comunidade passou a sentir-se mais tranquila e segura e os polícias comunitários que abusavam do seu poder pararam de fazê-lo desde a entrevista do comandante. A entrevista do comandante da polícia serviu para desautorizar estes actos e fez com que estes diminuíssem.



A partir deste facto, o comando da polícia achou que seria útil para a comunidade e para a própria corporação que este fizesse um encontro semanal com a rádio, informando sobre os casos criminais ocorridos e providências tomadas. Segundo o comando, este informe semanal ajuda a comunidade a sentir-se mais segura pois acompanha o trabalho da polícia no distrito e ajuda a desfazer boatos e rumores.

Neste caso podemos afirmar que a rádio comunitária teve uma contribuição fundamental para que a comunidade, que antes se sentia muito insegura, passasse a sentir-se mais tranquila e segura e colaborou também para que houvesse maior diálogo entre a comunidade e o poder público.

A Rádio do Dondo, em conjunto com o comando da polícia, contribuiu para a redução da criminalidade e para que a comunidade se sentisse mais segura e tranquila. Contribuiu também para que houvesse maior diálogo entre a comunidade e o poder público.

Um exemplo sobre HIV/SIDA

Através da pesquisa de base e do seguimento dado aos trabalhos da rádio comunitária verificou-se que alguns distritos como Milange, Homoíne, Dondo e Cuamba eram zonas com alta prevalência de HIV/SIDA pela localização geográfica e/ou características sócio-económicas. Milange faz fronteira com o Malawi, país com alta prevalência HIV/SIDA e onde muitos moçambicanos refugiaram-se durante os anos de guerra, além de ser um importante corredor comercial entre Malawi e Beira. Cuamba é um importante corredor comercial entre Nampula, Niassa e Malawi. E Homoíne, um distrito onde muitos homens são trabalhadores das minas da África do Sul, país também com altas prevalência de HIV/SIDA. Por outro lado, verificou-se também que, apesar de serem distritos com alta prevalência de HIV/SIDA, quase nenhuma actividade constante e consistente de prevenção e mitigação do HIV/SIDA estava a ser realizada. Quase não havia ONGs (no caso de Homoíne nenhuma mesmo!) actuando nesta área e, com excepção de Cuamba, onde uma associação havia sido recém-criada, não havia associações de pessoas vivendo com HIV/SIDA. Também verificou-se através das pesquisas que a percentagem de pessoas que conheciam a diferença entre HIV/SIDA era muito pequena, diferença importante a saber quando pensamos em prevenção.

Por todas essas razões abriu-se uma oportunidade de se avaliar rapidamente o impacto de um programa da rádio comunitária através da área do HIV/SIDA, pois havia a certeza de que quase nada tinha sido feito sobre este tema com a comunidade e com rádio comunitária. A título de exemplo, seria difícil avaliar o impacto de um programa sobre saúde materno-infantil ou sobre agricultura pois são áreas nas quais os serviços públicos de saúde e de extensão rural têm feito várias intervenções ao longo dos anos. Como saberíamos se o impacto verificado não teria sido mais efeito destes serviços do que da rádio?

Assim sendo, organizou-se uma semana especial sobre HIV/SIDA em cada uma destas rádios, de forma que o assunto HIV/SIDA fosse coberto de diversos ângulos em cada programa. Além disso, no dia 01 de Dezembro de 2003 duas pessoas (um homem e uma mulher) destes distritos vivendo com HIV/SIDA deram uma entrevista testemunhando sua condição. No dia seguinte cada rádio realizou um inquérito para saber se as pessoas tinham ouvido a entrevista e a opinião sobre a mesma. Pretendia-se saber o impacto da entrevista que tinha ido ao ar, se os ouvintes solidarizavam-se com as pessoas vivendo com HIV/SIDA, se acreditavam nas pessoas ou se questionavam/pensavam que estas haviam testemunhado apenas pelo facto de terem recebido dinheiro.

Os resultados mostraram que entrevistas realizadas apenas na língua portuguesa têm impacto muito limitado, especialmente sobre as mulheres.

No caso do Dondo, de 100 pessoas entrevistadas apenas 30 disseram ter ouvido a entrevista e, no caso de Milange, o número de ouvintes era de 40. Este foi um resultado importante para futuros programas na rádio. Se o objectivo for causar um impacto muito grande, deve-se emitir nas emissões em línguas local, além da língua portuguesa. No entanto, os ouvintes que afirmaram ter ouvido o programa disseram que gostaram das entrevistas pois pensavam que através destas seria mais fácil acreditar que a doença de facto existia no distrito e que era preciso ser solidário e lutar contra a estigmatização e marginalização das pessoas vivendo com HIV/SIDA. Ninguém duvidou da veracidade das entrevistas ou questionou a boa vontade das pessoas vivendo com HIV/SIDA que apresentaram os depoimentos.

No caso de Cuamba, onde as entrevistas foram difundidas em língua local, 60 pessoas de 100 afirmaram ter ouvido o programa.



Ainda em Cuamba fomos ao Gabinete de Aconselhamento e Testagem Voluntária e, consultando os registos de número de pessoas que procuraram os serviços do GATV, pudemos verificar que no mês de Novembro esse número variou entre quatro e seis pessoas por dia. No dia 02 de Dezembro de 2003, um dia após as entrevistas terem ido ao ar, este número dobrou para 12, e no dia 03 o número desce para 10. Em seguida, durante os meses de Dezembro de 2003, Janeiro e Fevereiro de 2004 a média voltou de novo para quatro a seis pessoas.

Podemos afirmar com relativa segurança que o facto do número de pessoas ter dobrado está relacionado com a entrevista de pessoas vivendo com HIV/SIDA. Entrevistamos o coordenador do GATV e outras organizações que trabalham nesta área para saber se pensavam que outro factor teria influenciado as pessoas a procurarem o GATV a 02 de Dezembro de 2003 que não fosse o trabalho da rádio. Pensamos que talvez um outro evento realizado por ocasião do Dia Mundial de Combate ao SIDA (01 de Dezembro) pudesse ter influenciado. Todas as organizações entrevistadas afirmaram que a entrevista na rádio deveria ter sido o grande factor sensibilizador, pois não estavam a ver outro evento realizado que tivesse tido tal força.

Ao fazer essa verificação com várias organizações, estávamos a checar informações para poder certificar que aquele número do GATV estivesse relacionado com o trabalho da rádio comunitária.

Infelizmente nos outros distritos, por razões de ordem burocrática, não foi possível consultar ou obter o registo de pessoas que procuram os serviços do GATV; por isso, não foi possível fazer esta análise.

No Dondo, grupos de rapazes e raparigas foram sendo entrevistados a cada seis meses. Na primeira entrevista os participantes afirmaram que nenhum deles tinha feito o teste HIV/SIDA e nem tinham interesse em fazê-lo. Após um ano, do grupo de 10 rapazes, três afirmaram ter feito o teste e falaram abertamente sobre esta experiência no grupo. O mesmo aconteceu com o grupo de 10 raparigas, destas três haviam feito teste. Nos dois grupos os jovens apontaram a vontade e a curiosidade de conhecer seu estado de saúde como motivação para fazer o teste. No caso do Dondo, alguns fizeram o teste na Beira, na Comunidade de Santo Egídio, outros fizeram no Gabinete de Aconselhamento e Testagem Voluntária (GATV) no distrito e outros ainda no GATV do Posto Administrativo de Mafambisse. É claro que o facto de haver GATV, organizações não-governamentais e

projectos que trabalham no distrito na prevenção de HIV/SIDA deve ter contribuído para criar um ambiente favorável para os jovens se informarem e discutirem sobre HIV/SIDA, mas podemos afirmar que a rádio comunitária também deve ter contribuído para criar um ambiente de informação, proporcionando um espaço para discussão sobre o tema na sua programação.

Exemplos da área de saneamento

Os líderes religiosos e comunitários do Dondo contaram que havia muito lixo no mercado municipal e depois que a rádio passou a fazer notícias denunciando o estado em que se encontravam os mercados, relacionando isso com a epidemia de cólera, foi providenciada a limpeza e manutenção dos mercados pelo município. Grupos de mulheres e homens adultos de diferentes bairros confirmaram esta informação dizendo que, de facto, a situação do lixo e da cólera havia melhorado nos bairros após a actuação da rádio.

Um outro exemplo do distrito do Dondo que ilustra como o ambiente mudou depois da instalação da rádio está ligado à epidemia de cólera. Os líderes comunitários de bairros e povoados contaram que no início da campanha de prevenção à cólera era muito difícil que as mulheres autorizassem os activistas a colocarem cloro nos recipientes que estas levavam para carregar água nas fontanárias. Após a rádio ter colocado vários programas em línguas locais explicando a necessidade de se colocar cloro na água, as mulheres autorizaram que activistas da Cruz Vermelha colocassem o produto sem nenhum problema. O distrito teve casos de cólera mas em menor número do que a última epidemia e ninguém morreu.

Um exemplo sobre o meio ambiente

A rádio Comunitária Thumbine, no distrito de Milange, recebeu cartas de ouvintes de uma determinada zona agradecendo pelo facto dos programas sobre meio ambiente estarem a encorajar camponeses daquela área a plantar árvores para evitar a erosão. Claro que só teríamos certeza quase absoluta de que o programa de rádio foi responsável por mais plantio de árvores se tivéssemos contado o número de árvores daquela região antes da existência da rádio e depois da existência da rádio, mas o facto de receber mais de uma carta de ouvintes da mesma região elogiando o programa e comentando o facto é significativo para podermos dizer que a rádio encorajou o plantio de árvores na região.



Um exemplo sobre atendimento às crianças órfãs

Ainda no Dondo, na entrevista com líderes comunitários e religiosos do distrito, dois pastores que dirigem centros para crianças órfãos contaram que, após terem participado num programa na rádio comunitária, sobre o futuro da criança órfã, foram contactados pelo director da escola e pelo enfermeiro do hospital, o primeiro dizendo que as crianças em idade escolar daqueles centros teriam prioridade na matrícula e o segundo oferecendo-se para visitar semanalmente os centros, para ver o estado de saúde das crianças e dando prioridade a estas caso precisassem ser levadas ao hospital. Os pastores mostraram-se muito satisfeitos pois as visitas do enfermeiro estão sendo feitas e as crianças têm tido prioridade no atendimento no hospital. Além disso, sabem que no próximo ano lectivo todas as crianças em idade escolar terão prioridade na matrícula e poderão frequentar a escola.

Também neste caso podemos dizer que a rádio comunitária ajudou a melhorar a vida das crianças órfãs que não tinham acesso à escola e aos cuidados de saúde e que a partir do programa da rádio passaram a ter.

O que mudou na comunidade?

Antes	Depois
<i>Pessoas não conheciam a diferença entre HIV/SIDA</i>	<i>Pessoas conhecem a diferença entre HIV/SIDA</i>
<i>Apenas uma pessoa num grupo de 10 tinha feito teste HIV/SIDA</i>	<i>De um grupo de 10 pessoas 3 tinham feito teste HIV/SIDA</i>
<i>Alto índice de criminalidade e sentimento de insegurança</i>	<i>Redução da criminalidade e sentimento de segurança através do policiamento comunitário e a colaboração da rádio comunitária</i>
<i>Jovens tinham poucas alternativas de lazer e aprendizagem profissional</i>	<i>Jovens sentem orgulho de viver no distrito por ter uma rádio comunitária, têm oportunidades de aprender jornalismo e espaço de lazer e participação na comunidade através da rádio</i>
<i>Comunidade não aceitava que se colcasse cloro na água</i>	<i>Comunidade aceita o cloro na água para prevenir cólera</i>
<i>Crianças órfãs de dois centros internatos sem acesso à escola e aos cuidados de saúde</i>	<i>Crianças órfãs de dois centros com acesso à escola e cuidados de saúde.</i>
<i>Lixo no mercado municipal</i>	<i>Limpeza no mercado municipal</i>

A importância da rádio para a comunidade

Através das entrevistas de grupo com diferentes grupos de pessoas e entrevistas individuais nos distritos e cidades onde existem rádios comunitárias apoiadas pela UNESCO, pudemos tirar algumas conclusões sobre a importância que a rádio têm para a comunidade e que diferença esta fez para a vida da comunidade.

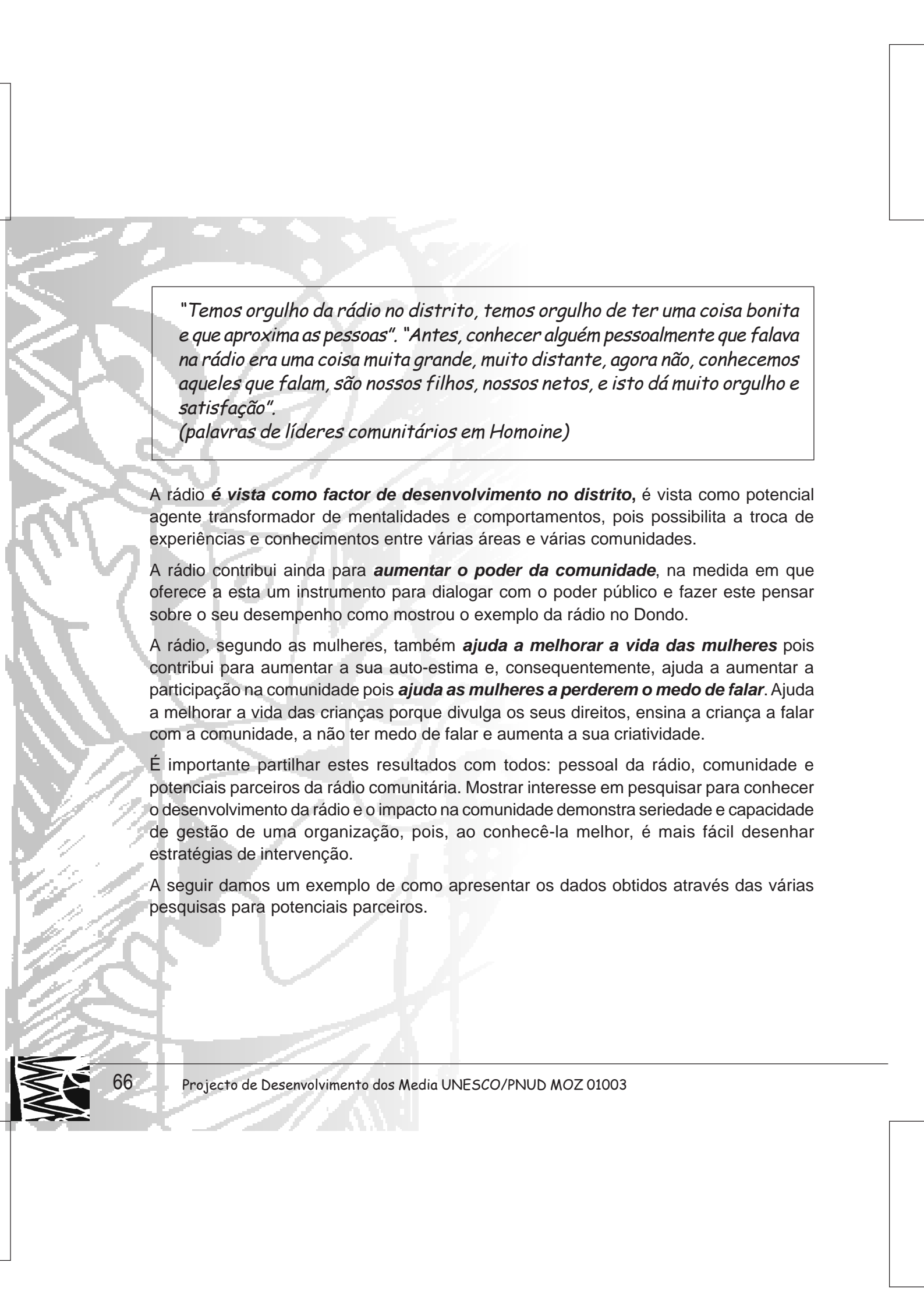
A comunidade em geral gosta da rádio comunitária porque esta facilitou a comunicação no distrito. A comunicação é mais rápida e as pessoas sentem-se satisfeitas por estarem **melhor informadas** sobre o que se passa localmente, por isso, as notícias locais são um dos programas preferidos pelos entrevistados de todas as rádios.

A comunidade reconhece na rádio a **prestação de serviços úteis à comunidade** como anúncio de objectos e documentos perdidos, troca de mensagens com famílias e amigos através de dedicatórias.

Os líderes, particularmente, sentem muito orgulho de ter uma rádio no distrito. A rádio é motivo de orgulho e é vista como um factor de desenvolvimento do distrito. Em alguns distritos muito isolados como Homoine (provincia de Inhambane) e Lago (Niassa) a rádio adquire uma importância maior. Além disso, os líderes vêem na rádio um instrumento importante que pode ajudar a **valorizar a cultura local, as pessoas ouvem as línguas locais e os jovens aprendem daí mais sobre sua própria cultura**. Por isso, podemos afirmar que a **rádio contribui para a melhoria do conhecimento da identidade cultural e da auto-estima da comunidade**.

A rádio é um espaço importante para os jovens ocuparem os tempos livres, já que os distritos oferecem pouca ou nenhuma opção de lazer aos jovens. É preferível que estes estejam na rádio a aprender algo do que em actividades nada saudáveis como o envolvimento com o álcool (tão comum nos distritos) e outras drogas. Por isso, podemos afirmar que a rádio nos distritos é um elemento importante porque **abre espaço de participação para as crianças, jovens e adultos na comunidade. Ainda para os jovens a rádio abre oportunidade de aprendizagem profissional na área de jornalismo** e, especificamente, do jornalismo radiofónico, podendo a vir revelar talentos existentes na comunidade que antes da rádio existir seria muito mais difícil de serem descobertos. Ainda na área de talentos, a rádio **contribui para revelar novos talentos artísticos**: músicos e cantores locais.





"Temos orgulho da rádio no distrito, temos orgulho de ter uma coisa bonita e que aproxima as pessoas". "Antes, conhecer alguém pessoalmente que falava na rádio era uma coisa muito grande, muito distante, agora não, conhecemos aqueles que falam, são nossos filhos, nossos netos, e isto dá muito orgulho e satisfação".

(palavras de líderes comunitários em Homoine)

A rádio é **vista como factor de desenvolvimento no distrito**, é vista como potencial agente transformador de mentalidades e comportamentos, pois possibilita a troca de experiências e conhecimentos entre várias áreas e várias comunidades.

A rádio contribui ainda para **aumentar o poder da comunidade**, na medida em que oferece a esta um instrumento para dialogar com o poder público e fazer este pensar sobre o seu desempenho como mostrou o exemplo da rádio no Dondo.

A rádio, segundo as mulheres, também **ajuda a melhorar a vida das mulheres** pois contribui para aumentar a sua auto-estima e, conseqüentemente, ajuda a aumentar a participação na comunidade pois **ajuda as mulheres a perderem o medo de falar**. Ajuda a melhorar a vida das crianças porque divulga os seus direitos, ensina a criança a falar com a comunidade, a não ter medo de falar e aumenta a sua criatividade.

É importante partilhar estes resultados com todos: pessoal da rádio, comunidade e potenciais parceiros da rádio comunitária. Mostrar interesse em pesquisar para conhecer o desenvolvimento da rádio e o impacto na comunidade demonstra seriedade e capacidade de gestão de uma organização, pois, ao conhecê-la melhor, é mais fácil desenhar estratégias de intervenção.

A seguir damos um exemplo de como apresentar os dados obtidos através das várias pesquisas para potenciais parceiros.

Como partilhar os resultados da pesquisa

Com a rádio...

Internamente os resultados das pesquisas podem ser partilhados com os voluntários (produtores comunitários de programas) nos encontros regulares que existirem. Os resultados servirão para reflectir sobre os programas em si, a programação em geral e novos assuntos a serem introduzidos.

Os resultados obtidos com a lista de verificação interna servirão para o coordenador e os mobilizadores avaliarem o envolvimento da rádio com a comunidade. Poderão analisar quais os bairros onde há mais e menos voluntários e preparar actividades de mobilização para criar ou aumentar o número de voluntários nas áreas onde estes não existem ou são poucos. Também poderão avaliar quais são os grupos já envolvidos na programação da rádio e quais grupos ainda não estão representados na rádio. Por exemplo, grupo de crianças, grupo de idosos, grupo de mulheres da zona rural, grupo de pessoas vivendo com HIV/SIDA, grupo de pessoas com necessidades especiais, grupos de jovens, etc.

Com os ouvintes...

Os resultados das pesquisas podem ser partilhados com os ouvintes através das emissões da rádio em forma de notícias ou entrevistas com voluntários que participaram da pesquisa. Também podem ser apresentados nos bairros através de pequenas peças teatrais retratando o momento de pesquisa no bairro, os principais resultados e as mudanças feitas na programação.

Com as organizações localmente activas.....

Muitas vezes os resultados encontrados numa pesquisa podem interessar e serem úteis para organizações que trabalham na mesma área geográfica em que a rádio comunitária actua. Por isso, os resultados devem ser partilhados com estas organizações locais existentes através de encontros regulares ou workshops promovidos para apresentar as pesquisas realizadas pela rádio e os principais resultados encontrados. Estes encontros servirão também para promover uma cultura de partilha de informações localmente. Podemos dar o exemplo do que aconteceu no distrito de Cuamba. Através da pesquisa de impacto, verificou-se que o número de pessoas que procuraram o GATV após as entrevistas de pessoas vivendo com HIV/SIDA terem sido transmitidas pela rádio



comunitária foi excepcional. Este dado é muito importante não só para o GATV mas para todas as organizações que trabalham na área do HIV/SIDA em Cuamba, pelo que se torna importante que a rádio partilhe este resultado. Assim sendo, um workshop de apresentação dos resultados de todas as pesquisas será promovido com as principais organizações governamentais e não governamentais existentes no distrito.

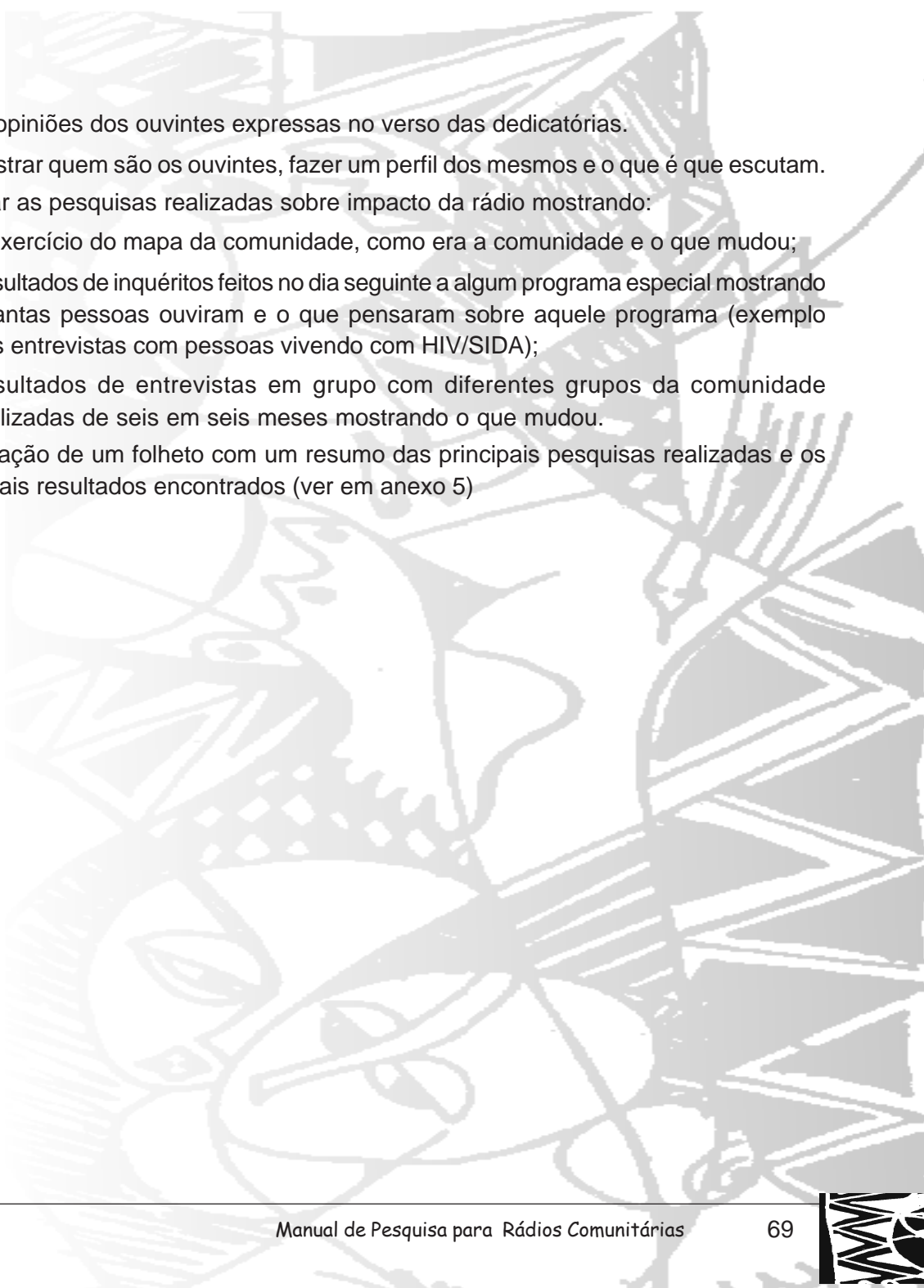
É importante sublinhar que não é preciso promover encontros específicos para isto; pode-se encontrar espaço na agenda dos encontros regulares existentes do distrito. Assim, por exemplo, se o Núcleo Distrital de Prevenção e Combate ao HIV/SIDA promove semanalmente ou quinzenalmente um encontro com todas as organizações que trabalham na área do HIV/SIDA, a rádio pode pedir para incluir na agenda deste encontro um momento destinado à partilha de informações relativas ao HIV/SIDA encontrados nas pesquisas realizadas pela estação.

Com parceiros, financiadores e doadores.....

Na implementação das estratégias de parcerias do Projecto de Desenvolvimento dos Media da UNESCO, temos visto que parceiros sempre perguntam: "qual é o efeito da rádio?", "as pessoas têm rádio?", "as pessoas ouvem rádio?", "qual é o raio de acção da rádio?". Já sabendo disto de antemão, podemos preparar nossas propostas para potenciais parceiros e nos nossos relatórios dar respostas a estas preocupações.

Uma sugestão de tópicos que poderiam ser incluídos na proposta ou relatório:

1. Mostrar as evidências de que a rádio é da comunidade. Estas evidências poderiam ser:
 - a própria organização da rádio com número de voluntários produtores de programas por sexo, idade, local de residência e envolvimento destes em actividades comunitárias;
 - número de pessoas entrevistadas que respondem que a rádio pertence à comunidade;
 - o resultado do exercício do mapeamento das fontes de informação mostrando que as fontes são comunitárias e não apenas pessoas com cargos importantes ou responsáveis são entrevistadas;
 - o número de cartas e telefonemas de ouvintes recebidos nos últimos meses e principais resultados;

- 
- as opiniões dos ouvintes expressas no verso das dedicatórias.
 - Mostrar quem são os ouvintes, fazer um perfil dos mesmos e o que é que escutam.
3. Mostrar as pesquisas realizadas sobre impacto da rádio mostrando:
- O exercício do mapa da comunidade, como era a comunidade e o que mudou;
 - Resultados de inquéritos feitos no dia seguinte a algum programa especial mostrando quantas pessoas ouviram e o que pensaram sobre aquele programa (exemplo das entrevistas com pessoas vivendo com HIV/SIDA);
 - Resultados de entrevistas em grupo com diferentes grupos da comunidade realizadas de seis em seis meses mostrando o que mudou.
4. Elaboração de um folheto com um resumo das principais pesquisas realizadas e os principais resultados encontrados (ver em anexo 5)







Anexos



ANEXO I

Plano de formação do manual de pesquisa

Introdução

O presente plano de formação destina-se a mobilizadores e/ou voluntários interessados em realizar pesquisas nas rádios comunitárias usando este manual. O objectivo do plano é facilitar a utilização do manual em actividades de formação nas rádios comunitárias.

Como vimos neste manual, a pesquisa tem importância fundamental para as rádios comunitárias que normalmente contam com poucos recursos humanos e financeiros para tal. E a formação contínua, permanente, em pesquisa adquire importância ainda maior pois, quanto maior for o número de voluntários formados em pesquisa, mais possibilidades a rádio comunitária terá de se tornar sustentável. Os resultados das pesquisas ajudarão a mostrar evidências aos parceiros, financiadores e doadores do envolvimento da comunidade na rádio, da satisfação dos ouvintes com a programação e das mudanças ocorridas na comunidade com a ajuda da rádio.

Os voluntários formados em pesquisa também contribuirão para aumentar a capacidade de os seus municípios/distritos fazerem pesquisa. Não custa mencionar o exemplo da rádio ARCO, em Homoine, onde os voluntários formados em pesquisa para a rádio comunitária passaram também a participar de pesquisas realizadas por organizações não-governamentais e instituições governamentais no distrito. Ganharam os voluntários, ganhou o distrito e ganharam as instituições existentes no país como um todo.

Esperamos que o mesmo aconteça com a sua rádio!

Este plano é apenas uma sugestão. Cada um pode adaptá-lo da forma que achar melhor. Para tal, decida em quantos dias é melhor dar as seis lições de acordo com a sua realidade e levando em conta a disponibilidade de tempo do formador e dos participantes.

A metodologia deste plano de formação é sempre partir da experiência dos participantes. Evitar ficar a falar apenas teoricamente, mas sempre partir de exemplos concretos para se chegar a definições teóricas. As aulas devem ser muito participativas, respeitando a

própria filosofia das rádios comunitárias que é de abrir espaço para participação. É participando que se aprende a participar, este é o lema desta formação. Aulas onde apenas o monitor fala são cansativas e improdutivas, os participantes “dormem” e aprendem pouco; acabam por ficar desmotivados para aprender.

1ª lição

40 minutos

A primeira lição refere-se ao capítulo 1 do manual

1ª parte

Definição de rádios comunitárias e diferença entre as várias rádios comunitárias (5')

O que é pesquisa (10')

Porquê pesquisa é importante para as rádios comunitárias (5')

A 1ª lição está dividida em duas partes. A parte inicial tem o objectivo de introduzir o conceito de rádio comunitária, de pesquisa e a importância da pesquisa para a rádio.

O formador pode introduzir o tema da pesquisa explorando com os participantes o conhecimento que eles têm de pesquisa, se já participaram em alguma pesquisa e como foi esta experiência. Pergunte se eles pensam que pesquisa é importante. Faça uma lista das razões e, por fim, conclua em conjunto com o grupo por que é que a pesquisa é de muita importância para a rádio comunitária.

2ª parte

Discutir participação de homens e mulheres na rádio (10')

Como a pesquisa ajuda a monitorar o envolvimento da mulher na rádio (5')

Exemplo da “Rede das Mulheres” (5')

A 2ª parte da lição tem o objectivo de discutir a participação das mulheres na rádio e, para isto, você vai precisar analisar a situação da mulher no seu distrito ou município e na sua rádio. Peça aos participantes para contar quantos homens e mulheres há na sala, o



resultado será que, quase seguramente, haverá mais homens que mulheres. Pergunte então porquê eles acham que isso acontece. Faça uma lista das razões que eles mencionaram e analise uma a uma.

Em seguida pergunte se eles pensam que é importante que a mulher participe na rádio e porquê. Faça uma lista das razões e analise uma a uma.

Para concluir, peça que façam uma lista de sugestões do que é possível a rádio fazer para aumentar a participação das mulheres. Analise cada uma das sugestões.

2ª lição

02.35 horas

A segunda lição refere-se ao capítulo 2 do manual.

A 2ª lição está dividida em três partes.

1ª parte

Porquê utilizar diferentes técnicas de pesquisa (5')

Tipos de pesquisa

Pesquisa de base (10')

Pesquisa de audiência (10')

Pesquisa na rotina da rádio (5')

Pesquisa de impacto (5')

A 1ª parte tem o objectivo de mostrar que há diferentes tipos de pesquisa e como cada tipo tem importância para a rádio comunitária.

Se a rádio já tiver realizado pesquisas é muito bom que o formador as utilize como exemplo nesta lição. Mostre cada tipo de pesquisa, como foi feita, com que objectivo e como os resultados foram utilizados.

2ª parte

Definição de amostra (5')

Porquê é importante treinar pesquisadores (5')

Entrevista individual de casa em casa (5')

Entrevista de grupo (5')

Características de um bom moderador (5')

Porquê é importante saber escolher o local para a entrevista (5')

Na parte seguinte da 2ª lição o objectivo é introduzir o conceito de amostra, a importância do treinamento de pesquisadores e escolha do local da pesquisa.

Seria óptimo se a rádio tivesse uma pesquisa a realizar quando do momento desta formação, pois os conceitos poderiam ser aplicados na prática. Assim como na lição anterior, se a rádio tiver pesquisas já realizadas analise como foi feito o treinamento, assim como os critérios de selecção da amostra e locais das pesquisas.

3ª parte

01.30 horas

Para que serve o mapeamento da comunidade – Exercício prático num bairro ou localidade

A última parte desta 2ª lição tem o objectivo de ensinar a fazer o mapeamento da comunidade. Para tal, pode ser feito o exercício com um grupo de líderes e moradores dos bairros ou localidades do seu município/distrito. Caso não tenha condições de sair, pode fazê-lo na sala de aula utilizando os próprios voluntários. Junto com eles faça o exercício de mapeamento do distrito com os pontos principais de diversão, transporte, comunicações, trabalho, pontos de encontros de crianças e jovens, mulheres e homens, e líderes comunitários. Ainda neste exercício faça com que os participantes coloquem no mapa os principais problemas do distrito e onde estão localizados.

Aí conclua perguntando como a rádio comunitária pode actuar para ajudar a comunidade a encontrar soluções para os seus problemas.



3ª lição

01.30 horas

A 3ª lição também faz parte do capítulo 2 mas refere-se ao ponto 2.2.1. Esta lição está dividida em quatro partes.

1ª parte

45 minutos

O que chamamos de pesquisa na rotina da rádio (5')

Explicação das técnicas que ajudam a monitorar a satisfação do ouvinte (5')

- saídas para reportagens (10')
- fichas de telefonemas (5')
- cartas dos ouvintes (5'), com um exercício prático: analisar cartas dos ouvintes do último mês
- opiniões no verso das dedicatórias (5'), exercício prático com dedicatórias da última semana
- entrevistas em grandes eventos (5')
- entrevistas nos bairros onde vivem os voluntários (5')

Na primeira parte há muitas possibilidades de utilizar material existente nas rádios, como as cartas dos ouvintes, opiniões expressas no verso dos impressos de dedicatórias e fichas de telefonemas.

Nessa altura podem ser distribuídas algumas cartas pelos participantes e pedir para que estes identifiquem o sexo, idade, residência do ouvinte e o conteúdo principal da carta. O formador vai preenchendo no quadro ou bloco gigante onde estiver a escrever um quadro mostrando como se faz a sistematização das cartas.

Pode fazer-se o mesmo exercício com o verso das dedicatórias.

Para concluir, analise juntamente com os participantes: quem escreve mais, são homens ou mulheres? De que região, rural ou urbana? Porquê será? As sugestões e críticas ajudam a melhorar a programação? De que forma?

2ª parte

30 minutos

Técnicas na rotina que ajudam a monitorar o envolvimento da comunidade

Lista de verificação interna da rádio (5')

Mapa das fontes (15') exercício prático com voluntários

Livro de visitas (10') exercício prático análise do livro de visitas

A segunda parte da 3ª lição tem o objectivo de introduzir as técnicas que ajudam a monitorar o envolvimento da comunidade.

Neste caso, pode ser feito o exercício do mapeamento das fontes perguntando-se aos voluntários que produziram programas na semana anterior sobre quais temas falaram e onde foram buscar informações, se fizeram entrevistas, com quem, se foram homens ou mulheres, em que instituições ou se foram feitas na rua, se falaram com chefes, dirigentes ou com um cidadão comum, se pesquisaram em textos, onde conseguiram encontrar os materiais, na biblioteca, na própria rádio ou em alguma instituição?

Concluindo, analise com os participantes se a comunidade teve voz nos programas ou se eles limitaram-se a reproduzir textos ou entrevistar responsáveis?

Ainda para esta 3ª lição, você pode trazer o livro de visitas e pedir para cada participante ler uma linha e dizer quem visitou a rádio na última semana. Conforme os participantes forem falando, o formador vai escrevendo num quadro o sexo, idade, bairro, profissão e motivo da visita. Assim, já se estará a ensinar como sistematizar os dados do livro de visitas.

Concluindo, analise juntamente com os participantes qual o perfil dos visitantes da rádio. São mais homens ou mulheres? Moram longe ou perto da rádio? São jovens ou idosos? São estudantes ou vendedores? Porquê vieram à rádio?

Analise se os dados ajudam a rádio a melhorar o envolvimento da comunidade e como.

3ª parte

35 minutos

Análise de conteúdos de um programa feito pela rádio (20' para audição)

Análise (15')



A terceira parte desta lição tem o objectivo de ensinar a analisar o conteúdo de um programa verificando se a linguagem está adequada ao público alvo, se é simples e clara e se o formato é criativo e atraente.

Para este exercício escolha um programa, de preferência de saúde ou agricultura (porque nestes programas normalmente se usam muitos conceitos), que tenha ido ao ar na rádio nas semanas anteriores. Tem que ficar claro que o objectivo não é criticar pessoas mas sim conteúdos e formatos, de modo a tornar os programas mais atraentes. Após terem ouvido o programa, pergunte: “o que este programa ensinou?”, qual era a mensagem principal?”, “a linguagem foi simples ou difícil?”, “foi agradável ou aborrecido?”

Conclua com sugestões para melhorar os programas de saúde e agricultura e, por extensão, todos os outros programas da rádio.

4ª parte 20 minutos

Conceito de “audiência silenciosa” (5’)

Como ouvir esta audiência? (5’)

- saídas para reportagens (5’)
- entrevistas de casa em casa (5’)

A quarta parte da 3ª lição tem o objectivo de mostrar como é importante auscultar as pessoas que ouvem a rádio mas que não participam. Também tem o objectivo de ensinar como ouvir essa audiência.

Se a rádio tiver dados sistematizados de inquéritos feitos durante as saídas para as reportagens seria óptimo aproveitar esses dados e analisar com os participantes. Mostre como os dados foram recolhidos e como foram utilizados para melhorar a programação.

4ª lição

35 minutos

A 4ª lição refere-se ao capítulo 2 do manual, ponto 2.3

O que fazer com os dados obtidos? (5')

A quem dar o retorno? (5')

Porquê é importante dar o retorno para os ouvintes? (5')

Como pode ser dado o retorno? (10')

Porquê é importante dar o retorno aos voluntários, comité de gestão e coordenação executiva? (10')

A 4ª lição tem o objectivo de mostrar como utilizar os dados obtidos. Pergunte aos voluntários se eles têm escutado a rádio e como dar retorno aos ouvintes. De que forma? Quais seriam outras formas de dar este retorno ao ouvinte? Pergunte por que é que eles pensam que é importante dar retorno aos ouvintes, ao comité de gestão, à coordenação executiva e aos próprios voluntários.

Concluindo, analise como os dados ajudam ao ouvinte, aos voluntários, ao comité de gestão e à coordenação executiva.

A 5ª lição está dividida em duas partes e tem o objectivo de ajudar a planificação das pesquisas dentro da própria rádio.

5ª lição

45 minutos

A 5ª lição refere-se ao capítulo 3 do manual

1ª parte

30 minutos

Como formar núcleo de pesquisa (5')

A importância de se fazer um plano anual de pesquisa (5')

Exercício prático – fazer um plano em conjunto com os voluntários (20')



Analise o actual plano de pesquisa da rádio. Caso a rádio ainda não tenha um plano de pesquisa, analise o porquê.

2ª parte **15 minutos**

Quem é responsável pela pesquisa? (5')

Tarefas do mobilizador (10')

6ª lição

2 horas

A 6ª lição refere-se ao capítulo 4 do manual

Esta lição está dividida em duas partes e o objectivo é o de mostrar como se pode avaliar o impacto da rádio na comunidade e a importância de partilhar os resultados das pesquisas realizadas.

1ª parte **01.20 horas**

Como medir o impacto?

Porquê é importante conseguir evidências de que a rádio contribuiu para melhorar a comunidade? (5')

Como medir o impacto? Exercício prático: análise de pesquisas feitas pela rádio (20')

Como evitar tirar conclusões apressadas e superficiais? (20')

Exercício: o que a nossa rádio ajudou a mudar na comunidade? (30')

Como podemos provar? (5')

Pergunte aos participantes se conseguem ver alguma mudança na comunidade desde que a rádio comunitária foi ao ar. Faça uma lista das mudanças. Analise uma a uma e procure concluir o que é possível ser da rádio e o que não pode ter sido influenciado pela rádio e porquê. Procure analisar as provas que são precisas para convencer que as mudanças foram feitas pela rádio.

2ª parte

40 minutos

Como partilhar os dados?

- com a própria rádio (10')

- porque é importante partilhar os dados com voluntários, coordenação e comité de gestão?

Formas de partilhar os dados com os ouvintes (5')

Formas de partilhar os dados com a comunidade (5')

Porque é importante divulgar dados para os parceiros.

Como? Exercício prático com voluntários- selecção de dados (20')

Nesta última lição você vai analisar com os participantes por que é importante partilhar os dados com outras instituições, especialmente parceiros e financiadores e como fazê-lo. Se a rádio já partilhou resultados, analise como foram divulgados e como foram aproveitados. Se a rádio nunca fez isso, analise as razões e como isto poderia ser feito.

Próximos passos - da Formação à Acção

Agora que todos já devem estar familiarizados com os conceitos de rádios comunitárias e pesquisa e já conhecem a importância desta para a rádio faça uma revisão do que aprenderam.

Caso a rádio já tenha um plano de pesquisa como última tarefa reveja o plano que analisaram na 5ª lição e defina quais pesquisas serão feitas, o que será necessário, quem fica responsável pelo o quê e prazos para realização.

Caso a rádio ainda não tenha um plano de pesquisa faça um plano com actividades, prazos e responsabilidades e apresente ao comité de gestão e coordenação executiva.

Marque um novo encontro para 3 meses depois para avaliar a implementação do plano.



ANEXO II

FESTIVAL DE MULHERES NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS EM MOÇAMBIQUE

Chimoio, 19 e 20 de Julho de 2003

DECLARAÇÃO DE CHIMOIO

Conscientes que a Rádio Comunitária constitui uma importante ferramenta de desenvolvimento social,

Conscientes que a Rádio Comunitária é um meio pertença **da** comunidade, feito **pela** comunidade e **para** a comunidade,

Conscientes que a Rádio Comunitária é um meio com potencialidade particular e efectiva de poder gerar mudanças positivas na comunidade, dado o seu carácter local, participativo e que utiliza de maneira mais realística as línguas e tradições locais,

Conscientes que a Mulher desempenha um papel preponderante no desenvolvimento da comunidade,

Conscientes que a Mulher, no geral, e a da Rádio Comunitária, em particular, ainda não ocupa o lugar que lhe é devido no processo de desenvolvimento sócio-económico da comunidade e da Rádio Comunitária,

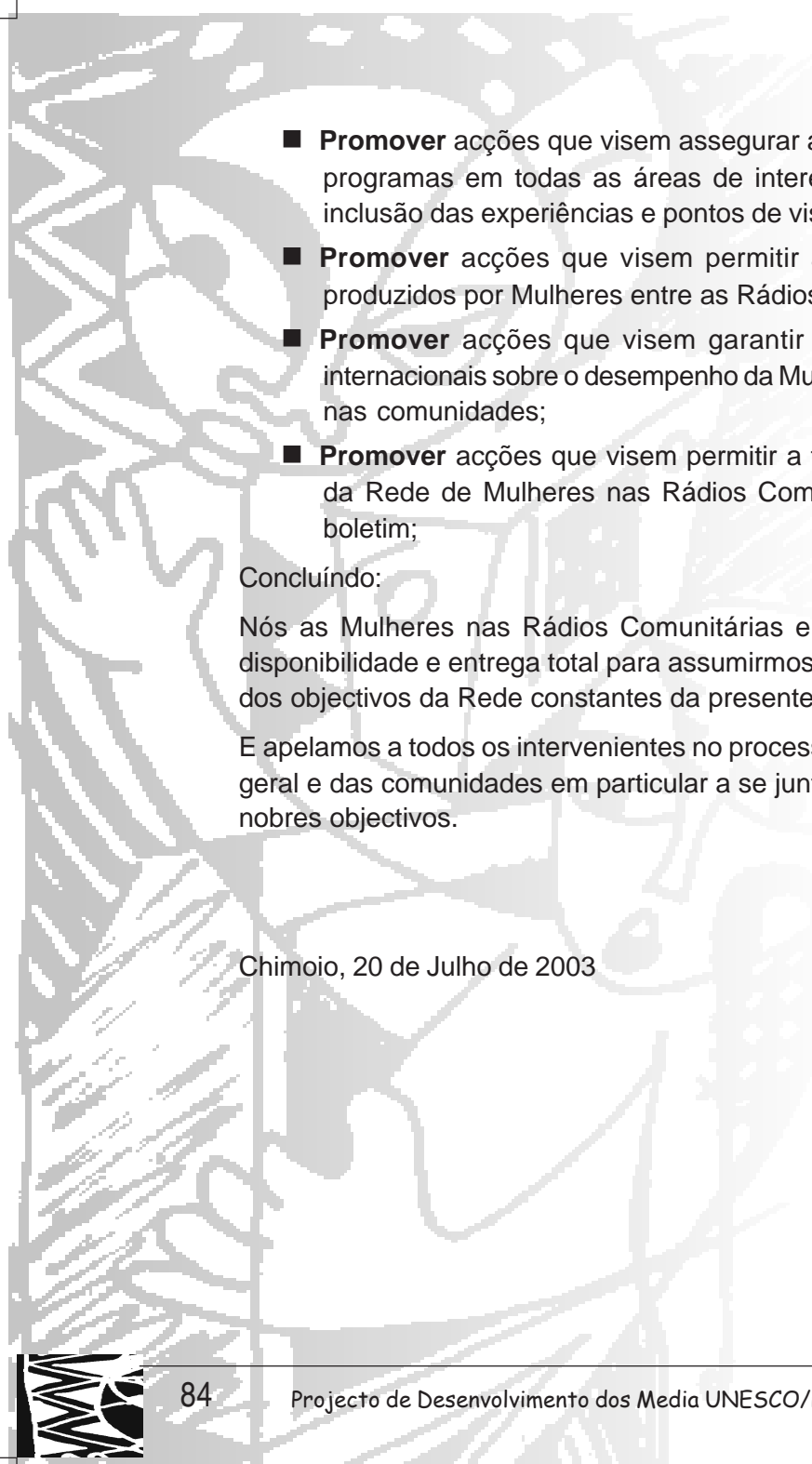
Conscientes que os programas radiofónicos dirigidos à Mulher, em particular, e à comunidade em geral são mais efectivos e de grande impacto quando são por elas próprias produzidos, apresentados e avaliados,

Nós as Mulheres nas Rádios Comunitárias em Moçambique, geridas através de quatro diferentes regimes de propriedade, nomeadamente, estatal, associações comunitárias, municipal e religiosas com orientação comunitária, reunidas em Festival Nacional na cidade de Chimoio, nos dias 19 e 20 de Julho de 2003, decidimos criar a REDE DE MULHERES NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS, COM REPRESENTAÇÃO NAS REGIÕES NORTE

(PROVÍNCIAS DE NIASSA, CABO DELGADO, NAMPULA E ZAMBÉZIA), CENTRO (PROVÍNCIAS DE TETE, MANICA E SOFALA) E SUL DO PAÍS (CIDADE E PROVÍNCIA DE MAPUTO, GAZA E INHAMBANE), para prosseguir os seguintes objectivos:

- **Promover** acções que visem garantir que a Mulher usufrua dos mesmos direitos, deveres e oportunidades em relação ao Homem, tal como está consagrado na Constituição da República de Moçambique, recomendado na Declaração de Beijing e nos princípios da Nova Parceria para o Desenvolvimento de África (NEPAD);
- **Promover** acções que visem garantir o desenvolvimento sócio-económico da comunidade, potenciando as áreas de educação da Mulher e de produção e disseminação de informação sobre os seus direitos, deveres e realizações;
- **Promover** acções que visem remover práticas tradicionais e culturais que impedem o desenvolvimento da Mulher nas mais variadas áreas;
- **Promover** acções que visem a elevação da auto-confiança da Mulher, para que ela possa assumir o seu papel de principal geradora de mudanças positivas na comunidade;
- **Promover** acções que visem criar mecanismos legais (políticas, regulamentos e regras institucionais) para o melhoramento do ambiente de trabalho da Mulher na Rádio Comunitária;
- **Promover** acções que visem assegurar o acesso da Mulher a posições de liderança na Rádio Comunitária, através da elevação do seu nível de formação, incluindo a auto-formação, e do reconhecimento da sua competência e capacidade profissionais;
- **Promover** acções que visem criar bases sólidas para a elevação do espírito de solidariedade entre as próprias Mulheres e entre estas e os homens, na base do respeito mútuo e igualdade de oportunidades, com o objectivo de facilitar a participação e integração de todas as pequenas comunidades dentro da grande comunidade no processo de desenvolvimento;
- **Promover** acções que visem garantir a produção de programas com conteúdos relevantes para a Mulher e na perspectiva da Mulher;



- 
- **Promover** acções que visem assegurar a participação da Mulher na produção de programas em todas as áreas de interesse da comunidade, para assegurar a inclusão das experiências e pontos de vista da Mulher;
 - **Promover** acções que visem permitir a troca de conteúdos e de programas produzidos por Mulheres entre as Rádios Comunitárias;
 - **Promover** acções que visem garantir o acesso à informações nacionais ou internacionais sobre o desempenho da Mulher, para encorajar e inspirar as Mulheres nas comunidades;
 - **Promover** acções que visem permitir a troca de informações entre os membros da Rede de Mulheres nas Rádios Comunitárias, através da publicação de um boletim;

Concluindo:

Nós as Mulheres nas Rádios Comunitárias em Moçambique manifestamos a nossa disponibilidade e entrega total para assumirmos com responsabilidade a implementação dos objectivos da Rede constantes da presente Declaração de Chimoio,

E apelamos a todos os intervenientes no processo de desenvolvimento social do país em geral e das comunidades em particular a se juntarem a nós na prossecução dos nossos nobres objectivos.

Chimoio, 20 de Julho de 2003

ANEXO III

Rádio Comunitária do Dondo

Entrevista individual sobre a programação da Rádio “Dondo”

Nome do entrevistado: _____

Endereço: _____

1. Tem rádio?

Sim () Não () Se não, porquê? _____

2. Escuta a rádio?

Sim () Não () Se sim, onde? Casa () Serviço ()

Casa de amigos, vizinhos ou familiares ()

Outro() Onde? _____

3. Quais emissoras costuma escutar? **(NÃO LER AS ALTERNATIVAS)**

RM () Em que língua? _____

Rádio Cidade () RDP () Miramar () Pax () Em que língua? _____

Radio CRV () Radio Dondo () Em que língua? _____

Outra _____

Se o entrevistado não mencionou a rádio Dondo na pergunta 3, perguntar:

4. Já ouviu falar na rádio Dondo? Sim () Não ()

5. Já escutou a rádio Dondo? Sim () Não ()



SE O ENTREVISTADO MENCIONOU A RADIO DONDO NA PERGUNTA 3 OU RESPONDEU QUE JÁ OUVIU FALAR E ESCUTOU A RÁDIO DONDO DIZER: “AGORA VAMOS FALAR UM POUCO DA RADIO DONDO” E PERGUNTE:

6. Escuta a rádio “Dondo” :

Todos os dias () Algumas vezes por semana () Raramente ()

7. Em que horário costuma ouvir a rádio “Dondo”?

7h00 às 9h00 () 14h00 às 16h00 () 18h00 às 20h00 () outro _____

8. Quais os programas que costuma ouvir na rádio “Dondo”?

1 _____ Em que língua? _____

2 _____ Em que língua? _____

3 _____ Em que língua? _____

4 _____ Em que língua? _____

5 _____ Em que língua? _____

6 _____ Em que língua? _____

7 _____ Em que língua? _____

9. Quais os 3 programas que gosta mais de ouvir na rádio “Dondo”?

1 _____ Em que língua _____

Porquê? _____

2 _____ Em que língua _____

Porquê? _____

3 _____ Em que língua _____

Porquê? _____

10. Quais os 3 programas que gosta menos na rádio “Dondo”?

1 _____ Em que língua _____

Porquê? _____

2 _____ Em que língua _____

Porquê? _____

3 _____ Em que língua _____

Porquê? _____

Na pergunta 11 primeiro ler todas as alternativas para o entrevistado , dar um tempo para ele pensar e depois enumerar de 1 a 5 na ordem de preferência do ouvinte)

11. Prefere programas apresentados por:

Por 2 locutores (1 homem e 1 mulher) ()

Por 2 locutores, (sendo os 2 homens) ()

Por 2 locutoras ()

Por 1 único locutor homem ()

Por 1 único locutor- mulher ()

Na pergunta 12 primeiro ler todas as alternativas para o entrevistado , dar um tempo para ele pensar e depois enumerar de 1 a 4 na ordem de preferência do ouvinte)

12. Prefere programas em forma de :

Drama, teatro radiofónico ()

Debate ()

Entrevista ()

Com participação do ouvinte ()

Outro formato _____

13. Que tipo de música prefere escutar na rádio?

14. Como a rádio Dondo pode melhorar a programação?



15. Na sua opinião a que horas:

a rádio deveria abrir de 2^a a 6^a feira _____

a rádio deveria fechar de 2^a a 6^a feira _____

a rádio deveria abrir nos sábados e domingos _____

a rádio deveria fechar nos sábados e domingos _____

16. No momento por razões financeiras a rádio não pode funcionar de manhã até à noite sem parar. Na sua opinião, qual seria o melhor período para a rádio interromper a sua emissão?

Manhã () das _____ às _____

Tarde () das _____ às _____

Noite () das _____ às _____

17. Quais assuntos gostaria de ouvir na rádio Dondo?

18. Já foi à rádio Dondo?

Sim () Não ()

19. Se sim, por qual motivo?

20. Já enviou dedicatórias pela rádio Dondo?

Sim () Não ()

21. Já recebeu dedicatórias pela rádio Dondo?

Sim () Não ()

22. De quem é a rádio Dondo?

23. Pensa que existe alguma diferença no distrito do Dondo antes e depois da rádio Dondo ter ido ao ar?

Sim () Não ()

24. Se sim, porque pensa que existe diferença, o que existe de diferente?

25. Pensa que a rádio pode ter alguma importância para o distrito do Dondo?

Sim () Não ()

Porquê? _____

AGORA VAMOS MUDAR DE ASSUNTO, VAMOS FALAR DE HIV/SIDA

26. Acredita que existe SIDA?

Sim () Não () Se não, porquê? _____

27. Qual é a diferença entre HIV e SIDA?

28. Quais são os comportamentos que colocam as pessoas em risco de contrair HIV/SIDA? Porquê?

29. Pensa que corre risco de contrair HIV/SIDA?

Sim () Não () Porquê? _____

30. Se não, porque pensa que não corre risco?

31. Se sim, o que faz para se prevenir?

Dados pessoais do entrevistado:

Sexo Feminino () Masculino ()



Idade _____ Habilitações _____ Profissão _____

Gostaria de fazer alguma pergunta?

OBRIGADO PELA ATENÇÃO. A RÁDIO COMUNITÁRIA DO DONDO AGRADECE A SUA COLABORAÇÃO.

Nome do pesquisador

Data da entrevista _____ / _____ / 2003

Bairro ou Localidade

Observações do entrevistador

ANEXO IV

GUIÃO PARA ENTREVISTA EM GRUPO

- Líderes de opinião nos distritos onde haja rádios comunitárias
- Jovens do sexo masculino
- Jovens do sexo feminino

1. Acesso à comunicação

- Como as pessoas se informam no distrito?
 - As mulheres?
 - As crianças?
 - Os jovens?
 - Os homens?
 - Quais são os grupos na comunidade que não tem nenhum acesso aos meios de comunicação
 - RM? Em que língua?
 - Jornais? Quais?
 - TV? Salões de vídeo?
 - Grupo de pessoas que a comunidade mais respeita e considera importante
- Acesso a ouvir rádio
 - Quem decide quais programas são ouvidos em casa?
 - Quais são os obstáculos que existem para as pessoas ouvirem rádio: Mulheres? Homens? Crianças?
- Como as pessoas se divertem na comunidade?
 - As crianças
 - Os jovens



- As mulheres
- Os homens

2. Necessidades da comunidade

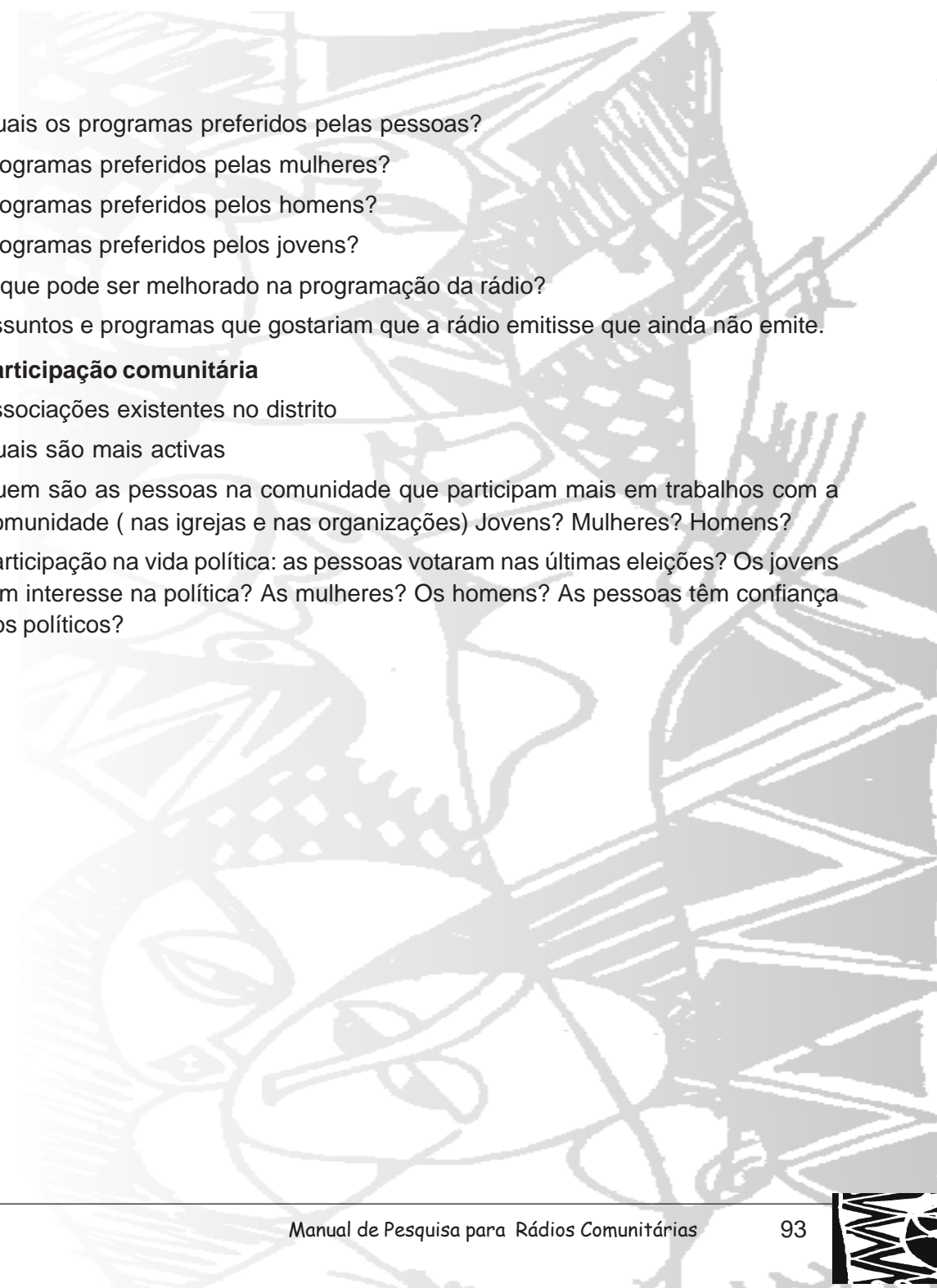
- As pessoas gostam de viver nesta comunidade? Porquê?
 - factos, recursos naturais, pessoas de quem a comunidade tem orgulho
 - factos , aspectos que envergonham a comunidade
- Quais os principais problemas desta comunidade?
 - Quem pode resolver estes problemas?
 - Como estes problemas podem ser resolvidos?

3. Saúde

- Quais são os principais problemas de saúde desta comunidade?
- Como é a situação do HIV/SIDA na comunidade?
- Quais são os grupos que estão mais arriscados a contrair HIV/SIDA?
- O que pode ser feito para prevenir esta doença na comunidade? As mulheres? Os jovens ? Os homens?
- Métodos de prevenção preferidos pelas mulheres, homens e jovens.
- Há pessoas vivendo com HIV na comunidade?
- Há pessoas doentes com SIDA na comunidade?
- Há crianças órfãos?
- Há algo sendo feito no distrito para reduzir o impacto desta doença?
- O que se pode fazer com as pessoas HIV positivas, os doentes com SIDA e os seus familiares na comunidade?

4. O papel da rádio comunitária

- Opinião da comunidade sobre a rádio comunitária.
- Há alguma diferença no distrito antes e depois da rádio ter ido ao ar?
- Sugestões para aumentar a participação da comunidade na rádio

- 
- Quais os programas preferidos pelas pessoas?
 - Programas preferidos pelas mulheres?
 - Programas preferidos pelos homens?
 - Programas preferidos pelos jovens?
 - O que pode ser melhorado na programação da rádio?
 - Assuntos e programas que gostariam que a rádio emitisse que ainda não emite.

5. Participação comunitária

- Associações existentes no distrito
- Quais são mais activas
- Quem são as pessoas na comunidade que participam mais em trabalhos com a comunidade (nas igrejas e nas organizações) Jovens? Mulheres? Homens?
- Participação na vida política: as pessoas votaram nas últimas eleições? Os jovens têm interesse na política? As mulheres? Os homens? As pessoas têm confiança nos políticos?



ANEXO V

EXEMPLO DE UM RESUMO DOS PRINCIPAIS RESULTADOS DE PESQUISA PARA DISTRIBUIR AOS PARCEIROS

Tipo de pesquisa	Data	Amostra	Principais resultados	Diferença que a rádio fez no distrito
Entrevista de grupo	Maio/Setembro 2003 e Março 2004	Dois grupos de jovens estudantes de ambos os sexos de zonas urbanas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ouvem a rádio ➤ Gostam dos programas X,Y e Z ➤ De um grupo de 20 jovens, seis fizeram teste HIV/SIDA (três homens e três mulheres) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trouxe alegria e diversão ➤ Trouxe orgulho de distrito ➤ Trouxe actualização ➤ Oportunidade dos jovens aprenderem jornalismo
Entrevista de grupo	Maio/Setembro 2003 e Março 2004	Um grupo de líderes comunitários	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ouvem a rádio ➤ Gostam dos programas X,Y e Z ➤ A rádio ajudou a divulgar policiamento comunitário ➤ A rádio ajudou a comunidade fazendo campanha de epidemia de cólera, mulheres aceitaram que activistas da Cruz Vermelha colocassem cloro na água nas fontanárias 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Criou espaço para jovens participarem ➤ Criou oportunidades para jovens aprenderem jornalismo ➤ Criou auto-estima, orgulho no distrito por ter uma rádio bonita e moderna ➤ Ajudou as crianças a perderem o medo de falar ➤ Ajudou a promover a cultura local através das línguas nacionais
Cartas dos ouvintes	Outubro a Março de 2004	64	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A grande maioria das cartas é escrita por homens em língua local e de zonas distantes da sede da vila ➤ Fazem sugestões, elogios e denúncias 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Instalação de bomba de água graças a notícia da rádio comunitária
Opinião das dedicatórias	Outubro a Março 2004	121	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programas preferidos: Gostam do programa “Bom fim de semana”, “Milange Hoje” ➤ Pedem que incluam orações e músicas espirituais ➤ Falar sobre HIV/SIDA e agricultura 	
Livro de visitas	Outubro a Março 2004	142	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aproximadamente 40 visitas por mês, a maioria homens da vila e das zonas rurais 	