

SÉRIE

CADERNOS DE EXTENSÃO



COMUNICAÇÃO



PRE

Pró-Reitoria de Extensão

ECOLÂNDIA - O MUNDO
ONDE A GENTE VIVE
MANUAL DE PRODUÇÃO
RADIOFÔNICA

CRISTIANO MAGRINI RODRIGUES

ECOLÂNDIA

**O MUNDO ONDE A GENTE VIVE: MANUAL DE
PRODUÇÃO RADIOFÔNICA**

1º edição

Santa Maria

Editora Pró-Reitoria de Extensão - UFSM

2017

ISBN: 978-85-67104-22-5

R696e Rodrigues, Cristiano Magrini

Ecolândia [recurso eletrônico] : o mundo onde a gente vive : manual de produção rediofônica / Cristiano Magrini Rodrigues. – 1. ed. – Santa Maria : Ed. PRE, 2017.

1 e-book. – (Série Cadernos de Extensão. Comunicação)

1. Comunicação social 2. Rádio comunitária 3. Jornalismo popular 4. Jornalismo ambiental 5. Ecolândia – Projeto de Extensão I. Título. II. Série.

CDU 070:654.195
070.489

Ficha catalográfica elaborada por Alenir Goularte CRB-10/990
Biblioteca Central - UFSM

RESUMO

Este manual de produção radiofônica procura servir de referência editorial para a equipe do projeto de extensão Ecolândia (PETCom/UFSM) e de base para outras iniciativas em rádios comunitárias. Está baseado nas Teorias do Jornalismo, especificamente no Jornalismo Popular, no Jornalismo Ambiental e no Civic Journalism, bem como na Legislação que orienta as radiodifusões comunitárias no Brasil. O manual resgata os conceitos mais importantes para o Ecolândia e oferece um modelo facilmente adaptável às diversas realidades brasileiras para comunidades que desejarem desenvolver ações semelhantes.

SUMÁRIO

Resumo	5
Apresentação	7
1 Ecolândia - o mundo onde a gente vive	8
2 Rádio Carai	8
3 Rádio Comunitária	9
4 Estrutura do Ecolândia - quadros e funções	15
5 Conceitos Da Teoria Do Jornalismo Aplicados Ao Ecolândia	17
6 Script	21
7 Normas de Redação	25
8 Cuidados com a Ortografia	30
Referências	34
Sobre os autores	37

APRESENTAÇÃO

O Ecolândia é um programa radiofônico do projeto Meio Ambiente e Qualidade de Vida em uma Rádio Comunitária, vinculado ao Programa de Educação Tutorial do Curso de Comunicação Social (PETCom) da Universidade Federal de Santa Maria. O projeto contempla a produção e a apresentação de um radiojornal semanal na Rádio Comunitária Carai FM, produzido e apresentado por alunos de jornalismo do PETCom e estudantes voluntários. Esse manual de produção foi concebido por parte da equipe que compunha o programa entre os anos de 2010 e 2011 com a intenção de proporcionar fundamentos que orientassem e tirassem as dúvidas dos participantes, dado que a equipe é constantemente renovada. Também, para colaborar com aqueles que desejarem produzir ações semelhantes em rádios comunitárias e, assim, contribuir com o desenvolvimento das suas localidades. O texto deste guia descreve o modelo consolidado do Ecolândia a partir da experiência de extensão em uma emissora da Região Sul da cidade e dos trabalhos de iniciação científica desenvolvidos pelos integrantes do projeto a partir das Teorias do Jornalismo aplicadas ao programa.

1| ECOLÂNDIA - O MUNDO ONDE A GENTE VIVE

Inserido na programação da Rádio Comunitária Carai FM, o Ecolândia se utiliza de conceitos de jornalismo ambiental, popular, público e comunitário para a formulação de seus programas. As temáticas principais do programa são meio ambiente e qualidade de vida, as quais são propostas no sentido de construir novos conhecimentos, visando a conscientização do público à respeito desses assuntos. O Ecolândia é veiculado todas às sextas-feiras, das 18 às 19h, e reprisado nas segundas-feiras, às 7h. Semanalmente, há uma escala de trabalho, a partir da qual cada aluno fica responsável por uma tarefa da produção do programa.

2| RÁDIO CARAI

A Carai (106.3 FM) é uma rádio comunitária atuante no Bairro Urlândia, Região Sul de Santa Maria, que desenvolve seus trabalhos perante a sociedade desde setembro de 2004. É parte integrante da Associação Cultural de Divulgação Comunitária da Vila Tropical e Região Sul de Santa Maria RS, criada em 22 de novembro de 1998. Fruto do sonho de seu idealizador, Paulo Roberto Aguiar Rodrigues, é uma entidade sem fins lucrativos com objetivo de servir à comunidade da Região Sul.

3| RÁDIO COMUNITÁRIA

• DEFINIÇÃO

O que é uma rádio comunitária?¹

É a radiodifusão sonora que funciona com potência limitada e com cobertura restrita, tendo a finalidade de atender a uma comunidade específica. Para Peruzzo (2006)² é a radiodifusão que "transmite uma programação de interesse social vinculada à realidade local, não tem fins lucrativos, contribui para ampliar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas".

• FINALIDADE DE UMA RÁDIO COMUNITÁRIA

O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade:

- dar oportunidade à difusão de ideias, de cultura, de tradições e de hábitos sociais da comunidade;
- prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil³ e às campanhas pela melhoria da qualidade de vida da comunidade sempre que necessário;
- contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas;
- permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

1 Fonte: Conteúdo do Manual de orientações do MC - Como instalar uma rádio comunitária. O manual completo pode ser encontrado no site www.mc.gov.br.

2 PERUZZO, Cíclia M.K. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento local. Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, de 9 a 11 de outubro de 2006, São Bernardo do Campo-SP, Universidade Metodista de São Paulo.

3 Defesa civil é o conjunto de permanentes que visam evitar, prevenir ou minimizar as consequências dos eventos desastrosos e a socorrer e assistir as populações atingidas, preservando seu moral, limitando os riscos de perdas materiais e restabelecendo o bem-estar social.

• QUEM PODE OPERAR UMA RÁDIO COMUNITÁRIA?

O Serviço de Radiodifusão Comunitária somente pode ser executado por entidades comunitárias autorizadas pelo Ministério das Comunicações, constituídas sob a forma de Fundação ou Associação.

• O QUE É UMA ENTIDADE COMUNITÁRIA?

É uma entidade civil de direito privado, sem fins lucrativos, de duração indeterminada ou determinada, de caráter cultural e social, de gestão comunitária, composta por número ilimitado de associados e constituída pela união de moradores e representantes de entidades da comunidade. Para executar o Serviço de Radiodifusão Comunitária, a entidade precisa:

a) ser uma Associação Comunitária ou uma Fundação especificamente voltada para a execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou, caso seja Associação Comunitária ou Fundação também dedicada a outros fins, incluir a execução do Serviço como uma das suas finalidades específicas, observando os princípios estabelecidos no art. 4º da Lei 9.612/98;

b) assegurar, no seu Estatuto Social:

- o ingresso, como associado, de todo e qualquer cidadão residente na área de execução do Serviço⁴, bem como de outras entidades sem fins lucrativos nela sediadas;
- a todos os seus associados, o direito de votar e ser votado para todos os cargos de direção, bem como o direito de voz e voto nas decisões sobre a vida social da Associação Comunitária ou da Fundação, nas instâncias deliberativas existentes⁵.

4 Área de alcance da emissora.

5 Diretoria, Conselho de Administração, Conselho Fiscal, e, no caso de ser uma Fundação, Conselho Curador.

A instituição de um Conselho Comunitário amplo, com entidades legalizadas e representativas na área de execução do serviço, também reflete o caráter comunitário da entidade.

• **A ENTIDADE COMUNITÁRIA DEVE ATENDER TAMBÉM A OUTROS REQUISITOS**

A Associação Comunitária ou Fundação que pretenda obter autorização para executar o Serviço, deve ainda atender às seguintes condições:

- estar legalmente constituída e devidamente registrada⁶;
- ser sediada na área onde pretende executar o Serviço, exceto nas localidades de pequeno porte, onde poderá estar sediada em qualquer ponto da área urbana;
- ser dirigida por brasileiros e brasileiras, natos ou naturalizados há mais de dez anos, com capacidade civil plena⁷ e que mantenham residência na área de execução do serviço, exceto nas localidades de pequeno porte, onde poderão residir em qualquer ponto da área urbana;
- não manter vínculos que a subordine ou a sujeite à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, seja mediante compromissos ou relações financeiras e comerciais, seja por meio de relações de caráter religioso, familiar ou político-partidário;

6 Ter a ata de sua criação e os Estatutos Sociais registrados em cartório.

7 Maiores de 18 anos, no pleno uso de suas faculdades físicas e mentais.

- não possuir outorga⁸ para a execução de qualquer outra modalidade de serviço de radiodifusão ou de outros serviços de distribuição de sinais de televisão por assinatura, bem como não ter, entre seus dirigentes ou associados, pessoas que, nessas condições, participem de outras entidades que possuam outorga para execução de qualquer dos serviços mencionados.

• EXECUÇÃO DO SERVIÇO

Quanto à programação das emissoras deve ser observado:

- preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- promoção de atividades artísticas e jornalísticas;
- respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- não-discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social;
- proibição ao proselitismo, ou seja, à difusão de ideias e conceitos de cunho político, religioso ou partidário, com o intuito de se estabelecer grupos organizados ou conquistar adeptos.

Com relação aos programas opinativos e informativos:

- quando se tratar de matérias polêmicas, devem ser divulgadas sempre as diversas opiniões sobre o assunto ou as diferentes interpretações sobre os fatos noticiados.

Com relação à participação da comunidade:

- qualquer cidadão da comunidade servida pela rádio comunitária

8 Autorização, permissão ou concessão para operar outra emissora ou estação de rádio ou TV, serviço de TV à Cabo MMDS, DHT e TVA.

tem o direito a dar sua opinião sobre qualquer assunto divulgado na programação, bem como manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações.

Com relação à divulgação de eventos:

- as emissoras devem reservar espaço em sua programação para a divulgação de planos e realizações das entidades ligadas, por suas finalidades, ao desenvolvimento da comunidade.

Com relação aos programas noticiosos:

- com vistas a cumprir sua finalidade informativa, a emissora deve destinar 5% do tempo de funcionamento da sua estação para a transmissão de programas noticiosos, ou seja, para a divulgação de notícias de interesse da comunidade;
- as notícias divulgadas podem ser de caráter local, regional, nacional ou internacional e podem ser distribuídas ao longo do horário da programação;
- a exigência de divulgação consta no art. 38 do Código Brasileiro de Telecomunicações e deve ser cumprida também pela rádio comunitária.

Quanto ao patrocínio dos programas:

- as emissoras de rádio comunitária não podem transmitir propaganda ou publicidade comercial. No entanto, os programas transmitidos podem ter patrocínio, sob a forma de apoio cultural;
- entende-se por apoio cultural o pagamento dos custos relativos

à transmissão da programação ou de um programa específico, mediante a divulgação de mensagens institucionais da empresa apoiadora;

- as mensagens, por serem institucionais, devem mencionar apenas o estabelecimento ou a instituição que está patrocinando ou dando apoio cultural à programação ou a um programa específico. Portanto, na mensagem, não podem ser citados produtos, condições de pagamento, ofertas, etc;
- a entidade autorizada só pode ter apoio cultural de estabelecimentos ou instituições situadas na área da comunidade atendida pela rádio comunitária.

• FISCALIZAÇÃO

Licença: a Licença para Funcionamento de Estação é o documento, expedido pelo Ministério das Comunicações, que habilita a estação a funcionar em caráter definitivo. É expedida após a deliberação pelo Congresso Nacional e a expedição de Decreto Legislativo. O prazo de validade da Licença para Funcionamento de Estação é de dez anos, contados a partir da data de publicação do Decreto Legislativo.

Quem fiscaliza a execução do serviço de radiodifusão comunitária?

A fiscalização do Serviço de Radiodifusão Comunitária é feita pelo Ministério das Comunicações (MC) e pela ANATEL. O Ministério das Comunicações fiscaliza o conteúdo da programação e os aspectos legais da Associação Comunitária ou Fundação autorizada e a ANATEL fiscaliza as estações, quanto aos seus aspectos técnicos, e o uso do espectro radioelétrico.

• AUTORIZAÇÃO

Quem autoriza a execução do serviço?

A execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária é autorizada, pelo prazo de dez anos, à Associação Comunitária ou à Fundação selecionada, pelo Ministério de Estado das Comunicações, mediante Portaria.

4| ESTRUTURA DO ECOLÂNDIA - QUADROS E FUNÇÕES

A duração do programa é de sessenta minutos, os quais são divididos entre quadros gravados previamente e a locução feita ao vivo, no estúdio da Rádio Carai, por dois integrantes do projeto. As outras funções, como a produção de reportagens e notícias, são revezadas a cada semana, de modo que todos os membros da equipe passam, necessariamente, por todos os quadros.

A *Entrevista*, o *Microfone Aberto* e a *Reportagem* são quadros pautados pela temática da semana. A *Entrevista* e a *Reportagem*, de um modo geral, objetivam abordar o assunto de modo que esse fique claro para o ouvinte. Valem-se, para isso, de diferentes fontes, visando a uma comunicação que seja plural, e a uma linguagem simples, para que a mensagem transmitida ao público seja clara.

O *Microfone Aberto (MA)* é um quadro que tem como premissa a participação do público ouvinte do programa. A conversa entre equipe de produção e moradores da região sobre o assunto da semana, além de levantar diferentes pontos sobre esse tópico, também permite que, a partir do contato com os ouvintes, novas propostas de pautas apareçam. Basicamente, são feitas perguntas sobre o tema central.

O quadro *A cidade onde a gente vive* tem por objetivo abordar um pouco da história do município por meio de algum aspecto importante, tais como monumentos,

prédios históricos, associações e pontos turísticos. O quadro pode acompanhar a temática do programa, embora não tenha esse compromisso. Isso deve ser discutido durante a reunião de pauta, conforme as possibilidades que se apresentarem. A proposta é um quadro menor, com ou sem entrevistas.

O Perfil, propõe-se a mostrar as diferentes pessoas da comunidade que, anonimamente, constroem a cada dia o mundo onde a gente vive. A equipe do Ecolândia, semanalmente, entrevista um morador da Região Sul para compartilhar a história de vida dele com os demais ouvintes da Carai.

As *notícias* e as *dicas culturais* são lidas ao vivo pelos apresentadores da semana. As *notícias* informam o ouvinte sobre alguns dos principais acontecimentos da região e as *dicas culturais* trazem diferentes eventos, como peças de teatro e concertos musicais, que sejam acessíveis ao público, tanto em relação à distância, quanto em relação aos custos. Em geral, são produzidas cerca de seis notícias e duas dicas para cada programa, constituindo-se, portanto, em oito notas. Elas são redigidas de forma manchetada, que, como lembra FERRARETTO (2008)⁹, é uma maneira de distribuir a informação em períodos semelhantes às manchetes da imprensa. Assim, a ideia é que cada LOC contenha apenas uma informação e seja o mais clara possível.

Exemplo:

LOC 1: A última quarta-feira, dia 21, marcou o Dia da Árvore.

O Que bicho é esse? é um quadro interativo em que o som emitido por determinado animal é veiculado e questiona-se o público sobre o animal que o produz. O telefone da rádio é disponibilizado e o nome dos ouvintes que participam é anunciado ao final de cada programa. As dicas também são informadas com a técnica de texto manchetado, como forma de possibilitar o fácil entendimento do ouvinte.

9 FERRARETTO, L.A. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Editora Sagra Luzzatto, 2001.

Até o ano de 2010, fazia parte do programa o quadro *Biologia em Comunidade*, produzido pelos alunos do PET Biologia da UFSM. O quadro consistia em uma abordagem especializada sobre assuntos ligados ao meio ambiente e à qualidade de vida. Devido à interrupção da participação do PET Biologia, durante o primeiro semestre de 2011 o quadro foi reprisado, enquanto a equipe formulava novos quadros para o programa. A partir das edições ao vivo do segundo semestre, o Ecolândia começou a trabalhar em parceria com o Grupo de Modelagem Atmosférica (GruMA) da UFSM. Toda sexta-feira, algumas horas antes do programa, um repórter vai até o GruMA para fazer o boletim da previsão do tempo na região para o final de semana e questionar sobre as tendências para o início da semana seguinte.

Além dos áudios, o Ecolândia também trabalha com um blog⁹, no qual são disponibilizadas avaliações dos programas, variedades, fotos, vídeos e curiosidades. A ideia é que o blog seja uma extensão do próprio programa, no qual os ouvintes podem conhecer a equipe e aprender novos conhecimentos. A rotina é de no mínimo duas atualizações semanais. Ainda, o Ecolândia possui um twitter e um facebook¹⁰, nos quais são compartilhadas atualizações do blog, novidades sobre cada edição, notícias e curiosidades relativas aos temas dos programas.

5| CONCEITOS DA TEORIA DO JORNALISMO APLICADOS AO ECOLÂNDIA

O radiojornal Ecolândia se preocupa em produzir materiais informativos que primem pela contextualização dos fatos e participação da comunidade, com o objetivo de criar um espaço de promoção da consciência ambiental e qualidade de vida. Para atingir tal meta, o programa tem seu embasamento teórico nos preceitos do

9 O endereço do blog está disponível na página 18 deste manual, na seção "Contatos".

10 Os endereços das redes sociais estão disponíveis na página 18 deste manual, na seção "Contatos".

Jornalismo Popular (Amaral, 2006)¹², Jornalismo Ambiental (Bueno, 2007)¹³ e *Civic Journalism* (Fernandes, 2008)¹⁴.

O Jornalismo Popular se caracteriza pela marcante dimensão relacional com sua audiência, por isso Amaral (2006) afirma que a primeira questão-chave de tal tipo jornalístico é conhecer o público-alvo. Pelas características da região de abrangência da Rádio Comunitária Carai FM, o público do Ecolândia é uma população de baixa renda, baixo grau de escolaridade e alta dependência de sistemas governamentais aspectos que enquadram o ouvinte do programa como “popular”.

Conhecido o público, os veículos populares costumam também seguir outros caminhos para a cobertura jornalística. O primeiro deles é a mudança de ponto de vista, já que tal segmento deve adotar uma postura alternativa àquela apresentada pelos meios de comunicação hegemônicos. A região de audiência do Ecolândia é pauta na grande mídia, geralmente, quando protagonista de problemas de ordem social. Nesse sentido, o desafio da produção está em ver a comunidade para além do óbvio e não subestimar sua cultura, valores e conhecimentos. Outro caminho em busca da popularização está na vigilância da linguagem. Preceito básico em teoria da comunicação: repertório menos extenso abrange mais pessoas e vice-versa. Ou seja, o cuidado com os termos utilizados e a forma como são discriminados no texto é essencial para o Ecolândia, não apenas devido à baixa formação escolar do público, mas pela abrangência do rádio, que abarca todas as faixas etárias, e por sua linguagem oral. Portanto, exige-se o uso de frases curtas e diretas, poucos apostos, explicação de palavras complexas e textos didáticos.

11 AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. Editora Contexto: São Paulo, 2006.

12 BUENO, Wilson. *Jornalismo ambiental: explorando além do conceito*. In: *Desenvolvimento e meio ambiente*, UFPR, n.15, p. 33-44, jan/jun 2007.

13 FERNANDES, Márcio. *Civic Journalism: haverá um modelo brasileiro?* UNICENTRO: Guarapuava, 2008.

O Jornalismo Popular tem a utilidade como valor-notícia, ou seja, material noticioso de caráter de serviço é sempre pauta para o Ecolândia, por exemplo, campanhas de vacinação e espetáculos culturais gratuitos. Outra característica de tal segmento do jornalismo que se aplica à produção do referido radiojornal é o entretenimento, visto, aqui, não como ferramenta a serviço da alienação ou da catarse, mas como estratégia de conquista do ouvinte e equilíbrio para o programa, que tem um formato jornalisticamente pesado. Assim, o quadro “Que bicho é esse?” seria o momento de entretenimento por excelência.

Já o Jornalismo Ambiental, como o nome já supõe, engloba a promoção da causa ambiental, com objetivo de atingir o público leigo através da divulgação da atividade jornalística, e tem como principal expoente brasileiro o pesquisador Wilson Bueno. Para ele, o Jornalismo Ambiental deve cumprir três funções: a pedagógica (explicitação de problemas ambientais e indicação de caminhos para superá-los, que passem pela participação popular efetiva); a política (mobilização dos cidadãos frente aos problemas ambientais); e função informativa (Bueno, 2007). O Ecolândia, como radiojornal que segue tal vertente, busca desempenhar, concomitantemente, tais papéis.

Além de indicar um caminho a ser seguido para uma efetiva cobertura ambiental, Bueno (2007) também identifica cinco “síndromes” da atual prática do Jornalismo Ambiental, das quais o Ecolândia procura manter-se imune. *A síndrome do zoom* tira do tratamento noticioso a interdisciplinaridade necessária à pauta ambiental, relegando-a a uma área (política, jurídica, social...) de cada vez. O Ecolândia supera tal síndrome ao abordar, a cada programa, um tema sob diversificados enfoques, valorizando assim, o tratamento do assunto em várias instâncias do conhecimento. *A síndrome do muro alto* é a tentativa em tornar o debate ambiental exclusivo de um grupo “técnico”, excluindo a participação de outros segmentos e da própria população. O programa tem como mote mesclar fontes técnicas e populares na tentativa de construir um conhecimento conjunto acerca do meio ambiente.

Com esse cuidado com as fontes da informação, o Ecolândia também pretende manter distância da terceira síndrome, a *lattelização*, que se refere à escolha de entrevistados com base exclusiva em seu currículo Lattes.

Bueno identifica, também, a chamada *síndrome da indulgência verde*, que remete a pautas, geralmente geradas em assessorias de imprensa e mal-apuradas, em que é destacado o trabalho “verde” de grandes empresas, quando a verdade é que são poluidoras que estão pagando seus impostos por meio de projetos ecologicamente corretos. O único vínculo que o Ecolândia possui é com o exercício da verdade e com a promoção da causa ambiental, portanto assuntos desta estirpe não encontram espaço no programa. Finalmente, há a *síndrome da baleia encalhada*, que faz referência à espetacularização da pauta ambiental, tratada apenas em seu aspecto inusitado e com ares de sensacionalismo. Nesse sentido, o Ecolândia tenta fazer uma cobertura local, mostrando que o meio ambiente é, em referência ao slogan do programa, o mundo onde a gente vive, e não apenas grandes derramamentos de óleo ou desmatamento da Amazônia.

O conceito de *Civic Journalism* (CJ), bem como os dois conceitos supracitados, tem origem recente: 1990. A teoria surgiu a partir do engajamento do jornal *Wichita Eagle* (da cidade de Wichita, no Kansas – EUA) em motivar os leitores à participação político-partidária, já que o voto não era obrigatório. Assim, o Jornalismo Público (termo utilizado para o CJ no Brasil)¹⁵ prevê a participação efetiva da audiência na composição das pautas a serem tratadas e sob quais perspectivas, tornando-se parte da produção e não somente recepção do material jornalístico. O valor-notícia para tal especificidade do jornalismo está em pautar elementos que se encaixem na ampla categoria “interesse público”.

15 FERNANDES, Márcio. *Civic Journalism: haverá um modelo brasileiro?* UNICENTRO: Guarapuava, 2008.

6| SCRIPT

O script é roteiro produzido pelo editor do programa e utilizado por ele e pelo segundo apresentador durante os sessenta minutos do Ecolândia. Nele consta tudo o que será dito, bem como o esquema com os materiais gravados que entrarão ao longo do programa. O seu texto é manchetado, o LOC 1 deve ser feito em negrito, enquanto o LOC 2 fica em modelo padrão. A fonte convencional é a Courier New, com tamanho 12. Algumas partes do script são iguais para todos os programas, como a abertura e o encerramento:

- **ABERTURA**

IDENTIFICAÇÃO DA RÁDIO CARAÍ

TÉCNICA: VINHETA ABERTURA (01) - 00:35

LOC 1: Olá! Hoje é dia [número] e está começando mais um Ecolândia - o mundo onde a gente vive.

LOC 2: Eu sou [nome] e estarei nesta sexta-feira com vocês aqui no Ecolândia. Hoje aqui comigo está [NOME].

LOC 1: Olá ouvintes e olá [NOME]! Começa agora mais uma sexta-feira de meio ambiente e qualidade de vida aqui na Rádio Carai.

LOC 2: No programa de hoje vamos falar sobre [assunto programa].

LOC 1: E os destaques do programa de hoje são:

TÉCNICA: CORTINA

• ENCERRAMENTO

LOC 1: O Ecolândia de hoje vai ficando por aqui.

LOC 2: A produção foi de [NOMES].

LOC 1: Também de [NOMES].

LOC 2: Contamos com a participação do Grupo de Modelagem Atmosférica da UFSM, com a previsão do tempo.

LOC 1: A apresentação do programa de hoje foi feita por mim, [NOME], e pela/o minha/meu colega [NOME].

LOC 2: O programa é produzido pelos alunos de jornalismo da UFSM.

LOC 1: A orientação do Ecolândia é da professora tutora do Programa de Educação Tutorial, JULIANA PETERMANN.

LOC 2: Também contamos com o apoio técnico do Estúdio 21.

LOC 1: Lembrando que o telefone aqui da Rádio Carai está disponível para você participar do Ecolândia!

LOC 2: O número é 32 11 38 24. Ligue e participe dando suas sugestões para melhorarmos o programa.

LOC 1: Não esqueça da nossa reprise nas segundas-feiras, às 7 horas da manhã.

LOC 2: Agradecemos a sua audiência e desejamos a todos um ótimo final de semana.

TÉCNICA: VINHETA DE ENCERRAMENTO (20) - 00:28

Além disso, a escalada também é uma prática presente no script. Consiste, basicamente, na chamada de abertura do programa, com os principais assuntos do dia.

Exemplo

TÉCNICA: CORTINA

LOC 1: chamada microfone aberto

TÉCNICA: CORTINA

LOC 2: chamada reportagem

TÉCNICA: CORTINA

LOC 1: chamada entrevista

TÉCNICA: CORTINA

LOC 2: chamada cidade

TÉCNICA: CORTINA

LOC 1: Você ouvirá ainda o perfil de [NOME].

LOC 2: Ficar bem informado com as notícias, as dicas culturais e a previsão do tempo para os próximos dias.

TÉCNICA: CORTINA

LOC 1: Agora são [numeral] horas.

LOC 2: E a temperatura aqui no estúdio é de [numeral] graus.

Todos os materiais gravados devem ser enviados com a cabeça (chamada da matéria) e o pé (encerramento). Além disso, as deixas iniciais e finais dos áudios e o tempo de duração da matéria são importantes para a organização dos apresentadores, no próprio estúdio, e para o editor, durante a estruturação do script.

Veja o modelo:

TÉCNICA: VINHETA MICROFONE ABERTO - 0:11 (03)

LOC 1: Um dos itens mais importantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos é a separação do lixo para a reciclagem.

LOC 2: Se a lei for aprovada, os cidadãos que ainda não separam seu lixo vão ter que criar novos hábitos.

LOC 1: No Microfone Aberto de hoje, a repórter GABRIELLI DALA VECHIA foi até a rua Conselheiro Pereron, que fica na vila Goiânia, aqui no bairro Urlândia.

LOC 2: Nossa equipe perguntou se a população separa o lixo e se acha ou não importante essa prática.

TÉCNICA: MICROFONE ABERTO - 5:25 (04)

Deixa inicial: "Boa tarde ouvintes, eu estou aqui na rua..."

Deixa final: "vai ter um benefício até para as pessoas que fazem a coleta desses lixos e a filtragem"

LOC 2: Acabamos de ouvir o Microfone Aberto sobre como a comunidade trata da separação do lixo.

LOC 1: A produção foi da repórter GABRIELLI DALA VECHIA.

Todos os demais quadros seguem a mesma estrutura e, em função disso, não há necessidade de representá-los aqui. É importante lembrar que o script também possui uma estrutura sequencial dos quadros, sendo que a ordem posta no documento é a mesma que guiará a apresentação do programa.

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Vinheta de abertura | 10. Segunda dica e som do bicho |
| 2. Abertura | 11. Previsão do tempo |
| 3. Escalada | 12. Terceiro bloco de notícias |
| 4. Microfone aberto | 13. Cidade onde a gente vive |
| 5. Primeira dica e som do bicho | 14. Última dica e som do bicho |
| 6. Primeiro bloco de notícias | 15. Perfil |
| 7. Reportagem | 16. Dicas culturais |
| 8. Segundo bloco de notícias | 17. Revelação da charada do bicho |
| 9. Entrevista | 18. Encerramento |

7 | NORMAS DE REDAÇÃO

• REGRAS GERAIS

Os materiais para o script devem estar em fonte Courier New, corpo 12 e entrelinhamento simples; Os arquivos de texto (pé, cabeça, notícias, dicas e bicho) devem ser enviados pelo anexo do e-mail.

• ESTILO

Os scripts do Ecolândia devem ser escritos de forma clara, com linguagem simples e de fácil compreensão. Podem ser utilizadas expressões coloquais, uma vez que os programas são destinados ao público popular. Os LOCs devem ser estruturados de forma direta e conter, preferencialmente, apenas uma ideia, de forma que sua leitura seja dinâmica e de fácil entendimento. Deve-se tomar o máximo cuidado

com a ortografia, com o uso correto da gramática e também com o vocabulário, o qual deve ser adequado ao nosso público ouvinte.

A rotina de produção dos programas segue as seguintes etapas: **a)** planejamento inicial: decisões de pauta nas reuniões semanais; **b)** definição dos enfoques de cada quadro do programa; **c)** apuração da pauta e organização prévia das informações; **d)** decupagem de áudios; **e)** redação do corpo das matérias; **e)** revisão geral do material; **f)** gravação de áudios; **g)** edição final = áudios + textos; **h)** disponibilização na rádio durante o programa; **i)** avaliação crítica¹⁶.

• NORMAS BÁSICAS

Adjetivos: Restringir o uso dos adjetivos. Eles devem ser evitados ao máximo.

Anonimato: Quando a fonte não quer ser identificada, deve à mesma ser atribuído um nome fictício.

Nomes: É indispensável certificar-se da grafia correta dos nomes próprios mencionados nos LOCs. Os nomes pessoais devem ser escritos em caracteres maiúsculos, de forma que chame a atenção do apresentador durante a leitura.

Aspas: Utilizar aspas duplas quando se tratar do nome de um evento ou projeto que for ser divulgado pelo programa em alguma notícia.

Datas: Se as datas forem próximas ao programa (quarta-feira anterior ou segunda-feira próxima), escrever dessa forma no script: "Na última quarta-feira, dia TAL" ou "Na próxima segunda-feira, dia TAL".

Endereços postais: Por extenso, em caixa alta e baixa. Por exemplo: "Rua Tal, nº Tal, Bairro Tal".

14 Função do *Ombudsman*, o responsável na semana por avaliar os pontos positivos e negativos das produções. Ele ouve o programa e articula um relato sobre o andamento da edição, mostrando os erros e acertos de cada quadro produzido e também da própria apresentação. A avaliação é disponibilizada no blog do Ecolândia, como forma de mostrar aos ouvintes e leitores a rotina de produção, buscando o máximo de transparência. Ainda, na reunião de pauta o *Ombuman* compartilha as questões com a equipe para que os apontamentos sejam discutidos.

Horário: Não abreviar horas com “h” e minutos com “min”. Ex: 20h30min. Adotaremos o formato extenso: “Duas e meia da tarde”, “Sete horas da manhã”, “Dez horas da noite”.

Pessoalidade: Usar a maneira mais pessoal de linguagem, de forma a aproximar o público ouvinte à apresentação do programa.

Palavras estrangeiras: Palavras estrangeiras deverão ser redigidas na língua original caso não haja expressão correspondente na Língua Portuguesa. Preferencialmente, optar pelas palavras em português, caso estas palavras causem estranhamento ao ouvinte utilizar a palavra em sua língua original. E as palavras estrangeiras devem ser redigidas em itálico.

<i>E-mail</i> = endereço eletrônico
<i>Web</i> = rede
<i>Link</i> = link
<i>Software</i> = Aplicativo
<i>Site</i> = site (já consta desta forma no dicionário)
<i>Blog</i> = blogue
<i>Browser</i> = navegador

Parágrafos: Usar frases curtas e evitar parágrafos grandes. Devem ser bem encadeados, sendo que o ideal é trabalhar uma idéia por parágrafo. Frases com no máximo 3 linhas.

Precisão de informações: Conferir todas as informações antes de enviá-las para o editor que montará o script. Devemos primar pela informação correta, por isso deve-se apurar corretamente os dados que irão ao ar.

Pirâmide invertida: Nas notícias, procurar dispor as informações do texto em ordem decrescente de importância, com as informações mais importantes no início do texto.

Pronomes demonstrativos (isso, este, essa): Se utilizados em excesso, prejudicam o ritmo de leitura do texto; deve-se dar nome às coisas, até mesmo para não confundir o ouvinte.

Repetições: Palavras repetidas podem, muitas vezes, contribuir para a clareza do texto, portanto, é preciso não transformar o receio de repeti-las em preocupação obsessiva.

Termos técnicos: Só devem ser utilizados quando forem absolutamente necessários e, nesse caso, seu significado deve ser colocado entre parênteses para que o apresentador possa explicá-lo para o ouvinte.

Siglas: O nome aparece por extenso e a sigla entre parênteses na primeira vez que for citado. Nas demais vezes, pode-se utilizar somente a sigla.

- **USO DE 'ETC':**

Seu uso deve ser evitado. Quanto mais clara for a informação para o ouvinte, melhor.

- **UTILIZAÇÃO DE MAIÚSCULAS:**

a) no início do período;

b) nos nomes próprios em geral;

c) no início de nomes de eventos, campanhas, projetos;

d) nos nomes de órgãos dos poderes público federal, estadual ou municipal, entidades e repartições públicas e particulares em geral, escolas, prêmios, feiras, festas, exposições, congressos. Por exemplo: Ministério da Fazenda, Receita Federal, Presidente da República, Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais, Federação das Indústrias, Seminário de Direitos Autorais, Prêmio Nobel, Troféu Villa-Lobos;

e) nos nomes das instituições de ensino e de cursos regulares, mas não nos de disciplinas: Faculdade de Filosofia, Curso de Física, filosofia, física;

f) nos nomes das festas religiosas e comemorações locais. Por exemplo: Natal, Páscoa, Finados, Semana Santa, Quaresma;

g) na denominação de edifícios, monumentos, estádios, ginásios, rodovias, cemitérios, igrejas (em todos os casos em que uma designação se incorpora ao nome próprio). Por exemplo: Torre Eiffel, Biblioteca Nacional, Edifício Itália, Editora Contexto, Estádio do Pacaembu, Rodovia dos Navegantes, Aeroporto Santos Dumont, Igreja do Bonfim.

• **UTILIZAÇÃO DE MINÚSCULAS:**

a) depois de dois pontos, se não for uma citação textual, e sim um mero desdobramento da frase ou uma enumeração. Por exemplo: "Ministério da Saúde alerta: últimos dias de vacinação contra o vírus H1N1".

b) na designação de estações do ano, meses e dias da semana.

c) nas designações de horário.

d) após caracteres maiúsculos quando dentro de frase.

• **NEGRITO, ITÁLICO E SUBLINHADO:**

a) palavras estrangeiras devem ser escritas em itálico;

b) utilizar sublinhado apenas para descrever as técnicas. Ex: **TÉCNICA: ÁUDIO BICHO**;

c) o negrito deverá ser usado no cabeçalho do script (data, nome do programa), nas técnicas e nos LOCs 1.

8| CUIDADOS COM A ORTOGRAFIA¹⁷

A ortografia é a parte do estudo de língua portuguesa (gramática) que trata da correta (orto) grafia das palavras. Embora o script do Ecolândia não seja lido pelo nosso público, a boa redação dele é fundamental para que os apresentadores tenham a leitura facilitada. Além disso, um jornalista deve escrever corretamente sempre, não só quando é lido – em matérias impressas ou para a web. Listamos abaixo alguns cuidados importantes com certas grafias e usos de expressões.

- Priorize a ordem direta: S + V + C. Ou seja, sujeito mais verbo mais complementos. Essa estrutura não exige pontuação durante a frase: A população (sujeito) pode conferir (verbo) a Feira (objeto direto) de 8 a 20 de dezembro (adjunto adverbial de lugar).
- Chegou **a** duas horas e partirá daqui **há** cinco minutos. **Há** indica passado e equivale a faz, enquanto **a** exprime distância ou tempo futuro (não pode ser substituído por faz): Chegou há (faz) duas horas e partirá daqui a (tempo futuro) cinco minutos. / O atirador estava a (distância) pouco menos de 12 metros.
- À medida **em** que a epidemia se espalhava... O certo é: À medida que a epidemia se espalhava...
- A promoção veio **de encontro aos** seus desejos. **Ao encontro de** que expressa uma situação favorável: A promoção veio ao encontro dos seus desejos. **De encontro** a significa contrariedade: A queda dos salários foi de encontro às (foi contra) expectativas.
- **Onde** só pode ser usado para lugar: A casa onde ele mora. / Veja o jardim onde as crianças brincam. Nos demais casos, use em que: A tese em que ele defende essa ideia. / O livro em que... / Na entrevista em que...

17 Fontes: Manual de Redação e Estilo da Agência Estado; Polígrafos de Português e Redação do Pré-Vestibular Popular Alternativa, 2010.

- Espero que **viagem** hoje. Viagem, com g, é o substantivo: Minha viagem. A forma verbal é viagem (de viajar): Espero que viagem hoje.
- **Haja visto** seu empenho... A expressão é **haja vista** e não varia: Haja vista seu empenho. / Haja vista seus esforços. / Haja vista suas críticas.
- Já **é** 8 horas. Horas e as demais palavras que definem tempo variam: Já **são** 8 horas. / Já é (e não são) 1 hora, já é meio-dia, já é meia-noite.
- As abreviaturas do sistema métrico decimal não têm plural nem ponto. Assim: 2 km, 5 m, 10 kg.
- Ficou **sobre** a mira do assaltante. **Sob** é que significa **debaixo de**: Ficou sob a mira do assaltante. / Escondeu-se sob a cama. **Sobre** equivale a **em cima de** ou **a respeito de**: Estava sobre o telhado. / Falou sobre a inflação.
- Estou **afim** de curtir a balada. **Afim** significa semelhante, que tem afinidade: Estes livros são de áreas afins. **A fim** de significa finalidade: Chegamos cedo a fim de pegar um bom lugar.
- Estamos **acerca de** 10 minutos do local. **Acerca** significa sobre, a respeito de: A palestra de hoje foi acerca do aquecimento global. **Já a cerca** significa próximo a: Estamos a cerca de 10 minutos do local. Há, ainda, a expressão **há cerca** de que indica tempo decorrido: Estamos há cerca de 10 horas esperando na fila.
- **Por que você** foi embora ontem? (pergunta direta). Conte-me **por que** você foi embora ontem. (pergunta indireta). Grafa-se separado e sem acento quando indicar perguntas e puder ser substituído pelas expressões **por qual motivo**, **por qual razão**.

- Essa é a aprovação **por que** eu sempre lutei. Grafar-se separado e sem acento quando puder ser substituído pelas expressões **pelo qual, pela qual** e seus plurais.
- Não sei **por que** ele se ofendeu. Eis **por que** não lhe escrevi antes. Se for possível pospor a palavra **razão / motivo** depois do porquê, grafar-se separado e sem acento.
- Você parou de ler **por quê?** Nenhum de vocês foi à festa. **Por quê?** Era motivo de riso, mesmo sem saber **por quê**. Recebe acento apenas por questão fonética: sempre que estiver sozinho ou no final de orações, períodos e frases.
- Não entendi o **porquê** da sua revolta. Creio que os verdadeiros **porquês** não vieram à luz. É grafado junto e com acento quando atua como substantivo, portanto quase sempre vem precedido de artigo. Substitua por outro substantivo que tenha o mesmo sentido na sentença (significa geralmente **causa, razão, motivo**).
- Saí **porque** quis. Estamos atrasados **porque** está chovendo. É grafado junto e sem acento quando é uma conjunção (em geral, causal). Pode ser substituído por **pois, já que, uma vez que, como**.
- Na grafia de números, opte pela forma extensa para números pequenos (vinte moradores, doze crianças); para números maiores, opte pela forma numérica (37 casas, 45 desabrigados).
- Números acima de mil: não se esqueça de pontuar a milésima casa: 1.845 novas residências – e não 1845; entretanto, use **duas mil casas, doze mil pessoas** – e não **2.000** ou **12.000**.
- Arredonde quando: (a) for possível; (b) não comprometer a informação. Exemplo: 19.890 pessoas visitaram a Feira do Livro 2010. Escreva: “Quase vinte mil pessoas visitaram a Feira do Livro de Santa Maria...”.

- Faça comparações simples diante de dados complexos:
 - A área construída será de 28.500 metros quadrados. Compare com campos de futebol, por exemplo: a área de um campo é de aproximadamente 10 mil m², portanto: "A área construída será de quase trinta mil metros quadrados, o que equivale a três campos de futebol".
 - Se uma pessoa caiu de uma altura de 15 metros, compare com um prédio: "O morador caiu de uma altura de 15 metros, o equivalente a um prédio de cinco andares".
- Cuide a acentuação de algumas palavras: ela mudou por causa do acordo ortográfico.
 - Ideia não tem mais acento porque os ditongos abertos **ei**, **oi** e **eu**, quando em paroxítonas, não recebem mais acento (ex: heroico); se for oxítona, continua acentuada: herói (oxítona).
 - O trema foi extinto da língua portuguesa, a não ser em nomes (ex: Müller); portanto, escreva linguíça, linguista, tranquilo (a pronúncia não mudou).
 - Ele vem / eles vêm (acento diferencial): como a pronúncia é igual, o acento existe apenas para diferenciar plural de singular; ele vê / eles veem: não recebem mais acento as formas **oo** e **ee**. (voo, moo, creem, leem).
 - O acento diferencial permanece para **pode** (3ª p. sing. presente) e **pôde** (3ª p. sing. passado); para **por** (preposição) e **pôr** (verbo).
 - Evite gerúndios, **quês** em excesso e o pronome possessivo **sua**, pois é ambíguo; substitua por **dele**, **dela** e plurais quando for possível.

REFERÊNCIAS

AMARAL, M. F. **Jornalismo Popular**. Editora Contexto: São Paulo, 2006.

BUENO, W. **Jornalismo ambiental: explorando além do conceito**. In: Desenvolvimento e meio ambiente, UFPR, n.15, p. 33-44, jan/jun 2007.

FERNANDES, M. **Civic Journalism: haverá um modelo brasileiro?** UNICENTRO: Guarapuava, 2008.

FERRARETTO, L.A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Editora Sagra Luzzatto, 2001.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Conteúdo do Manual de orientações do MC - Como instalar uma rádio comunitária**. Disponível em <<http://www.mc.gov.br>>

PERUZZO, C. M. K. **Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento local**. Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, de 9 a 11 de outubro de 2006, São Bernardo do Campo-SP, Universidade Metodista de São Paulo. 27

EXPEDIENTE

REITOR

Paulo Afonso Burmann

VICE-REITOR

Paulo Bayard Dias Gonçalves

PRÓ-REITORA DA EXTENSÃO

Teresinha Heck Weiller

PRÓ-REITOR ADJUNTO

Ascísio dos Reis Pereira

COORDENAÇÃO PROJETO VISIBILIDADE

Reges Schwaab

CONSELHO EDITORIAL

Teresinha Heck Weiller (presidente)

Aline Roes Dalmolin

Ascísio dos Reis Pereira

Clayton Hillig

Luciano Schuch

Maria Beatriz Oliveira da Silva

Maria Denise Schimith

Rebeca Lenize Stumm

Reges Toni Schwabb

Rudiney Soares Pereira

Taiani Bacchi Kienetz

Thales de Oliveira Costa Viegas

Valeska Maria Fortes de Oliveira

EDITORA

Aline Roes Dalmolin

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Danielle Neugebauer Wille

COORDENAÇÃO ADMINISTRATIVA

Taiani Bacchi Kienetz

CAPA

Francielle Fanaya Réchia

PROJETO GRÁFICO, EDITORAÇÃO E DIAGRAMAÇÃO

Amanda da Silva Cruz

Danielle Neugebauer Wille

REVISÃO

Aline Roes Dalmolin

Amanda da Silva Cruz

Danielle Neugebauer Wille

Rejane Beatriz Fiepke

ufsm.br/pre



PRE

Pró-Reitoria de Extensão

