

2010

Apostila – Rádio na Escola



Raphael Alario R. dos Santos

Sumário

Introdução.....	3
Vinheta	4
Spot e Jingle.....	5
Notícia.....	6
Entrevista e Enquete	9
Rádionovela (HÖRSPIEL).....	11
Construção de histórias.....	12
Linguagem.....	14

Peças Radiofônicas

Raphael Alario R. dos Santos¹

“Qualquer coisa que se mova, em nosso mundo vibra o AR. Caso ela se mova de modo a oscilar mais que dezesseis vezes por segundo, esse movimento é ouvido como som. O mundo, então, está cheio de som. Ouça.”²

Introdução

Durante muito tempo, o rádio foi o principal equipamento nas casas dos brasileiros; ele ocupava lugar privilegiado nas salas de cada família que sentavam ao seu redor para poder ouvir mais um capítulo de sua novela preferida, para ouvir as últimas informações do Brasil e do mundo ou apenas para se divertir com os programas humorísticos como o PKR-30. Assim era o rádio, uma das maiores fontes de informação e entretenimento da população brasileira.

Com a chegada dos televisores, o rádio foi se enfraquecendo e perdendo seu reinado, aquele meio que tinha sido tão importante para informar toda a população, hoje se reduz a um aparelho que toca música, pelo menos nas rádios FM's, as mais ouvidas.

No decorrer dessa apostila, gostaríamos de compartilhar com todos, um pouco das risadas, um pouco do choro, da apreensão, um pouco da história do Rádio. Não esperem dessa apostila apenas questões técnicas, nem respostas de como fazer uma rádio dá certo, até porque eu não saberia responder, mas sim como uma apostila de introdução desse meio de comunicação tão potente, mas pouco aproveitado na atualidade.

Vinheta

A vinheta em uma programação radiofônica serve para identificar um programa, uma emissora ou um locutor. Geralmente tem a duração entre 10 a 30 segundos, e tem como proposta uma musica fácil de decorar e que seja repetida facilmente pelas pessoas.

Como colocamos acima, podemos dividir a vinheta em 3 tipos:

- **Vinheta do Programa** – Serve para identificar o programa que as pessoas estão ouvindo, geralmente ela vem no inicio e no final do programa e de cada bloco. Ele serve como uma moldura, para localizar o ouvinte onde inicia e onde acaba o programa.
- **Vinheta da emissora** – Serve para identificar em qual emissora o ouvinte está sintonizado, essa vinheta aparece durante toda a programação, assim se um ouvinte estiver procurando a emissora ele consegue localizá-la sem maiores dificuldades.
- **Vinheta pessoal** – Essa vinheta é o jargão de um locutor onde o ouvinte consegue identificar qual é o locutor do programa, esse tipo de vinheta acaba servindo para que o ouvinte consiga identificar o locutor e conseqüentemente qual a emissora e qual o programa.

Resumindo, a vinheta serve como a identificação sonora, onde apenas o som pelo som, identifica para cada ouvinte qual a emissora, o programa e o locutor.

Spot e Jingle

O spot deriva-se do termo, *Spot Advertising*, que significa ponto de propaganda.

“O surgimento desta peça radiofônica no rádio como produto publicitário deu-se em 1930, nos estados unidos, pela iniciativa de radialistas como Ida Bailey Allen, Aunt Sammy e Bett Crocker que, a fim de conquistarem patrocinadores para seus programas, criaram peças comerciais curtas e baratas.”³

O spot é uma peça publicitária que em sua mensagem transmite através de fala de um locutor ou uma dramatização uma mensagem comercial ou institucional.

O Jingle por sua vez trabalha de forma artística, onde a própria musica é a mensagem, como exemplo clássico temos o jingle do guaraná Antártica.

“Está peça radiofônica publicitária que apareceu no cenário radiofônico mundial nos Estados Unidos, no inicio da década de 1930, caracteriza-se por uma melodia cantada, cuja letra deve refletir as qualidades de um produto que se quer comercializar.”⁴

Portanto, tanto o spot quanto o Jingle são peças publicitárias, o que as diferenciam é exatamente a maneira de como elas se utilizam da linguagem, o spot trabalha com voz, musica, efeitos sonoros e ruídos, já o jingle trabalha com a mensagem pela musica.

No entanto temos dois tipos de peças publicitárias, a comercial e a institucional.

A comercial tem como base a venda de um produto e com isso gerar lucro à um determinado grupo.

A peça publicitária Institucional não tem como objetivo vender um produto mas sim uma idéia, normalmente ela faz parte de uma campanha, com por exemplo a campanha contra a dengue.

Precisamos pensar em qual rádio que queremos e qual é o papel da rádio que estamos criando, uma vez que a nossa rádio não é uma rádio comercial, mas sim uma rádio “comunitária educativa” (ver o significado desses termos em: Diferentes tipos de rádio)

Noticia



Nos anos 40 a rádio se transformou em uma das maiores fontes de notícias que a população brasileira tinha acesso. Mesmo nos dias de hoje, com a TV, o rádio tem um papel fundamental na veiculação de notícias.

Em 28 de agosto de 1941 entrava no ar o programa que fez história no rádio brasileiro, o Repórter Esso o primeiro programa jornalístico da história do Rádio Brasileiro. Através do programa, muitos brasileiros tiveram acesso às informações sobre a segunda grande Guerra Mundial. o suicídio do então presidente da

Republica Getulio Vargas, entre outros fatos que marcaram a história do Brasil e do mundo. O último programa do repórter Esso foi ao ar no ano de 1968, marcado pelo choro do apresentador.

Assim como o Repórter Esso, os programas jornalísticos ainda fazem parte, agora em menor quantidade, da programação das rádios atuais.

A notícia é a essência do jornalismo, um fato que seja relevante a um grupo ou a uma comunidade que pode ser transformado em notícia. Para articular esse fato que foi transformado em notícia os “jornalistas” criaram uma regra chamada “LEAD” - “os cinco Ws e um H” - que podemos seguir.

- O quê" (*What*) - o fato ocorrido
- "Quem" (*Who*) - o personagem envolvido
- "Onde" (*Where*) - o local do fato
- "Quando" (*When*) - o momento do fato
- "Por quê" (*Why*) - a causa do fato
- "Como" (*How*) - o modo como o fato ocorreu

Mas antes de começarmos a fazer notícias, teremos que pensar: o que é notícia? Ou melhor, o que pode virar notícia?

Para falar um pouco sobre o assunto podemos tentar fazer algumas definições simples: Qual é a diferença entre Fato e Notícia? Todo fato deveria ser notícia, ou toda notícia deveria ser um fato?

Uma das diferenças entre fato e notícia seria que o Fato é uma ação que ocorreu e notícia seria a veiculação desse fato através de um meio de comunicação em massa. Por exemplo: Quando vamos à escola, isso é um fato, mas nesse dia em especial não teremos aula porque a escola inundou com a chuva de ontem, isso também é um fato, mas poderia virar notícia, não poderia? Assim toda notícia deveria ser um fato.

Agora vocês devem estar se perguntando por que eu falo *deveria*? Porque na realidade nem toda notícia é um fato, isso quer dizer, nem sempre as notícias que vemos na TV são verdadeiras, isso acontece ou porque o repórter não conferiu as notícia em fontes confiáveis ou porque o repórter está com má intenção com a veiculação dessa notícia.

Verificar os dados de uma notícia é obrigatório, pois qualquer erro pode prejudicar alguma pessoa, sem contar que cairemos no descrédito do ouvinte. Assim, para toda notícia produzida teremos que fazer uma investigação jornalística, para saber se realmente as informações são verdadeiras. Durante a investigação teremos que procurar fontes seguras, isso quer dizer, pessoas que realmente possam nos ajudar na investigação, não podemos ficar no disse que me disse, porque assim teremos grandes chances de passar informações erradas. Outro problema que podemos encontrar durante a investigação, é a busca de informações na internet, como sabemos a internet é fundamental para fazer qualquer tipo de busca, mas na hora de fazer uma pesquisa na internet, precisaremos procurar sites confiáveis, pois a rede está cheia de informações falsas. Sempre que pegarmos informações de algum lugar é necessário dar os créditos.

Outro problema que encontraremos é a forma como tratamos a notícia. Muitas emissoras, para não dizer a maioria, direcionam as notícias dentro de uma perspectiva ideológica, ou melhor, mostram apenas a visão de um dos lados, assim direcionando a opinião popular. Muitas vezes quando vemos notícias pelos meios de comunicação, vemos apenas uma parte da notícia, assim precisamos sempre questionar a notícia que nos é dada.

“A democracia só pode ser exercida numa sociedade quando a cada um de seus membros é dada a opção a partir da qual poderá tomar suas próprias decisões morais, políticas e sociais. Essa opção não existe a não ser que as alternativas sejam apresentadas num clima de livre

discussão, que por sua vez só pode existir com liberdade de imprensa e radiodifusão, dentro dos limites da lei. O segredo da objetividade está em evitar motivações ocultas e na disposição do radialista em tomar parte dessa liberdade total de discussão – saber que mesmo a sua avaliação editorial, a própria base de seu programa, está aberta a contestação.”⁵

Portanto devemos usar o rádio de forma democrática, isto é, dar o direito a todos usarem e principalmente a todos falarem sua opinião sobre determinado assunto, mesmo que essa opinião seja diferente da sua. Precisaremos apenas criar alguns critérios para que a democracia aqui colocada, não se converta em um abuso. Critérios esses que deverão ser discutido junto com o grupo que participará da produção dos programas da rádio na escola, mas proponho algumas limitação:

- Não ofender a moral de nenhuma pessoa, com palavrões e mentiras;
- Não se utilizar da rádio para propagandas políticas partidárias, religiosas ou de ideologia preconceituosa;
- Não incentivar a violência e ou usos de bebidas, cigarro e drogas;
- Não transformar a rádio em um clube particular, a rádio é um bem público, todos deverão ter o direito de usar;
- A rádio não pode ter fins lucrativos;
- Ter uma perspectiva democrática;
- Para usar o equipamento é necessária uma formação prévia, assim teremos que pensar uma forma de continuar o processo de formação.

Entrevista e Enquete

A entrevista, direta ou indireta, representa uma das fontes mais importantes para a transmissão de alguma informação. Normalmente, a entrevista é realizada com algum especialista da área. Ex. Se falarmos em educação, normalmente, entrevistaremos uma professora, diretora...

“O Objetivo de uma entrevista é fornecer, nas próprias palavras do entrevistado, fatos, razões ou opiniões sobre um determinado assunto, de modo que o ouvinte possa tirar uma conclusão no que diz respeito à validade do que está sendo dito.”⁶

Para realização de uma entrevista é fundamental pesquisar sobre o assunto e sobre o entrevistado. O autor Robert Mcleish nos relata 4 pontos fundamentais na preparação de uma entrevista:

“1- Obter informação suficiente sobre o tema e o entrevistado.

2 – Ter um conhecimento detalhado do objeto da entrevista

3 – Saber quais são as perguntas mais importantes

4 – Ao prever possíveis respostas, ter à disposição um leque de perguntas suplementares.”⁷

Para realização das perguntas não podemos esquecer, de algumas questões fundamentais para que o ouvinte entenda a entrevista. O uso da técnica do Lead pode nos ajudar nesse momento, se conseguirmos responder as perguntas propostas pelo Lead, provavelmente conseguiremos com que o ouvinte entenda a entrevista.

Algumas vezes o entrevistador sabe algumas informações, porém apresenta em forma de pergunta para que o entrevistado responda.

A enquete tem como objetivo trazer para programação a opinião da população e não mais apenas a opinião de um especialista da área. As perguntas deverão ser realizadas para pessoas diversas, estudantes, donas de casa, frentista, dono da loja...

A enquete é o momento de expressão popular, apresentado vários pontos de vistas sobre um determinado assunto.

Precisamos tomar cuidado para não forjar uma enquete, isso quer dizer, na hora da edição, eliminar opinião que estão de desacordo com a sua. Assim precisaremos criar critérios para

que uma resposta seja colocada de fora. Um critério que devemos adotar é que não podemos de forma alguma ofender através de palavras nenhuma pessoa.

“Um produto poderá começar com a intenção deliberada de demonstrar a avassaladora popularidade de certas atitudes públicas – supostamente as que concordam com as suas próprias. Esse tipo de manipulação, além de trair a confiança que o ouvinte depositou nele, em última análise é contraproducente. O ouvinte faz sua própria enquete todos os dias – ele saberá se a emissora é tendenciosa ao refletir a opinião pública. Provavelmente mais do que o radialista, o ouvinte conhece sua própria realidade ao ouvi-la.”⁸

Rádionovela (HÖRSPIEL⁹)

Durante muitos anos a rádionovela causou enormes comoções sociais, exemplo clássico aconteceu em 1938 nos Estados Unidos da America, onde o locutor Orson Welles narrou, usando somente sons e silêncios sob a forma de uma cobertura jornalística, a invasão de marcianos em *The War of the Worlds*¹⁰, baseado no livro de H. G. Wells, de 1898, assustando todos os americanos. Muitos dependiam do rádio e acreditavam piamente na programação radiofônica, assim acreditaram que o planeta terra estava sendo realmente invadido por marcianos.



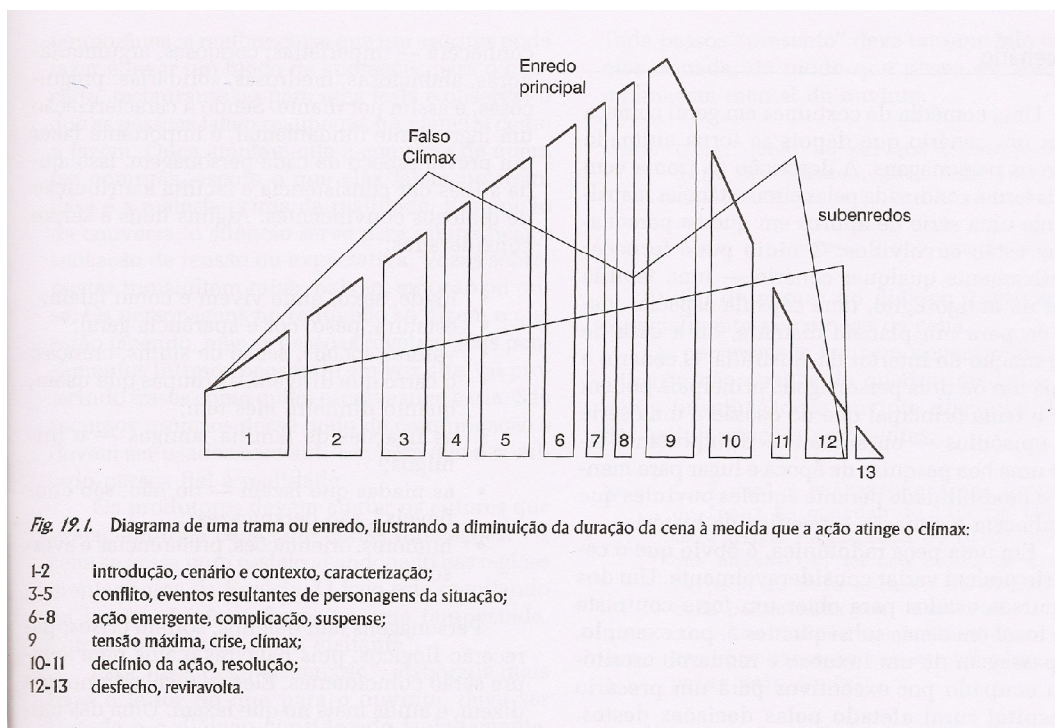
Guerra falsa no rádio espalha terror pelos Estados Unidos
Manchete do jornal Daily News de 01.11.38

“Em 1936, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro inclui na programação trechos de radioteatro entre os números musicais. Em 1937, é inaugurado o “Teatro em Casa”. Somente em 1941, vai ao ar a primeira radionovela, “Em busca da Felicidade”, que dura três anos. [...]”

[...] Era o início dessa mania brasileira, eternizada pelas TVs. A televisão aprende com o rádio como fazer novelas. A versão da TV Tupi de “O Direito de Nascer”, que vai ao ar em 1965, teria alcançado 73% de índice de audiência no Rio de Janeiro.”¹¹

Construção de histórias

Para construir uma história, iremos mostrar uma maneira simples para organizar o pensamento. Essa maneira não precisa ser seguida ao “pé da letra”, porém, seria interessante começarmos por ela, e depois de dominá-la podemos criar novas formas de contar a história.



(MCLEISH, Robert. Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica [trad. Mauro Silva]. São Paulo: Summus, 2001. P181)

Como podemos ver na figura para a construção de uma história precisaremos explicar a situação, introduzir um conflito, desenvolver a ação até chegar no clímax e resolver o conflito. Uma história tradicional irá ser boa quando deixamos o ouvinte querendo descobrir o final.

“ [...] três perguntas devem ser respondidas para que uma história chame a atenção do ouvinte:

- Quem é o herói – ou heroína?
- O que ele, ou ela, quer?
- Por que eu deveria me importar?”¹²

Volto a dizer que esse é um modelo clássico, que não precisamos seguir ao “pé da letra”, porem para começarmos, ele poderá nos ajudar, e muito, até descobrirmos outras formas de contar histórias.

Linguagem

A linguagem radiofônica se diferencia das outras linguagens, uma vez que ela só trabalha com um dos nossos 5 sentidos, o som. Assim precisamos despertar os outros sentidos através do som. As pessoas precisam ver o som, cheirar o som, tocar o som, as pessoas precisam ficar com água na boca.

“[...] a peça radiofônica não é um gênero literário nem é um gênero musical, mas uma obra acústica de conteúdo indefinido cuja lógica se emancipou dos textos lidos ou vistos e da sintaxe do cinema.”¹³

Para conseguir trabalhar com a linguagem radiofônica, não podemos em hipótese alguma separar forma e conteúdo, precisamos pensar sonoramente, isso quer dizer, as paisagens que normalmente vemos, precisamos criar sons que a representem, precisamos criar nossas paisagens sonoras.

Para criação das paisagens sonoras é necessário que paremos para ouvir, ouvir os espaços. Precisamos perceber as marcas sonoras de cada ambiente em que passamos, por exemplo, em um estádio de futebol encontramos uma multidão de torcedores, apito do juiz, pessoas gritando gol. Se pensarmos em uma zona rural, encontraremos sons de passarinhos, o som da água (rio), insetos, animais. Se pensarmos em uma rua movimentada, pensaremos em muitas pessoas falando ao mesmo tempo, sons de buzina, máquinas trabalhando. Dependendo de onde o som acontece teremos significados diferentes, exemplo: Quando ouvimos o som de um tiro de revólver, pode significar que está acontecendo um assalto, e alguém atirou, pode significar um tiroteio entre polícia e ladrão, mas se esse tiro acontecer em uma corrida de 100 metros ele significara o início da corrida. Assim a paisagem sonora faz parte da mensagem que queremos passar.

Além da paisagem sonora que é extremamente importante na construção da história, uma vez que ela localiza o ouvinte apenas por meio de sons, precisaremos pensar nas ações que produzem sons, por exemplo: ao invés de narrarmos um beijo se utilizando da palavra, podemos fazer o som de um beijo, SMAAAAACK¹⁴, ou invés de narrar que alguém tocou a campainha, podemos utilizar o som de uma campainha, BLIM-BLOM. As ações representadas pelo som ajudam a criar um ritmo na narrativa, ao invés de entrar um narrador a cada 20 segundos quebrando o clima, substituímos o narrador por sons que nos ajudam a contar a história.

Outro elemento fundamental é a música, uma boa trilha sonora consegue transportar o ouvinte de um lugar para outro. A trilha na linguagem terá o papel de “criar o clima”, isto é, fazer com que as pessoas se envolvam na história. Por exemplo, quando quisermos montar uma cena em que duas pessoas se beijam, poderíamos colocar uma música romântica de fundo, criando um clima de romance e emoção, mas se quisermos criar um suspense, não poderíamos de forma alguma colocar como BG¹⁵ uma música romântica, mas sim uma música que cause a sensação de suspense, a mesma coisa acontece se quisermos dar uma pitada de humor à cena, teremos que usar uma música que cause essa sensação, assim a música faz parte da mensagem construindo o clima da cena.

O ultimo elemento que iremos tratar, e não menos fundamental para construção das peças radiofônicas, é o silencio. “O silencio dá ao dizer a possibilidade de ter vários significados. O emissor constrói a dramaturgia da realidade, mas é o ouvinte, em silencio, quem produz suas próprias ilusões”¹⁶.

O silencio faz parte da peça radiofônica, nos intervalos entre os sons conseguimos convidar o ouvindo à ser nosso co-autor das peças radiofônicas. “Inserido entre as sensações acústicas produzidas pelo rádio, ele pode servir como um elemento distanciador, que permite a reflexão, criando um espaço para que o ouvinte continue a narrativa interrompida durante alguns segundos.”¹⁷

Portanto para conseguirmos produzir programas de qualidade precisaremos pensar nos recursos de linguagens que cada meio nos oferece, no caso do rádio, o som. Assim para conseguirmos produzir programas cada vez mais elaborados e esteticamente belos, precisaremos ampliar nossas referências sonoras, ouvindo mais coisas, mais músicas de diferentes estilos, precisaremos ouvir o mundo.

¹ Atua na área de educomunicação, ministrou uma série de workshops em escolas das redes municipais, estaduais e particulares dos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul, Goiás. Desde 2001 desenvolve trabalhos no Núcleo de Comunicação e Educação– NCE – ECA/USP, trabalhando em vários projetos, tais como: Educom.radio, Educom.Tv, Educom.Centro-Oeste, Educom.Colégio São Luis e Educom.Geração cidadã. Atualmente trabalha no curso de educação a distância - Mídias na Educação e é coordenador pedagógico do Ponto de Cultura Queluz.

² SCHAFER, Murray. Ouvido Pensante. São Paulo: Unesp, 1991. p.124

³ BARBOSA, Andre. Gêneros Radiofônicos. São Paulo: Paulinas, 2003. p 122 e 123

⁴ *Ibid.* p 124

⁵ MCLEISH, Robert. Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica [trad. Mauro Silva]. São Paulo: Summus, 2001. P73

⁶ MCLEISH, Robert. Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica [trad. Mauro Silva]. São Paulo: Summus, 2001. P43

⁷ *Ibid.* P45

⁸ *Ibid.* p126

⁹ HÖESPIEL: em alemão HÖRS = Escuta, SPIEL = Jogo

¹⁰ “A Guerra dos Mundos”

¹¹ Site da Radio Nacional, disponível em:
<http://www.radiobras.gov.br/nacionalrj/especialnacri/html/radionovelas.php>

¹² MCLEISH, Robert. Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica [trad. Mauro Silva]. São Paulo: Summus, 2001. p182

¹³ ALBANO, J. L., A peça radiofônica e a contribuição de Wener Klippert, Teorias dos Rádio, Florianópolis: insular, 2005, p194

¹⁴ Nesse caso, utilizei uma figura de linguagem que representa o som na linguagem escrita, onomatopéia. Recurso muito utilizado pelos quadrinhos.

¹⁵ Termo inglês – *Back Ground*, que significa, música de fundo.

¹⁶ BAUMWORCEL, Ana. Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio, Teorias dos Rádio, Florianópolis: insular, 2005, p 339.

¹⁷ *Ibid*, p. 339