

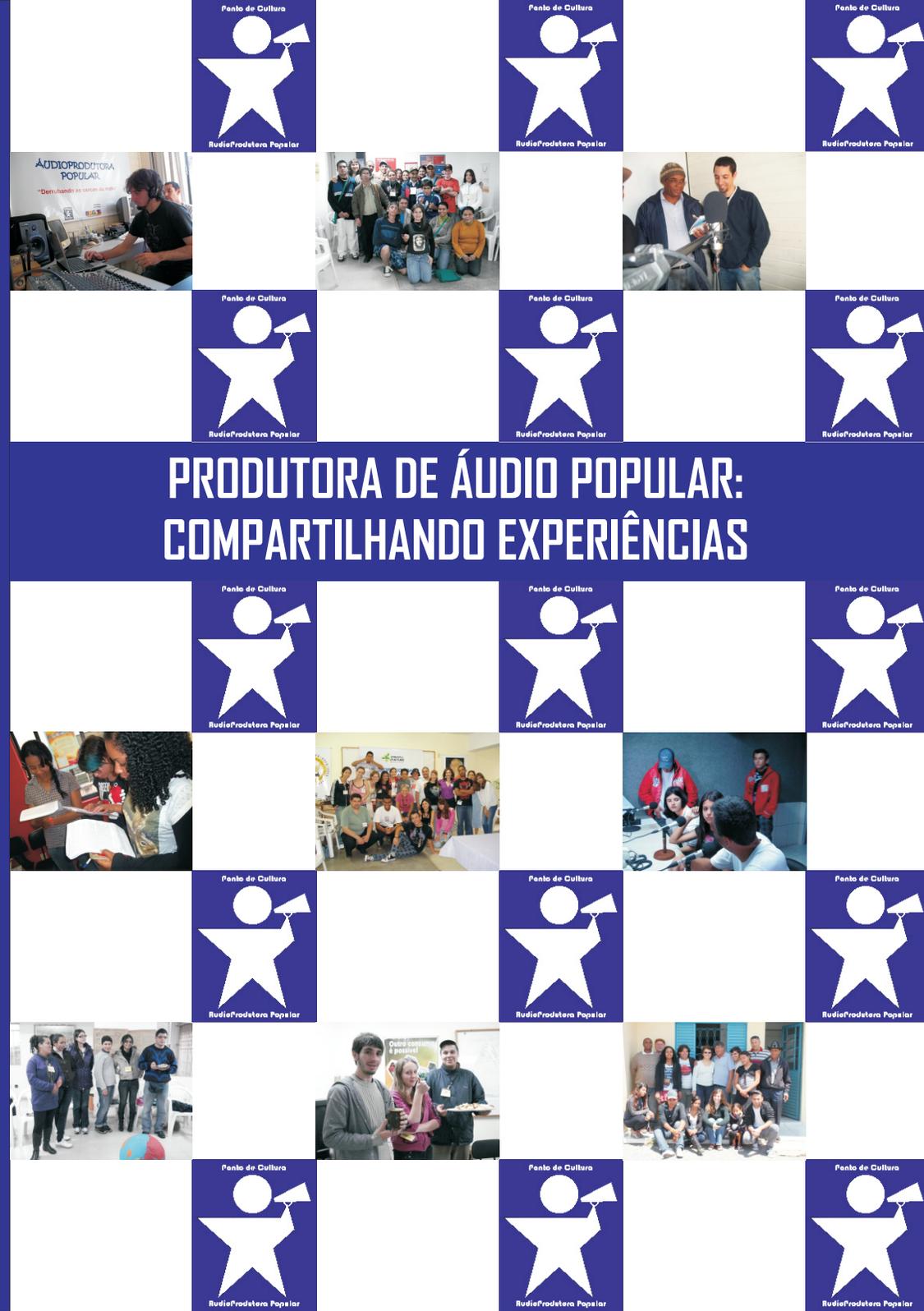
Produtora de Áudio Popular: Compartilhando Experiências

Esta cartilha traz uma sistematização do Curso de Capacitação de Agentes, algumas das dinâmicas de grupo usadas em cada etapa, atividades sugeridas, fotos e sugestões de livros, vídeos e sites para quem queira realizar projetos do gênero tanto em rádio quanto em qualquer outro meio de comunicação. Alguns dos módulos desenvolvidos no curso são apresentados nesta publicação: Comunicação e Educação Popular, Análise da Mídia, História do Rádio, Rádio Comunitária, Técnicas de Locução, Publicidade e Apoio Cultural em Rádio e Radionovela e Radioteatro.

O Curso de Capacitação de Agentes foi promovido pelo **Ponto de Cultura Produtora de Áudio Popular**, uma iniciativa do **Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araujo (Cefuria)** em parceria com o **Ministério da Cultura**. O projeto foi desenvolvido no período de 2007 a 2011 e envolveu, diretamente, mais de 60 jovens nas quatro turmas realizadas.

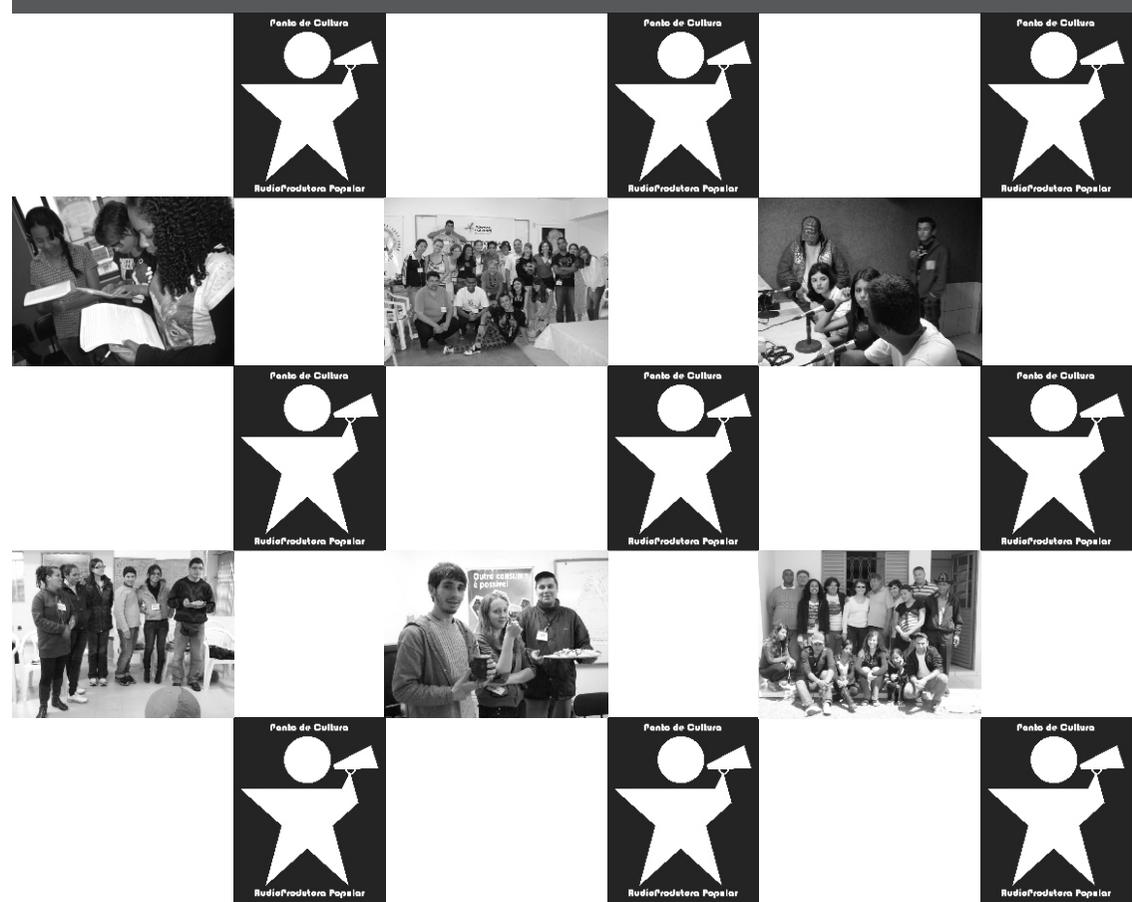


Ministério da
Cultura





PRODUTORA DE ÁUDIO POPULAR: COMPARTILHANDO EXPERIÊNCIAS



Realização

Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araujo (Cefuria)
Ministério da Cultura

Organização e Edição

Anderson Moreira

Textos

Anderson Moreira
Daniela dos Santos
Lizely Borges
Marcos Teixeira

Fotos

Acervo do Ponto de Cultura

Diagramação

Anderson Moreira

Gráfica

L.F. Editora e Impressos Ltda.

Tiragem

2 mil exemplares

Ano de publicação

2012

Contatos

(41) 3322-8487
www.cefuria.org.br
www.facebook.com/Cefuria
www.twitter.com/Cefuria

Sumário

Apresentação	4
O momento da acolhida	5
Comunicação Popular e Educação Popular	7
Análise da Mídia	10
História do Rádio	13
Técnicas de Locução	18
Reportagem em rádio	26
Rádio Comunitária	36
Criação Publicitária em Rádio: Propaganda e Apoio Cultural	39
Radionovela e Radioteatro	43

Apresentação

A palavra **comunicação** vem do latim **comunicare**, que significa **compartilhar**, tornar **comum**. Comunicar é uma necessidade do ser humano. Afinal, quanto tempo conseguiríamos ficar sem falar com outra pessoa? Se a comunicação não fosse uma necessidade não teríamos os jornais, a televisão, o rádio, o telefone, a internet e as redes sociais... Estes meios existem para que a informação possa circular com mais rapidez e atingir um número maior de pessoas. Além disso, os meios de comunicação são fundamentais para que a história e as lutas do povo sejam amplamente divulgadas.

Pensando nisso, o **Centro de Formação Irmã Araujo (Cefuria)** elabora esta cartilha com o objetivo de apresentar a sistematização de uma ação desenvolvida no período de 2007 a 2011, voltada especificamente para o rádio. O Cefuria é uma organização fundada em 1981 e tem como finalidade fortalecer a organização popular e as lutas do povo por melhores condições de vida. No final de 2007, o Centro firmou convênio com o Ministério da Cultura para a criação do **Ponto Cultura Produtora de Áudio Popular**. O projeto previa, entre outras ações, a realização do Curso de Capacitação de Agentes, cujo objetivo era formar jovens de 15 a 25 para atuarem com produções em áudio e rádios comunitárias. Foram realizadas quatro turmas do curso, cada uma com carga horária de 120 horas, distribuídas em módulos de 8 horas.

Esta publicação apresenta uma sistematização de como se deu o Curso de Capacitação de Agentes, trazendo uma breve reflexão sobre os temas abordados nos módulos, algumas das dinâmicas de grupo usadas em cada etapa, fotos e sugestões de atividades práticas para quem queira realizar projetos do gênero tanto em rádio quanto em qualquer outro meio de comunicação. A síntese foi elaborada a partir dos seguintes módulos: comunicação e educação popular, análise da mídia, história do rádio, reportagem em rádio, técnicas de locução, radionovela e radioteatro, rádio comunitária e criação publicitária em rádio: propaganda e apoio cultural.

Esperamos que este trabalho possa contribuir com a realização de outras iniciativas semelhantes a esta realizada pelo Ponto de Cultura.

O Momento da Acolhida

Apesar do grande número de meios de comunicação disponíveis, ainda não temos acesso a todos eles e, quando acessamos, por vezes não sabemos utilizá-los. Por isso são tão importantes os processos de formação em comunicação. Nestas ações, um bom início é fundamental para o sucesso da atividade toda. É nesta hora que se descobre quem são as pessoas que vão participar e quais são suas expectativas. Além disso, a recepção aos participantes também é o momento em que o educador ou a educadora se apresentam e passam a criar um clima de interação, o que irá facilitar o diálogo ao longo da atividade.

Por isso é importante um momento para “quebrar o gelo”, que pode ser feito utilizando-se dinâmicas, músicas, poesias, teatro etc. É preciso levar em consideração as pessoas que estão participando da atividade (crianças, adolescentes, jovens, adultos, idosos), a temática do encontro e o número de participantes. O/a educador/a educadora precisa estar com olhos e ouvidos atentos para a diversidade do grupo!

Sugestões de dinâmicas para a acolhida:

Pares engraçados

Esta dinâmica é uma forma divertida de fazer com que as pessoas se conheçam. Em pedaços de papel você escreverá frases que se completam (parte 1 e parte 2). Por exemplo: Na tira 1 você escreverá “Eu sou uma panela sem tampa” e na tira 2 você escreverá “Eu sou a tampa da panela”. Este será um dos pares. Vá criando os demais pares: “Eu sou um milho sem sabugo” e “Eu sou o sabugo do milho”; “Eu sou uma mala sem alça” e “Eu sou a alça da mala”, e assim por diante. As pessoas que tiverem as tarjas 1 deverão ler primeiro. Se possível faça as tarjas 1 em uma cor de papel e as tarjas 2 em outra cor. Importante! Você deve distribuir os papéis em pares. Se o grupo estiver em número ímpar você precisará participar da apresentação para que a brincadeira não termine com um “gato sem rabo” ou um “milho sem sabugo”.

Dizer o nome e fazer um movimento

Em círculo, cada participante diz seu nome e faz um movimento (ex. cruza os braços, levanta uma perna, etc.) e o grupo todo repete o mesmo gesto. Assim deve ser feito até a última pessoa se apresentar.

Memória

Esta dinâmica exige muita atenção dos participantes! Faça uma roda com o grupo. Uma das pessoas inicia a brincadeira dizendo seu nome e a idade, ou a escola onde estuda, o lugar onde trabalha etc... A segunda pessoa deverá dizer o nome e as outras informações que a pessoa anterior falou e depois dizer seu próprio nome e suas informações. Assim deverá ser feito até a última pessoa do círculo. Evite pedir que as pessoas digam muitas coisas, porque isso pode deixar a apresentação muito demorada e as últimas pessoas do círculo certamente não conseguirão guardar tudo o que foi dito.



Comunicação Popular e Educação Popular

Quando perguntamos para as pessoas o que é comunicação, boa parte delas faz menção ao rádio, ao jornal, à TV, à internet, ao celular etc. É preciso deixar bem claro que a comunicação vai além do uso dos meios e da tradicional ideia de um emissor que transmite uma mensagem para um receptor. Como já foi dito anteriormente, comunicar significa compartilhar, tornar comum. É possível dizer que a comunicação existe desde a origem da humanidade. Está nos gestos, nas expressões, nas pinturas feitas em paredes de cavernas, nos rituais... Depois, em aproximadamente três mil anos a.C., surge a escrita. Mas a ideia de uma comunicação voltada para a partilha muda de sentido especialmente a partir da Revolução Industrial, com a invenção dos meios de comunicação de massa (jornal, rádio, TV, internet). A comunicação não pode ser vista apenas a partir de seus meios (ferramentas), mas deve ser entendida como um direito humano. Dominique Wolton afirma que a comunicação é um “serviço público da vida”, com duas dimensões: comunicar é *expressar-se*, ter algo a dizer, ter o direito a dizê-lo; e comunicar é *ser* (buscar identidade e autonomia), *fazer* (reconhecer a importância do outro) e *agir*.

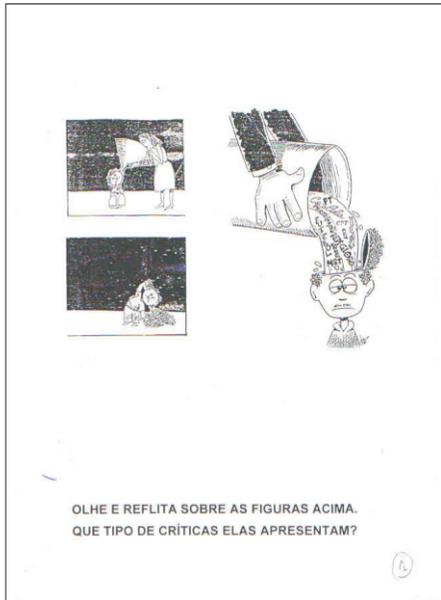
Quando falamos em ações relacionadas ao ensino da comunicação é muito importante, também, falar sobre a **educação**, que tem um significado muito próximo ao da comunicação. A palavra educação vem do latim **educere**, que significa **trazer para fora**, ou seja, partilhar conhecimentos e experiências. Para Carlos Brandão, ninguém escapa da educação, pois de diferentes modos e em diferentes espaços (em casa, na rua, na igreja, na escola) envolvemos nossa vida com ela, para aprender, para ensinar, para aprender-e-ensinar. Para saber, para fazer, para ser ou para conviver, todos os dias misturamos a vida com a educação. Logo, educação e comunicação não podem ser compreendidas separadamente. Paulo Freire já afirmava que “educação é comunicação, é diálogo”, ou seja, ambas têm o mesmo sentido e convergem para o diálogo, para a troca, para a partilha.

Este modo de pensar a comunicação e a educação, voltadas para o diálogo, nos levam para a proposta de construção de uma comunicação e de uma educação populares.

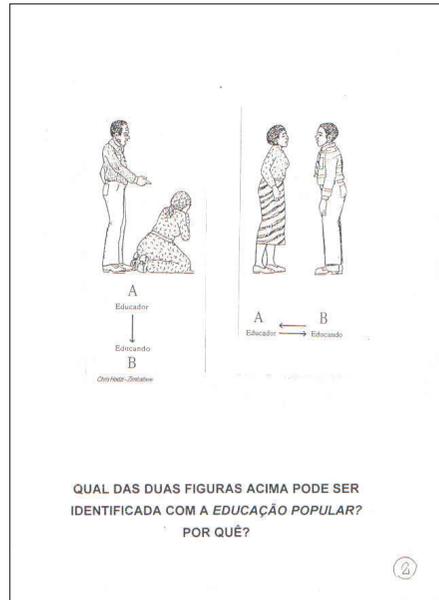
↪ Atividade proposta

Construir coletivamente os conceitos de comunicação, educação, comunicação popular e educação popular. Distribuir duas tarjetas aos participantes, de preferência em cartolina e cores diferentes. Na primeira tarjeta as pessoas deverão responder à pergunta “o que é comunicação?”. Rodam-se as tarjetas e a pessoa ao lado comenta, por escrito, a resposta dada pela outra. A segunda tarjeta é distribuída e os participantes respondem “o que é educação?”. Rodam-se as tarjetas, como na primeira questão. Quem está coordenando a atividade lê o que foi escrito (é importante anotar os pontos principais num quadro) e acrescenta ao debate o termo “popular”, perguntando o que muda nas respostas anteriores, qual passa a ser o novo significado. Para enriquecer o debate sugere-se utilizar livros e cartilhas que falem sobre comunicação (veja adiante algumas sugestões).

Em seguida, distribuir as figuras abaixo (podem ser baixadas no site do Cefuria) e, após observação do grupo, discutir o que elas representam e como enxergá-las na perspectiva da comunicação popular e da educação popular.



www.cefuria.org.br/site/imagens/educpopfig1.jpg



www.cefuria.org.br/site/imagens/educpopfig2.jpg



 Sugestões de Leitura

Cartilha

A Pedagogia de Paulo Freire: Uma pedagogia Humanizadora
Cefuria (<http://www.cefuria.org.br/doc/cartilha1pedpf.pdf>)

Dissertação

O perfil e a atuação de comunicadores/as em projetos de educomunicação dos movimentos populares
Anderson Moreira

Livros

Comunicação nos Movimentos Populares
Cicília Peruzzo

Extensão ou Comunicação
Paulo Freire

Análise da Mídia

Quando perguntamos às pessoas que participam de atividades relacionadas à comunicação quantas delas já falaram no rádio ou apareceram na TV poucas respondem afirmativamente. Também são poucas as pessoas que detêm as concessões de rádio e TV no Brasil. Para se ter uma ideia da concentração, no país existem aproximadamente 9.500 veículos de comunicação (rádio, TV, jornais e revistas) e apenas cinco ou seis famílias/grupos dominam boa parte deles. Isso certamente interfere naquilo que vemos, ouvimos e lemos.

É muito importante que os próprios participantes da atividade digam qual é o resultado dessa concentração para a sociedade como um todo: qual nosso nível de participação? Quem define a programação que é exibida? Que interesses estão envolvidos? Que tipos de programação é exibida? Nós podemos interferir na programação de alguma forma? E mais importante: existem mecanismos que podem ampliar nossa participação nas questões envolvendo a comunicação?

Mais do que oferecer respostas prontas é fundamental permitir que cada pessoa analise, criticamente, que relação a mídia estabelece com a sociedade e qual deve ser nosso papel frente aos meios de comunicação de massa, tendo como perspectiva a democratização da comunicação.

↳ Atividade proposta

Iniciar a atividade com a pergunta: o que é mídia? Escrever num quadro as respostas dos participantes. Explicar que mídia significa canal, meio, veículos de comunicação (rádio, TV, jornal, revista etc). Depois acrescentar estas questões: A que mídia temos acesso? Como me relaciono em estes meios?

Sugere-se a divisão em grupo para leitura e debate sobre o livro “Padrões de manipulação na grande imprensa”, de Perseu Abramo. É importante que cada grupo anote os principais pontos numa cartolina para compartilhar depois com todo o grupo. As pessoas também podem apontar o que, para elas, seriam possíveis critérios para uma mídia de qualidade.

Programa Correio da Comunidade

Formar grupos. Explicar que cada um compõe uma equipe responsável por um programa de rádio que mantém um quadro em que o ouvinte traz uma situação da sua comunidade e a equipe propõe soluções. Cada equipe faz como se estivesse no ar, inclusive com a leitura do caso para os demais ouvintes (de preferência que os programas sejam gravados). O grupo terá que transformar o caso numa realidade. Discutir, ao final, se os programas trazem a realidade ou apenas reproduzem o que já é feito pela grande mídia.

Caso 1: A violência está braba na minha comunidade. Ontem depredaram a escola, a escola que já estava numa pior, carteiras velhas, rachaduras, droga circulando lá dentro e agora os alunos foram dispensados porque não tem onde dar aula. Moro ao lado da escola. A gente já tentou fazer uma reunião com pais e professores mas não deu em nada. O que faço?

Caso 2: Tô desempregado há mais de seis meses. Tenho 19 anos e não tenho experiência porque no lugar que eu moro não tive oportunidade de fazer curso profissional e não sei onde tem cursos de graça. Tô muito sem dinheiro. Toda vez que procuro emprego eles exigem experiência – coisa que eu não tenho. Eu quero orientação do que fazer.

Caso 3: Toda vez que falo o nome do lugar onde moro sempre vem alguém com piadinha ou me olhando torto. Já teve vez que eu falei na hora de comprar alguma coisa e o pessoal acho que ficou meio desconfiado. E nem se fala pra emprego – parece que é mais difícil alguém acreditar que sou uma pessoa boa.

Caso 4: Cara, me sinto mal quando a minha mina paga as coisas pra mim. O problema é que tô cheio de conta, falta grana até pra levar ela comer um pastel ou a passagem do ônibus. Não sou machista não. Mas não rola.



Sugestões de Leitura

Livros

A Ditadura da Mídia
Altamiro Borges

Mídia, Educação e Cidadania
Oswaldo Biz e Pedrinho Guareschi

Sugestões de Sites

Donos da Mídia: www.donosdamidia.com.br

Intervozes: www.intervozes.org.br

Observatório da Imprensa: www.observatoriodaimprensa.com.br

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação: www.fndc.org.br

História do Rádio

O rádio é um dos mais importantes meios de comunicação. É o companheiro de todas as horas; o amigo que aconselha; desperta e faz dormir; serve de cupido: promove amores e amizades; é o mensageiro para os lugares aonde o correio não chega e para quem as letras não fazem sentido; ele diverte, emociona; faz rir e chorar; vira palanque e cabo eleitoral; informa e desinforma; liberta e aliena...

Com o avanço da tecnologia hoje podemos ouvir rádio em casa, no ônibus, no carro, no supermercado e até no celular. Roquette Pinto, um dos idealizadores do rádio no Brasil, já falava no potencial educativo deste veículo. Infelizmente, com o passar dos anos, a preocupação das emissoras com o lucro colocou a educação em segundo plano (ou ainda mais abaixo!). A publicidade ganhou lugar privilegiado na programação das emissoras. Rediscutir o papel do rádio é fundamental para a conquista da democratização da comunicação.

Atividade proposta

Para falar sobre o rádio é necessário conhecer sua história (veja a seguir a cronologia desta invenção) e falar sobre sua evolução no Brasil. Para enriquecer a atividade sugere-se utilizar gravações em áudio antigas e atuais que ajudem a contar a história deste veículo de comunicação. Este material pode ser facilmente encontrado na internet. Ex.: gravações do Repórter Esso.

Em seguida, perguntar ao grupo quais são as características do rádio. De preferência anotar tudo num quadro e permitir que a discussão possa apontar para as características do veículo, como:

Abrangência: relacionada ao alcance do rádio. O rádio chega em vilas, bairros, pequenos e grandes municípios... O censo do IBGE de 2010 mostra que o rádio já chega a mais de 90% dos domicílios brasileiros.

Facilidade de acesso: como foi dito anteriormente, o rádio pode ser ouvido em casa, no carro, no ônibus...

Instantaneidade: tão logo aconteça um fato ele já pode ser transmitido pelo rádio e chegar aos ouvintes. Isto permite maior agilidade na divulgação das informações.

Proximidade com o ouvinte: o rádio permite uma proximidade com seu público que outro veículo de comunicação dificilmente possibilita, criando um ambiente mais “familiar”.

Cronologia do Rádio

24 de maio de 1844: Samuel F. B. Morse envia a primeira mensagem à distância através do telégrafo. O primeiro sistema de comunicação de longa distância que o mundo conheceu.

1850: O alemão Daniel Ruhmkoff inventa um aparelho capaz de transformar baixa tensão de uma pilha em alta tensão: surge o primeiro emissor de ondas eletromagnéticas.

1853: O físico australiano Julius Willheim Gintl prova ser possível enviar várias mensagens simultaneamente por uma única linha telegráfica.

1875: Surge o primeiro serviço permanente de notícias por cabo. No mesmo ano, Alexandre Graham Bell inventa o transdutor magnético, ou microfone.

1877: Emile Bertiner torna o microfone um equipamento personificado e Thomas A. Edison registra som em cilindros.

1887: Rudolf Hertz descobre as ondas de rádio.

1893: O padre e cientista brasileiro Roberto Landell de Moura realiza a primeira transmissão falada, sem fios, por ondas eletromagnéticas. Sua experiência mais importante - praticamente desconhecida do mundo - foi em São Paulo, quando transmitiu por telegrafia sem fio do alto da Avenida Paulista para o alto de Sant'Ana. Todos os equipamentos usados foram inventados pelo próprio Landell de Moura, com patentes registradas no Brasil em 9 de março de 1901. Em 1904, Landell registra a patente do transmissor de ondas, do telefone sem fio e do telégrafo sem fio nos EUA.

1895: O russo Aleksandr S. Popov inventou uma antena capaz de receber frequências baixas, na faixa de 30kHz. No mesmo ano, próximo à região da Bolonha, na Itália, Guglielmo Marconi conseguiu realizar o que ficou conhecido como a primeira transmissão de sinais sem fio por uma distância de primeiro 400 e em seguida 2 mil metros.

2 de junho de 1896: O italiano Marconi registra, na Inglaterra, uma patente para um sistema de comunicações sem fio (telégrafo sem fio), que mais tarde usa para receber e transmitir sinais em código Morse em um raio de até 3km de distância.

1900: Marconi consegue a patente por um processo que permite ao operador do equipamento selecionar um comprimento específico de onda. Em fevereiro deste ano surge a primeira estação comercial, localizada na ilha alemã de Borkum.

1901: Marconi realiza a primeira transmissão transatlântica. Usando o código Morse, o cientista consegue transmitir entre Poldhu, na Cornualha Britânica, e St. John, Newfoundland.

1904: O inglês John Fleming inventa o diodo, uma válvula iônica de dois eletrodos que possibilita finalmente a transmissão do som. Imediatamente, uma estação de radiotelégrafo é construída na costa Adriática, no principado de Montenegro.

1906: O norte-americano Reginald Fessenden constrói o primeiro alternador de alta frequência e realiza a transmissão da voz humana pelo rádio. Em 25 de outubro, Lee de Forest patenteia, nos Estados Unidos, o triodo - uma válvula de três eletrodos que permite a detecção, transmissão e amplificação dos sinais de rádio.

1908: O rádio descobre sua vocação de prestação de serviços, com a adoção do sinal SOS, de socorro, internacionalmente.

1915: Surgem na Alemanha as primeiras transmissões internacionais de programas diários de notícias.

1916: Surge em Nova Iorque a primeira emissora de rádio experimental.

1919: Inaugurada em Roterdam, na Holanda, a primeira emissora regular.

1920: Surgem, na França, os primeiros rádios a pilha, vendidos com outra inovação: fones de ouvido. Neste período, o jornalismo ocupa parte importante da programação, ganhando um caráter de seriedade econômica depois que a Holanda lança moda ao começar a transmitir o movimento da bolsa de Amsterdam, mesclado com noticiário econômico.

1922: Já existem estações de rádio com programações regulares em quase todo o mundo, incluindo aí a Argentina, Canadá, União Soviética, Espanha e Dinamarca. Em 7 de setembro do mesmo ano, o discurso do presidente da República, Epitácio Pessoa, em comemoração ao centenário da independência do Brasil é transmitido via rádio, trata-se da primeira transmissão oficial pelo novo veículo de comunicação. Foram importados 80 receptores de rádio especialmente para o evento. Em outubro, nasce a britânica BBC (British Broadcasting Company), em paralelo com as primeiras estações de rádio em Shangai, na China, e em Cuba.

1923: A Itália nacionaliza o rádio por decreto real. Ainda em 1923 a França segue o exemplo e transforma o rádio em monopólio estatal. Edgard Roquete Pinto - considerado pai do rádio brasileiro - e Henry Morize fundam em 20 de abril, a primeira rádio brasileira: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, criada para atuar sem fins comerciais. Enquanto o Japão termina e regulamentar as leis de funcionamento do rádio optando por banir a publicidade neste meio de comunicação.

1924: Suécia cria o modelo de estação de rádio sem anúncios e com um propósito claramente educativo.

1932: O Decreto nº 21.111, de 1º de março, que regulamentou o Decreto nº 20.047, de maio de 1931, primeiro diploma legal sobre a radiodifusão define o rádio como "serviço de interesse nacional e de finalidade educativa". No mesmo ano, o Decreto nº 21.111, autoriza a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação.

1936: É fundada a brasileira Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que foi a primeira em audiência por mais de vinte anos.

30 de outubro de 1938: Orson Welles vai ao ar deixando milhares de pessoas em pânico com a certeza de que a Terra estaria sendo invadida por extraterrestres com a transmissão de Invasão dos Mundos, peça do escrito H.G. Wells.

1940: O Decreto-Lei no. 2.073, do presidente da República Getúlio Vargas, criou as Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União, que entre outras encampou a Rádio Nacional, de propriedade do grupo A Noite. Em 1938, inaugurou-se o programa "A Hora do Brasil".

1941: Surge o Repórter Esso, criado pela Rádio Nacional, durante a II Guerra Mundial. O programa ficou no ar até 1968.

1942: Criado o Grande Jornal Falado Tupi, da Rádio Tupi, de São Paulo. A Rádio Nacional do Rio de Janeiro leva o ar a primeira radionovela: "Em busca da felicidade".

1946: Surgem os gravadores de fita magnética. O início da substituição das válvulas retificadoras por retificadores de selênio, material semicondutor em estado sólido muito menos propício a queimar do que as velhas válvulas a vácuo.

1954: Chega o Regency TR1, primeiro rádio transistorizado do mundo, lançado nos EUA.

Anos 1970: surgem as rádios em Frequência Modulada (FM)

1985: A japonesa Sony desenvolve um rádio do tamanho de um cartão de crédito.

1990: Criada a Rede Bandeirantes de Rádio, a primeira do Brasil a operar via satélite com 70 emissoras FM e 60 AM em mais de 80 regiões do País. É

1991: Criada a Rádio CBN, primeira emissora em FM a ter conteúdo exclusivamente jornalístico.

1998: É criada a Lei 9.612, que regulamenta o serviço de radifusão comunitária no Brasil.

Final dos anos 1990: começam os testes para implantação do sistema digital de rádio.

Técnicas de Locução

Mesmo num curso de formação em rádio, por incrível que pareça, há pessoas que não gostam, têm vergonha e até medo de falar ao microfone. Algumas afirmam que não têm “voz bonita” para falar em rádio. O que seria uma voz bonita? O direito à fala independe do que se possa qualificar como bonito. Mas nós podemos melhorar nossa forma de nos comunicarmos através da voz. Aliás, isso é muito importante para o rádio, pois o som (voz, música, efeitos sonoros) é a única referência que as pessoas têm, ao contrário da TV, que além do som oferece também o recurso da imagem.

Algumas técnicas podem ajudar no trabalho com nossa voz. Mas antes de colocar as técnicas em prática vamos a algumas considerações importantes.

Respiração

Um dos aspectos fundamentais do trabalho com a voz é o correto uso da respiração. Se quando inspiramos apenas o nosso tórax se eleva significa que não estamos aproveitando toda a capacidade (volume) do nosso pulmão. Como resultado pode acontecer, por exemplo, de faltar fôlego bem no meio de uma frase. A boa coordenação pneumofônica faz com que o locutor consiga fazer as pausas nos lugares corretos e obedecer a pontuação das frases, sem diminuir a intensidade da voz no decorrer das mesmas.

Para entender como funciona nossa respiração precisamos conhecer o nosso sistema respiratório, cuja função é obter oxigênio e eliminar gás carbônico. Na inspiração, o músculo do diafragma se rebaixa e o ar carregado de oxigênio é sugado pela boca ou pelas narinas, passa pela faringe e atinge a membrana da epiglote. A epiglote abre-se e o ar segue pela laringe, traquéia e pelos brônquios até os pulmões, chegando aos alvéolos. O oxigênio atravessa as paredes e penetra na corrente sanguínea, enquanto o gás carbônico produzido pelo organismo penetra nos alvéolos. Inicia-se o processo de expiração: o diafragma e os pulmões se contraem e o ar é expulso, eliminando o gás carbônico.

Narinas: Têm a função de conduzir, aquecer, umedecer e filtrar o ar. A entrada de ar também pode ser complementada pela boca. Do nariz ou da boca o ar passa pela garganta (faringe). A caixa craniana contém cavidades (seios da face) que estão cheias de ar.

Traquéia: Depois de passar pela garganta, o ar entra na traquéia, tubo subdividido em dois brônquios que levam o ar até o pulmão. Uma lâmina chamada epiglote fecha o orifício superior do tubo quando a pessoa come ou bebe e abre-se apenas para a passagem do ar.

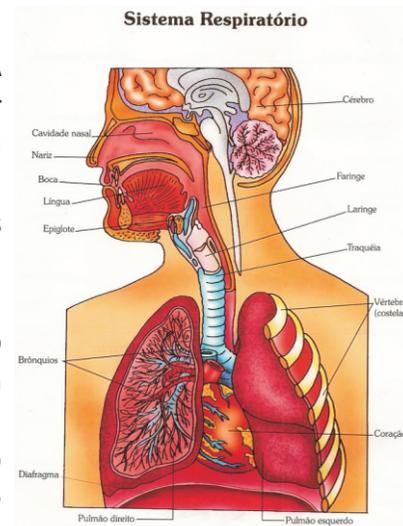
Laringe: Órgão responsável pela voz. Localizada na parte superior da traquéia, a laringe constitui-se de duas membranas (chamadas pregas vocais) que se estiram quando o ar é expelido, formando o som.

Pulmões: Principais órgãos do sistema respiratório. São duas grandes massas esponjosas localizadas no tórax e protegidas pelas costelas. O ar chega aos pulmões através de bronquíolos (ramificações dos brônquios). Estes carregam de ar os alvéolos pulmonares (microscópicos "sacos de ar" de paredes finíssimas). Nos alvéolos, o ar inspirado irá oxigenar o sangue e receber deste o gás carbônico produzido por todas as células do organismo. Os pulmões possuem cerca de 300 milhões de alvéolos.

Diafragma: É o músculo responsável, junto com os músculos das costelas, pelo movimento constante dos pulmões, o que permite a entrada e a saída de ar. Está localizado na base dos pulmões, acima do abdômen. Quando o diafragma se expande (inspiração), o ar é sugado através das narinas e da boca. Quando ele se contrai, o ar é expulso (expiração), eliminando o gás carbônico no ar expirado.

Respiração colocada

Quando você respira profundamente não deve haver elevação no peito, mas sim na barriga, pois a respiração abdominal é a correta. Se você,



ao respirar, estiver usando toda a capacidade pulmonar, sem dúvida você estará com sua respiração "colocada", caso contrário estará usando metade de sua capacidade e com certeza terá dificuldades para terminar um texto longo e sem pausa.

Articulação

A fala implica, além da produção da voz, em uma articulação clara de sons chamados fonemas segmentais. O movimento articulatório desses fonemas que se subdividem em consoantes e vogais pode sofrer variações tanto dentro de palavras como também de um indivíduo para outro, sendo, porém, consideradas dentro de padrões normais. O aparelho articulador é formado pelos palatos mole e duro, língua e protuberância alveolar, sendo que os três primeiros são chamados de órgãos ativos e os outros são denominados órgãos passivos.

↳ Atividade proposta

Sugerimos uma série de exercícios de respiração, aquecimento, relaxamento, articulação e dicção. Como os que sugerimos, vários outros podem ser encontrados em livros e na internet. O importante é que as pessoas entendam o objetivo de cada exercício proposto e passem a aplicar na prática. O ideal é que após os exercícios as pessoas gravem textos e que as gravações sejam ouvidas e avaliadas pelo grupo.

Relaxamento

- Circular a cabeça para a Direita e para a esquerda
- Circular a cabeça para os lados, para cima e para baixo
- Fazer caretas procurando utilizar todos os músculos do rosto
- Articular A/E/I/O/U, forçando o diafragma e anasalando as expressões.

Aquecimento Vocal

Técnicas para os lábios: Esse exercício é feito com a vibração dos lábios. Para isso, deve-se levar os lábios à frente, elevando o diafragma,

para que este sirva de apoio na execução do exercício. Os lábios devem ficar completamente relaxados para que a passagem de ar entre eles faça-os vibrar. O resultado desta vibração lembra a pronúncia conjunta das letras BR, parecido com o ronco do motor de uma moto.

Técnica da língua: Esta técnica é realizada com a vibração da língua, lembrando uma pronúncia exagerada da letra R. Para a execução desta técnica também deve-se elevar o diafragma fazendo com que este proporcione um bom apoio. O som deste exercício nos faz lembrar uma hélice de helicóptero em movimento. Nestas técnicas deve-se passar por regiões graves e agudas da voz.

Técnicas com a letra M: Este exercício é feito para que, a princípio, a pessoa sinta a vibração da letra M internamente e, sobretudo, sinta esta ressonância na região das bochechas (caixa de ressonância da voz). O efeito deste M interno nada mais é do que a própria preparação bucal que fazemos normalmente para que possamos pronunciar palavras que comecem com esta letra, porém, esta preparação será agora prolongada. Para se produzir este M interno corretamente, deve-se fechar os lábios e imaginar um espaço dentro da boca suficiente para caber uma bola de ping-pong.

A ponta da língua deve estar em contato com os dentes frontais superiores e o som do exercício lembra a pronúncia do nº 1, porém prolongado e com a boca fechada. É preciso tomar cuidado para que a vibração do som não se torne nasal, pois após um tempo de sustentação deste som, com o apoio da elevação do diafragma, a boca se abre lentamente na pronúncia da sílaba MO, prolongando-se o O.

Limpeza das cordas vocais e Fono-Articulação

O mameluco maluco e melancólico meditava e a megera megalocéfala macabra e maquiavélica mastigava mostarda na maloca, minguadas e míseras miavam na moagem mas mitigavam mais e mais as meninas.

Sibilação (correção dos Ss)

Execute estas sílabas: Zi - Si - Fi - Chi - Vi - Gui - Qui - Z - S - F - C - V

Hiperarticulando palavras (silabação)

Pronunciar exageradamente cada sílaba das palavras no exercício a seguir:

O prestidigitador prestativo e prestatário está prestes a prestar a prestidigitação prodigiosa e prestigiosa.

A prataria da padaria está na pradaria prateando prados prateados..

Trovas e trovões torvejam trocando quadros trocados entre os trovadores esquadrinhados nos quatro cantos.

Fragra deflagra um dribble, franco franqueia o campo, o povo se inflama e enfrenta o preclaro juri, que declara grave o problema.

Dicção

A DICÇÃO é fundamental para a compreensão do que é pronunciado. Esta parte "mecânica" da fala não é difícil de ser corrigida. É preciso ficar atento ao modo como falamos no dia-a-dia.

Exercício para correção da articulação da letra "S"

Aumente as vogais e diminua o "S" para reduzir o chiado.

AS - ES - ÊS - IS - OS - ÔS - US

aspas, haste, máscara, asterisco, casta, largas, asas, paz, jaz, estes, destes, mesmos, destino, vestes, lesmas, escada, estímulo, isca, estória, listas, pista, mistura, dentista, artista, abismo, gosta, oposto, constituinte, luz, susto, justiça, rústico, músculo, cuscuz, custos, aspargos, bisca, biscoitos, costas, costura, fustão, gás, mastro, descaso, pestana, prestígio.

Exercícios de articulação de vogais

A

Arara na sala, jararaca na lapa.
Ada vai à casa de Nana apanhar na chácara jaca e cajá.

E

A plebe em greve investe contra o mestre.
Celene e Mercedes, gente de bem, recebem sempre presentes excelentes.

I

Tia Mimi dividiu os siris de Tipiti com Bibi, Gigi e Guigui.
O brinde continha cinco brincos.

O

Totó tem xodó pelo gogó da vovó.
Após o monótono prólogo, vozes formosas solam.

U

Urus e urubus escutam cururus, surucucus e sucurijus.
Comi tutu, chuchu na cabana do zulu.

Exercícios de articulação de consoantes

M

A mucama modulando monótonas melodias moía o milho macaxeira para a moqueca e o mugunzá do medonho mercador de mugangalas.
Malé maloqueiro mandou o moroso menino mendigar da miúda mulher da moradia do morro.

B

Bela baiana, boneca de bronze, bailava brejeira um burlesco bedenguê da Bahia.

É o bamba do bambu de bambuá, bambuletê, bambulalá.

P

Pedro Pepe pulou o pátio para penetrar paulatinamente no palácio para pegar papagaios, periquitos e pipas.

O papagaio picou a prateleira perto da porta.

F

Na oficina “Quem com ferro fere com ferro morre” forjam frente a frente, com fragor o ferreiro Felisberto Furtado e seu filho Frederico Felizardo. Na fornalha flamejante fulge o fogo com furor; o fole frenético faz fumaça e fagulhas fulgurantes que ofuscam. Afinal ofegante e farto de fazer força o Felisberto Furtado força o filho fanfarrão a forjar com firmeza e sem fadiga ferraduras, ferrolhos e ferramentas.

V

O vento veloz varre a várzea com violência.

Valéria vai no volante de seu veículo com vovó, Vitor e Vasco.

T

O turco tatuado troncado e tagarela com tabuleiro a tiracolo, troca tudo pelo triplo; tecidos, ternos, túnicas, tapetes, toucas, tetéias, tesouras, talheres, termômetros, torneiras, tigelas, turíbulos, taramelas, tintas, treliças, tamborins, tartarugas, talismãs, etcetera e tal.

D

Dançam depressa, disciplinados e decididos os dez dedos delgados da datilógrafa dinâmica que decifra os documentos de déspota draconiano para o diário de deputado demagogo.

Doutor Dagoberto descreveu dezenas de doutrinas e dogmas adotando o doutorado dele editado.

R

O rato roeu a roupa do rei de Roma e da Rainha Regina.

O rato, a ratazana e o ratinho roeram as rútilas roupas e rasgaram as ricas rendas da rainha Dona Urraca de Rombarral.

A serrilha do serrote do carpinteiro range serrando ripa verde.

Ri o roto esfarrapado, ri o torto atarracado, mas não ri o morto aparvalhado.



Reportagem em Rádio

Nesta atividade o objetivo é naturalizar a comunicação para desmistificar a ideia de que perguntas devem ser complexas, bem como promover a capacitação em produção de reportagem – como elaborar pauta, entrevista, nota, reportagem – para que a comunicação não seja espontaneista, de forma que ela seja programada, pensada, debatida. Como em qualquer produção em comunicação é preciso antes planejar e estudar como fazer esta comunicação.

Nesta etapa os participantes aprendem a fazer:

- 1) **Entrevista**
- 2) **Reportagem/notícia**
- 3) **Matérias de serviço**

Para qualquer um destes materiais é preciso fazer uma pauta – a organização das informações sobre o assunto abordado. É um canal orientador do repórter. É uma sugestão de temas importantes e/ou acontecimentos do momento – questões que outras pessoas devem saber/debater.

É importante descartar: a pauta não surge da imaginação, surge do contato com as pessoas, do acompanhamento do que está acontecendo na comunidade, na cidade, no mundo, da reflexão e observação da vida.

Estrutura básica da pauta:

Pauta: qual é o assunto/tema/acontecimento que irá virar matéria ou entrevista

Data: importante para não se perder no tempo

Local: importante para não se perder (para ajudar - dê algumas referências do que está perto)

Repórter: nome e contato.

Informações sobre o assunto: Um breve resumo do assunto. Serve para o repórter se localizar. Assim ele não vai chegar despreparado (não precisa ser um texto longo, pode ter meia página).

Onde buscar informações sobre o assunto abordado e o entrevistado:

1. Na internet. O site www.google.com.br é um bom site de busca, mas CUIDADO, na internet há muita informação incorreta, cópia de texto sem dar o crédito ao autor e informação desatualizada e incompleta.

Sites de agências de notícias:

www.agenciabrasil.gov.br/ - Empresa Brasil de comunicação. Comunicação feita pelo governo.

www.reporterbrasil.org.br – site com matérias sobre questão social
www.brasildefato.com.br – site da agência Brasil de Fato. Traz matérias importantes.

2. Em revistas

3. Em especialistas fontes de consulta. É um bom contato para se preparar para a entrevista.

Fonte: Nome das pessoas que podem ser entrevistadas ou fotografadas. Cuidado para não sugerir sempre as mesmas fontes. Deve ter o nome completo, o que a pessoa faz, que cargo ocupa, contatos, onde encontrá-la e hora possível da entrevista/foto. É muito preciso pensar fontes diversas para garantir um retrato mais amplo do fato. Se a reportagem tratar sobre a situação de violência da escola, por exemplo, as fontes podem ser: alunos, professores, pais, comunidade ao redor, especialistas da área...

Roteiro de perguntas: Deve ser elaborado um roteiro para cada fonte consultada.

Já sabendo o que é uma pauta vamos para:

1. A entrevista

É a técnica em que você adquire informações com alguma fonte. Pode ser feita pelo telefone, “ao vivo”, por e-mail (na rádio perde a força porque o importa é a voz do entrevistado).

Se for possível é melhor fazer “ao vivo”, porque você tem a oportunidade de analisar a postura do entrevistado, perceber a entonação da fala, em que assuntos ele tem destreza/dificuldade. Isto pode colaborar para a construção da entrevista. Sem contar que pode incluir mais perguntas na entrevista a partir desta percepção.

Tipos de entrevista:

1 - Individual: o repórter com o entrevistado

2 - Coletiva: vários repórteres com um entrevistado ou equipe entrevistada

3 - Por conferência: apresentação de um tema, pelo entrevistado, abrindo em seguida para as perguntas dos jornalistas.

4 - Ping-pong: deve ter um texto introdutório apresentando o perfil do entrevistado e o motivo pelo qual faz a entrevista. Daí já entra com a entrevista. Caso o entrevistado não conclua as ideias volte a perguntar o que ele deixou incompleto. “O/a senhor/a afirmou que..., pode falar sobre...”.

2. Reportagem/notícia

É como contar a história do que aconteceu, de algo que seja um tema importante para as pessoas, a vida em sociedade. A notícia é o que aconteceu agora, um breve relato. Já a reportagem é algo mais aprofundado. Pode usar algo que aconteceu hoje, mas estabelece mais relações com outros fatos, exige mais investigação – é mais profunda.

Para que nenhuma informação fique de fora devemos elaborar a reportagem a partir das seguintes perguntas (no jornalismo isto é conhecido como *lead*): O que / Quando / Onde / Quem / Por que / Como. Elas servirão para orientar nossa produção jornalística.

Como contar uma história jornalística

Todo mundo é um contador de histórias em potencial

Todo mundo tem uma história para contar

Toda história é importante

Quando se está falando para um amigo ou conhecido sobre o que aconteceu com o vizinho ontem pela manhã, isso é uma história. Quando se descreve um acidente de carro presenciado por alguém, isso é uma história. Quando se conta o que a pessoa viveu, como eram seus pais, isso é uma história. O que aconteceu no dia em que foi consultar no posto de saúde, ou a experiência que teve no meio da rua, usando drogas, ou como é morar embaixo da ponte. Tudo é história.

É importante ouvir os dois lados de uma história, especialmente se é uma denúncia ou um fato polêmico.

Quanto mais versões tiver, mais rica e mais próxima do que realmente aconteceu será a história e maior será a sua credibilidade. Se for ouvido só um lado – um menino atropelado, por exemplo – pode-se ficar com a impressão de que o descuido foi apenas do motorista. Se só o motorista for ouvido, pode-se imaginar que ele não estava em alta velocidade, que a bebida pode não ter alterado sua percepção ao dirigir. Ninguém é dono da verdade. A verdade pode ter muitas caras, todas elas importantes. Ouvindo o outro lado e colocando a versão de quem vive o problema pode-se desmascarar discursos bonitos, mas vazios, e contrapor opiniões.

Detalhes do dia-a-dia podem se transformar numa grande denúncia, se as pessoas aprenderem a valorizar a própria história

Um morador de rua que foi agredido num abrigo pode, por exemplo, fazer um levantamento de quantas pessoas sofrem agressão.

Por que sofrem agressões? Que tipo de agressões? Quem agride? Quando isso acontece? Quem pode evitar que isso aconteça? Para quem reclamar? O que acontece para a pessoa que agride e para quem é agredido? O caso isolado, que geralmente é ignorado, ganha a dimensão de denúncia e pode ser enfrentado de forma mais efetiva, apontando soluções e questionando os responsáveis.

Não é preciso saber ler e escrever para contar uma história

Claro que, se souber ler e escrever, muito melhor. Mas o importante é saber dizer o que se pensa, organizar o pensamento. Falar com calma, pensando nos detalhes, respondendo para si mesmo as perguntas que qualquer pessoa curiosa faz quando se depara com fatos desconhecidos, curiosos, tristes, intrigantes. Pode-se gravar este pensamento e, com a ajuda de alguém, transcrevê-lo para o papel.

Textos coletivos podem ser montados se mais de um membro do grupo presenciou o fato

Neste caso, todos podem falar sobre um assunto e contribuir para contar a história, é possível ir registrando as impressões de cada pessoa e construir um texto conjunto. Depois de montado o texto reler com o grupo e perguntar se o texto era exatamente o que eles tinham em mente, se eles teriam algo a acrescentar ou modificar.

Os temas das histórias devem ser sugeridos pelos próprios comunicadores populares

Quem melhor do que eles mesmos para relatar a própria experiência? Os textos devem refletir a voz e os olhos do grupo. É preciso não esquecer que a intenção é levar a informação para além das fronteiras da comunidade. Alguns aspectos não parecem importantes para quem vive o problema, mas são essenciais para quem está longe desta realidade entender como ela funciona.

Etapas da entrevista/reportagem

Levantamento de assuntos. A tal da pauta. Identificar:

- a) Que temas são importantes abordar na entrevista/reportagem.
- b) Que assuntos devem ser trabalhados.
- c) O que está acontecendo na minha comunidade, no bairro, na cidade, no mundo relacionado ao conteúdo da entrevista/reportagem.

É fundamental sempre levar em conta o que interessa não apenas para uma pessoa, mas para a maioria das pessoas. Assuntos de utilidade pública, de interesse da população são uma boa opção (ex.: como ser bem atendido pelo SUS, espaços culturais na cidade...).

Pesquisa e planejamento da entrevista/reportagem

Este é o momento de colher as informações. Depois de definido o assunto é hora de buscar o entrevistado, o especialista que fale sobre aquele assunto. É importante colher informações a respeito do assunto antes da entrevista. Caso o assunto abordado já seja de domínio do repórter, vá em frente. Algumas pessoas já serão de antemão fontes de entrevista, como o prefeito, o presidente de uma associação ou a diretora da escola. Isto pelo cargo que eles ocupam ou pelo histórico deles.

Como planejar a entrevista/reportagem:

- Pesquisar sobre o assunto e o entrevistado;
- Elaborar roteiro de perguntas;
- Definir quem vai ser o entrevistado;
- Entrar em contato com o entrevistado.

Hora da entrevista/reportagem

Levar o roteiro de perguntas e um gravador. O entrevistador deve estar tranquilo, não ter vergonha de perguntar.

Claro que o entrevistado saberá mais sobre o assunto abordado do que o entrevistador, mas o importante é compreender o que está sendo falado para conseguir transmitir o conteúdo às outras pessoas.

Respeito ao entrevistado é fundamental, ainda que o repórter não concorde com a opinião do entrevistado.

Depois da entrevista e da busca das informações para a reportagem

A partir das informações colhidas na entrevista verificar se será necessário colher mais informações. É preciso ter cuidado na transcrição das informações para não ter erros e perder a linha de pensamento do entrevistado ou do fato abordado.

É hora de unir o material encontrado e analisar a entrevista que foi feita. Verificar se nenhuma informação ficou de fora.

A notícia e a matéria de serviço (falaremos sobre ela na sequência) deve ter começo, meio e fim – não dá para ir e voltar na informação.

Geralmente a notícia é estruturada em três partes:

<p><i>Introdução ou abertura:</i> é o resumo do acontecimento (lembra do lead). Esta parte deve ser escrita de forma atraente para que o leitor se interesse pela notícia.</p>	<p>O corpo da notícia: é o desenvolvimento da informação inicial contida na abertura da notícia – engloba o por quê e o para quê.</p>	<p>Fechamento na matéria: são as últimas informações sobre o assunto.</p>
--	---	---

Dicas para produzir uma comunicação de qualidade:

1. Evite períodos longos (até para o locutor poder respirar). Do contrário, até terminar uma frase longa o ouvinte nem lembrará mais da informação dada no início.
2. Evite gírias e expressões que são limitadas a um grupo. O importante é que todos entendam o que esta sendo falado. Seja objetivo.
3. Faça matérias que mostrem a realidade, na visão da comunidade.
4. Também é importante falar de fatos que acontecem no país, no mundo – relacione os temas de interesse específico da comunidade com assuntos gerais (ex. desemprego no bairro – no país – sistema econômico do país).

5. Mostre problemas, mas levante soluções junto com o povo e autoridades no assunto.

6. Construa as frases em ordem direta: sujeito, verbo e complemento. E uma ideia de cada vez. Evite gírias e termos impróprios para o tema.

7. Evite termos com duplo sentido e não deixe dúvidas na sua comunicação.

8. Evite termos engraçados em tragédias.

9. Evite iniciar com nomes próprios desconhecidos.

3. Matérias de serviço

É o informe de utilidade pública – não necessita de investigação. Mas é muito importante que a informação seja correta. Ex.: Campanha de Vacinação. Pode falar das reivindicações da comunidade, da assembleia na fábrica, divulgar empregos, mandar avisos, recados... Coloque o boletim sobre cuidados básicos com a saúde, alimentação, qualidade de vida...

↳ Atividade proposta

Divididos em grupos com no máximo 4 pessoas os participantes vão elaborar:

Entrevista:

Caso 1: “Eu sou uma liderança do bairro muito ativa. Lá no meu bairro temos muitos problemas. Eu gostaria de envolver mais pessoas pra buscar solução, mas é tão difícil mobilizar o povo. Mas eu ainda acredito que a gente vai conseguir dar conta das coisas.” (Ver modelo de pauta, questões/enfoque da entrevista).

Nota de serviço:

Caso 2: “Aqui no bairro a gente tem muito caso de gravidez na adolescência. É muita menina engravidando muito cedo. As escolas até que fazem um trabalho de explicar como previne gravidez, mas pelo jeito não tem resultado. Que informação é importante para a prevenção da gravidez na adolescência?”.

Pauta:

Caso 3: O maior problema do meu bairro que interfere na vida de um monte de gente de lá é? Para isso vamos fazer uma reportagem (veja modelo de pauta).

Notícia:

Caso 4: “Ontem a tarde morreu um morador lá da vila. Causa indignação no povo. Mas ao mesmo tempo tem um grupo de jovens que vai nas casas debater com os moradores sobre a violência, perguntar quais dificuldades o povo passa.” (veja modelo de pauta - que informações devem estar nesta notícia?)

Obs.: É fundamental gravar a produção dos grupos para fazer posteriormente um exercício de escuta.

Momento de escuta e avaliação:

- Fomos criativos ou reproduzimos o que a grande mídia faz?
- Os participantes dos outros grupos fariam o mesmo?
- Respeitamos e tivemos uma conduta correta?
- Há pluralidade de fontes?
- As produções trazem opiniões de senso comum ou houve pesquisa de informação?
- Utilizamos expressões/termos corretos?
- Utilizamos elementos como períodos curtos, com emoção, linguagem acessível?
- As produções falam da comunidade?
- A comunicação realizada é mobilizadora? Motiva a comunidade/grupo/movimento a se organizar?
- A comunicação colabora para a construção da crítica por quem recebe a informação?

É possível pensar em outras questões ou outras formas de avaliar as produções. O importante é que as pessoas percebam, de uma forma crítica, tanto as características técnicas daquilo que produziram quanto a qualidade do conteúdo.

Você está escutando?

Formar duplas. Numerar os participantes de cada dupla com os números 1 e 2.

Instruções para os de número 1: “Você irá contar uma história para o seu par. Pode escolher uma história real, da sua própria vida, ou criar algo. Mas a sua tarefa é contar essa história ao seu parceiro do começo ao fim e certificar-se de que ele compreendeu bem o que você contou”.

Instruções para os de número 2: (distribuir em papel)

1. Dê palpites sem ser solicitado durante o relato do colega – aquela história: eu penso o seguinte sobre isso...
2. Interrompa, com frequência, seu colega, para impedir que ele chegue ao final da história
3. Não responda e nem pergunte nada durante o relato
4. Peça o tempo todo que o colega repita o que acabou de dizer
5. Não dê bola para o que o seu colega está falando. Se mostre distraído.
6. Ria e ache graça quando o seu par fala sério.
7. Faça perguntas sobre todos os detalhes da história- sobre todos.
8. Conclua a frase do seu colega antes dele – tentando adivinhar o que ele vai falar.
9. Boceje quando ele fala e pergunte mais de uma vez se a atividade vai acabar logo.
10. Durante a fala do colega distorça o que ele falou: pergunte e diga coisas que ele não disse.

Cada dupla deve falar o que aconteceu. Primeiro quem contou a história e depois os “atrapalhadores”. Relatar ao grupo 1 as instruções que foram passadas ao de número 2.

Debater: como se sente quando alguém não escuta você? A gente sabe escutar e valorizar o que outro fala? É difícil falar de si? Ouvir e respeitar o outro não significa concordar ou aprovar o que está sendo dito, mas criar espaço para a diversidade e a diferença

Rádio Comunitária

Por todo o Brasil, as Rádios Comunitárias têm sido instrumentos poderosos para a divulgação de notícias, prestação de serviços, valorização da cultura e da identidade das comunidades onde as rádios estão inseridas. Através da participação popular a cidadania é promovida, com as pessoas passando de meros ouvintes a *agentes de comunicação*. Esta é uma das grandes finalidades de uma rádio comunitária. Sendo a rádio um meio e não um fim, o cidadão passa a utilizá-la como forma de reivindicar e exercitar seus direitos.

A Lei 9.612 de 1998, que estabelece o Serviço de Radiodifusão Comunitária, define que as rádios comunitárias tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário; contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente; permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Além disso, as emissoras de rádio comunitárias devem atender, conforme a legislação, aos seguintes princípios: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade; promoção das atividades artísticas e jornalísticas e da integração dos membros da comunidade atendida; 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.

Infelizmente há entre as verdadeiras rádios comunitárias aquelas que praticam a velha forma de se fazer rádio, em que à comunidade é permitido apenas participar pedindo músicas. Nestas rádios o interesse comercial prevalece sobre o interesse comum. É preciso que a comunidade exija que as emissoras comunitárias cumpram sua finalidade e atendam aos seus princípios.

Atividade proposta

Exibir o filme “Uma Onda no Ar” (Helmécio Ratton, 2002), que conta a história da Rádio Favela de Belo Horizonte. Além de mostrar a trajetória da rádio, partindo de sua idealização e instalação por meninos, o filme também provoca debates sobre temas como juventude e cultura, preconceito, violência, drogas, entre outros.

Sugere-se, também, a visita à uma rádio comunitária. Pode-se debater se ela atende à finalidade e princípios propostos, como se dá a participação da comunidade, que organizações têm espaço na programação, quem dirige a rádio, etc. Se não houver rádio comunitária próxima ao local do curso ou oficina a visita pode ser feita numa emissora comercial, desde que se faça com o grupo uma reflexão sobre o papel e a influência que a rádio exerce.






Sugestão de Filme

Uma Onda no Ar

Direção: Helvécio Ratton (2002)




Sugestões de Leitura

Cartilha

Rádios Comunitárias: a Voz da Comunidade

Cefuria (<http://www.cefuria.org.br/doc/cartilharadcom.pdf>)

Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo

Ilza Girardi e Rodrigo Jacobus

(<http://webresearch.files.wordpress.com/2009/07/cartilha.pdf>)

Livros

Rádio Comunitária não é crime

Armando Coelho Neto

Rádio Comunitária: Uma estratégia para o desenvolvimento local

Claudia Mara Stapani Ruas




Sugestão de Site

Conheça os procedimentos para instalação de uma rádio comunitária

Ministério das Comunicações: <http://www.mc.gov.br>

No site do Cefuria você encontrará outros materiais relacionados ao tema rádios comunitárias: cartilhas, legislação e artigos.

<http://www.cefuria.org.br/site/tematicas/radios-comunitarias.php>

Criação publicitária em Rádio: Propaganda e Apoio Cultural

Uma rádio comunitária tem em primeiro lugar responsabilidade com a comunidade, ao contrário das rádios comerciais, que têm o lucro como objetivo e, por isso, acabam muitas vezes se submetendo aos interesses de algumas empresas, entidades ou governos que compram espaços publicitários em suas emissoras.

A rádio comunitária, por sua vez, também precisa de dinheiro para poder pagar os custos de sua existência, como mão de obra, equipamentos, manutenção, aluguel, enfim, são necessários diversos gastos para o funcionamento diário de uma rádio comunitária. Neste momento podem surgir políticos ou empresários se oferecendo para bancar os custos da rádio. Como consequência, muitas rádios acabam caindo numa armadilha, pois quando optam por esta forma de sustentação acabam perdendo sua autonomia. “Quem paga a banda escolhe a música” diz um conhecido ditado, e é por isso que uma rádio comunitária deve procurar se financiar de uma forma diferente de como fazem as rádios comerciais, que vendem seu espaço para qualquer “um que pague”, independente de como este espaço vai ser utilizado.

Outra importante diferença é que os anúncios veiculados nas rádios comerciais são geralmente produzidos por profissionais especializados, que trabalham em agências publicitárias. Já nas rádios comunitárias, quem acaba produzindo os apoios culturais são os próprios trabalhadores da rádio, pois, de acordo com a lei nº 9.612/98, uma emissora de rádio comunitária pode veicular apenas apoio cultural de entidades localizadas na área de cobertura do serviço, ou seja, entidades que geralmente não possuem condições financeiras de contratar uma agência de publicidade.

A legislação ainda estabelece que o apoio cultural deve ser limitado à divulgação de mensagens institucionais para pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico. Nele não podem ser divulgados bens, produtos, preços, condições de pagamento, ofertas, vantagens e serviços; sendo permitida a veiculação do nome, endereços físico e eletrônico e telefone do patrocinador, situado na área de execução do serviço.

Desta forma, a produção de apoio cultural para rádio comunitária deve estar de acordo com a legislação e com os princípios de uma rádio comunitária, e ainda comunicar de forma eficiente a mensagem de seus anunciantes.

Esta não é uma tarefa simples. Podemos tomar como exemplo a publicidade comercial, que mesmo contando com avançadas técnicas de comunicação, profissionais qualificados e recursos financeiros muito maiores do que uma rádio comunitária, não é uma garantia absoluta de retorno para seus anunciantes. Mesmo assim, nosso ponto de partida para aprender a produzir apoio cultural deve ser a publicidade comercial.

Não se trata de tentar reproduzir o funcionamento de uma agência publicitária, mas de refletir criticamente sobre os valores veiculados na publicidade comercial, ao mesmo tempo em que procuramos apreender técnicas de criação publicitária que podem nos ser úteis. Entender o tripé que sustenta uma agência publicitária é fundamental neste processo de aprendizado, tripé que é formado pelas três áreas: atendimento, mídia e criação.

O atendimento faz o primeiro contato com o cliente, o possível anunciante. Ele é o responsável pela coleta de informações do cliente, o que será fundamental no momento da criação, a qual ele encaminha um documento chamado “briefing”, contendo as informações que serão úteis para a criação da mensagem publicitária. Em uma rádio comunitária, a coleta das informações também é importante e pode ser feita com a elaboração de um formulário padrão.

O profissional de mídia é o responsável pela escolha do veículo mais adequado para atingir o público desejado pelo anunciante. Ele deve conhecer as características de cada meio de comunicação e de seus públicos, assim como a rádio comunitária deve conhecer seus pontos fortes - como a possibilidade de atingir um público muito específico - e a linguagem mais adequada para se comunicar com seu público.

Na criação as mensagens publicitárias ganham forma. É quando as ideias devem surgir. Um “briefing” bem elaborado, com informações qualificadas, já é meio caminho andado para a criação publicitária. Uma das técnicas de criação mais conhecidas é o “brainstorm”, ou, numa tradução livre, a “tempestade de ideias”.

A técnica funciona assim: as pessoas envolvidas no processo de criação leem as informações sobre o que será anunciado e começam a despejar qualquer ideia que surja. A regra é não pôr freio às próprias ideias, como fazemos muitas vezes por estarmos acostumados a julgar e sermos julgados o tempo todo. Todas as ideias expostas devem ser anotadas e a crítica está proibida. Quando todos concordarem que a quantidade de ideias já é suficiente, é feita a avaliação de cada ideia para escolher aquela considerada a mais adequada.

↳ Atividade proposta

Além de entender o processo de criação publicitária é necessário também analisar criticamente o produto final, ou seja, aquilo que realmente chega até as pessoas. Assim, sugere-se a exibição de alguns vídeos de anúncios selecionados anteriormente (podem ser facilmente encontrados no Youtube) para debater em sala o conteúdo das mensagens. Na seleção a seguir buscamos alguns exemplos das maiores qualidades - como a criatividade - assim como dos maiores defeitos - como os preconceitos e valores consumistas que são geralmente difundidos.

Junto com a exibição dos vídeos e debate com o grupo também podem ser apresentados exemplos de campanhas publicitárias impressas de jornais e revistas, além de campanhas publicitárias para rádios. Pode-se fazer um comparativo entre cada uma destas mídias. É importante buscar com rádios comunitárias alguns exemplos de apoios culturais.

Após o trabalho de apresentação dos exemplos e discussões em grupos, o/a assessor/a dividirá os participantes em grupos, que deverão criar apoios culturais. Boa oportunidade para testar a criatividade dos participantes. Os apoios podem ser produzidos a partir de nomes reais ou fictícios (panificadora, supermercado, farmácia, posto de gasolina, etc.). Depois que os grupos tiverem concluído a produção eles devem selecionar (ou produzir) a trilha sonora que irão utilizar (caso tenham optado por colocar trilha) e partir para a gravação dos apoios. O resultado deve ser apresentado para todo o grupo, que irá avaliar os apoios culturais produzidos e poderá opinar sobre os produtos.



Sugestões de Vídeos

Fernanda Vasconcelos sem umbigo:

<http://www.youtube.com/watch?v=RHY4Wu0dngo>

Comercial da Folha de São Paulo com Hitler:

<http://www.youtube.com/watch?v=nd9R7ZxhjJ8>

Campanha eleitoral para presidência da Argentina:

<http://www.youtube.com/watch?v=wTN2F76E55s>

Campanha contra o aquecimento global:

<http://www.youtube.com/watch?v=vrsDCMmnQLY>

O primeiro anúncio de Tiger Woods como garoto propaganda na Nike:

http://www.youtube.com/watch?v=tAnlcW_ILyw

Propaganda de 1958 do Toddy:

<http://www.youtube.com/watch?v=lhpJAwI2fEY>

Propaganda veiculada na Índia sobre um produto cosmético que clareia a pele:

<http://www.youtube.com/watch?v=KIUQ5hbRHXk>

Anúncio da Caixa Econômica Federal no qual Machado de Assis é representado como branco. Após alguns dias, a Caixa Econômica Federal refez seu comercial

<http://www.youtube.com/watch?v=idaAFaYXnAM>

Radionovela e Radioteatro

No final dos anos 1950 a radionovela e o radioteatro faziam muito sucesso. Até então não existia a TV, o rádio era o meio de comunicação que reunia a família. Esta atividade é muito dinâmica e divertida, ideal para trabalhar a desinibição e a comunicação. É fundamental não reforçar preconceitos, sejam eles de gênero, raça, homofóbico ou qualquer outros.

Trabalhar um meio de comunicação voltado para rádio comunitária com uma linguagem voltada para a realidade local, e não a convencional que tem uma visão comercial da comunicação. Esse é o papel do radioteatro/radionovela.

↳ Atividade proposta

Escutar com o grupo a história de Luísa Mahim (radionovela produzida pela Fundação Palmares). Conversar sobre as falas, sons, noções do clima e tempo na história. Comentar sobre as primeiras radionovelas “Em busca da Felicidade”, de Leandro Blanco, e “O Direito de Nascer”, de Félix Caignet: produção, elenco, trilha sonora, sonoplastia e curiosidades.

A atividade é desenvolvida a partir de diversas dinâmicas que auxiliam na integração do grupo e na perda de timidez.

Coelhinho sai da toca

Muito parecida com a “dança da cadeira”. Distribui-se pelo espaço onde a atividade é realizada cadeiras em quantidade menor que o número de participantes (se não quiser utilizar cadeiras pode-se fazer marcas no chão, também em quantidade menor que o número de participantes, ou escolher uma outra forma). Quando o/a assessor/a disser “coelhinho sai da toca” os participantes deverão circular pela sala. Quando o/a assessor/a disser “toca” cada participante deverá correr para ocupar uma cadeira. O participante que ficar “sem toca” deverá iniciar uma história (cont.).

Continua-se a brincadeira, e cada participante que não conseguir uma cadeira para sentar deverá dar continuidade à história. Sugere-se que a história seja gravada e depois ouvida pelo grupo. Após ouvir a gravação o grupo pode melhorar o texto, propondo novas situações.

Hora do improviso

Dividir os participantes em 3 grupos. Materiais necessários: uma cortina (pode ser cobertor ou outro tipo de tecido), celofane, água, garfo, colher, pratos, chocalhos... Estica-se a cortina e por trás dela cada grupo se apresenta elaborando uma história que será narrada (radio/ teatro/novela), improvisando e utilizando os materiais para produção de sons, clima, barulho e voz.

Improvisação

Cada participante escreve uma frase que vier à sua cabeça, colocando uma intenção na frase (alegre, triste ou surpreso), e apresenta ao grupo. Trabalhar em grupo as frases de maneira que seja colocado sentimento. Depois as frases feitas por cada participante são misturadas e apresentadas ao grupo todo.

Acontece no ônibus

O objetivo desta dinâmica é desenvolver criatividade, improvisação, localização no espaço. O/a assessor/a vai sugerir o participante vivencie situações que acontecem nos ônibus. Exemplos: Vendedor ambulante, pessoa tímida, velhinha, pessoas falando alto, entre outros. Deve ser improvisado atrás da cortina para que o grupo imagine a situação como se de fato ela estivesse acontecendo dentro de um ônibus.

Como é seu personagem?

O objetivo da dinâmica é desenvolver criatividade, desinibição, improvisação e concentração.

1º Passo: Criar um nome para o personagem. Ele tem irmãos? Qual a sua idade? Onde ele mora? Qual a sua condição social? Conhece um artista famoso? Qual a comida predileta? O que ele pretende ser no futuro? Ele é casado? Tem filhos?

2º Passo: Forma-se um círculo e cada pessoa comenta sobre o seu personagem.

3º Passo: As mesmas perguntas são feitas novamente, mas o personagem terá 10 anos a mais, 20 anos, 30 anos e assim por diante.

Personificação de personagem

Os participantes devem caminhar pelo ambiente como se estivessem sem rumo. O/a assessor/a coloca situações a serem seguidas: ruas movimentadas, chuva, correr, ter medo, pé machucado, etc.

Júri simulado

Objetivos desta atividade:

- 1- Estudar e debater um tema, levando todos os participantes do grupo se envolverem e tomar uma posição;
- 2- Exercitar a expressão e o raciocínio;
- 3- Desenvolver o senso crítico.

Participantes (funções):

Juiz: Dirige e coordena o andamento do júri.

Advogado de acusação: Formula as acusações contra o réu ou ré.
(cont.)

Advogado de defesa: Defende o réu ou ré e responde às acusações formuladas pelo advogado de acusação (cont.).

Testemunhas: Falam a favor ou contra o réu ou ré, de acordo com o que tiver sido combinado, pondo em evidência as contradições e enfatizando os argumentos fundamentais.

Corpo de Jurados: Ouve todo o processo e a seguir vota: Culpado ou inocente, definindo a pena. A quantidade do corpo de jurados deve ser constituída por número ímpar: (3, 5 ou 7)

Público: Dividido em dois grupos da defesa e da acusação, ajudam seus advogados a prepararem os argumentos para acusação ou defesa. Durante o júri, acompanham em silêncio.

Passos:

- 1 – Apresentação do assunto e da questão a ser trabalhada.
- 2 – Orientação para os participantes.
- 3 – Preparação para o júri.
- 4 – Juiz abre a sessão.
- 5 – Advogado de acusação (promotor) acusa o réu ou ré (a questão em pauta).
- 6 – Advogado de defesa defende o réu ou a ré.
- 7 – Advogado de acusação toma a palavra e continua a acusação.
- 8 – Intervenção de testemunhas, uma de acusação.
- 9 – Advogado de defesa, retoma a defesa.
- 10 – Intervenção da testemunha de defesa.
- 11 – Jurados decidem a sentença, junto com o juiz.
- 12 – O público avalia o debate entre os advogados, destacando o que foi bom, o que faltou.
- 13 – Leitura e justificativa da sentença pelo juiz.
- 14 – Gravação da radionovela.

Pantomima/mímica (improvisação):

Distribuir para cada dupla uma dessas situações para que apresentem ao grupo. No primeiro momento sem fala, depois com fala.

- 1 – Chegar em um carro, pneu fura, sair do carro, retirar o estepe do porta malas, trocar o pneu furado com extrema raiva, arrumar e ir embora.
- 2 - Servir uma refeição com raiva.
- 3 - Remar em uma canoa numa correnteza, fazendo expressão de medo.
- 4 - Dirigir um carro em uma avenida movimentada, como se estivesse alcoolizado.
- 5 - Escrever uma carta, fechar e colocar selo com expressão de extrema tristeza.
- 6 – Segurar um bebê e mamadeira com expressão de muito amor.
- 7 – Apanhar laranjas e colocar na sacola com expressão de muito cansaço.
- 8 - Sentar em uma cadeira, tirar uma peça de roupa, tomar banho, passar por uma porta com muita pressa e preocupação com o horário.
- 9 – Entrar em um quarto, procurar algo em uma gaveta, achar, colocar no bolso e sair com expressão suspeita.

Sugestões de Áudio

No link <http://www.cefuria.org.br/site/audio/audio.php> podem ser encontradas várias produções em áudio (incluindo o radioteatro “A Lenda de Luiza Mahin”, produzido pela Fundação Palmares).

