

# **MANUAL DE FORMAÇÃO JORNALISMO EM RÁDIO**

**Programa de Reforço de Capacidades dos Órgãos  
de Comunicação Social de Guiné-Bissau**

Entidade Formadora









## FICHA TÉCNICA

**Texto:** Carlos Raleiras

Jornalista desde os 18 anos. Quadro da TSF durante 14 anos e colaborador permanente da Sport Tv entre 1999 e 2005. Experiência nos mais variados contextos jornalísticos sobretudo em grande reportagem em vários pontos do globo com alguns trabalhos premiados, nomeadamente: 1999 “Furacão Mitch” – Menção Honrosa da Casa da Imprensa, 2005 “Imigrantes – Fronteiras à Margem do Sonho” – Grande Prémio de Jornalismo do ACIME – Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas. Fundador e responsável editorial da produtora de rádio e televisão PGM desde 2005.

**Revisão:**

**Data:**

O PAANE - Programa de Apoio Aos Actores Não Estatais “*Nô Pintcha Pa Dizinvolvimentu*” é um programa financiado pela União Europeia no âmbito do 10º FED. Este Programa, sob tutela do Ministério dos Negócios Estrangeiros, da Cooperação Internacional e das Comunidades, é implementado através da assistência técnica de uma Unidade de Gestão de Programa gerida pelo consórcio IMVF / CESO CI.

O PAANE, no âmbito do reforço de capacidades dos Órgão de Comunicação Social de Guiné-Bissau, desenhou um programa dirigido às **rádios comunitárias** e um programa de reforço dirigido às aos órgãos de comunicação social: **rádios de vocação nacional, jornais e TVs Comunitárias**. O presente documento faz do programa desenhado para os órgãos de comunicação social.



# **ÍNDICE**

## **Conteúdo**

FICHA TÉCNICA .....	3
ÍNDICE.....	4



## Escrita Jornalística em Rádio

“Escrever para o Ouvido”

Síntese

- A escrita jornalística adaptada à Rádio é algo muito preciso que dá aos ouvintes com grande simplicidade tudo que lhe condiciona o dia-a-dia informativo, tudo o que o comove, diverte ou indigna. É um instrumento profissional testado que está ao serviço dos ouvintes...
- O êxito da narração na Rádio resulta da linguagem simples mas também do ângulo de abordagem (ou foco). A escrita radiofónica resulta pela escolha prévia de um ângulo de abordagem. Escolhe-se o foco da escrita (da notícia) pela relevância, pelo impacto, pelo ineditismo. O fluxo que chega ao ouvinte deve ser como um comboio que depois de entrar em alta velocidade não volta atrás, segue o destino com linearidade, rapidez e sem abrandamentos...
- Ser prático na apresentação das ideias é o melhor caminho. O “delete” do computador é um dos melhores amigos do jornalista quando subsiste a mínima dúvida sobre o que acabou de escrever.
- O processo de selecção dos factos é crucial e devem ser privilegiadas as informações que sejam novidade para os ouvintes e que possam ser-lhes úteis. Além da regra do “lide” não se esqueça: as melhores informações não devem ser despejadas de uma assentada. Nas peças mais longas devem ser criados “picos de interesse” para surpreender o ouvinte e sobretudo para lhe manter a atenção.

- Quem nunca ouviu um noticiário ou parte de um serviço de notícias e no fim ficou sem perceber exactamente o que se pretendeu dizer? Isso é o resultado da incompetência ou desatenção do jornalista que frustra o ouvinte porque em algum momento se perdeu algo para a compreensão da notícia. Uma escrita radiofónica deficiente produz quase sempre omissões informativas.
- Terminada a redacção da notícia ou mesmo quando a estamos a escrever devemos interpretá-la ou “lê-la” em voz alta para nos apercebermos de alguma falha no texto.
- A escrita da notícia só deve começar quando temos a certeza de ter compreendido correctamente todos os factos da informação. Quem não interpreta bem inevitavelmente vai escrever mal.
- Ao jornalista não basta dizer. Exemplo: a subida do IVA. A notícia será sempre mais credível quando ao dizer que a taxa vai aumentar 2% se acrescentar a voz do Ministro das Finanças.

*“A escrita vigorosa é concisa. Uma frase não deve incluir palavras desnecessárias, um parágrafo não deve conter frases desnecessárias, pela mesma razão que um desenho não deve incluir linhas desnecessárias, nem uma máquina deve conter peças desnecessárias. Isto não obriga a que todas as frases do jornalista sejam curtas ou que ele evite toda a espécie de detalhes e trate as personagens em forma de esboço. Ele está apenas obrigado a que todas as palavras que usa tenham um significado claro e que contribuam para a clareza e interesse da história que está a ser contada.”*

- William Strunk,  
Comunicador e Pedagogo



**Notícia** é um relato de um acontecimento atual com objetividade, ou seja, a notícia é tratada com o máximo de rigor, não admitindo que o jornalista dê opinião ou faça comentários aos factos apresentados. Estes devem falar por si. A notícia tem de ser breve, sucinta e concisa e deve despertar interesse.

Algumas palavras subjacentes ao conceito de notícia: Atualidade; proximidade; notoriedade; curiosidade/raridade; conflito/polémica; mistério/expectativa; emoção; consequência (notícia puxa notícia).

Em termos estruturais, na rádio, a notícia é composta por 2 partes: o “lead” e o corpo da notícia e segue a técnica da pirâmide invertida.

O lead resume a notícia ao mesmo tempo que deve dar o máximo de informação respondendo às seis questões: Quem?; O quê?; Quando?; Onde?; Como?; Porquê?

O corpo da notícia tem como função desenvolver os temas iniciados no “lead”.



**Entrevista** pode ser considerada como um subgénero na medida em que funciona como um meio de recolha de informação para a criação de notícias e reportagens. A entrevista baseia-se na busca direta de informações através da formulação de perguntas. Pressupõe a existência de um entrevistador e um entrevistado. A estrutura mais comum é a de pergunta - resposta. A entrevista deve ser entendida como uma técnica de obtenção de matéria de interesse jornalístico por meio de perguntas. Na entrevista misturam-se a provocação do jornalista e a sua força descriptiva com a reação e os comentários do entrevistado, nas réplicas às questões formuladas.

O entrevistador deve levar o entrevistado a dar as respostas que considera serem as mais relevantes e que o auditório espera ouvir. É fundamental estar bem documentado ou pelo menos bem preparado e familiarizado com os temas abordados na entrevista para poder fazer as perguntas certas e mais pertinentes. Na preparação da entrevista deve ser elaborada uma lista das perguntas utilizando linguagem coerente e de fácil compreensão.



Há uma forte relação entre notícia e entrevista. Todas as notícias prescindem de uma entrevista mas preferencialmente a entrevista para ter sucesso deve dar a conhecer factos os acontecimentos passíveis de serem transformados em notícia.

A entrevista, além de ser um gênero específico, é uma técnica que dá vida a quase todos os outros gêneros. É através dela que a maioria da produção jornalística é obtida. Imaginemos um desastre ecológico, por exemplo. Os meios de comunicação enviam os repórteres para cobrir o acontecimento. É através das entrevistas aos protagonistas, aos envolvidos na tragédia, que se acrescentam dados novos na produção jornalística. O uso da entrevista é muito comum porque confere maior credibilidade à informação, uma vez que o próprio sujeito da ação está presente no produto jornalístico.



**Reportagem** implica falar em ação, ou seja, o jornalista desloca-se ao local do acontecimento para recolher informações necessárias que lhe permitam elaborar um texto ou uma narração do acontecimento.

A reportagem é muito utilizada quando se tem a percepção jornalística que um determinado facto é de interesse coletivo e merece destaque especial. Este género aprofunda mais a informação buscando dar ao ouvinte uma visão mais ampla sobre o assunto. O repórter relata os acontecimentos de forma objetiva e não os interpreta.

Quanto à estrutura a reportagem deve ser constituída pela abertura e corpo. A abertura tem a função de despertar interesse sendo importante a narração de acontecimentos que despertem a atenção e a expectativa dos ouvintes.

No corpo da reportagem explicam-se e responde-se sobretudo a duas questões: Como? E Porquê? O jornalista tem de explicar e descrever, informando e não esquecendo nunca que as conclusões cabem sempre aos ouvintes e não a ele. Na reportagem deve-se buscar o máximo de detalhes possíveis. O repórter deve ser criativo sem ser sensacionalista. É importante que traga fontes especializadas, se for o caso, protagonistas do acontecimento, testemunhas, órgãos oficiais e o que mais for preciso para que o público receba essa informação de uma forma especial.

Ao aprofundar o tema podemos subdividir a reportagem em dois escalões, ou níveis: a reportagem simples e a grande reportagem com o objetivo multiangular da atualidade para que os ouvintes interpretem e tirem as suas conclusões. Entende-se neste caso a grande reportagem sobre um determinado facto ou acontecimento reportado sobre várias vertentes que possam enriquecer o trabalho do jornalista. É imperativo nesta situação ouvir os múltiplos lados em confronto, o que vai dar maior equilíbrio e credibilidade ao produto jornalístico. A reportagem e a grande reportagem apresentam características distintas. A reportagem propõe o simples relato de um acontecimento de interesse público enquanto a reportagem alargada deve instigar o julgamento, a análise do próprio consumidor da informação.

**Comentário** pode ser o complemento de uma notícia ou reportagem. Como os dois géneros jornalísticos anteriores não permitem opinião, o jornalista para enriquecer um noticiário ou reportagem pode procurar um comentador ou especialista reconhecido para comentar determinado acontecimento ou facto. Ao trazer para a rádio o comentário de alguém é necessário anunciar previamente aos ouvintes quem se vai escutar. Ao nome do comentador ou especialista deve ser acrescentado que se vai ouvir exatamente uma comentário ou uma intervenção de alguém que irá acrescentar um ponto de vista subjetivo. Este alerta serve para o auditório estar avisado sobre a natureza do que vai ouvir em seguida.

Não é consensual mas já existem estudiosos que classificam as **Estórias de Vida** como mais um género jornalístico porque se trata de informação com características bem definidas. No fundo trata-se da utilização de narrativas biográficas em diversos conteúdos jornalísticos e que aproximam o auditório do protagonista. Habitualmente são reportagens com impacto emocional que suplantam até mesmo o valor da notícia.



# **Contributos Teóricos sobre Produção Radiofónica**



## **OS PROGRAMAS**

Há diferentes tipos de rádios, desde públicas, passando por comerciais, religiosas, comunitárias... no entanto, qualquer que seja a estação de rádio, esta funciona em regime de emissões, as quais integram espaços noticiosos, magazines, programas, etc. Os programas radiofónicos – são géneros jornalísticos multiformes, que incluem voz, efeito e música. Os programas podem integrar na sua composição final vários géneros, como entrevistas, debates, mesas redondas, reportagens, folhetins... Os programas dependem simplesmente da imaginação de quem os produz.

Conhecer o público (audiência), as suas características, os seus gostos e as suas expectativas equivale a produzir programas que sejam apreciados. Ninguém tem tempo nem quer escutar na rádio o que não gosta. Os ouvintes aprendem a conhecer e a reconhecer os programas, que passam em dias e horas certos, de acordo com a grelha de programas (que constitui uma espécie de agenda radiofónica).

É o equilíbrio geral da grelha que vai dar à estação uma imagem e uma identidade próprias, aspetos indispensáveis ao sucesso da rádio.

O ideal é que os programas radiofónicos possam prender a atenção dos ouvintes durante o período de emissão. Existem dezenas de tipos de programas, mas todos têm, pelo menos, uma característica comum: são realizados com uma preocupação de gestão muito rigorosa do tempo.

# NA RÁDIO TUDO É SOM

Não se esqueça dessa máxima: na radiodifusão, o único meio de trabalho é o som. Tenha em conta o seguinte:

- O ouvinte tem uma opção (o botão de ligar e desligar o receptor); por isso, obtenha a sua atenção e mantenha essa atenção.
- A mente não pode conservar muita informação; por isso, limite os factos, pormenores e o número de conceitos a introduzir num programa. Encurte sempre que possível.
- A rádio é um meio de comunicação de uma só via; por isso tem de ser compreendido à primeira. Simplifique.
- O significado das palavras é também transmitido pela voz: saiba onde enfatizar, onde mudar a inflexão, onde fazer a pausa e como pronunciar. Tudo isto é fundamental para uma boa compreensão do significado do que se está a dizer.
- Aprendemos mais depressa através do sentido da vista; por isso, devemos criar “imagens” com a ajuda de efeitos de som apropriados, de maneira a colmatar essa falta.
- Falamos para pessoas isoladas (indivíduos). Escutar rádio é uma atividade pessoal mesmo quando nos dirigimos a um grupo.
- Uma dimensão extra é conseguida com a utilização do som não-verbal (música e ruídos não só a comunicar informação, mas também na criação de interesse, a influenciar sentimentos e emoções e a estimular a imaginação).
- Mesmo um ouvinte atento (e muitos estão somente meio atentos) não pode ouvir e compreender informação transmitida a uma velocidade fluente e conversacional; por isso, abrande a leitura.
- Compreenda o que está a ler. Pratique a leitura em voz alta. Na apresentação dos textos, dê a ideia de que está a falar e não a ler.

## O Alinhamento / Script / Roteiro / Guião

Todos estes termos designam o mesmo documento-instrumento fundamental na produção radiofónica tanto para o jornalista, para o animador, ou para o técnico de som.

O alinhamento contém a sequência cronológica do que acontece ou está previsto para o programa de rádio. É aí que estão descritos todos os sons/mensagens que vão surgir no ar e tanto podem ser notícias e reportagens como músicas ou efeitos. Em suma, é o documento que reúne por escrito, todo o material que vai estar envolvido no programa assim como os tempos previstos para cada matéria. É a estrutura do programa. O guião ou alinhamento é a prova e a garantia de que um programa foi preparado, que o dominamos. É a salvaguarda indispensável contra improvisações, imprevistos e faltas de controle do programa.

## Estrutura de Alinhamento

No cabeçalho é imperativo surgir o nome do programa, o conteúdo, a data e hora de emissão e a equipa que o produz. Estas informações são essenciais até para o arquivamento das matérias.

**Nome do Programa:** Ciéncia em Sintonia  
**Conteúdo:** A ciéncia portuguesa em destaque  
**Data e Hora de Emissão:** 2 fevereiro 2014 - 21 horas (diferido) Antena 1  
**Produção:** PGM  
**Locução:** Carlos Raleiras  
**Técnica:** Joaquim Manuel

### ALINHAMENTO e TEMAS

Segmento	Descrição Conteúdos	Duração	T.Parcial
<b>Abertura</b>	<b>Genérico Musical + Destaque dos assuntos abordados no Programa</b>	00:00:45	00:00:45
<b>Pivot</b>	Introduz o Tema da Semana "Investigação Estrangeira em Portugal", anuncia entrevista de fundo e faz lançamento da Reportagem sobre Tema da Semana que serve de enquadramento e lança pistas para a entrevista.	00:00:40	00:01:25
<b>REPORTAGEM</b>	<b>Reportagem no Laboratório Ibérico Internacional de Nanotecnologia de Braga</b> com investigadores estrangeiros que desenvolvem atividade em Portugal.	00:06:30	00:07:55
<b>Separador Áudio</b>		00:00:00	00:07:55
<b>Pivot</b>	Apresenta entrevistado e lança Entrevista sobre o Tema da Semana - "Investigação Estrangeira em Portugal"	00:00:00	00:07:55
<b>ENTREVISTA</b>	<b>Espanhol José Rivas, Diretor do Laboratório Ibérico Internacional de Nanotecnologia</b> responde a perguntas como: Desenvolvimento de atividades, contributo dos investigadores estrangeiros, desafios académicos e científicos, a nanociéncia e o seu potencial, etc...	00:00:00	00:07:55
<b>Pivot</b>	Conclui Tema da Semana com resumo das ideias chave da entrevista.	00:00:00	00:07:55
<b>Separador com Títulos</b>	<b>Voz off:</b> Neste programa ainda vai ouvir falar de... Ciéncia e Empreendedorismo e também da Passarola de Bartolomeu de Gusmão, um invento português que esteve na base do primeiro voo de balão de ar quente em 1783... fique para ouvir!	00:00:15	00:08:10
<b>Pivot</b>	Renova votos de boa audição, relembar nome do programa e objetivos que se pretendem atingir ao divulgar Ciéncia. Em seguida lança o próximo conteúdo a surgir em antena.	00:00:35	00:08:45
<b>Empreendedorismo e Ciéncia</b>	<b>Reportagem</b> com engenheiro informático Luís de Matos (Universidade Beira Interior) formado recentemente que criou "Carro de Compras português Wi-Go". Um carrinho que tem capacidade para seguir o utilizador (pessoa com deficiéncia física como o seu inventor) enquanto percorre o supermercado. A empresa IS2YOU, na Covilhã, está a desenvolver o Wi-Go.	00:04:00	00:12:45
<b>Separador Áudio</b>		00:00:05	00:12:50
<b>Pivot</b>	Apresenta a rubrica <b>História da Ciéncia</b> .	00:00:15	00:13:05
<b>História da Ciéncia</b>	Conteúdo sobre "A Passarola de Bartolomeu de Gusmão" como fonte inspiradora para o primeiro voo de balão de ar quente, em 1783, protagonizados pelos franceses Pilâtre de Rozier e o marquês de Arlandes. 74 anos depois das experiências do português.	00:04:00	00:17:05
<b>Separador Áudio</b>		00:00:05	00:17:10
<b>Pivot</b>	Recorda a ideia chave do que se acabou de ouvir e faz um paralelismo entre o passado e o presente com a apresentação da próxima rubrica <b>Momentos da Ciéncia</b> .	00:00:30	00:17:40
<b>Momentos da Ciéncia</b>	Conteúdo sobre os primórdios das antenas de receção TV via satélite. O invento difundiu-se depois da NASA tentar encontrar um meio para corrigir os erros nos sinais que vinham das naves espaciais. A tecnologia foi utilizada para reduzir o ruído (imagem ou som deficiente) nos sinais de TV que chegam dos satélites.	00:03:00	00:20:40
<b>Separador com Títulos</b>	<b>Voz Off:</b> anúncio do nome do programa e títulos do que ainda pode ouvir destacando o noticiário científico e anunciando a rubrica imediata.	00:00:15	00:20:55
<b>Personagens da Ciéncia</b>	<b>Conteúdo</b> biográfico sobre o professor <b>José Morgado</b> .	00:06:09	00:27:04
<b>Separador Áudio</b>		00:00:05	00:27:09
<b>Pivot</b>	Anuncia que a Ciéncia também é feita por jovens e em Portugal existem diversificados projetos que desenvolvem avanços científicos e tecnológicos que ficamos a conhecer em cada uma destas emissões. É lançada a entrevista com um jovem investigador.	00:00:30	00:27:39
<b>Fecho</b>	<b>Genérico Musical</b>	00:00:30	
	<b>DURAÇÃO TOTAL</b>	<b>00:28:09</b>	

Outra regra sobretudo para alinhamentos de programas em direto é usar apenas parte da folha:

- Usar sempre papel branco escrito de um só lado da folha e preferencialmente do lado direito porque é para aí que os nossos olhos se dirigem em primeiro lugar.

- Escrever com espaço duplo com letras grandes
- Escrever linhas de 14 a 15 centímetros de comprimento
- Não dividir as palavras no final da linha
- Não dividir o último parágrafo, no final da folha;
- A música e efeitos sonoros são escritos em maiúsculas e sublinhadas no lado oposto ao texto para se destacar.

### **Exemplo:**

<b>Técnica</b>	<b>Roda vinheta de abertura</b>
<b>Personagem</b>	<p><b>Sons: personagem caminha até uma estante, procura um livro.</b></p> <p>(Sussurrando) livros didáticos, literatura portuguesa, literatura brasileira. Vamos ver... Aqui, Machado de Assis.</p>
<b>Técnica</b>	<p><b>Sons: Caminha novamente, senta-se, abre o livro e começa a lê-lo em voz baixa. A voz diminui pouco a pouco.</b></p> <p><b>Personagem entra no carro, fecha a porta e sai dirigindo.</b></p> <p><b>Som de bilheteria do teatro. Compra o ingresso de uma peça sobre o livro.</b></p> <p><b>Som de atores durante encenação. O som diminui, pouco a pouco e vai à BG. Funde com música instrumental de abertura.</b></p>
<b>Locutor 1</b>	A arte de contar histórias é tão antiga quanto a própria humanidade. Uma história pode ser contada em forma de literatura, seja em poesia ou em prosa. Mas, há outras linguagens que também cumprem a função de comunicação, como a dança, o cinema, o teatro e as artes plásticas. Elas, muitas vezes, misturam a linguagem verbal, representada pelo texto, à não-verbal, composta de imagens, gestos e sons que não têm palavras. No programa de hoje, vamos relacionar dois tipos distintos de linguagem, mas que muitas vezes dialogam entre si: a literatura e o teatro.
<b>Técnica</b>	<b>Sobe BG da abertura por 5 segundos e depois corta. Entra BG que caracteriza a leitura de texto literário.</b>
<b>Locutor 2</b>	"Expirei às duas horas da tarde de uma sexta-feira do mês de agosto de 1869, na minha bela chácara de Catumbi. Tinha uns sessenta e quatro anos, rios e prósperos, era solteiro, possuía cerca de trezentos contos e fui acompanhado ao cemitério por onze amigos. Onze amigos! Verdade é que não houve cartas nem anúncios. Acresce que chovia - peneirava uma chuvinha miúda, triste e constante, tão constante e tão triste, que levou um daqueles fiéis da última hora a intercalar esta engenhosa idéia no discurso que proferiu à beira de minha cova: "Vós, que o conhecestes, meus senhores vós podeis dizer comigo que a natureza parece estar chorando a perda irreparável de um dos mais belos caráteres que têm honrado a humanidade. Este ar sombrio, estas gotas do céu, aquelas nuvens escuras que cobrem o azul como um crepe funéreo, tudo isso é a dor crua e má que lhe rói à natureza as mais íntimas entranhas; tudo isso é um sublime louvor ao nosso ilustre finado."
<b>Técnica</b>	<b>Corta BG</b>

## Alinhamentos fechados ou abertos

Um script ou guião fechado é aquele que determina todos os sons a serem emitidos, impedindo a improvisação do animador ou jornalista no momento da emissão ou gravação do programa. Neste caso constam no documento de forma clara e rigorosa todas as intervenções técnicas e humanas na produção radiofónica.

Pelo contrário, um alinhamento aberto permite maior flexibilidade na apresentação do programa pelo animador porque permite que se façam improvisações. Este é o modelo mais adaptado aos programas de rádio dos dias de hoje porque permite adaptações de última hora. Os temas jornalísticos ou musicais são estruturados mas sem os especificar com exatidão.

## NOTA IMPORTANTE

Na elaboração de qualquer alinhamento temos de 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 se escutar.

### Como Planificar?

Para se planificar a escrita de um alinhamento ou roteiro radiofónico, devemos tomar em linha de conta os aspetos seguintes:

#### a) Definir o público ou o grupo alvo:

A quem dirigimos o programa. A que sector nos dirigimos. Isto ajuda-nos a ver que nível de linguagem se deve utilizar e que conteúdos vamos abordar, assim como dosear a quantidade de informação que vamos transmitir.

#### 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 à comunidade ou ao nosso grupo-alvo?).

#### c) O objetivo:

Ao elaborar o Script temos de ter em conta o que pretendemos com o programa. Educar? Divertir? Informar? Criar conflitos?

### Como elaborar o Script ou Roteiro:

Para elaborarmos um alinhamento, devemos tomar em conta os passos seguintes:

#### a) Pesquisa:

Todas as fontes possíveis como jornais, livros, revistas, entrevistas com pessoas conhecedoras dos assuntos que pretendemos abordarmos, etc..

#### b) Redação:

Quando escrevemos para rádio, escrevemos para sermos escutados e não para lermos. Temos de traduzir as imagens visuais em imagens audíveis. Por isso, devemos obedecer a uma linguagem e estilo radiofónico, ou seja com linguagem simples e rigorosa.

## Linguagem clara, direta, simples e coloquial:

Cada parágrafo deve conter uma ideia. Isto implica o uso de palavras fáceis de serem entendidas.

Deve usar orações curtas.

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



### - Linguagem Direta

Não usar orações subordinadas, nem metáforas complicadas.

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

### - Linguagem 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.*

### - Linguagem 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 lá chegar.

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 uma missão educativa!

## REALIZAÇÃO DE PROGRAMAS

Entende-se por **realização** a conceção e coordenação da produção de um programa radiofónico, televisivo, teatral ou cinematográfico. A pessoa que concebe e coordena todo o trabalho é o **Realizador**.

### 1. EFEITOS SONOROS

Em rádio tudo é som! Os sons que podemos acrescentar ao nosso programa vão enriquecer a realização e torná-lo mais atraente para o ouvinte criando condições para que possamos concluir que o **OUVIDO também VÊ!**

Todavia, devemos ter em mente que o exagero no uso de efeitos pode conduzir a resultados opostos aos esperados e os mesmos pois podem transformar-se em ruídos indesejados e totalmente inúteis. A colocação dos efeitos deve ter em conta o conteúdo do programa, a hora de emissão e o grupo-alvo entre outros fatores.

## 2. MÚSICA

O elemento Música é, provavelmente, o utilizado com mais frequência nas emissões radiofónicas, por ser o que desperta emoções ao ouvinte.

A música leva o ouvinte a criar certos estados emocionais. Quando leva o ouvinte a um determinado universo. Por exemplo: uma boa música cubana levaria o ouvinte “**em espírito**” para Cuba;

Outro 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.

Há, de qualquer modo, atenções especiais a ter em conta durante a utilização de música em certos programas porque pode levar o ouvinte a desligar o rádio. Se estamos a abordar um tema de necrologia, não faz sentido tocar uma música mexida ou muito ritmada...

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

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

### DICAS IMPORTANTES NO USO DA VOZ

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 comprehensível, 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* e *Timbre*.

#### **Dicção:**

É a pronúncia correta 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 assustar-se 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 o seu próprio timbre de voz. Muitas vezes, os locutores têm tendência de alterar o timbre da 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.

**RESUMINDO:**

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:

- Respiração bem controlada;
- Articular as palavras por inteiro (não engolir sílabas);
- Respeitar a pontuação;
- Medir o volume da voz. Isto é, não gritar e nem sussurrar

**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 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 serem pronunciadas, como por exemplo: Otorrinolaringologia

**PRODUÇÃO DE PROGRAMAS**

Neste aspetto procuraremos definir um Programa Radiofónico e a sua produção de forma criativa. A criatividade é a base do sucesso de programas que têm como meta a mudança social ou a transmissão de conceitos úteis à população.

**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 diretamente 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 perspetivas.

A PLANIFICAÇÃO TEMÁTICA deve incluir outros aspetos como:

### a) A definição dos objetivos do programa

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

### b) A escolha do ângulo de abordagem do assunto

Na escolha do ângulo de abordagem é preciso ter em conta a relevância do tema para a comunidade a quem nos dirigimos.

### 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 objetivos e o impacto que pretendemos alcançar. Há assuntos cuja mensagem é melhor percebida quando apresentados sob forma de Reportagem ou Entrevista onde se podem detalhar pormenores nem sempre passíveis de relatar durante uma notícia ou leitura de um comunicado.

### d) A distribuição de tarefas pela equipa de produção

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.

### e) A elaboração do alinhamento;

Tudo está preparado. Resta, agora, escrever o guião, roteiro, script ou alinhamento. Muitas vezes, os produtores de programas escrevem um script usando palavras caras ou gírias de determinadas profissões que são pouco comprehensíveis para os ouvintes. Isso deve ser evitado para que a mensagem seja facilmente comprehensível por todos.

Na elaboração do guião aconselha-se o uso de exemplos: Os exemplos colocam a informação numa situação em que o ouvinte pode acompanhá-la facilmente. De forma muito simplista podemos dizer que é mais comprehensível referir que o angolano terá **mais pão na mesa do que a economia do país registou um crescimento de dois dígitos**.

#### - É preciso explicar, explicar, explicar:

Lembre-se que os ouvintes não têm a mesma percepção das coisas que os produtores de programas. Use termos que facilmente possam ser entendidos.

#### - 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.**

**- 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**.

**- 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**.

**- 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.

**- 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.

**- 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 resultar de uma boa recolha de dados e respectivo 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 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- Gesticule, movimente-se.
- 3- Seja cortês, fale sorrindo.
- 4- Falando rápido, a voz fica mais fina.
- 5- Não respire forte perto do microfone.
- 6- Não movimente folhas perto do microfone.
- 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- 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.
- 9- Esteja actualizado. Ouça e veja noticiários. Exercite a pronúncia de nomes de pessoas e de lugares. Leia os jornais e boas revistas.
- 10- Utilize as datas comemorativas do calendário. Datas especiais merecem ser lembradas e comemoradas...
- 11- Ouça o seu programa. Peça aos seus amigos para fazerem críticas.
- 12- **Amarre** o ouvinte com a próxima atracção. Mencione o programa, ou um pedaço da música que vai ser apresentado logo a seguir.
- 13- Fatores 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.
- 14- Ser autêntico, ter o seu próprio estilo. Espontâneo, sem formalismos.
- 15- Não rebuscar...usar timbre, tom e volume de voz natural

- 17- Tirar da ideia que fazer rádio é um púlpito... e lembrar que é uma conversa...
- 18- Linguagem objetiva, descritiva, apropriada com verbos e advérbios adequados. Evitar uso de adjetivos.
- 19- Saber explorar a sã repetição. “**A repetição é a mãe do saber**”. Lembrar que a audiência da rádio está em constante mudança.
- 20- Uma ideia deverá ter no máximo 2 a 3 minutos. Se for maior, usar blocos, ou diálogo com outra voz.
- 21- Se possível, escrever sempre o que se vai dizer. O “improviso” escrito é sempre o melhor. O texto determina o alto grau de qualidade e a locução do programa.
- 22- 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 objetivamente.
- 23- Escolha musica e efeitos/separadores apropriados para o contexto.
- 24- 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.

## ANÁLISE PÓS-EMISSÃO

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

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

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

## O QUE FAZER PARA QUE O PRÓXIMO PROGRAMA SEJA MELHOR?

## OS FORMATOS RADIOFÓNICOS:

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 radiofónicos, o que se vê na prática é a fusão de diversos formatos em apenas um programa. Isto acontece porque a linguagem radiofónica exige ritmo e variação para que se mantenha sempre dinâmica.

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

Os fatores que determinam a escolha de um ou outro formato radiofónico, 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 for 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

A avaliação é feita com os seguintes objetivos:

- Averiguar se há algum impacto nas pessoas;
- Para melhorar o funcionamento da estação;
- Para melhorar a comunicação com a comunidade;
- Para compartilhar experiências com outros;
- Para dar a conhecer as realizações da Rádio;
- Para estabelecer parcerias com organizações de desenvolvimento;
- 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?

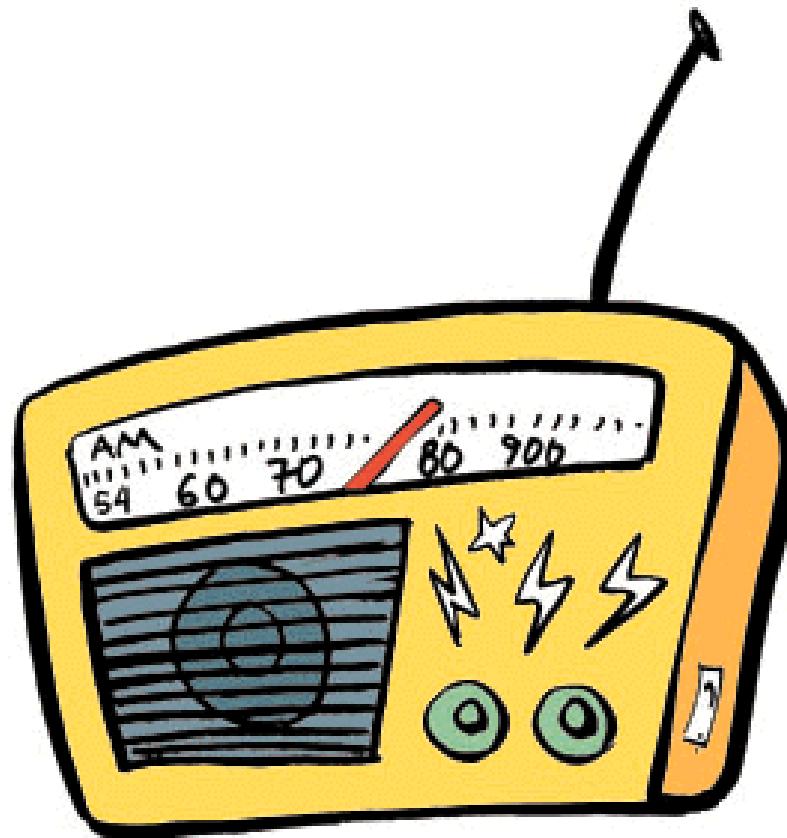
Há vários métodos de avaliação neste caso baseamo-nos apenas em alguns métodos baratos e práticos.

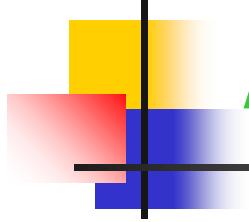
O grande perigo nos casos mais básicos de avaliação é não fazer uso das informações obtidas. Por exemplo, se o ouvinte diz que o conteúdo de determinado trabalho deveria ser melhorado nos aspetos X e Y, é bom que tais opiniões sejam tomadas em conta nos programas seguintes. Caso contrário, o ouvinte muito dificilmente dará mais contribuições.

Por isso, ao este tipo de avaliação temos de ter certeza e estar dispostos a implementar as opiniões que julgar úteis e importantes.

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

# Produção Radiofónica

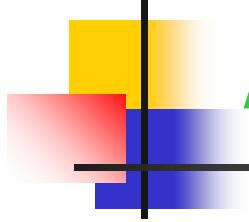




# A PLANIFICAÇÃO TEMÁTICA

- Entre outros aspetos temos de ter em conta:  
*a) A definição dos objetivos do trabalho*

O que é que pretendemos com esta “peça”  
Educar? Entreter? Comunicar?

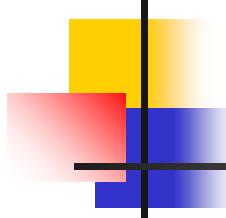


# A PLANIFICAÇÃO TEMÁTICA

- *b) A escolha do ângulo de abordagem*

Na escolha do ângulo de abordagem é preciso ter em conta a relevância do tema para a comunidade a quem nos dirigimos.

*Fazer pesquisa adequada para sustentar o angulo que desejamos abordar.*

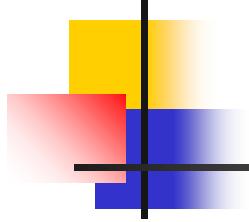


# A PLANIFICAÇÃO TEMÁTICA

- *c) A escolha do formato da “peça” – opção pelo género jornalístico mais adequado*

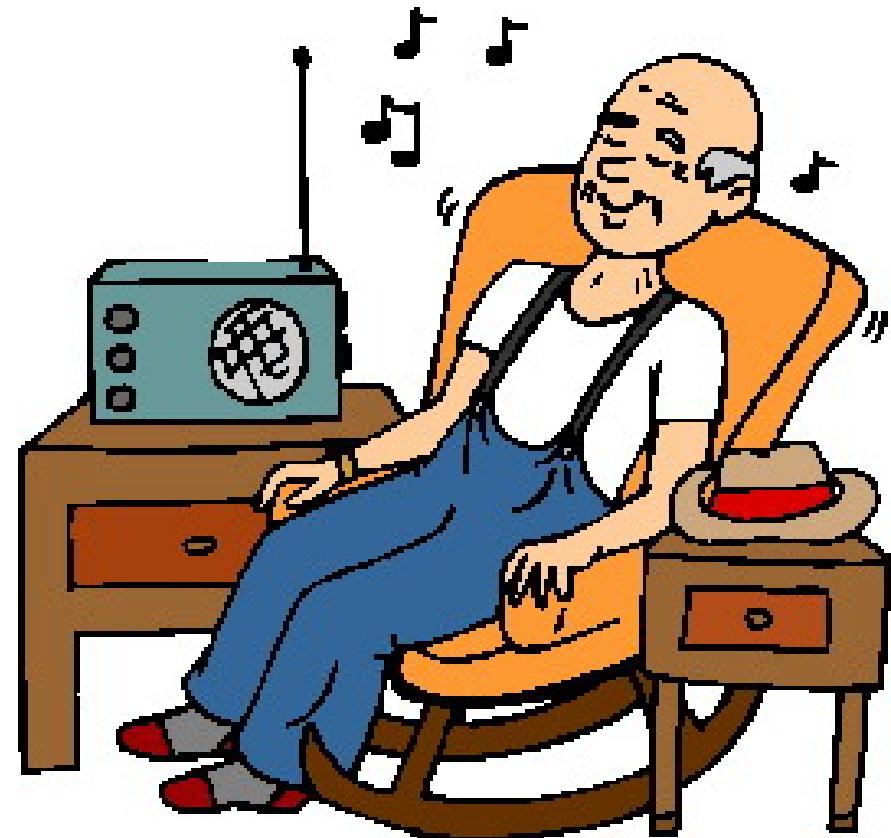
A escolha tem muito a ver com o assunto abordado, tendo em conta os objetivos e impacto que se pretende alcançar.

Há assuntos cuja mensagem é melhor percebida quando apresentados sob forma de Reportagem ou Entrevista onde se podem detalhar pormenores nem sempre passíveis de relatar durante uma notícia ou leitura de um comunicado.



# PRODUÇÃO RADIODÓMICA

Quando escrevemos para rádio temos de pensar em cativar permanentemente o ouvinte... caso contrário vamos perdê-lo!



**Outros Documentos já disponíveis:**

- I. Estudo Os Media na Guiné-Bissau
- II. Manual dos Radialistas para Rádios Comunitárias
- III. Plano Estratégico para Rádios Comunitárias de Guiné-Bissau
- IV. Guia de formação de língua portuguesa para editores e chefias editoriais de imprensa escrita

**Contactos úteis:**

**Ministério da Tutela**

Ministério dos Negócios Estrangeiros,  
da Cooperação Internacional e das Comunidades  
Direcção Geral da Cooperação Internacional  
Praça dos Heróis Nacionais  
Rua Omar Torrijos  
C.P. 190 Bissau  
Email: [coop.paane@gmail.com](mailto:coop.paane@gmail.com)

**Unidade de Gestão do Programa**

Coordenadora da UGP: Sonia Sánchez Moreno  
Rua 10, Dr. Severino Gomes de Pina (antigo Edifício Função Pública)  
Telemóvel: 573 05 88  
Email: [ugp.paane@gmail.com](mailto:ugp.paane@gmail.com)

Esta publicação foi produzida com o apoio da União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade do PAANE – Programa de Apoio Aos Actores Não Estatais e não pode em caso algum ser tomada como expressão da posição da União Europeia.



**Financiamento**

