



**PRODUÇÃO DE PROGRAMAS
EM RÁDIO COMUNITÁRIA**

MANUAL DE APOIO

Compilado por *Mário Figueiredo e Abubacar Selemangy*

Projecto de Desenvolvimento dos Media UNESCO/PNUD MOZ 01003
Dezembro 2003





PRODUÇÃO DE PROGRAMAS EM RÁDIO COMUNITÁRIA

Compilado por Mário Figueiredo e Abubacar Selemangy

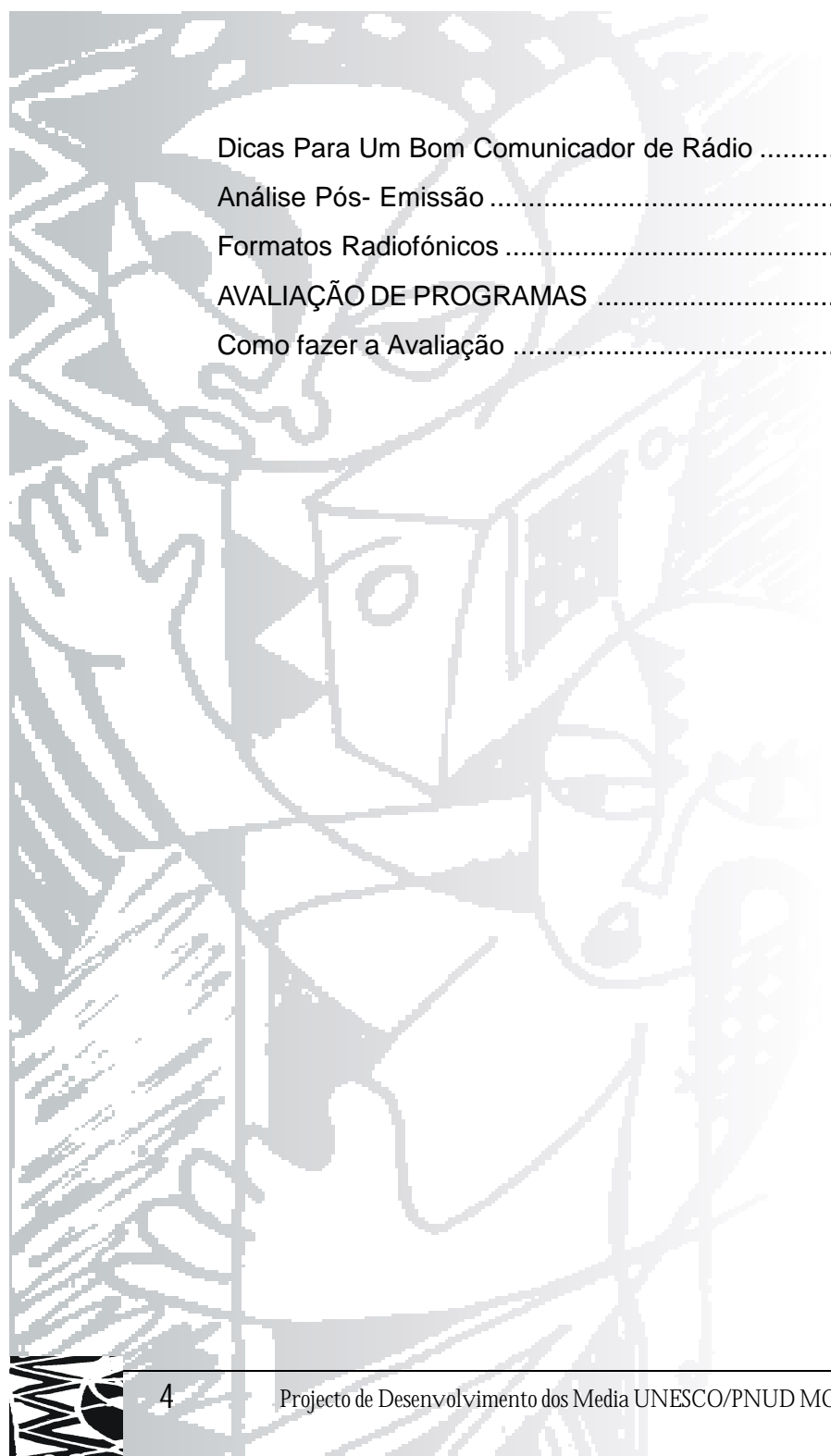
Layout: Xerinda

© UNESCO/UNDP 2003

ÍNDICE

PREFÁCIO	5
INTRODUÇÃO	7
O RÁDIO	9
O Estilo no Meio Radiofónico	10
A Força da Linguagem	11
LINGUAGEM RADIOFÓNICA	12
Codificação e Descodificação	12
O Ruído	12
A Fixação	13
O Script	14
Como Planificar um Script?	17
Como Elaborar o Script	18
Redacção do Script	18
REALIZAÇÃO DE PROGRAMAS	21
Realização	21
Efeitos Sonoros	21
A Música	23
A Fala	24
A Locução	26
A PRODUÇÃO DE PROGRAMAS	28
A Planificação Temática	29
Alguns Truques Para Escrever Bem	43





Dicas Para Um Bom Comunicador de Rádio	44
Análise Pós- Emissão	46
Formatos Radiofónicos	46
AVALIAÇÃO DE PROGRAMAS	48
Como fazer a Avaliação	49

PREFÁCIO

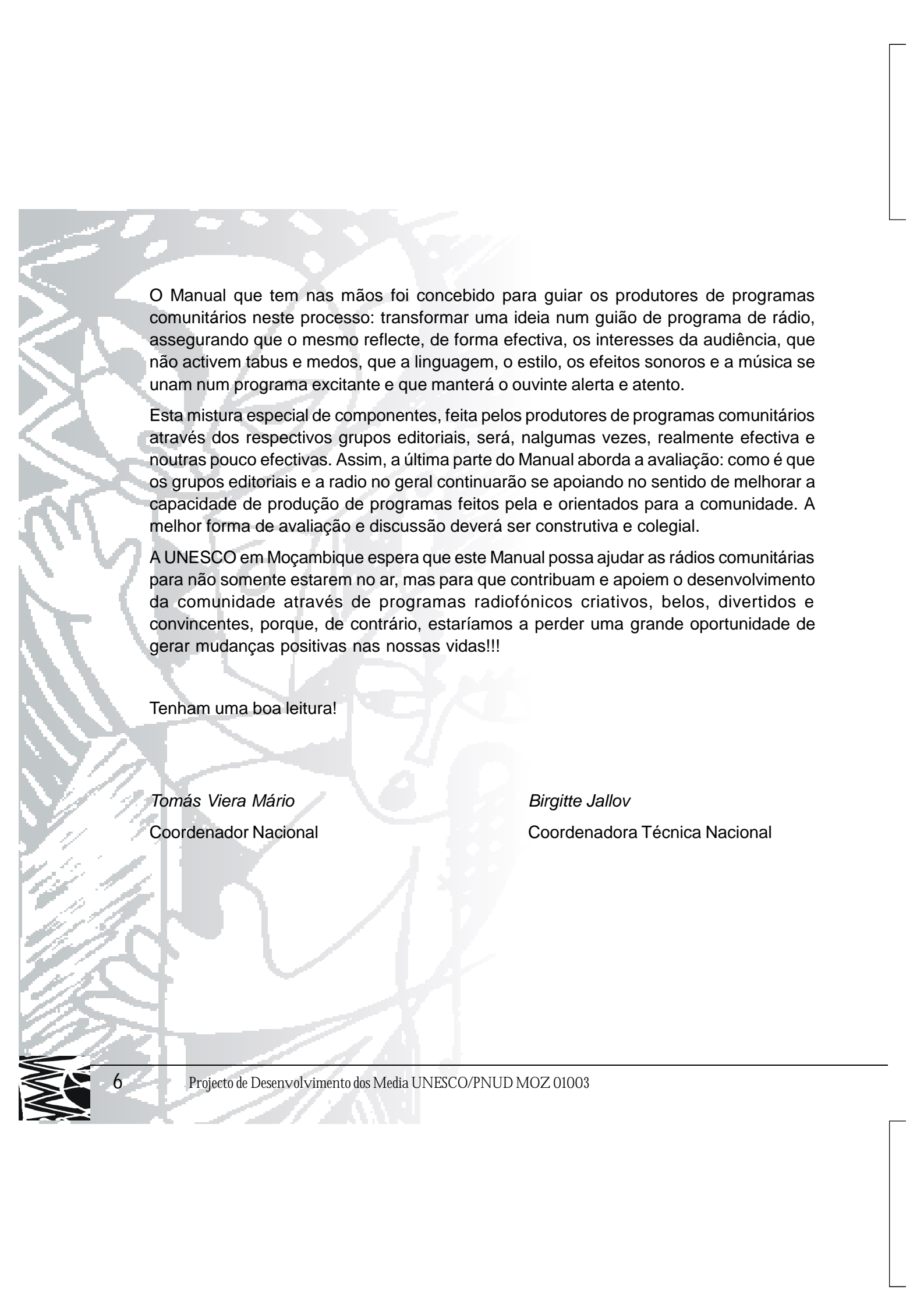
A rádio comunitária é uma ferramenta específica para o fortalecimento das comunidades, de desenvolvimento e mudança social. A principal razão é de que a rádio **comunitária** pertence a um grupo limitado de pessoas, uma pequena comunidade, em que as condições básicas da vida e os seus desafios são mais ou menos os mesmos, onde todos se conhecem e onde as mais recentes pesquisas indicam que as pessoas gostam de nela- na comunidade- de viver.

Dentro de uma comunidade desta, muitos aspectos são comuns, embora muitos outros são diferentes entre as pessoas da mesma comunidade. É desta forma que se aborda o conceito de “comunidades dentro da comunidade”, porque mesmo que aspectos como as estradas que ligam o distrito ou a cidade estejam más, os serviços de saúde estejam fracos, a boa ou má qualidade de solos agrícolas, possam afectar a comunidade no geral, afecta cada membro da comunidade de diferente maneira, dependendo de factores como a idade, o nível de escolaridade, a experiência, a forma que cada um ganha a vida, o local de residência, a religião, a situação familiar, etc. etc.

Esta é a razão pela qual a UNESCO em Moçambique sugeriu que a produção de programas nas rádios comunitárias fosse feita através de “grupos editoriais”. Estes grupos de programadores comunitários abordam áreas específicas de interesse das comunidades, identificadas através das pesquisas de audiência realizadas antes da entrada em funcionamento das estações. Por conseguinte, existem grupos editoriais de Saúde, Educação, Cultura, Agricultura, Mulher, Direitos Humanos, Eleições, Criança, Desporto e Histórias da Comunidade, entre outros.

Embora cada grupo editorial deva conhecer muito bem os aspectos relevantes da comunidade na sua área de produção de programas, as ferramentas visando transformar as ideias em bons programas apresenta inúmeros desafios, dentre eles a identificação da mensagem central, conhecimento do grupo-alvo e o seu interesse sociocultural e na base desta visão, produzir programas de radio efectivos, que poderão apoiar os **produtores** e a **comunidade** para se aproximarem dos seus objectivos de desenvolvimento e do sonho de um futuro melhor.





O Manual que tem nas mãos foi concebido para guiar os produtores de programas comunitários neste processo: transformar uma ideia num guião de programa de rádio, assegurando que o mesmo reflecte, de forma efectiva, os interesses da audiência, que não activem tabus e medos, que a linguagem, o estilo, os efeitos sonoros e a música se unam num programa excitante e que manterá o ouvinte alerta e atento.

Esta mistura especial de componentes, feita pelos produtores de programas comunitários através dos respectivos grupos editoriais, será, nalgumas vezes, realmente efectiva e noutras pouco efectivas. Assim, a última parte do Manual aborda a avaliação: como é que os grupos editoriais e a radio no geral continuarão se apoiando no sentido de melhorar a capacidade de produção de programas feitos pela e orientados para a comunidade. A melhor forma de avaliação e discussão deverá ser construtiva e colegial.

A UNESCO em Moçambique espera que este Manual possa ajudar as rádios comunitárias para não somente estarem no ar, mas para que contribuam e apoiem o desenvolvimento da comunidade através de programas radiofónicos criativos, belos, divertidos e convincentes, porque, de contrário, estaríamos a perder uma grande oportunidade de gerar mudanças positivas nas nossas vidas!!!

Tenham uma boa leitura!

Tomás Viera Mário
Coordenador Nacional

Birgitte Jallof
Coordenadora Técnica Nacional

INTRODUÇÃO

As Rádios e Televisões Comunitárias constituem a base para a edificação e consolidação do princípio de “**Comunicação para o Desenvolvimento**”, pois elas visam contribuir para a melhoria das condições de vida das populações das respectivas comunidades.

Neste contexto, a formação dos seus fazedores, responsáveis pelo funcionamento efectivo destes meios de comunicação horizontal e inclusiva, constitui um desafio que deve ser levado à cabo em prol desse desenvolvimento da comunicação comunitária.

Para tal foi concebido e produzido o presente Manual, que se pretende venha a constituir um dos instrumentos e alavanca motivadora para que o processo de ensino/aprendizagem de todos os interessados e amantes do mundo da radiodifusão comunitária seja efectiva.

O presente Manual aborda os principais aspectos básicos relacionados com a produção de programas, abarcando as áreas de Realização, Organização, Produção e os Formatos de Programas Radiofónicos, tendo como base a criatividade dos comunicadores comunitários.

Este manual não constitui em si um produto acabado no mundo da radiodifusão. Contudo, ele permite que os interessados na matéria possam ter conhecimentos e habilidades para operar numa emissora de Rádio Comunitária.

Através deste instrumento, o Projecto de Desenvolvimento dos Media da UNESCO/PNUD em Moçambique pretende contribuir para o fortalecimento das Rádios Comunitárias, como ferramentas impulsionadoras do desenvolvimento social das comunidades, através de técnicas eficazes que permitam consolidar o princípio e as estratégias de comunicação para o desenvolvimento.





O RÁDIO

A facilidade de transportar um aparelho de rádio e o alcance de suas ondas sonoras fazem com que ele esteja em toda a parte (dentro e fora de casa). A isto, acrescenta-se o facto de qualquer pessoa, mesmo analfabeta, poder escutar o rádio. É também o facto de se poder ouvir rádio em qualquer momento: quando se acorda, trabalha ou adormece.

A grande penetração do rádio dá-nos a consciência do papel educativo que ele possui. É em função desta consciência, também da nitidez da comunicação e do respeito ao ouvinte que a linguagem **CORRECTA** se impõe na transmissão radiofónica.

Por isso, a transmissão radiofónica exige uma linguagem:

NÍTIDA: dizer as palavras de forma correcta.

SIMPLES: Todos devem compreender o que se diz.

RICA: as variações devem priorizar um vocabulário corrente ou palavras que as pessoas falam e conhecem

REPETITIVA: Temos de repetir as mensagens porque nem todos os ouvintes escutam rádio ao mesmo tempo

FORTE: Utilizar verbos que exprimem acção

CONCISA: Evitar a utilização de palavras que baralham o ouvinte

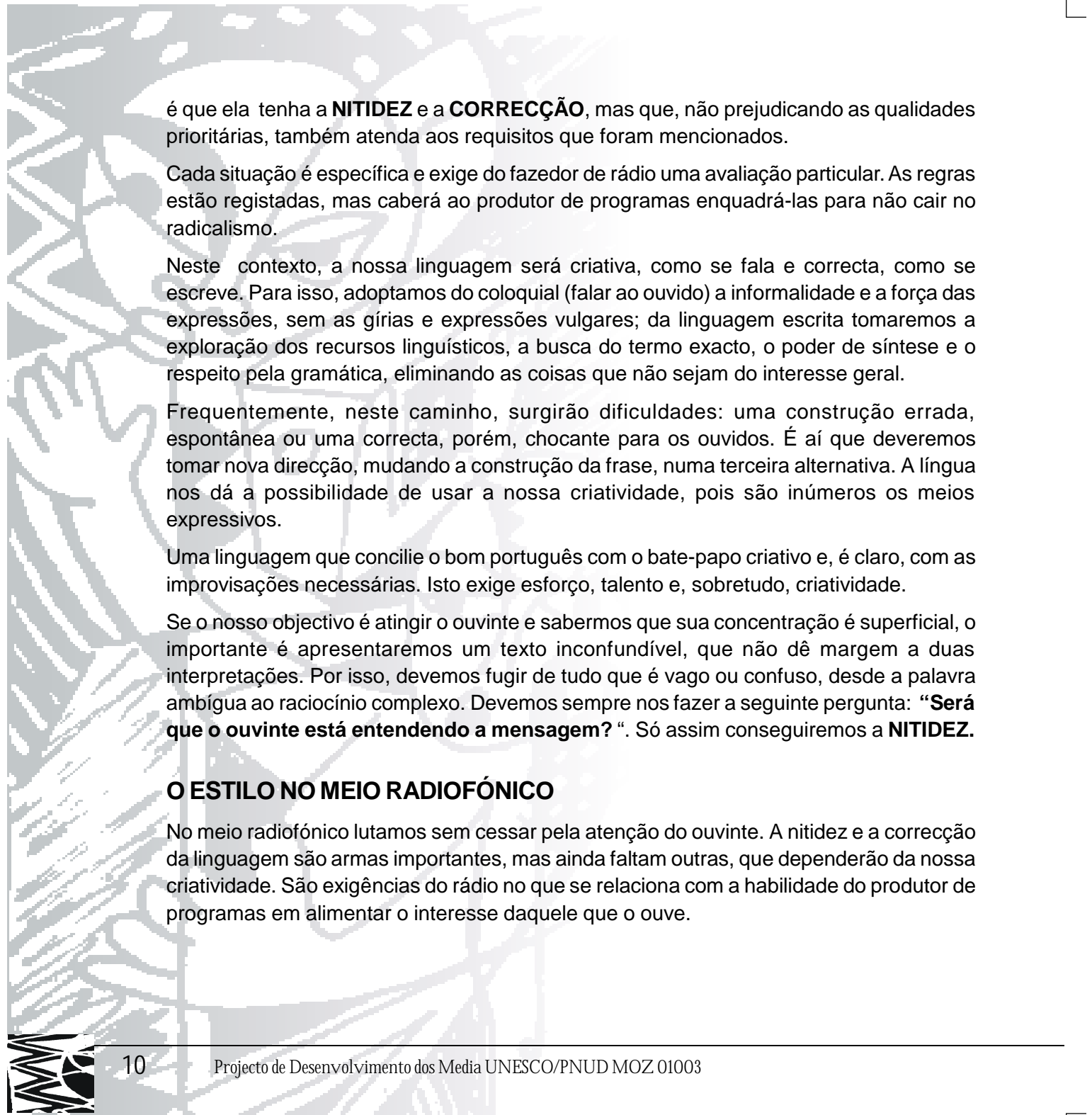
CORRECTA: Usar palavras que não ofendam o ouvinte

EVOCATIVA: As mensagens devem falar das pessoas e elas devem ter espaço para falar delas próprias.

Não é fácil conciliar todos estes requisitos. Ser claro, exacto, repetitivo nas ideias básicas e, ao mesmo tempo, conciso, é um desafio. No mesmo processo, é difícil, às vezes, apresentar uma linguagem correcta, sem criar barreiras em relação ao ouvinte. Vamos, por isso, apresentar uma série de regras que não podem, de maneira alguma, retirar a criatividade e nem tão pouco, empobrecer a linguagem.

Aceitemos o desafio! Dificuldades são a rotina do nosso trabalho. Vamos buscar uma linguagem adaptável a todas as exigências do meio radiofónico. O importante e prioritário





é que ela tenha a **NITIDEZ** e a **CORRECÇÃO**, mas que, não prejudicando as qualidades prioritárias, também atenda aos requisitos que foram mencionados.

Cada situação é específica e exige do fazedor de rádio uma avaliação particular. As regras estão registadas, mas caberá ao produtor de programas enquadrá-las para não cair no radicalismo.

Neste contexto, a nossa linguagem será criativa, como se fala e correcta, como se escreve. Para isso, adoptamos do coloquial (falar ao ouvido) a informalidade e a força das expressões, sem as gírias e expressões vulgares; da linguagem escrita tomaremos a exploração dos recursos linguísticos, a busca do termo exacto, o poder de síntese e o respeito pela gramática, eliminando as coisas que não sejam do interesse geral.

Frequentemente, neste caminho, surgirão dificuldades: uma construção errada, espontânea ou uma correcta, porém, chocante para os ouvidos. É aí que deveremos tomar nova direcção, mudando a construção da frase, numa terceira alternativa. A língua nos dá a possibilidade de usar a nossa criatividade, pois são inúmeros os meios expressivos.

Uma linguagem que concilie o bom português com o bate-papo criativo e, é claro, com as improvisações necessárias. Isto exige esforço, talento e, sobretudo, criatividade.

Se o nosso objectivo é atingir o ouvinte e sabermos que sua concentração é superficial, o importante é apresentaremos um texto inconfundível, que não dê margem a duas interpretações. Por isso, devemos fugir de tudo que é vago ou confuso, desde a palavra ambígua ao raciocínio complexo. Devemos sempre nos fazer a seguinte pergunta: “**Será que o ouvinte está entendendo a mensagem?** “. Só assim conseguiremos a **NITIDEZ**.

O ESTILO NO MEIO RADIOFÓNICO

No meio radiofónico lutamos sem cessar pela atenção do ouvinte. A nitidez e a correcção da linguagem são armas importantes, mas ainda faltam outras, que dependerão da nossa criatividade. São exigências do rádio no que se relaciona com a habilidade do produtor de programas em alimentar o interesse daquele que o ouve.

A FORÇA DA LINGUAGEM

A energia no meio radiofónico é fundamental. Ela deve aparecer em cada palavra e na programação em geral, por isso:

Seja directo: Fale directamente, sem dar voltas ao assunto. A forma directa é mais forte, além de mais nítida.

Despreze as palavras vazias: Evite os meios-termos. Palavras devem ter conteúdo, um significado preciso, para dar força e precisão ao que se quer transmitir.

A força do assunto: não precisa ser espectacular. Pode simplesmente esclarecer. O que é importante é que exista um dado real, correcto, para se transmitir. Para isso, é necessária a rectaguarda de uma pesquisa sobre os assuntos (brochuras, livros, manuais, enciclopédias e entrevistas, histórias dos mais velhos, etc.).

Frases de impacto: as frases dos assuntos é que conquistam o ouvinte. Uma frase que provoque choque, emoção, riso, surpresa, enfim, uma frase que “**sacode**” o ouvinte e lhe provoca curiosidade.

NOTAS IMPORTANTES

Existem algumas normas para se trabalhar com rádio, mas nenhuma deve limitar a criatividade. É interessante que o texto radiofónico comece sempre com o aspecto mais importante da história. O radiojornalismo adopta a fórmula do **3CV; CLAREZA, CORRECÇÃO, CONCISÃO E VIBRAÇÃO**, para prender e manter a atenção do ouvinte. Por isso, é importante que se observe a ordem directa da oração, quer dizer, sujeito, verbo e complemento. Assim:

- § Não misture ideias. Deixe clara a sua informação
- § Dê preferência ao presente verbal
- § Evite formas no plural, preferindo o singular
- § Use o artigo para evitar a telegrafia, que torna o texto monótono



LINGUAGEM RADIOFÓNICA

1. Codificação e Descodificação

Antes de falarmos da Linguagem Radiofónica, importa explicar que uma das funções básicas da rádio é a de **INFORMAR**, **EDUCAR** e **ENTRETER** as pessoas, as comunidades e/ou o povo em geral. Entretanto, quaisquer que sejam os objectivos da rádio, tal como os outros meios de comunicação, ela tem uma linguagem própria, que obrigatoriamente deve ser respeitada.

A rádio, embora dotada de uma tecnologia muitíssimo mais evoluída, ela segue o principio de transmissão e recepção, a **codificação** e **descodificação**, elementos geradores e receptores de sinais. Na rádio, a Linguagem é expressiva em som, nada mais. Ela não dispõem de possibilidades visuais, porque já seria televisão ou cinema.

Quando falamos para alguém em particular, falamos de uma maneira direccionada a essa pessoa e se falamos para milhares de pessoas, sem a possibilidade de contacto visual mútuo, teremos que tornar a falar igualmente para cada um dos ouvintes, “**O ÚNICO**”, traduzindo apenas em palavras e sons aquilo que poderíamos dizer também através de gestos e expressões faciais. Mas para tal, devemos codificar da melhor maneira as nossas mensagens, para que estas possam ser descodificadas pelo nosso ouvinte.

A **Codificação** é a colocação da nossa ideia em palavras. A **Descodificação** é o processo através do qual o destinatário (ouvinte) ouve, percebe as palavras, entende e interpreta, dando-lhes um sentido. Isto é, decifra a mensagem. Um outro componente a ser tomado em conta como elemento interveniente no processo de comunicação é o **RUIDO**. Na rádio ele é particularmente patente.

1.1. O Ruído

Entendemos por **RUÍDO**, tudo o que influencia negativamente no processo de comunicação. Num diálogo bilateral (entre duas pessoas), o ruído pode ser, por exemplo, o barulho de um tractor a trabalhar próximo dos interlocutores, prejudicando a audição de determinadas palavras ou de toda a conversa. Também haverá, certamente, ruído na comunicação se um dos interlocutores falasse por exemplo, o Changana e o outro não falasse esta língua.

O ruído na comunicação tem várias fontes. Elas podem ser de natureza física, intelectual, ideológica, de ordem auditiva, ou de má pronúncia das palavras. No caso da rádio, o canal de transmissão são as ondas electromagnéticas ou hertzianas, recebidas através do receptor (rádio).

Quando escutamos um programa de rádio com a máxima atenção e o mesmo não sofre qualquer tipo de ruído, e é interessante, motivador, dinâmico, com óptimo som no receptor e o indivíduo que ouve não tem absolutamente nenhum problema de ordem auditiva, intelectual, etc., significa que o canal de transmissão é perfeito. Isto é, não tem nenhum ruído.

Tipos de ruídos

Conforme a natureza ou origem, podemos ter vários tipos de ruídos. Eles podem ser:

1. **Mecânicos** – originados pelo corte ou perturbação de transmissão;
2. **Fisiológicos** – motivados pela má audição junto do ouvinte;
3. **Semânticos** – resultantes das palavras ou frases mal construídas e empregues pelo locutor;
4. **Estruturais** – provocados por selecção inadequada de formato;
5. **Influenciadores** – que tem relação com conotações políticas;
6. **Ambientais** – produzidos pelo próprio ambiente onde o ouvinte se encontra.

Observação:

Porém, os programas de rádio nem sempre são caracterizados por ruídos.

2. A Fixação:

A fixação é um elemento importantíssimo para se obter o pleno aproveitamento numa produção radiofónica. Semanticamente, fixar é “prender alguma coisa, reter algo na memória”. No processo de comunicação ocorre a fixação em menor ou maior grau.



A rádio não está livre desta norma. No entanto, coloca-se a seguinte questão: no caso de não entendermos a mensagem podemos solicitar ao locutor que nos repita o que disse? A resposta é: impossível, exceptuando nos casos em que estamos em contacto directo com o estúdio, ou ao telefone, ou no estúdio móvel.

Por isso, no caso da rádio, a solução eficaz é repetir e insistir o que na Teoria de Comunicação se chama de “lei da redundância”. Esta lei, face à fugacidade da rádio, exige que o locutor faça a repetição dos conceitos e noções dos importantes assuntos transmitidos em determinado programa, a fim de assegurar a sua captação pelo ouvinte.

A rádio é o mais fugaz dos veículos de comunicação, visto comportar apenas o canal auditivo. Em consequência, na rádio, a redundância deve ter uma maior aplicação, embora controlada. Redundância em rádio significa voltar ao tema mais de uma vez durante a emissão, ou seja, voltar a expor de forma resumida. Isto ajuda ao ouvinte captar e registar a ideia.

Porém, apesar de a redundância ser absolutamente necessária, em rádio não se pode pura e simplesmente repetir palavra por palavra ou que foi dito antes, pois, fazendo isto, os programas radiofónicos seriam cansativos. Isso seria a “**REDUNDANCIA DE REDUNDANCIA**” o que é mau em radiodifusão.

3. O Script:

A palavra Script é de origem inglesa e significa texto ou roteiro. O Script contém a sequência cronológica da codificação sonora num Programa de rádio. No Script são determinados todos os sons a serem emitidos, sejam eles músicas, efeitos ou a fala humana.

Por outras palavras, o Script, roteiro ou guião radiofónico é a pauta que nos indica como vai ser o programa. Contém os nomes dos personagens e a ordem em que eles intervêm. Ele explica como se deve interpretar. Traz o texto e as suas indicações ao técnico / sonorizador .

Em suma, o roteiro radiofónico é o documento que junta por escrito, todo o material contido num espaço a ser realizado por meio do rádio. Ele marca toda a estrutura de um programa, seus diferentes passos, a forma do manuseio do som e a maneira de se interpretar. O Script pode ser “fechado” ou “aberto”

Script fechado ou de “ferro”:

O Script fechado é aquele que determina todos os sons a serem emitidos, impedindo deste modo a improvisação do locutor no momento da emissão ou gravação do programa. Por isso, também se chama de “ferro” devido a sua rigidez, pois ele faz a combinação da fala, efeitos e música com tempos e sequência bem delineados. Nele constam claramente as orientações com uma sequência exacta a serem seguidas pela técnica (sonoplastia) e contra-regragem (efeitos sonoros) na produção radiofónica.

Script aberto:

O Script aberto é aquele que permite uma maior flexibilidade na apresentação do programa pelo locutor, ele permite que se façam improvisações. Este é o modelo mais adaptado na radiodifusão. Nele são indicados apenas o uso da música ou efeitos sonoros, mas sem determiná-los com exactidão.

Veja exemplo de Script:

CABEÇALHO

O cabeçalho indica o nome do programa, o conteúdo, a data e hora de emissão e o elenco (a equipa que produz o programa):

O cabeçalho ficará assim:

Nome do Programa:	SAÚDE NA COMUNIDADE
Conteúdo:	COMO PREVENIR A MALÁRIA
Data e Hora de Emissão:	06 de Junho de 2003, 16 Horas
Elenco:	
- Produção:	Grupo Editorial da Saúde (Francisco, Pedro, Stella, Lídia, Lurdes e Felizardo)
- Locução:	Pedro e Stella
- Técnica (Sonorizador)	Orlando Jorge



O SCRIPT, TEXTO OU ROTEIRO

É a descrição do conteúdo do programa de forma cronológica, indicando também a voz, a música e os efeitos sonoros, conforme exemplo que se segue:

OO TÉCNICA-	<u>INDICATIVO DO PROGRAMA (GRAVADO)</u>
01 LOCUTOR 1-	Saudação
02- TECN.-	<u>EFEITO SONORO</u>
03- LOC 2-	Apresentação do conteúdo do programa
04- TECN.	<u>MÚSICA RELACIONADA COM O TEMA</u>
05- LOC 1	Desenvolvimento do tema em forma de diálogo
06- LOC 2	Desenvolvimento do tema em forma de diálogo
07- TECN.	<u>EFEITO SONORO</u>
08- LOC 1 e 2	Recapitulação dos principais assuntos abordados ao longo do programa e despedida
09- TECN.	<u>FECHO DO PROGRAMA (GRAVADO)</u>

NOTA IMPORTANTE

O Script é elaborado de forma criativa, permitindo que a história decorra de forma natural e reflectindo o dia-a-dia do ouvinte, razão pela qual o nível da linguagem usada deve ser compreensível, por forma a estabelecer uma comunicação efectiva entre a rádio e o ouvinte.

Na elaboração do Script, há que garantir a presença dos três elementos da linguagem radiofónica: a fala, a música e os efeitos, para que o programa tenha ritmo e seja agradável de apresentar e de ouvir.

4. Como Planificar um Script ou Roteiro Radiofónico?

Para se planificar a escrita de Script ou roteiro radiofónico, devemos tomar em linha de conta os aspectos seguintes:

a) Definir o público ou o grupo alvo, o “outro eu”:

A quem dirigimos o programa. A que sector nos dirigimos. Isto ajuda-nos a ver que nível de linguagem a utilizar e que quantidade de conteúdo dosar, bem como os conteúdos a abordar.

b) O conteúdo, o tema:

O conteúdo ou o tema é a mensagem que pretendemos transmitir. Portanto, o conteúdo deve ter em conta aspectos como a relevância (interessa a comunidade ou ao nosso grupo- alvo?), a necessidade de fazer mudanças positivas na comunidade sem por em causa os valores culturais e tradicionais da comunidade e, mais importante ainda, se é actual e interessante.

Na escolha do conteúdo, há que fazer uma reflexão profunda sobre o seu impacto. Por isso, os produtores de programas devem se lembrar do princípio da comunicação para o desenvolvimento:

- 1. Se quiser escrever um programa que beneficie uma pessoa, pense duas vezes.**
- 2. Se quiser escrever um programa para prejudicar uma pessoa, pense duas vezes.**
- 3. Se quiser escrever um programa para beneficiar uma comunidade, não pense. Escreva logo!**
- 4. Se quiser escrever um programa para prejudicar uma comunidade, não pense. Rasgue-o!**



c) O Objectivo:

Ao se elaborar o Script, temos sempre de pensar sobre o que pretendemos com o programa. Educar? Divertir? Informar? Criar conflitos?

Lembre-se que a Rádio Comunitária tem como objectivo apoiar os programas e projectos de desenvolvimento social de forma inclusiva e harmoniosa. Isto é **Comunicação para o Desenvolvimento!**

5. Como elaborar o Script ou Roteiro:

Para elaborarmos um Script ou roteiro radiofónico, devemos tomar em conta os passos seguintes:

a) Pesquisa:

Ler livros, revistas, jornais e conversar com outras pessoas conhecedoras dos assuntos que pretendemos abordar, bem como com a ajuda da vida das pessoas a quem dirigimos o programa;

b) Rascunho do esquema

Elaborar um esquema daquilo que vai ser o programa:

1. Introdução:

O bom começo do Script ajuda o êxito do programa. Ele deve ser motivador.

2. Desenvolvimento:

Como desenvolver as ideias;

3. Encerramento:

Preparação do ambiente para ouvir o próximo programa. Por isso, deve ser sugestivo.

c) A Redacção do Script:

Quando escrevemos para rádio, escrevemos para sermos escutado e não para lermos. Temos que traduzir as imagens visuais em imagens audíveis. Por isso, devemos obedecer a uma linguagem e estilo conforme se segue:

Linguagem clara, directa, simples e coloquial:

n Clara

Cada parágrafo deve conter uma ideia. Isto implica o uso de palavras fáceis de serem entendidas. Deve usar orações curtas, com menos de 15 palavras;

Exemplo: *A malária é uma doença provocada pela picada do mosquito, mais do que A malária é uma doença provocada pela infestação de mosquitos na comunidade.*

n Directa

Não usar orações subordinadas, nem metáforas complicadas.

Exemplo: *O combate à malária é tarefa de todos nós, mais do que temos de trabalhar de mãos dadas para erradicar a epidemia.*

n Simples

Palavras fáceis e não usar palavras técnicas.

Exemplo: *Há falta de comprimidos para combater a malária, mais do que as unidades sanitárias estão a braços com a falta de fármacos para combater a malária.*

n Frontal

A conversa radiofónica é frontal, íntima e interpessoal. Deve falar-se ao ouvido do ouvinte. É aconselhável usar palavras que são empregues na conversa comum.

Exemplo: Enquanto apresentamos um programa sobre Malária, podemos conversar amigavelmente com o ouvinte. Podemos, por exemplo, dizer assim: *a mamã que está a cozinhar, já viu bem onde guardou os comprimidos? É um lugar seguro? Cuidado, porque as crianças podem tomar.*

O efeito imediato desta conversa é que a senhora a quem nos dirigimos vai dizer-se a si mesma: ***Estão a falar comigo! Estão a ver-me!***

Em seguida, ela vai verificar se os comprimidos estão longe do alcance das crianças.

A rádio terá, então, cumprido a sua missão educativa!



IMPORTANTE:

Para facilitar o trabalho radiofónico, os script's ou roteiros têm um formato específico:

- ◆ **Papel branco: escrito de um só lado à máquina em espaço duplo com letras grandes**
- ◆ **Escrever linhas de 14 a 15 centímetros de comprimento**
- ◆ **Não dividir as palavras ao final da linha**
- ◆ **Não dividir o último parágrafo, no final da folha;**
- ◆ **A música e efeitos sonoros são escritos em maiúsculas, em parênteses e sublinhadas.**

Exercício de Aplicação

1. O que é a codificação na linguagem radiofónica?
2. Como é que se caracteriza o ruído semântico?
3. Explique em suas palavras o que é a Fixação e para que serve?
4. Qual é a diferença entre um Script aberto e o fechado?
5. Escolha um tema e elabore um Script aberto.

REALIZAÇÃO DE PROGRAMAS

Neste capítulo falaremos da realização radiofónica, os efeitos sonoros e a música, suas funções e importância. Finalmente falaremos superficialmente da fala e da locução em rádio.

1. Realização

Entende-se por **realização** a concepção e coordenação da produção de um programa radiofónico, televisivo, teatral ou cinematográfico. A pessoa que concebe e coordena todo o trabalho de produção dum programa radiofónico, televisivo, teatral ou cinematográfico com qualidade para a sua posterior difusão ou exibição, chama-se **Realizador**.

1.1. Efeitos Sonoros

Em rádio, todos os sons que ouvimos nos programas e que imediatamente associamos aos sons característicos de acções, como por exemplo: o som de uma porta abrindo-se, passos do andar de alguém, o ladrar do cão, etc., designam-se **CARACTEROLOGIA SONORA**. Na linguagem radiofónica os efeitos sonoros dividem-se em duas partes, a saber:

n Efeitos de sonoplastia:

Estes efeitos são constituídos por sons naturais e não naturais, gravados.

n Efeitos de Contra-regagem:

Este tipo de efeitos é constituído por sons naturais, tais como ao abrir da porta, o quebrar de um vidro da janela, o barulho de passos na sala, etc.

Os efeitos sonoros dentro da linguagem radiofónica têm as funções específicas seguintes: ambientais, expressivas e ornamentais.

Ambiental :

Quando os efeitos sonoros são empregues como fundos para a conversação. Por exemplo: (sons de buzinas, barulho num aeroporto ou numa estação dos Caminhos de ferro, etc.).



Expressiva:

Quando o som tem um valor comunicativo. Por exemplo: passos do andar dentro de uma sala, etc.

Ornamental:

Quando os efeitos sonoros são usados como complemento para uma cena qualquer. Por exemplo: gritos de crianças jogando a bola, etc.

Como podemos observar, os efeitos sonoros enriquecem a linguagem radiofónica. Como?

Quando associamos a fala aos efeitos, a mensagem torna-se mais realística ao ouvinte e dizemos que passamos a imagem do assunto de que estamos a tratar e, por consequência, criamos condições para que possamos concluir que o **OUVIDO VÊ!**



Todavia, devemos ter em mente que o exagero no uso de efeitos pode conduzir a resultados opostos as esperados, pois eles podem transforma-se em ruídos indesejados e totalmente inúteis.

Por isso, a colocação dos efeitos deve ter em conta o conteúdo do programa, a hora de emissão, o grupo-alvo, entre outros factores.

1.2. A MÚSICA

O elemento Música é, provavelmente, o utilizado com muita frequência nas emissões radiofónicas, por ser o que desperta emoções ao ouvinte. Dentro da linguagem radiofónica, ela tem cinco funções, a saber:

1. Gramatical:

Quando é usada para separar falas distintas, assuntos diferentes.

2. Expressiva:

Quando leva o ouvinte a criar certos estados emocionais. Por exemplo, a música romântica, cuja mensagem é afectiva, lembra momentos bonitos da vida do ouvinte;

3. Descritiva

Quando leva o ouvinte a um determinado universo. Por exemplo: uma boa música angolana levaria o ouvinte “*em espírito*” para Angola;

4. Reflexiva

Quando a música conduz o ouvinte a um estado de reflexão. Por exemplo: após morte de um cantor famoso, uma das suas músicas tocada, levaria inevitavelmente o ouvinte a reflectir a vida e a morte do artista, os seus grandes espectáculos, sobretudo se o ouvinte os assistiu.

A música pode, também ser um factor que pode levar o ouvinte a desligar o rádio. Por exemplo, se o programa fala de necrologia, não faz sentido tocar uma música mexida.



Se o programa fala da malária, não faz sentido tocar uma música cuja mensagem fale de política.

Quando é assim, ao ouvinte restam duas hipóteses: desligar o seu aparelho de rádio ou sintonizar outra emissora.

DICAS PARA SELECÇÃO MUSICAL

- **IDENTIFIQUE E TOQUE MÚSICA LOCALMENTE PRODUZIDA**
- **PROCURE GRAVAR MÚSICA DE ARTISTAS LOCAIS**
- **TOQUE MÚSICA COM MENSAGEM RELEVANTE PARA O TEMA**
- **A MÚSICA DEVE TER EM CONTA A CULTURA DA COMUNIDADE**

1.3. A Fala

A fala é, sem dúvidas, a mais importante para a linguagem radiofónica, por ser a condutora principal da informação radiofónica.

Na linguagem radiofónica, a fala deve ser suficientemente clara e correcta para que a mensagem possa ser perfeitamente compreendida.

As virtudes técnicas traduzem a capacidade de alguém falar algo de forma perfeitamente compreensível, pronunciando as palavras de forma correcta com ritmo adequado e inflexões precisas.

Tecnicamente, a voz humana pode ser analisada com vista ao seu pleno aproveitamento na linguagem radiofónica segundo os seguintes atributos: *Dicção, Inflexão, Timbre e Empostação*.

Dicção:

É a pronúncia correcta das palavras ou a correcta articulação dos sons que compõem cada sílaba fonética, ou seja, a pronúncia de cada palavra deve ser feita de acordo com o seu som característico.

Inflexão:

É a modulação do tom da voz, através da qual é possível traduzir os diversos estados emocionais: alegria, tristeza, raiva, amor, desinteresse, etc.

Por exemplo: dizer **EU TE AMO** é diferente de dizer **EU TE AMO!**

Se dissermos **EU TE AMO** com raiva, a voz soa agressiva e a pessoa a quem nos dirigimos pode se assustar e ficar chocada, embora o conteúdo da mensagem seja carinhoso.

Se dissermos **EU TE AMO** de forma suave, a voz soa carinhosa e a pessoa a quem nos dirigimos fica emocionada e alegre.

Em resumo, a modulação do tom da voz é determinante para a percepção da mensagem por parte do ouvinte.

Timbre:

É o atributo das características pessoais da voz humana. O timbre pode ser grave, mediano ou agudo.

Cada pessoa nasce com a sua voz. Muitas vezes, os locutores têm tendência de alterar o timbre da sua voz, para imitar uma pessoa que acham que tem boa voz. Isso é perigoso, porque força as cordas vocais, o que pode trazer consequências graves para a sua voz.

Empostação:

É a colocação precisa da voz. Ela é conseguida mediante o aproveitamento pleno da dicção e do timbre vocal.



RESUMINDO:

A combinação da voz, música e efeitos sonoros, resultam naquilo que chamamos de Emissão Radiofónica

1.4. A Locução

A voz é um dos componentes mais importantes do trabalho radiofónico. Ela é um meio que pode e deve ser bem educada para ser bem utilizada.

Uma voz que soa bem, agradável e atraente, cativa o ouvinte. Por isso, para fazer uma boa locução, deve-se observar os seguintes requisitos:

- n **Boa voz;**
- n **Respiração bem controlada;**
- n **Articular as palavras por inteiro (não engolir sílabas);**
- n **Respeitar a pontuação;**
- n **Dosar (Medir) o volume da voz. Isto é, não gritar e nem ser íntimo, dependendo do assunto em abordagem.**

RECOMENDAÇÕES E CONSELHOS ÚTEIS

As cordas vocais também podem ser cultivadas.

Fumar muito, gritar e perder noites, prejudica as cordas vocais.

Por isso, treine a sua voz sempre que possível. Leia um texto em voz baixa, pronunciando bem as palavras, movimentando bem a boca.

Leia algo em voz alta, cante alto projectando a voz, bem descontraída.

Os exercícios respiratórios também são aconselháveis: aspirar lentamente, segurar o ar no diafragma.

Pratique palavras difíceis de ser pronunciadas, como por exemplo: otorrinolaringologia

Exercício de Aplicação:

1. Diga como se chama a pessoa que concebe e coordena todo o trabalho da produção dum programa radiofónico ou televisivo?
2. O que é um efeito de sonoplastia?
3. Quais são os requisitos para se fazer uma boa locução?
4. O que entende por dicção?.



PRODUÇÃO DE PROGRAMAS

Neste capítulo procuraremos definir um Programa Radiofónico e a sua produção de forma criativa, na perspectiva da comunicação para o desenvolvimento, que é a base filosófica das Rádios Comunitárias.

A criatividade é a base do sucesso de programas que têm como meta a mudança social nas comunidades e ela parte do pressuposto de que as necessidades de desenvolvimento da comunidade devem ser vistas como direitos inalienáveis e, portanto, passíveis de abordagem nas Rádios Comunitárias, na base da vivência das pessoas no seu dia-a-dia.

A Produção de Programas nas Rádios Comunitárias é feita de forma muito aprofundada, partindo de uma planificação que tenha em vista responder aos desafios de desenvolvimento da comunidade.

Mas como é que isso se faz? Vejamos:

Aconselha-se que os produtores de programas das Rádio Comunitárias estejam organizados em Grupos Editoriais, cada um focalizado numa determinada área da programação, tal como saúde, HIV/SIDA, agricultura, cultura, educação, mulher, criança, desporto, pesca (onde se mostra relevante), democracia e direitos humanos, etc.

Os Grupos Editoriais produzem todos os programas das Rádios Comunitárias, assegurando que um certo número de pessoas, recrutadas e pertencendo a **diferentes comunidades dentro da comunidade** são envolvidas, evitando **estrelas** individuais que comunicam verticalmente e transmitem apenas as suas opiniões.

A programação dos Grupos Editoriais é baseada na análise conjunta da vida da comunidade em áreas temáticas sob sua responsabilidade:

- n Quais são os desafios de desenvolvimento na comunidade?
- n Qual poderá ser o papel da rádio comunitária na sua vontade de moderar, facilitar e buscar soluções dos problemas locais através do envolvimento de todos os segmentos relevantes da comunidade?

Isso significa que os Grupos Editoriais gradualmente desenvolvem um alto nível de conhecimento em relação ao assunto com que trabalham e podem tornar-se os iniciadores locais de mudanças, sempre em contacto com as comunidades de onde eles provêm e

reflectindo as experiências e os sonhos comuns para um futuro melhor, bem como para as soluções concretas de desenvolvimento localmente identificadas.

O trabalho dos Grupos Editoriais é coordenado pelo mobilizador ou outro responsável pela produção de programas nas Rádios Comunitárias.

Por conseguinte, a **PLANIFICAÇÃO DO TEMA** a ser abordado no programa é a condição fundamental para que o mesmo vá ao encontro das aspirações da comunidade. A **PLANIFICAÇÃO TEMÁTICA** inclui:

Definição do Grupo-Alvo

Identificação clara de para quem os nossos programas são produzidos e como, de forma efectiva, os programas irão atingir tal grupo alvo. A identificação clara do grupo-alvo permite uma maior e melhor definição dos conteúdos dos programas a serem produzidos.

Pesquisa

De todos os detalhes do assunto, contactando pessoas mais velhas, as pessoas que directamente trabalham com o assunto, lendo livros ou brochuras, etc. É importante, também, que se faça um exercício de aprofundamento do tema e podermos olhá-lo em diferentes perspectivas, assim; peguemos como exemplo a seguinte palavra, frequentemente usada nos cursos de Programação Criativa:

FRATERNIZOU

Olhe atentamente para a palavra. O que é que descobriu? As respostas são das mais variadas possíveis:

n Tem onze letras

n Não existe no dicionário de Português

n Está dentro de uma caixa



n Está sublinhada

n Não descobrimos nada

n Onde é que vocês (os monitores) querem chegar?

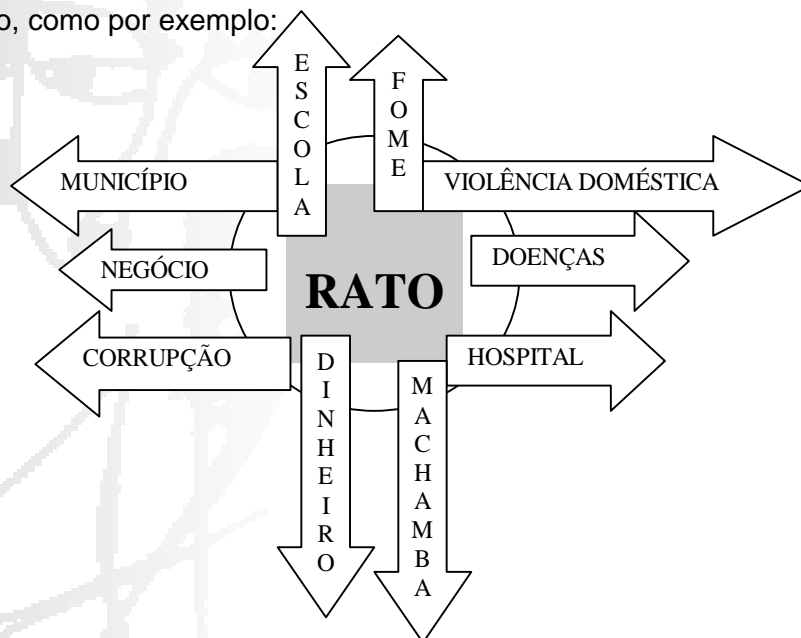
A resposta é simples: **AS VOGAIS (A,E,I,O,U) APARECEM EM SEQUÊNCIA!**

Então pergunta-se: porque é que os participantes não descobriram este detalhe tão simples?

A resposta é igualmente simples: tal como na planificação temática dos programas, o assunto que se pretende abordar é visto superficialmente. Olha-se apenas para a palavra **FRATERNIZOU** e não para o que está dentro dela.

Na Planificação do Tema de um programa que fale de **PRAGA DE RATOS**, por exemplo, podemos fazer o seguinte exercício:

- 1- Escreva a palavra **RATO** num papel ou num quadro;
- 2- Pergunte-se sobre o que a palavra **RATO** lhe lembra;
- 3- Muitas coisas surgirão, como por exemplo:



4- Cada assunto está relacionado com o **RATO**, assim:

- n *As crianças já não vão à **ESCOLA** por causa do **RATO***
- n *O **MUNICÍPIO** está a fazer **NEGÓCIO** com o **RATO** e esse negócio está a beneficiar alguns e a prejudicar os outros (**CORRUPÇÃO**)*
- n *O **RATO** está a provocar **DOENÇAS**, as pessoas vão ao **HOSPITAL** e são obrigadas a pagar muito **DINHEIRO***
- n *O **DINHEIRO** já não é suficiente para comprar comida em casa, porque há que comprar medicamentos para matar o **RATO** , há **FOME** em casa e a mulher sofre **VIOLÊNCIA DOMÉSTICA***

Nesse caso, mais do que produzirmos um programa que fala apenas da **PRAGA DE RATOS**, podemos entrevistar uma mamã e perguntar-lhe sobre os problemas que o senhor **RATO** está a causar na sua casa.

Ela vai dizer, por exemplo, que o senhor **RATO** está a acabar com o amendoim, com a farinha e até com os pratos de plástico. Está também a roer a roupa e que o dinheiro já não chega para as despesas do mês.

A mesma mamã vai dizer que o marido anda muito chateado porque o dinheiro que deixa para as despesas de casa acaba cedo, porque ela tem de comprar medicamentos para matar o senhor **RATO**. Quando ela procura explicar isso ao marido, este fica zangado e espanca-a.

Até aqui, vimos que o senhor **RATO** já provocou muitos estragos: há falta de comida, o dinheiro não chega e a violência doméstica aumentou.

Podemos entrevistar um papá e perguntar-lhe quanto é que recebe por mês. Ele pode dizer, por exemplo, Um Milhão de Meticais.

Deste um milhão, ele deposita quinhentos contos e faz as despesas de casa com os restantes quinhentos contos. **Só que, agora, as despesas de casa aumentaram por causa do senhor RATO**. Portanto, o papá já não poderá depositar quinhentos contos, mas se calhar trezentos.

Um economista vai dizer que a população está a ficar cada vez mais pobre, porque as despesas aumentaram, mas o salário se mantém, tudo por causa do senhor **RATO**.



Podemos, também, entrevistar um médico veterinário para nos explicar o que é o **RATO** e como evitar a sua propagação.

O resultado é que o programa vai falar sobre o senhor **RATO**, mas com muito mais informações úteis e que podem educar a comunidade.

No fim, o script do programa pode ficar assim:

Nome do Programa:	SAÚDE NA COMUNIDADE
Conteúdo:	COMBATE AO RATO
Data e Hora de Emissão:	06 de Junho de 2003, 16 Horas
Elenco:	
- Produção:	Grupo Editorial da Saúde (Francisco, Pedro, Stella, Lídia, Lurdes e Felizardo)
- Locução:	Pedro e Stella, Lidia e Felizardo
- Técnica (Sonorizador)	Orlando Jorge

OO TÉCNICA- INDICATIVO DO PROGRAMA (GRAVADO)

01 LOCUTOR 1 (Stella) - Olá, Pedro. A tarde de hoje está muito agradável. Não há muito sol...

02 LOCUTOR 2 (Pedro)- Olá Stella. É verdade! Comparado com o dia de ontem, hoje o tempo está bom e por isso mesmo acho que o tema do programa de hoje vem mesmo a calhar.

02- TÉCN. **EFEITO: RATOS A GUINCHAR: TOCA/SOBE/PASSA BG/
FUNDE COM VOZ DO LOC 1**

03- LOC 1 São ratos, né? São ratos! Pois bem, o programa de hoje vai falar do Rato. Como se sabe, a nossa comunidade está a viver momentos muito difíceis por causa do Rato. Ele está a acabar a comida, a roer a roupa, a ferir as crianças e há até mamãs que estão a levar porrada por causa do Rato.

- 04- TÉCN. **EFEITO (RATOS A GUINCHAR: TOCA/SOBRE/PASSA BG/CORTA**
- 05- LOC 3 ***Ouviste o que a Rádio está a dizer?***
- 06- LOC 4 ***Ouvi, sim. Estão falando de nós. O que vamos fazer?***
- 07- LOC 3 ***Vamos ouvir! Se calhar querem nos promover!***
- 08- LOC 4 ***Vamos!***
- 09- LOC 2 **É bom que oiçam mesmo, porque neste programa vamos falar de como vamos acabar convosco. Queremos acabar com os ratos na nossa comunidade, porque estamos a ficar mais pobres, como diz o nosso economista João Alberto.**
- 10- TÉCN. **EFEITO TOCA/SOBE/PASSA BG/FUNDE COM VOZ DO ENTREVISTADO**
- 11- LOC 1 **É verdade! A comunidade está a ficar mais pobre porque agora está a gastar muito dinheiro para acabar com o sofrimento que o rato está a causar.**
- 12- LOC 2 **Há dois meses, a população podia tentar comprar uma bicicleta, que custa Um Milhão e Duzentos. Hoje a situação mudou porque a população não pode poupar.**
- 13- LOC 1 **Parece brincadeira, mas é verdade. Eu me lembro do meu tio Manuel que prometeu uma bicicleta ao primo José, se ele passar de classe. Agora como vai ser?**
- 14- LOC 2 **Stella, porque é que quando falámos de um assunto aqui na Rádio, você diz áh, tenho um tio que fez isso, uma prima que fez aquilo...**
- 15- LOC 1 **Já começaste a me provocar. Pensas que é mentira? Agora vais ouvir o papá Joaquim, que está a viver a mesma situação.
Antes, porquê não ouvirmos uma música?**



16- TÉCN.

17- LOC 1

18- TÉCN.

MÚSICA: (RATOS ROERAM TUDO)...

Agora ouçamos o papá Joaquim.

VOZ DO ENTREVISTADO (GRAVADA)...

– Eu recebo um milhão. Há muito tempo conseguia guardar malta quinhentos contos. Agora, a minha mulher não consegue poupar lá em casa. Compra comida, comida acaba cedo. Compra dez quilo de arroz hoje, depois de amanhã arroz acabou. Eu costuma dizer mulher hoje em dia não sabe poupar. Você dá quinhentos contos hoje, amanhã diz áh, comida acabou, áh escola precisa dinheiro, avô dela precisa ir no curandeiro. Tem sempre muitas história.

19- LOC 1

Hummm. Já viu o que o rato está a fazer? O papá Joaquim está a atirar toda a culpa para cima da mamã. Mas ela diz que o culpado é o rato. Como? Vamos ouvir a mamã Inês.

20- TÉCN.

VOZ DO ENTREVISTADO (GRAVADA)...

Aqui em casa, o problema do rato é muito grande. Está a ver estes pratos? Não estavam assim. Acabaram ser comido por rato. Ontem fui no hospital com o Miguelito porque foi comido no pé por rato.. Havia muita bicha. Dona Amélia estava lá com filha dela. Dona Maria estava. Fiz maneira, maneira e ficamos à frente. Paguei muito dinheiro, senão Miguelito não podia ser tratado.

Para este fim, utiliza-se transcrição de entrevista gravada. Aqui é apenas um exemplo das palavras do entrevistado.

Pai de Miguelito fica zangado. Diz eu levei dinheiro dei minha família. Porrada, já!

Eu falei nada, pai de Miguelito, o problema é de Rato. Mas ele, nada só. Mais porrada.

21- LOC 2

Épa! O caso é sério. Mas... vamos ficar com um pouco de música para animar um pouco a mamã Inês. Mamã Inês, esta música é para si e para outras mamãs.

22- TÉCN.

MÚSICA: MULHER, EU TE ELOGIO

23- LOC 1

Pedro, escolheste boa música. Todas as mulheres, como a mamã Inês, são verdadeiras heroínas. Acho que já é altura de nós termos alguém que nos possa explicar o que é o Rato, como é ele aparece e como é que podemos acabar com ele.

24-TÉCN.

EFEITO: RATOS A GUINCHAR: TOCA/SOBE/PASSA BG/ FUNDE COM VOZ DO LOC 2

25- LOC 2

Mas o que é isso?

26- TÉCN.

EFEITO: RATOS A GUINCHAR/TOCA/SOBE/PASSA BG/ CORTA

27- LOC 3

Porque é que eles querem saber quem somos? Até querem saber como é que aparecemos e...

28- LOC 4

Deixa os gajos!

29- LOC 3

Como deixar os gajos? Não vês que querem acabar connosco? Agora vamos lá ouvir o que essa pessoa quer dizer.

30- TÉCN.

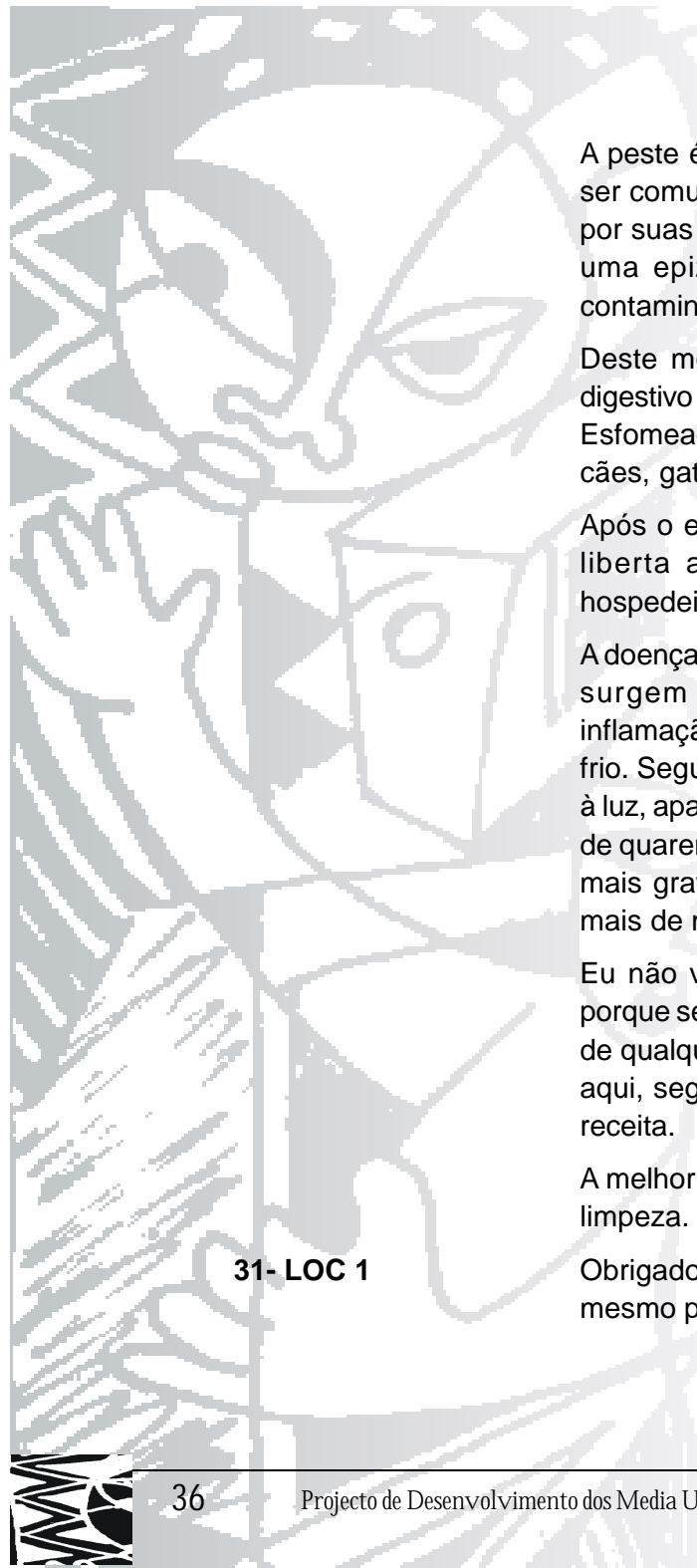
VOZ DO ENTREVISTADO (GRAVADA)

Bem, eu sou o doutor Alexandre. Em primeiro lugar, quero dizer que o Rato é um animal que aparece em sítios sujos. Em sítios que há água suja. Aparece nos buracos das machambas. Aparece nas casas que estão estragadas.

Aqui na nossa comunidade, por exemplo, temos visto que o Rato está a aparecer por causa da sujidade. Há muito lixo acumulado e ninguém se preocupa. Por isso aparece o Rato.

O Rato é um animal que provoca doenças. O Rato provoca uma doença chamada Peste Bubónica. A peste bubônica também é conhecida como peste negra. Esse nome surgiu graças a um dos momentos mais terrível da história da humanidade protagonizado pela doença: durante o século catorze, ela dizimou um quarto da população total da Europa, cerca de 25 milhões de pessoas.





A peste é causada pela bactéria *Yersinia pestis* e apesar de ser comum entre roedores, como ratos, pode ser transmitida por suas pulgas para o homem. Isso só acontece quando há uma epizootia, ou seja, um grande número de animais contaminados.

Deste modo, o excesso de bactérias pode entupir o tubo digestivo da pulga, o que causa problemas na sua alimentação. Esfomeada, a pulga busca novas fontes de alimento como cães, gatos e pessoas.

Após o esforço da picada, ela relaxa o seu tubo digestivo e liberta as bactérias na corrente sanguínea dos seus hospedeiros, que são os gatos, os cães e mesmo pessoa.

A doença leva de dois a cinco dias para se estabelecer. Depois surgem seus primeiros sintomas, caracterizados por inflamação dos gânglios linfáticos e a pessoa começa a ter frio. Segue-se, então, dor de cabeça, sonolência, intolerância à luz, apatia, vertigem, dores nos membros e nas costas, febre de quarenta graus ou mais e delírios. O quadro pode se tornar mais grave com o surgimento da diarreia e pode matar em mais de metade dos casos não tratados.

Eu não vou dizer como é que esta doença se pode tratar, porque senão as pessoas vão começar a tomar medicamentos de qualquer maneira. Primeiro, ainda não temos esta doença aqui, segundo qualquer medicamento deve ser tomado com receita.

A melhor maneira de nós combatermos o rato é fazermos boa limpeza.

Obrigado doutor Alexandre. Na verdade, a melhor maneira é mesmo prevenir do que remediar.

31- LOC 1

- 32- LOC 2 Stella, parece que aprendeste alguma coisa com o programa de hoje. Eu pelo menos aprendi. Sei, por exemplo, que a bactéria que causa a peste bubónica se chama *Yer...*, *yersinia pestis*.
- 33- LOC 1 Lá estás tu. Porque é que gostas de aprender coisas complicadas. Há muitas coisas que o doutor Alexandre ensinou, como por exemplo, que esta doença matou mais de 25 milhões de pessoas na Europa. A população de Moçambique é de 18 milhões de habitantes e a nossa comunidade tem mais ou menos trezentas mil pessoas. Já viu se a doença aparece aqui?
- 34- LOC 2 Não pense uma coisa dessas. Eu sei que nós que vivemos aqui não vamos deixar que esta doença nos ataque. Não vamos deixar que as nossas mamãs tenham problemas em casa.
- 35- LOC 1 Por falar nisso, o Presidente do Município disse que já há um plano para acabar com o rato na comunidade.
- Me parece que o Município quer comprar ratos.
- 36- LOC 2 Esta é uma boa notícia para o papá Joaquim.
- 37- LOC 1 Por isso, papá Joaquim, fique atento. Amanhã nós vamos falar sobre esse assunto, aqui na Rádio Comunitária, neste mesmo programa. É bom ficar atento porque pode haver boas novidades.
- 38- TÉCN. **EFEITO: RATOS A GUINCHAR/TOCA/SOBE/PASSA BG/CORTA**
- 39- LOC 3 *Já ouviste? Eu prefiro ir embora. A Rádio já falou como é que podem acabar connosco. Eu prefiro ir embora. Se você quiser, fica. Eu vou para outro sítio.*
- 40- LOC 4 *Tens razão, mas lá noutra sítio vai ser a mesma coisa. As pessoas de lá também ouvem a Rádio. Esta Rádio também?!!*



41- LOC 1

Esta Rádio também o quê? A Rádio é para isso mesmo. Para acabar com coisas más como vocês. Podem ir onde quiserem, nós estaremos lá com a mamã Inês, com o papá Joaquim, com o senhor economista João Alberto e com o nosso doutor Alexandre. Muito cuidado!

42- TÉCN.

EFEITO RATOS GUINCHANDO A SEREM MORTOS

43- LOC 2

E assim terminámos o programa de hoje, que falamos do combate ao rato na nossa comunidade. Muito obrigado e até ...

44- LOC 1

Espera, espera... Quero deixar um recado para as meninas que agora estão a preparar o jantar: ajudem os papás e as mamãs a acabar com o rato.

Obrigado!

45- TÉCN.

FECHO DO PROGRAMA (GRAVADO)

Muito bem! O programa acabou. Quais são as conclusões que podemos tirar?

- 1- Que o programa **EDUCA** a comunidade sobre os perigos do Rato;
- 2- Que o programa **ENTRETÉM** o ouvinte;
- 3- Que o programa aborda vários aspectos relacionados com o rato, desde os sociais aos económicos e educativos
- 4- Que o programa foi produzido e apresentado de forma criativa, como a conversa entre os locutores e entre os ratos

Muitos programas radiofónicos iniciam bastante bem. Quer dizer, cativam a atenção do ouvinte logo no início e vão perdendo interesse à medida que o tempo transcorre. Isso acontece frequentemente em programas informativos. Em programas educativos, aconselha-se o contrário. Veja os gráficos:

GRÁFICO DE NÍVEL DE INTERESSE DE PROGRAMAS

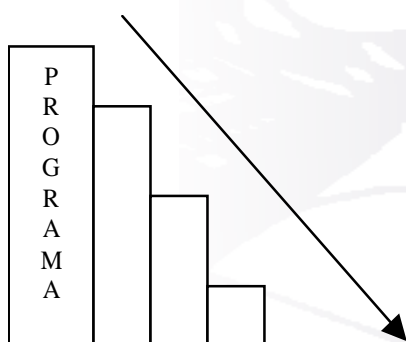


FIGURA 1

As setas indicam o nível de interesse do ouvinte pelo programa

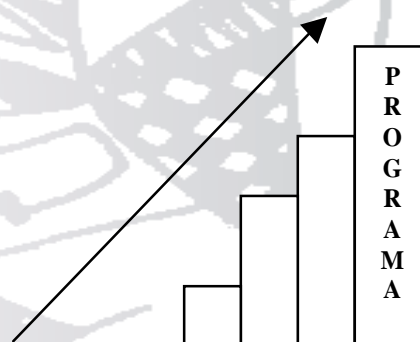


FIGURA 2

Nota-se que, no primeiro gráfico, típico de programas informativos, o interesse do ouvinte baixa à medida que o programa transcorre. Já no segundo, ideal para programas educativos, o grau de interesse do ouvinte aumenta à medida que o programa transcorre.

Por exemplo, os noticiários iniciam sempre com o mais importante, pois parte-se do princípio de que o ouvinte não tem tempo para nos ouvir (figura 1).

A verdade é que à medida que o noticiário é apresentado, o ouvinte fica menos atento e, por conseguinte, o programa regista baixa de interesse.

A figura 2 já mostra um programa que começa com assuntos de pouco interesse e este vai crescendo à medida que o programa é apresentado. O resultado é que o interesse do ouvinte aumenta à medida que o programa é apresentado. O programa atinge o máximo de interesse precisamente na altura em que está a acabar. Isso faz com que o ouvinte fique atento ao próximo programa.



Voltando à **PLANIFICAÇÃO TEMÁTICA**, ela deve incluir outros aspectos como:

a) A definição dos objectivos do programa

- O que é que pretendemos com este programa? Educar? Entreter? Comunicar?

b) A escolha do ângulo de abordagem do assunto

- No exemplo do programa sobre o **Rato**, o ângulo escolhido é de saúde. Poder-se-ia abordar o mesmo assunto num ângulo biológico, onde o objectivo seria explicar ao ouvinte o que o **Rato** é biologicamente. Poder-se-ia usar um outro ângulo, como o histórico, em que o programa falaria da peste bubónica que abalou a Europa no Século XIV.

Na escolha do ângulo de abordagem, é preciso ter em conta a relevância do tema para a comunidade a quem nos dirigimos. Será que faz sentido falar da peste bubónica europeia em Milange, em Chiúre, em Marrupa?

c) A escolha do formato do programa

A escolha do formato tem muito a ver com o assunto que se pretende abordar, tendo em conta os objectivos e o impacto que pretendemos alcançar. Há assuntos cuja mensagem é melhor percebida quando apresentados sob forma de teatro, outros de canção, etc.

Mais adiante, falaremos com detalhes sobre os **Formatos Radiofónicos**.

d) A troca de conhecimentos e experiências, entre os membros do grupo editorial, sobre o assunto em questão

É importante que cada um partilhe com o outro os conhecimentos que têm sobre determinado assunto.

e) A distribuição de tarefas e responsabilidades entre os membros do grupo editorial:

Quem faz as entrevistas? Quem procura os efeitos? Quem edita o programa? Quem grava? Quem procura a música? Quem escreve o script? Quem apresenta? Etc., etc.

f) A elaboração do script;

Tudo está preparado. Resta, agora, escrever o script. Muitas vezes, os produtores de programas escrevem um script usando palavras caras ou gírias jornalísticas baratas, como **de mãos dadas, de costas voltadas, batata quente**, etc.

Na elaboração do script, aconselha-se que:

n Use exemplos:

Os exemplos colocam a informação numa situação em que o ouvinte pode acompanhá-la facilmente. Soa em e é mais compreensível referir que o **moçambicano terá mais pão na mesa do que a economia do país registou um crescimento de dois dígitos**.

n Explique, explique, explique:

Lembre-se que os leitores ou os ouvintes não têm a mesma percepção das coisas que os produtores de programas. Use termos que eles facilmente entendem.

n Use verbos fortes:

Os produtores de programas que tentam usar verbos fortes podem começar a eliminar o verbo “ser” nos seus artigos. “**Ser**” e “**Estar**” e outros membros da mesma família nada fazem do que expressar a existência. Bons produtores de programas encontrarão verbos que expressem acção. **Os militares entraram em greve, do que os militares estão em greve**.

n Evite linguagem difícil:

O director da agricultura pode dizer que o seu sector distribuiu **insumos agrícolas**, quando quer dizer **enxadas, catanas, machados**. O economista pode dizer **recursos financeiros** quando pretende referir-se a **dinheiro**.

n Evite o negativismo:

*Os camponeses não atingiram o nível de produção agrícola planificada para este ano, no lugar de a **produção agrícola foi baixa este ano**.*





n Use frases curtas e palavras familiares e concretas:

Tente transmitir uma ideia usando entre 20 e 25 palavras no máximo, porque as frases com mais de 30 palavras tornam a leitura e a compreensão difícil.

n Evite a utilização de verbos extras:

Evite o uso de verbos desnecessários. Não diga: ***“todos os interessados em participar no concurso podem inscrever-se”***. Diga, antes: ***“todos os interessados no concurso podem inscrever-se”***. Eliminámos o verbo **Participar**.

n Evite a utilização de nomes extras:

Não é necessário usar muitos nomes quando o verbo encerra algum significado. Não diga: ***“o oficial da polícia fez uma inspecção de rotina, a qual constatou que o carro era roubado”***. Diga: ***“A inspecção policial de rotina constatou que o carro era roubado”***. Se a inspecção constatou algo, podemos seguramente assumir que o oficial da polícia fez a inspecção.

ALGUNS TRUQUES PARA ESCREVER BEM

1. **Identifique o tema de forma clara:** se tiver dúvidas, pergunte a si próprio: **o programa tem mesmo de ser feito?** Se a resposta for sim, pergunte-se de novo: **terei recolhido dados suficientes? Terei reunido todos os factos?**
2. **Pense no tema com profundidade**
3. **Reporte as consequências aos ouvintes.** Os ouvintes não ligam patavina aos processos governamentais, mas estão preocupados com as consequências que as decisões governamentais podem afectá-los.
4. **Seja criativo.** A criatividade deve ser resultado de uma boa recolha de dados e seu processamento, não meramente o uso de palavras bonitas. Evite a prosa pretensiosa.
5. **Faça uma análise profunda, não se concentrando apenas no superficial.** Uma análise profunda do que se pretende escrever inclui mas não limita os seguintes aspectos:
 - Fazer a pergunta “porquê”. Esta pergunta permite-nos descobrir a história por detrás da história;
 - Identificar-se com a história;
 - Chegar a conclusões que podem ser justificadas com factos;
 - Ter uma variedade de fontes para o mesmo assunto.
6. **O ouvinte não quer simplesmente ser informado, quer que os acontecimentos lhe sejam mostrados.** Façam com que cheirem, sintam, ouçam, vejam e sintam a história. Descreva as pessoas e as situações por formas a que o público saiba o que você sabe. Se a sua história o leva a um local horrível, leve o leitor ou o ouvinte ao local, descrevendo-o na base do que vê, do que sente e do que ouve.



DICAS PARA UM BOM COMUNICADOR DE RÁDIO

- 1- Converse, não leia.
- 2- Seja cortês, fale sorrindo.
- 3- Falando rápido, a voz fica mais fina.
- 4- Não movimente folhas perto do microfone.
- 5- Diga “Você” e não Vocês.
- 6- Gesticule, movimente-se.
- 7- Trabalhe imaginando o ouvinte... e induza-o a pensar no objectivo da programação. Fazer o ouvinte imaginar, pensar, raciocinar é a grande virtude da rádio.
- 8- Não respire forte perto do microfone.
- 9- Prepare-se bem. Saiba tudo o que vai falar e quando. Programe-se bem e fale com convicção. Lembre-se que, em rádio, a voz é tudo. Se esta falha, falha todo o processo de comunicação.
- 10- Deixe seus programas em dia. Não se atrase. Não deixe o ouvinte sem o *seu* programa.
- 11- Esteja actualizado. Ouça e veja noticiários. Exercite a pronúncia de nomes de pessoas e de lugares. Leia os jornais e boas revistas.
- 12- Quando gravar um programa, tenha em atenção:
 - a) Anexar uma etiqueta contendo o nome do programa, datas...
 - b) Ao se escrever, cumprimenta-se, pede-se resposta do locutor, pede-se a participação do ouvinte...
 - c) Grave música que combina com o assunto.
- 13- Utilize as datas comemorativas do calendário. Datas especiais merecem ser lembradas e comemoradas...
- 14- Ouça o seu programa. Peça aos seus amigos para fazerem críticas.
- 15- **Amarre** o ouvinte com a próxima atracção. Mencione o programa, ou um pedaço da música que vai ser apresentado logo a seguir.

17- Factores para uma boa locução:

- a) linguagem clara.
- b) Frases curtas
- c) Correcta dicção (pronúncia).
- d) Linguagem simples inclusive para ideias profundas.
- e) Explicar termos desconhecidos.

18- Ser autêntico, ter o seu próprio estilo. Espontâneo, sem formalismos.

19- Não rebuscar...usar timbre, tom e volume de voz natural.

20- Tirar da ideia que fazer rádio é um púlpito... Mas lembrar que é uma conversa de amigos...

21- Linguagem objectiva, descritiva, apropriada com verbos e advérbios adequados. Evitar uso de adjectivos.

22- Saber explorar a sã repetição. **“A repetição é a mãe do saber”**. Lembrar que a audiência da rádio está em constante mudança.

23- Uma ideia deverá ter no máximo 2 a 3 minutos. Se for maior, usar blocos, ou diálogo com outra voz.

24- Se possível, sempre escrever o que vai falar. O texto determina o alto grau de qualidade e a locução do programa.

25- Evite chamar o ouvinte de **“ouvinte”**. Pode chamá-lo de **amigo ouvinte**.

27- Não se prenda ao telefone... é uma ilusão... Mais vale milhares de ouvintes, do que dar tanta atenção a uma pessoa na linha telefónica. Ser cortês sim, mas objectivamente.

28- Escolha vinhetas apropriadas para o contexto.

29- Antes de passar um spot publicitário, anunciar que agora teremos um espaço de publicidade.

30- Anote anormalidades no livro de ocorrência. Queda de energia, falta de equipamentos, etc.



31- Escute e ouça Rádio. Diversas emissoras, de diversos lugares e em horários diferentes.

Dica: quando viajar, pergunte qual a rádio mais ouvida, ouça e descubra as razões do sucesso.

32- Leia bons livros da área. Participe de cursos. Seja amigo de comunicadores experientes.

ANÁLISE PÓS-EMISSÃO

O programa já foi produzido e transmitido. A análise pós-emissão tem por objectivo melhorar a qualidade dos programas seguintes, quer sob ponto de vista de conteúdos quer da própria apresentação.

A Análise Pós-Emissão significa encontrar respostas para as seguintes perguntas:

- a) O programa alcançou os objectivos estabelecidos?
- b) O programa terá contribuído para alguma mudança na comunidade?
- c) O formato escolhido foi o mais adequado?
- d) O script foi bem elaborado?
- e) Haverá algum assunto abordado superficialmente?
- f) Haverá algum assunto que mereça seguimento?
- g) Qual terá sido a reacção do ouvinte?
- g) E mais importante ainda:

O QUE FAZER PARA QUE O PRÓXIMO PROGRAMA SEJA MELHOR?

OS FORMATOS RADIOFÓNICOS:

A combinação dos três elementos da linguagem radiofónica (fala, música e efeitos sonoros) o que convencionalmente se chama programa de rádio, advém da “programação”, que é a sequência dos três elementos e pela variação desta organização e combinação ao que chegamos aos denominados **FORMATOS RADIOFÓNICOS**, ou seja, os diversos tipos de programas de rádio. Fundamentalmente existem cinco formatos radiofónicos básicos, que são:

1. Informativo;
2. Musical;
3. Dramatizado;
4. Revista;
5. Propagandístico.

Porém, não obstante a existência de tantos formatos radiofônico, o que se vê na prática é a fusão de diversos formatos em apenas um programa. Isto acontece porque a linguagem radiofônica exige ritmo e variação para que ela se mantenha sempre dinâmica.

Como já nos referimos atrás, a rádio possui apenas um canal de recepção, o auditivo. Ele pode ser substancialmente sujeito à influências negativas dos diversos tipos de ruídos e cabe à produção evitar a ocorrência de tais interferências.

Os factores que determinam a escolha de um ou outro formato radiofônico, prende-se com os **custos** de produção, o **tempo** disponível na programação, o **conteúdo** que se pretende comunicar, os **recursos** disponíveis para a sua realização e, finalmente o tipo do **público** a que se destina o programa.

De forma geral, quanto mais simples forem os recursos exigidos por determinado formato, menores são os custos para a sua realização. Relativamente ao tempo, existe uma tabela em uso pela grande maioria das emissoras de rádio. Segundo a tabela, o tempo de duração é distribuído entre diversos formatos de acordo com as suas necessidades.

Porém, quanto maior for o volume de informação a ser veiculada, maior será o tempo requerido pelo programa. Quanto aos conteúdos, a definição do formato é feita em função do tema concreto a ser radiodifundido.



AVALIAÇÃO DE PROGRAMAS

Como se disse anteriormente, a Rádio Comunitária persegue um objectivo específico no contexto social das comunidades: a criação de mudanças sociais positivas que conduzam ao desenvolvimento multifacético.

Na base deste princípio, torna-se importante que cada Rádio Comunitária faça uma avaliação das mudanças no conhecimento, atitudes e comportamento da comunidade, resultantes do acompanhamento dos programas da Rádio.

Neste capítulo, a abordagem da avaliação será feita muito resumidamente. Assim, para maior aprofundamento deste tema, recomendamos a leitura do Manual de Pesquisa, editado pelo Projecto de Desenvolvimento dos Media em Moçambique.

A avaliação é feita com os seguintes objectivos:

- n Averiguar se os programas da Rádio estão a ter algum impacto na vida das pessoas;**
- n Para melhorar o funcionamento da estação;**
- n Para melhorar a comunicação e o relacionamento entre o pessoal da Rádio e a comunidade;**
- n Para partilhar experiências com outros;**
- n Para dar a conhecer as realizações da Rádio ;**
- n Para estabelecer parcerias com organizações de desenvolvimento;**
- n Para procurar financiamentos**

A avaliação irá ajudar a Rádio a conhecer quem escuta os programas, a verificar se os programas estão a ser transmitidos nas horas e períodos de emissão estabelecidos e se as emissões são ouvidas sem interferências.

COMO FAZER A AVALIAÇÃO?

Há vários métodos de avaliação. Como se sabe, as Rádios Comunitárias têm dificuldades financeiras e por isso sugerimos, aqui, alguns métodos baratos e práticos:

- n Cartas dos Ouvintes:** estas podem ser uma fonte rica de opiniões do ouvinte sobre o conteúdo, o horário e a qualidade dos programas.
- n Comitês de Escuta Colectiva:** os Comitês de Escuta Colectiva reúnem-se regularmente, na presença de um dos responsáveis da Rádio Comunitária e de um facilitador para discutir abertamente as suas opiniões em relação aos programas.
- n Concursos:** a Rádio Comunitária pode organizar concursos sobre um determinado assunto, abordado num programa específico, para avaliar o nível de compreensão dos conteúdos transmitidos.
- n Telefonemas:** nos programas em que o ouvinte participa através do telefone, a Rádio Comunitária pode fazer algumas perguntas – não muitas- sobre a programação, os horários, os conteúdos, etc.

ATENÇÃO!

O grande perigo no trabalho da avaliação é a Rádio Comunitária não fazer uso das informações obtidas. Por exemplo, se o ouvinte diz que o conteúdo do programa da Saúde deveria ser melhorado nos aspectos **X** e **Y**, é bom que tais opiniões sejam tomadas em conta nos programas seguintes. Caso contrário, o ouvinte muito dificilmente dará mais contribuições.

Por isso, ao se fazer a avaliação, a Rádio Comunitária deve ter certeza e estar disposta a implementar as opiniões que julgar úteis e importantes.





BIBLIOGRAFIA:

- FERRINHO, Homero. - Comunicação Educativa e Desenvolvimento Rural.- Porto: Edições Afrontamento, 1993.
- BITTI, Pio Ricci; ZANI, Bruna.- A Comunicação como processo Social.- Lisboa: Editora Estampa, 1977.
- DIDONÉ, I.M.; MENESES, J.E. (orgs.) - Comunicação Política: A Acção Conjunta das ONG's. - São Paulo: Paulinas, 1995.
- LERNER, Daniel; SCHRAMM, Wibur.- Comunicação e Mudança nos Países em desenvolvimento. - São Paulo: Edições Melhoramentos, 1973.
- MESQUITA, Mário (org.).- Comunicação e Política. -Lisboa: Edições Cosmos, 1995.
- ILALE, Sofia Ibraimo.- A Importância dos Programas Educativos nas Rádios Comunitárias, 1999.
- VALÁ, Salim Cripton. - Estratégia de Desenvolvimento de Rádios Comunitárias em Moçambique, 1999.
- ARAÚJO, José Paulo.- Marketing para uma Sociedade Não Anónima.

