

Dicas para Comunicadores Populares

Rádio: Comunicação para a cidadania.

RECOMSOL / UCBC
Rede de Comunicadores Solidários da UCBC

Créditos

Coordenação de Comunicação

Ana Cristina Suzina (2002)

Coordenação Editorial

Pedro Sanchez Coronel

Elson Faxina

Redação

Equipe de Rádio da Rede de Comunicadores Solidários à Criança:

Adriana Barbosa de Souza - Amazonas

Andréa Pinheiro - Ceará

Bete Rabello - São Paulo

Celso Anunciação - Bahia

Francisco Morais - Rio Grande do Norte

Nanci Alves - Minas Gerais

Patrícia Tosta - Bahia

Ronizia Gonçalves - Acre

Thays Poletto - Paraná

Vilma Alcantara - Piauí

Colaboração:

Evandro de Souza Santos – Pará

Elton Bozzetto – Rio Grande do Sul

Jessé Barbosa da Silva – Piauí

Mazilda Nevez da Silva - Amazonas

Redação final

Celso Anunciação

Diagramação

Ilustrações

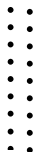
Fotos

Curitiba, 2001



Conteúdo

- Introdução
- Apresentação
- De Guerreiro a Amigo – A História do Rádio
- Capítulo 1– Rádio e cidadania
- Capítulo 2 – Linguagem
- Capítulo 3– Como falar no Rádio
- Capítulo 4– Gêneros e formatos
- Capítulo 5 - Comentário
- Capítulo 6 - Entrevista
- Capítulo 7 - Enquete
- Capítulo 8 - Notícia
- Capítulo 9 – Sociodrama
- Capítulo 10 – Spot
- Capítulo 11– Vinheta
- Capítulo 12- Rádio-revista
- Capítulo 13 - Programa “Viva a Vida”
- Capítulo 14 - Dinâmicas
- Capítulo 15 – Avaliação
- Anexos: Dicas de leitura
- Bibliografia



Apresentação

*Ô de casa!? Tem alguém aí?
Ah, que bom que você está aí, porque nós,
da Rede de Comunicadores Solidários à Criança,
estamos chegando para ficar com você nas próximas páginas
e em todas as ondas que levam vida, alegria e esperança no futuro.*

O que é?

Esta cartilha quer ser como o rádio: uma companhia constante; um instrumento de trabalho, como a enxada, que ajuda o agricultor a trabalhar a terra; como a pororoca, que destrói e renova tudo.

Como foi feita?

A idéia de fazer uma cartilha nasceu da experiência e da necessidade. Da experiência da nossa Equipe de Rádio da Rede de Comunicadores Solidários à Criança, adquirida nas diversas comunidades do Brasil, onde estivemos capacitando os voluntários e as voluntárias da Pastoral da Criança que divulgam, produzem e apresentam o programa *Viva a Vida* local.

Muita riqueza foi acumulada desde 1998, quando a troca de experiência começou a ser sistematizada pela Equipe de Rádio da Rede de Comunicadores Solidários à Criança. Daí surgiu a necessidade, tanto da Equipe quanto dos participantes das oficinas, de terem um material que, ao mesmo tempo, trouxesse o conhecimento já construído e a possibilidade de continuar esse processo coletivo, através de multiplicadores desse conhecimento.

Como utilizar?

Além de servir para auxiliar o seu trabalho, esta cartilha é um convite para que você se torne um multiplicador. Por isso, cada capítulo traz dicas de como capacitar e, no final, você encontrará sugestões de livros que poderão ajudá-lo nesta missão.

Mas a melhor forma de você utilizar esta cartilha é renovando-a a cada dia de trabalho, tornando-a viva, dialogando com ela, acrescentando seu saber e experiência. Afinal, como já dissemos, ela quer ser uma companheira nesta viagem pelas ondas do rádio e não uma estátua de pedra.

Boa leitura e bom trabalho!

⋮

De Guerreiro a Amigo

Você escuta rádio? Quando escuta? Onde você escuta? E por que você escuta rádio?

A essa altura, se juntarmos as respostas de todos os que estão lendo ou já leram esta cartilha, vamos concluir, junto com o IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que o rádio é o meio de comunicação de maior abrangência no Brasil. Enquanto a TV está na casa de 81% dos brasileiros, o rádio está em quase 89%. E na zona rural esta diferença aumenta ainda mais: 48% possuem TV e mais de 80% possuem rádio.

O rádio é, assim, 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 onde 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...

Mas, será que foi sempre assim? O rádio quando foi criado, no final do século XIX, foi confinado ao ambiente militar. Por ser considerado arma de guerra, até 1919, as emissões particulares eram proibidas em toda parte.

A 1ª Guerra Mundial (1914-1917) foi o primeiro laboratório de utilização do rádio para fins militares. Para se ter uma idéia, foi a radiocomunicação que garantiu o sucesso das operações navais da Inglaterra. Naquele período, era a Inglaterra que praticamente dominava a tecnologia da comunicação sem fio, fazendo transmissões de mensagens que cruzavam o Oceano Atlântico através das ondas do rádio. Isto fez com que os EUA, após a Guerra, reunissem esforços junto com grandes companhias do país, para investirem, maciçamente, na nova tecnologia.

Depois que saiu de sua fase experimental e as emissões particulares foram liberadas, os anos 20 receberam o rádio com grande entusiasmo. No mundo inteiro acreditava-se que ele serviria para elevar o nível cultural de toda a população.

O professor Roquette Pinto é um exemplo desse otimismo no Brasil. Junto com Henry Morize, fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 20 de abril de 1923, marcando assim a instalação definitiva da radiodifusão no Brasil:

“Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão, livremente, o conforto moral das ciências e da arte (...). Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportam no espaço, silenciosamente, as harmonias”.
(TOTA, 1990:17)

Assim, a primeira função do rádio brasileiro foi, principalmente, educativa.

Nesta fase inicial, o rádio ainda era um produto acessível apenas às elites urbanas, sendo um dos marcos da expansão da sociedade de consumo. Apesar dos esforços de Roquette Pinto por uma programação educativa e cultural popular, o rádio acabava

transmitindo mais o que melhor caía no gosto dessas elites: óperas, conferências, palestras, inclusive em outras línguas. Mas também veiculava, além dos noticiários, aulas de português, francês, história do Brasil, geografia, física, química, higiene, silvicultura.

Passado esse entusiasmo inicial, outros usos do rádio foram aparecendo, como o uso político e o uso comercial. Ele passou a ser usado para vender produtos: de ideologias a pasta de dentes.

O rádio foi utilizado para propagar ideologias como, por exemplo, o Nazismo, na Alemanha. O Ministro da Informação e Propaganda, Paul Joseph Goebbels, usou o rádio intensamente como estratégia para criar uma imagem de Hitler como um homem poderoso e invencível. Há pesquisadores que afirmam que Hitler não teria sido possível sem o rádio.

No Brasil, o primeiro governante a usar o rádio com o objetivo de doutrinação ideológica foi Getúlio Vargas. Ele criou, em 1937, o programa *Hora do Brasil* (hoje, “*A voz do Brasil*”) que transmitia seus discursos, de segunda a sexta-feira, em cadeia nacional, tornando-se o divulgador oficial do governo.

Tanto no uso político quanto no comercial, o rádio passou a visar o lucro e o poder para os que o tinham nas mãos.

Os anos 40 foram decisivos, pois a comunicação popular se firmou no rádio. Enfim, a música brasileira, os programas humorísticos, as novelas, criaram e aperfeiçoaram a linguagem do rádio brasileiro.

Na década de 50, com o aparecimento da TV, o rádio parecia ter entrado em decadência. Na realidade, ele passou por um longo período de transição e busca de nova identidade; resistiu à grande crise e retomou, a partir dos anos 60, um pouco do seu espírito inicial. Embora com bem menos entusiasmo, voltou a ser usado para fins educativos e culturais.

No Brasil, foram criados os programas de alfabetização para jovens e adultos, como o Movimento de Educação de Base. O MEB utilizava amplamente o rádio para chegar nos mais distantes recantos do país e cumprir a missão de alfabetizar todos os brasileiros.

Hoje, este uso foi novamente esquecido pela maioria dos que atuam no rádio. O Professor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Roberto Salvador, questiona:

O hábito de ouvir Rádio é característico de 88 por cento da população brasileira. E isto porque ele está em todos os lugares (...). E aí eu pergunto: cadê o Rádio na sala de aula? Afinal, se ele é do agrado de tantos por que a escola dele não se agradou?

Voltando para nossa história, é bom lembrar que os vários usos do rádio acontecem juntos, só que uns se sobressaem mais do que os outros, de acordo com a época. E é isto que estamos destacando nesta breve história.

A partir da década de 70, teve início o processo de democratização do rádio: as ondas hertzianas são patrimônio da humanidade, pertencem a todos, portanto, todos têm o direito de emitir opiniões, participar da construção das notícias, ser sujeito da comunicação. Neste sentido, o movimento das rádios comunitárias, também chamadas livres, participativas ou populares, tem conseguido grande avanço no processo de democratização do rádio e na utilização do veículo para fins sociais. Assim, o rádio dá um passo a mais para cumprir sua missão de “não somente levar o ouvinte a escutar, mas levá-lo a falar” (Bertolt Brecht).

Na perspectiva da Associação Latino-americana de Educação Radiofônica – ALER, o papel do rádio nestes novos tempos “consiste em formar os cidadãos para a construção de uma sociedade mais democrática.” Neste sentido, a ALER aponta algumas idéias de como podemos usar o rádio para alcançar este objetivo:

1. **Dar a palavra ao povo porque a palavra é poder.** Hoje, só o que aparece nos meios de comunicação ‘existe’. Por isso, o rádio deve continuar entregando o poder da palavra aos trabalhadores, às mulheres, às crianças, às instituições da sociedade civil, às pessoas que participam dessas organizações, ao homem da esquina, sobretudo, aos setores e sujeitos sociais marginalizados. A participação dá poder e este poder permite atuar sobre a realidade para transformá-la.

2. **Estar aberto a todos os setores.** Todos devem poder falar: os diferentes partidos políticos, os poderes públicos... O rádio deve estar aberto à pluralidade, ou seja, a todos os atores sociais sem distinção, nem discriminação.

3. **Uma comunicação horizontal.** O rádio deve estar conectado com o povo e a sociedade. Deve partir e se nutrir da vida das comunidades, levar em conta a pessoa e sua integridade, suas necessidades, seus afetos, seus gostos e interesses.

4. **Promover uma participação educativa.** A participação permite ao povo avançar na formação de um saber: quando falamos temos que estruturar nosso pensamento, realizar um processo intelectual que nos ajude a crescer. Esta participação será útil e educativa na medida em que o rádio planeje e estabeleça objetivos claros.

5. **A produção criativa de espaços e formas participativas.** A participação não está somente em oferecer o microfone para que todos falem. Ela passa pela produção de programas criativos e de entretenimento que promovam uma participação de qualidade e que contribua com o cumprimento do projeto de democratização da comunicação.

Assim, o rádio, neste novo milênio, põe todo o seu potencial à disposição da cidadania e da solidariedade. A continuação dessa história só depende de nós, comunicadores solidários: como estamos usando o rádio? E para quê?

Muitos decretaram o fim do rádio, quando a TV surgiu na década de 50. Mas ele resistiu e, hoje, mesmo com todo o desenvolvimento de outros meios de comunicação, como a TV a cabo e a internet, ele continua sendo o veículo de massa mais democrático e o

mais eficaz para se fazer uma mobilização social, pois fala para a comunidade. E, apesar de toda a globalização, as respostas, as saídas para os problemas da sociedade, com certeza, passam por soluções encontradas pela própria comunidade (desde um problema com a rede de esgotos, uma doação de sangue, até uma cobrança de políticas públicas mais eficazes). A história do rádio no terceiro milênio está nas mãos de cada um de nós que quer realmente usar e abusar deste veículo para ajudar a formar cidadãos conscientes e uma sociedade justa e solidária.

Por tudo isso, nós, comunicadores solidários, que fazemos cursos, que produzimos, que queremos democratizar a comunicação, precisamos usá-lo sem medo, mas com competência, seriedade e leveza para que o rádio cumpra seu compromisso social. Isso ainda não está escrito, é uma história que nós vamos escrever juntos.

Essa história não termina

Acaba de começar

O que vai acontecer (ou o que vamos escrever)

É coisa de imaginar!!!

(Chico dos Bonecos-Carretel de Invenções/Fundação Fé e Alegria do Brasil)

Em Cícero Dantas, no interior da Bahia, a Rádio Regional fez uma mobilização diferente. Na cidade, há vários dias faltava água porque havia estourado um cano e a prefeitura não resolvia o problema. Dezenas de solicitações foram feitas e nada. Até que a Rádio Regional convocou a população para um ‘panelaço’. Centenas de pessoas foram à praça, que fica em frente à emissora, e bateram panelas durante alguns minutos. A manifestação foi transmitida pela Rádio. No dia seguinte o problema do cano estourado estava resolvido.

O que faz uma rádio ser cidadã é a capacidade de mobilizar, de se envolver com o cotidiano da comunidade, de ajudar a promover mudanças. Em nosso país, dezenas de coisas podem ser feitas a partir da rádio: luta por mais vagas nas escolas, por um bom serviço de saúde, combate à discriminação racial, construção de casas em regime de mutirão, incentivo à plantação de árvores em praças públicas, localização de pessoas desaparecidas, distribuição de cadeiras de rodas para portadores de necessidades especiais, defesa do patrimônio público etc.

Outro projeto interessante é a Rede de Comunicadores pela Educação que reúne radialistas do Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil. Esses comunicadores foram capacitados e estimulados a trabalhar com temas voltados para a educação. Nas oficinas para capacitação dos radialistas, realizadas no ano 2000, um dos temas discutidos foi a “pauta”. Como introduzir no dia-a-dia dos programas de rádio o tema educação?

Os radialistas foram, aos poucos, descobrindo que qualquer pessoa pode falar sobre o assunto, não apenas o prefeito ou o secretário de educação. Os pais, alunos, professores são boas fontes de informação porque, afinal de contas, estão completamente envolvidos com o assunto. E pra falar de educação, não é necessário um programa especial.

O tema está no cotidiano das pessoas e, só isso, já é motivo suficiente para entrevistas, enquetes, reportagens. Você já parou pra pensar como anda a educação no seu município, a saúde, a mortalidade infantil? Todos esses temas, e muitos outros, podem estar nos nossos programas, sejam eles musicais ou jornalísticos. Basta que a gente encontre uma forma agradável de tratar do assunto. Assim se constrói cidadania no rádio, discutindo, trocando idéias sobre assuntos que estão muito presentes na nossa vida, mas que, muitas vezes, nem nos damos conta.

E podemos fazer isso numa rádio comercial ou comunitária. Não importa o canal, o que importa é que nós, Comunicadores, temos compromisso com o que estamos dizendo no ar. Afinal, também somos Cidadãos.

Uma rádio é cidadã quando:

1. Conhece bem a realidade dos seus ouvintes e dá condições para que as pessoas e a comunidade discutam seus problemas, através de uma programação aberta para o diálogo;
2. Valoriza e respeita as diversas manifestações artísticas e culturais da região;
3. Abre espaço e valoriza as diversas manifestações artísticas e culturais locais;
4. Diverte, informa, fortalece os laços de amizade entre os membros da comunidade;
5. Usa seus programas musicais e de entretenimento para divulgar informações de qualidade;
6. Promove debates sobre temas atuais;

7. Os comunicadores estabelecem relações de confiança com a comunidade;
8. Usa uma linguagem clara, simples, alegre, bem humorada e motivadora;
9. Cria condições para que seus funcionários – comunicadores, operadores de áudio, diretores, repórteres - possam sugerir programas, formas de se relacionar com a comunidade;
10. Trabalha com a variedade de gêneros e formatos e apresenta programas ágeis e dinâmicos;
11. Entra em rede com outras emissoras e grupos, recebendo, enviando e divulgando informações.

José Ignacio López Vigil, no livro *Manual Urgente para radialistas apasionados*, comenta a definição de uma comunicadora canadense, Vinny Mohr, para rádio local e emissora de alcance nacional: “A rádio local é como um espelho, a nacional, como uma janela”. E José Ignacio complementa:

“Nas emissoras locais, os cidadãos se vêem refletidos, identificam seus problemas e imaginam soluções e se organizam para melhorar sua qualidade de vida. A comunidade se escuta e escutando-se eleva a auto-estima individual e coletiva. Os vizinhos se conhecem mais, se reconhecem melhor. A rádio local constrói identidade. As rádios nacionais ou regionais são como janelas para ver o que se passa no país, para perceber outros mundos. (...) Em nosso território coexistem uma variedade de culturas, costumes e crenças. Conhecendo essa diversidade, aumentamos o respeito pelos demais. Geralmente, não se valoriza o que não se conhece. A rádio com alcance nacional nos faz estimar os outros, mesmo que os conheçamos somente de ouvido. Não somos iguais, mas valem o mesmo. A rádio nacional constrói solidariedade”.

Esta definição de Vigil ajuda-nos a compreender que a comunicação feita por uma rádio pequena não é melhor ou pior do que a feita por uma grande emissora. O tamanho da emissora, na verdade, não importa; o que vai contar mesmo é a qualidade da informação e da comunicação.

Vamos tentar, daqui para frente, perceber as nossas rádios, ou mesmo os nossos programas, como “espelhos” onde refletimos a nossa realidade, e como “janelas” para a construção de solidariedade? Mãos à obra!

Como se faz?

1. A Palavra

Para que a comunicação radiofônica dê bom resultado é preciso dosar bem o uso da linguagem oral. Deve ser uma dosagem quantitativa e qualitativa. Quer dizer, utilizar o menor número de palavras possível, sempre e quando a mensagem estiver completa. Diz o ditado que quem fala mais comunica menos.

É necessário escrever para o rádio de tal maneira que o ouvinte capte a mensagem com o mínimo de esforço possível. Portanto, toda mensagem deve ser concreta, verdadeira, importante e atraente.

Nossa palavra deve ser:

a) Clara

Não colocar muitas idéias num só parágrafo e não usar palavras que sejam difíceis do ouvinte entender.

b) Simples

Em rádio, deve-se usar palavras fáceis. Não complique. Lembre-se que você tem que ser um artista da cultura oral. Sempre utilize a palavra concreta. Não abuse de palavras técnicas, abstratas, estrangeiras, pouco usuais.

c) Direta

Dizer as coisas sem rodeios, evitando abusar de comparações difíceis e a construção de frases rebuscadas. A maneira mais recomendável é escrever como se fala, colocando **sujeito + verbo + complemento**. Quando escrever para o rádio, primeiro escreva, depois leia em voz alta e, então, sinta se soa como linguagem oral.

d) Precisa

É preciso usar frases curtas para evitar a monotonia. Uma frase curta tem menos de quinze palavras. Além disso, é bom usar palavras de poucas sílabas.

e) Amiga

A conversa radiofônica é íntima, se fala ao ouvido das pessoas. Não faça discurso. Converse com o ouvinte, falando sempre para uma pessoa, no singular. Nunca imagine falar para uma multidão, mesmo supondo que sejam muitos os seus ouvintes. Use sempre o **você** e não o **vocês**. Coloque do seu lado, imaginariamente, um amigo seu; olhe no seu rosto, descubra as suas inquietações. Fale diretamente com ele, não com a linguagem impessoal, mas com o jeito do coração.

2. A Música

O rádio não é só palavra, é também música e som. No rádio, as imagens visuais têm que ser transformadas em imagens auditivas. Na produção dessas imagens a música e os

sons são dois preciosos e poderosos aliados. Os sons permitem que o ouvinte veja com a sua imaginação o que desejamos descrever; e a música permite que ele sinta as emoções que queremos comunicar-lhe.

Funções da música:

a) Tema: música que identifica um programa. Geralmente, é usada no início e no final de cada bloco ou de cada programa, nas saudações e despedidas. Logo que os ouvintes escutarem as primeiras notas daquela *música*, se programam para escutar com maior atenção o que segue. Por esta razão, a música tema tem que ser fixa.

b) Cortina musical: é um espaço musical de curta duração, que se utiliza para separar as cenas ou blocos dos programas e para acentuar a atmosfera emocional. Para as cortinas, deve-se usar trechos de músicas instrumentais, sem palavras.

c) Ambientação: é a música que se usa para criar um ‘clima’ adequado à cena ou ao momento radiofônico que se quer destacar. De acordo com a cena, a música pode ser alegre, agressiva, trágica, entre outras. A música ambiental ajuda o ouvinte a enxergar a cena.

d) Fundo musical ou BG: é a música que se escuta em segundo ou terceiro plano, como fundo das palavras. É mais conhecido como BG e é utilizado para ressaltar a emoção numa cena romântica, na leitura e na poesia.

3. Os efeitos sonoros

O som é um elemento fundamental na comunicação radiofônica. No rádio, a palavra, a música e o que comumente chamamos de ruídos se transformam em sons. O som é a decoração radiofônica.

Os efeitos de som atuam sem necessidade de palavras e adquirem valor emocional quando cumprem uma ou várias funções ou papéis. Assim, eles podem aparecer:

6. Para compor um cenário: barulho de rio e de pássaros nos transportando para o campo; de carros em uma cidade; de crianças em um recreio de escola etc.;

7. Para compor uma cena: som de martelo sendo usado, porta abrindo etc.;

8. Para compor um personagem: respiração apressada de alguém com medo; sons de bichos como uivado, coaxar, latido etc.;

9. Para mudar de época: som de arpa, piano, e outros instrumentos musicais, nos transportando de uma data a outra, passado ou futuro;

10. Para marcar um fala ou ação: som engraçado como “tóin”, de instrumentos eletrônicos para suspense, de sino para chamar a atenção sobre algo etc...

4. O silêncio

Quando falamos em linguagem radiofônica não podemos esquecer de incluir o silêncio. No ritmo da leitura e sua correta entonação, o silêncio marca um momento precioso. É quando o leitor radiofônico deve respirar. Além disso, ele é um descanso ao

ouvido do ouvinte. Se o silêncio é bem localizado, ajuda a criar um clima de suspense, emoção, expectativa e até de angústia.

O silêncio pode ser de dois tipos: absoluto e relativo.

a) absoluto: é o silêncio de palavras; quando não se diz nada, não há nenhum tipo de som no ar. Ele não tem significação negativa, de vazio, de interrupção. A duração desse silêncio é bem curta. Exemplo:

ANTÔNIO: Carolina, quer casar comigo?

CAROLINA: **(pausa)** Sim, Antônio, quero casar contigo.

Não se pode confundir o silêncio absoluto com o vazio radiofônico ou “buraco”. O vazio é um espaço em branco, que se produz por uma interrupção na emissão. Ele acontece, em geral, por falha técnica.

b) relativo: é aquele que ilustra efeitos ou estados de ansiedade, por exemplo: soluço, ronco, suspiro, respiração. Há um silêncio de palavras, mas este não é absoluto, já que estamos escutando a ambientação da cena.

b) Clareza: falar devagar, pronunciando e articulando de modo inteligente. Não comer os finais das frases e nem das palavras. Para isso, abra bem a boca e faça muitos exercícios de leitura.

c) Ênfase: dar a força de expressão necessária para a palavra ou a frase. A ênfase é a chave para levar ao significado do que está escrito. Sem a ênfase a palavra fica apagada, sem graça.

d) Modulação e Entonação: é a variedade na inflexão do tom da voz. É preciso saber entonar as frases interrogativas, imperativas e exclamativas.

e) Naturalidade: primeiro: não ler, mas comentar, contar, bater um papo. Segundo: a voz deve sair livre, sem esforço.

f) Pausa: essencial para uma boa locução, mas também precisa ser dosada. Falar sem

pausas é algo mecânico, é simplesmente soltar as palavras sem tom nem som, é pronunciar palavras sem sentido.

g) Serenidade: não se deve correr, cada fala tem seu próprio ritmo. Se seu programa foi preparado conscientemente, no momento de ser levado ao ar o locutor estará relativamente sereno. Do contrário, a preocupação em fazer bem vai arrasar seus nervos e a fala vai refletir este estado de alma.

h) Ritmo: regulado, sem atropelar e sem ficar monótono. O próprio texto vai indicando onde se deve mudar o ritmo. As coisas tristes, normalmente, são ditas devagar. Já as descrições são feitas um pouco mais rápido. Quando se dão ordens, um pouco mais rápido e enérgico.

2 – Locutor bem informado:

Além da boa dicção e da voz “trabalhada”, o locutor deve ter a preocupação de estar bem informado sobre o que acontece na comunidade, no estado, no país, no mundo e, evidentemente, sobre o que vai apresentar no programa. O locutor deve ter o costume de ler livros, jornais, revistas, etc.

Antes de pegar o microfone, o locutor deve ver o que vai ler, esclarecendo dúvidas sobre pronúncia de nomes de pessoas e lugares, e conhecer bem o assunto que vai falar.

É bom estar afinado com o operador, pois se ocorrer algum imprevisto ele saberá como agir. Por exemplo: acontece do locutor engasgar ou precisar tossir e com um simples aceno para o operador ele pode ter um tempinho de uma vinheta, uma subida do BG ou um comercial para se recompor.

Ao falar no rádio é importante saber também qual é a distância que devemos manter do microfone. Isso vai depender muito do tipo de equipamento, da sua potência e do timbre de voz do locutor. Mas, em geral, aconselha-se uma distância de 20 centímetros, um palmo, entre o microfone e a boca de quem está falando.

Como já vimos, a linguagem do rádio é basicamente oral. Cabe ao comunicador envolver o ouvinte com a sua fala, e falar de uma maneira que crie imagens na cabeça das pessoas, para que elas “vejam” aquilo que está sendo contado. Sem isso, a relação do rádio com as pessoas torna-se fria e não há comunicação.

O locutor deve estar atento também à postura que adota no rádio. Sua atitude não deve ser moralista, autoritária, professoral ou arrogante. O que deve buscar sempre é a intimidade, a amizade, o respeito e a seriedade com o ouvinte. É mais uma atitude de igualdade e compreensão.

Algumas posturas que devem ser evitadas pelos locutores são:

- 1. Dr. Sabe tudo:** aquele que acha que sempre está certo e tenta impor sua verdade a qualquer custo.
- 2. Estrela:** aquele que se acha o melhor e que o ouvinte sem ele não é nada.
- 3. Militar:** aquele que determina o que o ouvinte deve fazer e tem que ser do jeito que ele manda, senão corre o risco de ser severamente criticado e até desprezado.
- 4. Relator:** aquele que fala como se estivesse lendo um jornal, sem qualquer emoção.
- 5. Inconveniente:** o que gosta de fazer piada de mau gosto e se acha o máximo.

3 - Exercícios de dicção, articulação e respiração

Além de cuidar da voz, quem vai falar no rádio deve se preocupar também com a dicção, para que todos entendam o que está dizendo e se sintam estimulados a continuar ouvindo.

Há alguns exercícios que ajudam a melhorar a dicção como, por exemplo, colocar um lápis ou uma rolha na boca, no sentido horizontal, pressionar os dentes, e falar algumas frases e emitir sons. Depois, fazer massagens nas cordas vocais e no rosto. Mas, o relaxamento de todo o corpo é fundamental antes de começar qualquer trabalho com a voz. Todos os dias faça os seguintes exercícios:

1. Alongue o tronco, elevando os braços bem para o alto e solte-os devagar;
2. Gire lentamente a cabeça para um lado e para o outro;
3. Gire os ombros: 3 vezes para a frente e 3 vezes para trás;
4. Solte, com suavidade, os braços e depois as pernas, relaxando-os;
5. Gire o quadril várias vezes para um lado e depois para o outro;
6. Gire a língua passando-a sobre os dentes e a gengiva;
7. Relaxe a laringe, emitindo o som de “Hummm” e realizando um movimento de mastigação, suavemente.

Todos esses movimentos devem ser lentos e suaves. O ideal é que cada passo seja feito 3 vezes.

A postura do corpo também é muito importante. Procure manter os ombros, pescoço e coluna vertebral na posição correta, alongados, mas sem rigidez. Ao falar de pé, mantenha

os joelhos relaxados e o tronco centrado, como se o centro do topo da cabeça estivesse sendo mantido elevado por um fio imaginário.

a) Exercícios de dicção

- Inspire pelo nariz – pausa – expire lentamente pela boca (repetir 5 vezes);
- Encha a boca de ar e exploda com o som de P;
- Assobie;
- Faça caretas colocando a língua fora da boca;
- Vibre a ponta da língua – trim, trim, trim;
- Pronuncie forçando a musculatura facial – a, i, u – a, i, u – a, i, u;
- Repita em voz alta os fonemas, forçando a consoante final: AL EL IL OL UL - BAL BEL BIL BOL BUL - CAL KEL KIL KOL KUL - DAL DEL DIL DOL DUL.

Repita várias vezes o trava-língua a seguir:

Um prato de trigo para um tigre, dois pratos de trigo para dois tigres, três pratos de trigo para três tigres, quatro pratos de trigo para quatro tigres, cinco pratos de trigo para cinco tigres, seis pratos de trigo para seis tigres, sete pratos de trigo para sete tigres, oito pratos de trigo para oito tigres, nove pratos de trigo para nove tigres, dez pratos de trigo para dez tigres.

Pronuncie rapidamente evitando atropelar as sílabas:

- Novelas e novelos são as duas moedas correntes desta terra. Mas tem uma diferença: que as novelas armam-se sobre o nada e os novelos sobre muito, para tudo ser moeda falsa.
- Pedro Paulo Pereira Pinto Peixoto, pobre pintor português, pinta perfeitamente portas, portais, paisagens, prometendo prontidão por pouco.

b) Exercício para sibilação

- Na sibilação normal a língua não é colocada por trás dos dentes. Mas, com esses exercícios, você deverá forçar ao máximo a colocação da língua por trás dos dentes.

Zi... Si	Vi... Fi	Ji... Chi
Bi... Pi	Di... Ti	Gui... Qui
F... V, F... V, F... V	S... Z, S...Z, S...Z	X...G, X...G, X...G

c) Exercício para problemas de articulação do R

baR – baR – baR	deR- deR – deR	muR – muR – muR
feR - feR - feR	joR – joR – joR	quiR- quiR - quiR

Terê.. Terê.. Terê... Trê....Trê.. Trê
Fara... Fara... Fara... Fra....Fra...Fra
Coró.. Coró.. Coró.. Cró... Cró...

d) Exercício para o desenvolvimento das reservas de ar. Deve-se falar o máximo de palavras sem tomadas de ar

Gualhudos-gaiolos-estrelas-espácios-combucos-cubentos-lubunos-lompados-caldeiros-cambraias-chamurros-churriados-corimbos-cornetos-boicalvos-borrinhos-chumbados-chitados.

“Nas noites em que seus avós, seus pais e os vizinhos se juntavam para contar histórias, a terra do Vai-quem-quer lhe arrebatava as vistas e levava o seu olhar para muito longe, como se os olhos estivessem mirando para dentro.

Muitas luas se passaram. E de tantas noites idas, a terra do Vai-quem-quer foi ficando cada vez mais longe e cada vez menos visitada por João. Seus avós silenciaram em longas viagens, seus pais endureceram palavras e os vizinhos fecharam as portas.

Seus olhos perambulavam, agora, por entre salas, corredores, portas e adormeciam na luz cansada do quarto.

Um certo dia, algo lhe arrebatou para uma viagem à terra do Vai-quem-quer. Num passe de mágica, entrou num reino de muitos encantos e possibilidades. Havia gente de muitas partes do mundo, todos à procura da árvore, ponto turístico do Reino. Havia fruto para todos os gostos, naquela mesma árvore: para índios e negros, para brancos e mulatos, para homens e mulheres, para crianças e anciãos... Havia sabores para todos os paladares: azedos, amargos, doces, suaves. Para cada sabor uma cor; para cada cor, um som; para cada som uma textura...

João escutou todos os sabores, cheirou todos os sons, sentiu a textura de todos os cheiros.

E todos os dias João liga o seu rádio para visitar a terra da imaginação”.

(Francisco Morais)

Você já pensou se existisse uma árvore que desse todo tipo de frutas? Todos os sabores em uma só planta: uns doces, outros amargos, alguns suaves ou azedos? Que maravilha! Você poderia escolher o que mais lhe agradasse ou fazer misturas.

Se o rádio fosse uma árvore, ele seria assim. O rádio faz aparecer tudo que a cabeça da gente pode pensar, pode imaginar: todas as cores, todos os cheiros, todos os cenários, todas as épocas e tudo que cabe em nossa criatividade.

E como toda boa árvore que tem troncos fortes dá bons frutos, o rádio também é assim. Isto quer dizer que se os nossos programas forem bem realizados, com emoção, criatividade, gosto, eles vão apresentar resultados: as mensagens vão chegar muito bem no meio do povo.

Por isso, precisamos conhecer formas de trabalhar com o rádio para chegarmos no coração das pessoas. E isso é possível! Vamos ver?

O que são?

- - Gêneros

Vamos dividir os programas de rádio em três grupos. Serão os nossos três troncos, que são também chamados de Gêneros. Podemos entender gênero como “tipos” de programa. Eles podem ser, por exemplo, Informativos, Dramatizados e Musicais.

Parece complicado, mas não é. Por exemplo: um jornal é igual a uma música? Os dois passam uma mensagem, mas são diferentes. Vejamos cada um dos troncos da nossa árvore:

a) Os Informativos – são aqueles programas que apresentam notícias, debates, acontecimentos, informações gerais. Os informativos são também chamados de jornalísticos, porque mostram o que acontece na cidade, no país e no mundo. Também fazem parte deste tronco os programas de opinião e de descobertas.

b) Os Dramatizados – Você sabia que as novelas começaram no rádio e havia muita gente que chamava de drama? Os dramatizados são as novelas, os pequenos teatros, as encenações; tudo aquilo que a gente faz representando. Tem muita gente que faz bons programas no rádio com imitações, personificações, pequenas novelas e teatros.

c) Os Musicais – com a música, nós podemos passar muitos sentimentos e ensinamentos. Os musicais são aqueles programas onde a música é o mais importante: programas de samba, de Música Popular Brasileira, de música sertaneja, clássica e outras.

Esta é uma maneira de dividir os programas de rádio, nestes três gêneros mais gerais. Eles podem ser divididos de outras formas, mas ficamos com essa, porque é simples e completa.

2- Formatos

Que tal agora saborear os frutos dessa árvore? Se subirmos pelo tronco dos informativos podemos achar frutos como as notícias, notas, reportagens, entrevistas, debates, comentários, editoriais. Estas são formas concretas de fazer programas informativos. Por isso, chamamos de **formatos**. São os frutos que encontramos lá em cima da árvore e que dão um sabor especial ao rádio.

Quando você conta uma história bem contada, imitando as vozes das pessoas, o barulho da natureza, todo mundo acompanha. No tronco dos **dramatizados** podemos encontrar histórias, casos e informações que a gente transforma em radioteatro, contos, sociodrama, imitações, personagens, para que o nosso programa seja bem atrativo.

Os musicais são, também, uma fonte rica para fazermos programas atrativos. Você já ouviu um bom repentista, como Ivanildo Vila Nova, lá de Pernambuco? Cantando, ele conta os acontecimentos do mundo, dá conselho aos pais, conta as notícias de todo canto do Brasil. Com música, podemos fazer muitas coisas, por exemplo, pequenas mensagens cantadas, os jingles. Podemos escolher músicas bonitas e que façam sentido junto com as mensagens.

Os programas musicais podem, ainda, serem feitos em forma de paródias, desafios, paradas de sucesso, músicas de uma época (Jovem Guarda, por exemplo), música infantil, forró, ligou-tocou (o ouvinte liga e o radialista toca), tradução das letras de músicas estrangeiras.

Como utilizar?

Estes formatos podem ser misturados. Se no rádio a gente só faz o programa de um jeito, vamos cansar o nosso ouvinte. É como se a gente oferecesse a mesma fruta o dia inteiro para ele. Não teria graça nenhuma. Enriquece a vida misturar as experiências. Mas sempre com criatividade, emoção e também com um pouco de lógica, para não ficar um programa “sem pé nem cabeça”.

Podemos iniciar o programa, por exemplo, com um teatrinho e depois puxar o assunto que queremos tratar, sempre com boas músicas, comentários, entrevistas. Opa! Nossa salada de frutas está pronta. Um bom programa de rádio se faz assim, com criatividade, pesquisa e produção.

Vejamos um quadro com os Gêneros e Formatos do Rádio que mais utilizamos:

Informativos	Dramatizados	Musicais
Notícias	Novelas	Jingles – propaganda cantada
Jornais	Série de dois personagens	Paradas de Sucesso
Comentários	Sociodramas	Musical: Sertanejo, Samba,
Editoriais	Radioteatros	Pop, Rock, Romântico,
Informes simples	Personagens –	MPB, Pagode,
Notas	Personificação	Axé, Forró, Brega, Religioso,
Entrevistas	Adaptação de histórias,	entre outros.
Reportagens	contos	Paródias
Enquetes	Lendas	Desafios e Repentes
Flashes	Mitos	Musicais ao Vivo
Boletins	Piadas	Serestas
Debates	Causos	Jovem Guarda
	Recital de Poesias	Shows de Calouros

As listas não acabam mais, porque a criatividade humana é infinita. Ficamos por aqui, mas esta lista pode ainda ser complementada; ela serve apenas para termos uma idéia das possibilidades que o rádio cria.

frases curtas. Releia procurando descobrir a mais importante, a que mais chamará a atenção do ouvinte.

A segunda pergunta é: para quem vou falar? Ou melhor: quem quero convencer com o meu comentário? O objetivo do comentário é formar opinião sobre determinado tema. Então, não faz sentido se dirigir para quem já pensa como você. O comentário quer convencer quem pensa diferente, quem não tem opinião formada ou está indeciso. Outra dica fundamental é que não importa se você vai falar para o intelectual ou para a dona de casa; a linguagem do rádio é universal, isto é, a mais clara e simples possível.

Durante

Um comentário deve durar no máximo 3 a 4 minutos. Para não perder tempo, ele deve ser escrito. Afinal, se sua idéia está clara e definida, você não perderá tempo com rodeios. Um esquema muito utilizado para se fazer um comentário é o que as comunidades usam para interpretar a realidade: Ver – Julgar – Agir.

Ver - É importante começar o comentário partindo da realidade, de histórias da vida, de fatos concretos. O comentário sempre parte do local para o global, do caso particular para a situação estrutural.

Julgar - Para desenvolver uma boa análise desta realidade apresentada, você vai precisar se informar, pesquisar sobre o tema. Para o seu comentário não cair no “achismo” (eu acho isso, eu acho aquilo outro) você deve afirmar suas idéias baseado em dados, números, cifras exatas e argumentos lógicos. Se for para fazer generalizações, dizer chavões, coisas batidas e não trazer nada de novo, não provocar reflexão e ação, é melhor desistir do comentário.

Agir - Uma análise bem feita da realidade, necessariamente, abre novos horizontes e dá elementos para a ação. O comentário pode dar muitas saídas para um problema. Por exemplo: pode apresentar uma solução viável ou convidar os ouvintes a pensar em alguma. Pode denunciar uma situação injusta ou, ainda, mobilizar os cidadãos e exigir respostas das autoridades competentes. Também pode felicitar uma obra bem feita.
Portanto, relatar, analisar e resolver são os três momentos de um bom comentário.

Como começar

A frase inicial do comentário é como a isca para o peixe. Tem que ser boa, prender a atenção do ouvinte. Fisque a dona de casa, o pedreiro, a professora etc., de tal forma que eles parem o que estão fazendo para ouvi-lo. Compare uma entrada expositiva: “A insegurança aumenta a cada dia”, e uma narrativa: “Quando José da Silva começou a atravessar a ponte solitária, não sabia o que o esperava do outro lado...”. Se o peixe vai à isca porque tem fome, a segunda entrada fisga a nossa atenção porque somos curiosos, queremos saber o final da história. Por outro lado, não gostamos de rotina, estamos cansados de saber que a insegurança e a violência aumentam a cada dia...

Como terminar

Tão importante quanto a frase inicial é a frase final. Ela é o gostinho bom do peixe, que será lembrado mesmo depois de algum tempo. Pode também usar uma frase de efeito, um questionamento, trocadilhos, algo criativo que faça o ouvinte passar da reflexão para a ação.

Depois

Avalie seu comentário. Pergunte para seus pais, avós, sua tia, um amigo, um vizinho, um estudante, algum desconhecido com quem você puxou papo na rua o que eles acharam do comentário. Ouça com atenção a opinião deles. Mude as palavras que eles não entenderam. Faça uma auto-avaliação: grave o comentário e ouça depois, perceba sua voz, entonação, paradas e silêncios. Refaça o comentário de acordo com esta avaliação e compare. Quem não se avalia, não cresce.

Como utilizar?

O comentário pode ser usado em todos os gêneros e fazer parte de outros formatos. Ele pode, por exemplo, iniciar um debate ou fechar um noticiário, ser um quadro de uma rádio-revista. E, aos poucos, o comentário começa também a usar outros recursos, além da voz. Sendo assim, é um comentário ilustrado. Pode, por exemplo, ter seu início com um pequeno diálogo, ser acompanhado de efeitos sonoros ou música de acordo com o tema abordado.

Para nossas rádios e programas que querem formar cidadãos participantes e não ouvintes passivos, o comentário é uma arma poderosa. Vamos aprender e ensinar a usá-la?

Como capacitar?

1. Provocar a discussão sobre um tema;
2. Ouvir o que cada um sabe sobre ele;
3. Pedir que cada um escreva o que sabe, algo simples, em forma de comentário;
4. Gravar e ouvir todos os comentários e deixar que cada um faça suas considerações;
5. Aplicar a dinâmica “Ditado Rápido” (abaixo);
6. O grupo elege o melhor comentário e diz por quê;
7. Analisar o escolhido a partir do esquema Ver-Julgar-Agir e os recursos de linguagem utilizados;
8. Sistematizar as características encontradas;
9. Refazer o comentário levando em conta o saber que foi construído pelo grupo.

Dinâmica Ditado Rápido

O orientador deverá anotar as palavras difíceis que apareceram nos comentários. Depois, distribui entre os participantes uma folha de papel em branco e caneta. Em seguida, faz um ditado com essas palavras difíceis (umas dez) pedindo que as pessoas escrevam um sinônimo para cada palavra. A cada palavra ditada, o orientador vai falando mais rápido,

com poucos segundos para as pessoas procurarem o sinônimo. Quando o grupo tiver acabado o ditado, é necessário fazer uma avaliação sobre o trabalho: quais os sinônimos que mais apareceram para cada palavra? Quais palavras ficaram sem sinônimos? Por que não souberam explicar uma palavra que usaram nos seus próprios textos? Como se sentiram?

Entrevistador: Como vai, seu Zé João?
Entrevistado: O meu nome é Zé Ricardo.
Entrevistador: E a fábrica de sabão?
Entrevistado: Mas eu sou do sindicato!
Entrevistador: O que acha o senhor
Desse tal de celibato?
Entrevistado: Seu Libato é bacana.
Um sujeito diferente.
Porém, dizem que é sacana.
Vive explorando a gente.
É melhor nas eleições
Dar o voto consciente.
Entrevistador: O senhor é presidente?
Entrevistado: Presidente “sim” senhor.
Entrevistador: Defende rico e patrão.
Entrevistado: Deus me livre! Não senhor!
Entrevistador: Mas, me diga: e o celibato?
O que acha, por favor!?
Entrevistado: Já lhe disse, seu confuso!
É melhor não perguntar.
Lá em casa ele não entra
Só se for para apanhar
Com o povo do poder
Eu não quero conversar.

O que é?

É uma conversa entre duas ou mais pessoas, com o objetivo de analisar, informar ou esclarecer sobre um assunto, através de perguntas e respostas.

A entrevista pode ser:

- 6. Individual:** quando a conversa acontece entre um entrevistador e um entrevistado;
- 7. Grupal:** quando o entrevistador faz perguntas a vários entrevistados;
- 8. Coletiva:** quando as perguntas são feitas por vários entrevistadores a um só entrevistado.

Em qualquer uma das entrevistas, pode haver a participação do ouvinte, especialmente quando a entrevista for ao vivo.

Como se faz?

Antes

- 1- buscar informações sobre o assunto da entrevista: ler jornais, revistas, documentos etc.;
- 2- obter informações sobre o entrevistado: nome completo, cargo ou profissão, um pouco de sua história de vida, de suas idéias;
- 3- ter clareza do objetivo e do tempo da entrevista: o que se quer com essa entrevista?
- 4- elaborar perguntas objetivas, claras, sem fugir do tema;
- 5- o entrevistador deve saber que no momento da entrevista estará representando os ouvintes e não ele mesmo. Por isso, deve elaborar perguntas de interesse das pessoas, como se fosse uma delas, polemizando a entrevista;
- 6- conversar antes com o entrevistado, criando um relacionamento que ajude no desenvolvimento da entrevista;
- 7- verificar se o equipamento com que irá trabalhar - fitas, gravador, microfone, pilhas, está funcionando normalmente;
- 8- verificar se o local da entrevista é o mais adequado. É importante evitar locais barulhentos, onde haja sons de pessoas conversando, trânsito, ar-condicionado, telefones celulares etc.. Caso seja possível, peça para desligar algum aparelho que esteja atrapalhando a conversa.

Durante

- 1- fazer uma apresentação do entrevistado na abertura e algumas vezes durante a entrevista: nome completo, onde trabalha, o que faz etc.;
- 2- fazer as perguntas de forma clara, uma de cada vez, começando das mais simples para as mais difíceis;
- 3- ficar atento para não desviar o rumo da entrevista;
- 4- prestar atenção nas respostas que o entrevistado for dando, para evitar que se faça uma pergunta já respondida. É importante também ficar atento para que não fiquem dúvidas sem serem respondidas no ar ou que se dê respostas muito longas;
- 5- se alguma resposta ainda deixar dúvidas, insistir na pergunta pedindo que o entrevistado dê exemplos bem claros;
- 6- ao ouvir as respostas do entrevistado, não dar opinião própria sobre as mesmas;

- 7- não permitir que o entrevistado manipule a entrevista ou até mesmo os equipamentos: microfone, por exemplo;
- 8- evitar perguntas fechadas onde o entrevistado responda somente: sim ou não;
- 9- se houver necessidade, deixar que o entrevistado acrescente alguma nova informação ao final da entrevista;
- 10- assim que conseguir as informações que deseja, encerre a entrevista, tendo o cuidado de não cortá-la bruscamente;
- 11- agradecer a participação do entrevistado e pedir que ele deixe telefone e endereço para que os ouvintes possam buscar mais informações.

É importante anotar as idéias principais da entrevista. Caso a gravação se perca, você terá condições de dizer o que o entrevistado lhe contou.

Depois

- 1- manter o cadastro da produção do programa sempre atualizado com dados referentes ao entrevistado;
- 2- caso a entrevista tenha sido gravada, e não ao vivo, conferir a gravação antes de ir ao ar;
- 3- definir se a entrevista será veiculada na íntegra ou editada;
- 4- se for necessário editá-la: evitar que sejam feitos cortes de respostas importantes que venham a prejudicar a informação central da entrevista; ter cuidado para não cortar a resposta sem a conclusão do entrevistado ou cortar partes que possam alterar a opinião dele; a edição só deve ser feita nas respostas mais longas, repetidas e menos importantes;
- 5- arquivar o material gravado com indicações como: nome do entrevistado, assunto, data, duração da entrevista etc..

Como utilizar?

Para esclarecer dúvidas da população e para que uma pessoa ou um grupo expresse suas opiniões.

Como capacitar?

A capacitação deve seguir os tipos de entrevistas: individual, grupal e coletiva. É bom começar com dinâmicas que ajudem os participantes a verificar como podem fazer as entrevistas. Exemplos:

- **Sim e não:** um voluntário é destacado do grupo e escolhe um personagem famoso para si, sem que o grupo saiba. O grupo deve tentar descobrir quem é o personagem em um minuto, fazendo várias perguntas. Porém, o entrevistado só pode responder *sim* ou *não*. Esta dinâmica ajuda a concentrar a atenção e permite a observação de perguntas óbvias, além de melhorar a atenção para perguntas repetidas.
- **Coletiva:** convidar outras pessoas que não estejam participando do curso, que possam ser questionadas sobre determinados assuntos. É importante esclarecer estas pessoas de que se trata apenas de um exercício. Divide-se o grupo de acordo com o número de entrevistados, para que cada grupo fique com uma pessoa. Os entrevistadores devem conversar antes para ver que tipo de perguntas irão fazer, como conduzir a entrevista etc.. É importante que o capacitador não dê muitas dicas para ver como o próprio grupo se organiza. Depois, o grupo faz a entrevista, grava, escuta e avalia o trabalho. Aos poucos, eles mesmos vão descobrindo o que é melhor ou não para cada situação.



Enquete

CAPÍTULO 7

Naquele dia, José amanheceu sem nenhuma idéia nova para o seu programa. “Que cidadezinha morta!”, pensou ele a caminho da padaria. O que iria dizer? Isto mesmo: dizer! Porque há anos sua preocupação era ter o que dizer para aquela cidadezinha “morta”, e só. Esgotara. Nada mais a dizer e poucas horas faltavam para disparar o seu “bom dia”, igual a de tantos outros dias que iam ficando para trás. Pensou em não ir à rádio naquele dia. “Dizer o quê?” Mas a responsabilidade o apunhalava. Iria, nem que fosse para repetir aquele “bom dia” sem esforço, como se fosse comida sem novidades. Entrou na padaria e, quase sem se dar conta, repetiu: “Bom dia. Seis pães”. Sim, seis pães era o de sempre. Mesma hora, mesma mesa, mesmo café, mesmo pão, mesmo José. Mesma quantia para pagar o pão. “Aumentou”. “Aumentou!?”. E um coro de vizinhos repetiu: “aumentou!” O pão havia subido de preço. José peneirou algumas moedas e completou o que faltava. Na cara dos outros havia inconformação. José havia encontrado assunto para o seu programa. Ao invés de dizer, resolveu ouvir. “O que você acha do aumento do preço do pão?” Naquele dia faltou tempo até para dizer aquele “bom dia” mal dormido. Até o seu Antônio, o dono da padaria, também deu a sua opinião. A cidade não havia morrido. (Francisco Morais)

O que é?

São entrevistas curtas através de uma pergunta (no máximo duas) simples, clara e direta sobre um determinado assunto, feita a várias pessoas. Pode ser realizada na rua, no trabalho, no ônibus, nas feiras, por telefone etc.

A enquete pode ser utilizada especialmente para iniciar a discussão de um tema. Na história acima, vemos que o radialista José decidiu fazer uma única pergunta a várias pessoas. Cada um disse o que pensava. Com isso, José pôde fazer o seu comentário a partir das opiniões dos moradores da cidade.

Um cuidado que se deve tomar na enquete é que cada resposta deve ser sempre curta, preferencialmente numa única frase.

Como se faz?

Antes

- buscar informações sobre o assunto da entrevista: ler revistas, jornais, documentos etc.;

- ter clareza do objetivo e do tempo da enquete. O que se quer com essa enquete?;
- elaborar com cuidado a pergunta, para que as pessoas compreendam direito o seu sentido;
 4. as pessoas podem ser escolhidas aleatoriamente;
 5. os nomes das pessoas consultadas podem ser omitidos ou não;
 6. verificar se o equipamento com que irá trabalhar está funcionando normalmente: fitas, gravador, microfone, pilhas, telefone...

Durante

- 1- como são opiniões de várias pessoas, gravadas em seqüência, é melhor usar o modo “pausa”, evitando desligar o gravador entre uma resposta e outra, para que não apareçam ruídos;
- 2- prestar atenção nas respostas que o entrevistado der, para evitar que ele desvie o rumo do assunto, deixe alguma dúvida no ar ou dê respostas muito longas; lembre-se, enquete são opiniões curtas e objetivas de várias pessoas;
- 3- agradecer a participação dos entrevistados;
- 4- é importante lembrar que as respostas obtidas não têm valor estatístico, ou seja, não significa que a maioria da população pensa igual à maioria dos entrevistados. Enquete não é pesquisa científica.

Depois

1. caso a enquete tenha sido gravada, e não ao vivo, conferir a gravação antes de ir ao ar;
2. definir se a mesma será veiculada na íntegra ou editada;
3. após a apresentação da enquete, o locutor pode fazer um comentário ou pedir para que o próprio ouvinte dê sua opinião;
4. avaliar como foi a enquete, se ajudou a esclarecer o assunto, o que pode ser melhorado na próxima vez;
5. arquivar o material gravado com indicações como: nome dos entrevistados (se for o caso), assunto, data, duração da enquete etc.;

Como utilizar?

1. para levantar opiniões;
2. para que o povo participe dos programas e apresente soluções para um problema;
3. para motivar e aprofundar um tema;
4. para ser utilizado em vários tipos de programas: noticiários, debates, rádio-revistas...

Como capacitar?

Inicie a capacitação por uma dinâmica e conclua cada uma delas, destacando nas informações do grupo como se faz uma boa enquete. Algumas dinâmicas sugeridas são:

- **Cafufo:** o animador pede que todos desenhem um cafufo. Em seguida, cada um mostra seu desenho e comenta.

- **Língua estrangeira:** todos os participantes ficam em círculo. Uma pessoa pensa em uma mensagem e passa adiante em uma língua diferente, e assim a mensagem vai sendo passada adiante. No final, cada um pode comentar o que entendeu e como passou a mensagem.

- **A figura escondida:** o animador tem várias figuras de rostos de pessoas com expressões diferentes, recortadas de revistas e jornais. Ele esconde uma parte do rosto da figura e pede que os participantes tentem descobrir qual a expressão dela: tristeza, alegria, espanto...

- **Figuras geométricas:** em duplas, de costas um para o outro. Cada um recebe uma folha de papel: uma está em branco e a outra contém um desenho geométrico. O que possui o desenho terá um minuto para dizer ao outro como é o desenho e o que está com a folha em branco deverá reproduzir a figura sem vê-la.

(é preciso dizer o que se quer com cada dinâmica dessas, e como cada uma pode ou deve ser concluída. Do contrário, pode parecer o uso da dinâmica pela dinâmica)

José Segundo foi o único sobrevivente do massacre realizado pela empresa Fruits Company e o exército contra os operários que, reunidos na Praça de Macondo, protestavam por melhores condições de trabalho. Por pressão da empresa e do governo, nenhum órgão de imprensa informou o ocorrido e ninguém acreditou na denúncia de José Segundo. A imprensa não divulgou. O fato não aconteceu.
(Cem anos de Solidão - Gabriel Garcia Marques)

O que é?

Notícia é o relato de um fato real, atual e de interesse e importância para a comunidade. O interesse está associado ao novo, ao espetacular, ao extraordinário. O fato é importante quando representa qualquer alteração no cotidiano das pessoas, figuras públicas, autoridades etc.

Muitos fatos ocorrem todos os dias, a toda hora, mas apenas alguns viram notícia, ou seja, são divulgados pelos meios de comunicação. A escolha do fato que será noticiado depende de outros elementos, além dos já mencionados (atualidade, interesse, importância). Depende, por exemplo, dos interesses políticos e econômicos das empresas de comunicação.

Para nós, comunicadores solidários, a notícia pode ser um instrumento de transformação da realidade. Ela pode gerar uma ação, mobilizar a comunidade para resolver seus problemas. Por isso, os fatos que mais nos interessam são como esse da notícia usada como exemplo mais adiante: divulgar que outro mundo mais justo e solidário é possível.

Como se faz?

Antes

Para redigir uma notícia, devemos considerar os seguintes aspectos:

a) Fidelidade ao fato: não podemos exagerar, omitir e nem tentar adivinhar os acontecimentos.

b) Verificar o acontecido, conferindo se é verdadeiro. A credibilidade do seu programa vai depender de seu compromisso em divulgar a verdade. A fonte que transmitiu a informação, sempre que possível, deve ser citada. Há dois tipos de fontes:

direta, ou seja, a testemunha do fato; e a indireta, isto é, a pessoa soube do fato através de outros.

c) Separar fatos de comentários: o público precisa saber quando é notícia e quando é comentário.

d) Recorrer a outras versões: é necessário ouvir todas as partes envolvidas no acontecido.

Durante

No rádio, a primeira frase da notícia é a mais importante, é a que chama a atenção do ouvinte para ouvir o restante. As outras são complemento da informação e também precisam apresentar novidades.

Essa introdução deve ser breve e simples. Os dados mais atrativos ou mais importantes da informação devem ser repetidos através do desenrolar da notícia. As palavras precisam ser simples, claras e objetivas. Devemos evitar o uso de adjetivos.

É possível redigir a notícia em forma de uma nota simples, que pode ser escrita em dois ou três pequenos parágrafos de até quatro linhas cada. O ideal é que sejam frases em forma de manchetes, com duas linhas no máximo.

A notícia deve responder a seis perguntas básicas:

a) O que? É a essência da notícia: o que aconteceu? O que foi dito? O que foi feito?

b) Quem? É o sujeito do acontecido: quem fez ou a quem fizeram? São identificados por nome, idade, profissão, procedência etc.

c) Quando? Em que dia ou hora aconteceu?

d) Onde? O lugar em que o fato aconteceu ou vai acontecer: rua, casa, cidade, país etc.

e) Por quê? O motivo do fato ter acontecido.

f) Como? É a maneira como tudo aconteceu.

g) Durante a redação da notícia, responder a estas perguntas ajuda bastante, mas isso não significa que todas precisam ter respostas. As quatro primeiras perguntas devem ser respondidas necessariamente.

h) Em caso de catástrofes, por exemplo, pode demorar alguns dias para que as autoridades divulguem oficialmente o número de vítimas e, às vezes, o motivo do ocorrido.

Para não esquecer dessas seis perguntas, memorize uma única pergunta que junta todas elas: **quem fez o que, quando, como, onde e por quê?**

Exemplo de notícia:

A Pastoral da Criança é candidata ao Prêmio Nobel da Paz de 2003. A indicação foi feita pelo governo brasileiro e anunciada ontem, durante uma solenidade em Brasília, pelo presidente Fernando Henrique Cardoso.

Ele afirmou que a Pastoral merece receber o prêmio por estar conseguindo reduzir os índices de mortalidade infantil em todo o país.

A Pastoral da Criança está presente no Brasil todo através dos mais de 150 mil voluntários, que acompanham mais de um milhão e seiscentas mil crianças carentes. Todo mês, os líderes comunitários pesam as crianças e visitam as famílias, orientando mães, pais e demais familiares sobre ações de saúde, nutrição, educação e cidadania.

O texto acima podemos distribuir assim:

O que?

Anúncio da candidatura da Pastoral da Criança ao Prêmio Nobel da Paz.

Quem?

O Presidente do Brasil .

Quando?

Ontem.

Onde?

Em Brasília.

Como?

Durante uma solenidade.

Por quê?

Por conseguir reduzir os índices de mortalidade infantil, através dos 150 mil voluntários presentes em todo o país.

Depois

Depois que a notícia for ao ar, devemos ficar atentos se o fato terá continuidade ou se daremos continuidade a ele. Podemos buscar novas versões para manter os ouvintes informados dos desdobramentos.

Também devemos avaliar se foi atingido o objetivo de informar a comunidade.

Como utilizar?

As notícias podem ser apresentadas durante os programas musicais; no jornal que reúne as principais notícias do dia ou da semana; em horários estabelecidos como, por exemplo, de hora em hora; e em edição extraordinária.

Neste caso, a informação entra no ar a qualquer momento, geralmente no formato de notas, interrompendo a programação, quando a notícia for urgente.

Lembre-se:

Antes de redigir a notícia, confira se ela é verdadeira, ouvindo mais de uma fonte. Busque também o outro lado, ou seja, outras versões do mesmo fato.

A notícia, às vezes, precisa ser rescrita várias vezes até que você considere que esteja respondendo às principais perguntas básicas. Lembre-se de usar palavras simples, frases curtas e ser objetivo.

Faça uma revisão do texto para evitar erros e o esquecimento de detalhes importantes.

Como capacitar?

- pedir que cada pessoa escreva uma notícia sobre o encontro ou sobre qualquer outro assunto;
- trocar as notícias entre os participantes;
- cada um vai ler e analisar a notícia feita pelo outro, verificando se as seis perguntas básicas foram respondidas; se começa com o mais importante e termina com o menos importante e se a linguagem está clara e direta;
- reescrever a notícia;
- avaliar todo o processo de construção da notícia;

- PEDRO: Oi, Zeca! Rapaz, por que você não foi para o jogo de futebol? Ficamos esperando você um tempão.*
- ZECA: Ô, Pedro, hoje não deu porque tive que ir na casa da namorada. Sabe como é, né?*
- PEDRO: Hum, mas ela mora por aqui?*
- ZECA: Sim, bem ali na rua São João.*
- PEDRO: Na rua São João?*
- ZECA: É, logo nessa rua aí atrás.*
- PEDRO: Hum, e como ela é?*
- ZECA: Uma gata! Morena, cabelos castanhos.*
- PEDRO: Mas, qual é a casa que ela mora?*
- ZECA: O número da casa dela é o 62.*
- PEDRO: Sessenta e dois!?*
- ZECA: É, 62.*
- PEDRO: Mas este é o número da casa da Ana, minha namorada.*
- ZECA: Deixa de conversa rapaz. A Ana é minha namorada.*
- PEDRO: O quê? Ana!? Sua namorada?*
- Traidor, miserável!*
- ZECA: Ah, é assim? Você vem com essa, e eu é que sou traidor?*
- PEDRO: Safado, sem vergonha, cara de pau...*

Quando eu ouvi essa briga no ar, corri para perto do rádio e só saí de lá quando a história terminou. Ela chamou a atenção de todos que moravam na minha rua. Naquele dia não se falava em outra coisa: quem teria razão?. O que os dois rapazes deviam fazer?. E a moça?.

Todos tinham uma opinião na vizinhança. E o melhor: depois daquela briga o locutor abriu uma conversa e as pessoas podiam dar opinião sobre o assunto por telefone. Pessoas de todos os pontos da cidade participaram do programa, inclusive os dois rapazes e a moça envolvidos na história.

O que é?

No rádio, podemos usar os conflitos para ajudar a ilustrar temas e programas e refletir melhor sobre a realidade. Esse tipo de história chamamos de sociodrama.

O sociodrama é um recurso que permite a participação, maior envolvimento da comunidade. É fácil de produzir porque utiliza os recursos que a comunidade dispõe. As crianças, os jovens e todos os vizinhos podem representar suas brigas na família, na escola,

no mercado, no posto de saúde, com as autoridades, funcionários públicos, amigos, namorados etc.

A importância de apresentar estes conflitos no rádio é que eles nos permitem conversar e debater sobre cada um desses casos para tirar conclusões e melhorar a nossa vida.

Como se faz?

Para se realizar um sociodrama é necessário um pequeno grupo de pessoas e uma história, uma briga, um conflito. Pode ser um conflito entre pessoas que pensam diferente: patrão e empregado, idoso e jovem, professor e aluno, pai e filho etc. São muitos os conflitos que estão ao nosso redor, basta a gente prestar atenção.

Escolher os atores para a representação; fazer com eles um esquema para a história e gravar a briga, o conflito.

Como a história é muito conhecida por eles, não é preciso ensaiar.

Caso seja necessário dividir as cenas pode-se usar acordes de violão; esses efeitos sonoros podem ser produzidos com os recursos disponíveis no momento.

O sociodrama é um ótimo recurso para dinamizar a programação da emissora e para dar-lhe leveza. Mas, o sociodrama serve, sobretudo, para motivar a atenção dos ouvintes.

Como capacitar?

Criar um clima de descontração para estimular a criatividade, fazendo exercícios de relaxamento do corpo, aquecimento da voz, respiração;

Pedir que todos fechem os olhos e pensem num animal com o qual se identificam;

Pedir para imaginarem os movimentos, o olhar, o jeito de se locomover, sons do animal escolhido;

Representar no meio da roda o animal e interagir com os outros ‘animais’;

Dividir o grupo em duplas, de acordo com o conflito entre os animais, por exemplo: gato e cachorro, gato e passarinho, onça e cavalo etc.;

Encenar e gravar as brigas entre as duplas de animais;

Ouvir as brigas, fazer um concurso e escolher a melhor. Cada um deve dizer o motivo da escolha por uma ou outra briga.

Caso apareça alguma história muito longa, com muitas cenas que não são fundamentais para a história, corte-as.

A partir do que foi dito pelos participantes na escolha e realização do sociodrama, seleciona-se algumas características do sociodrama.

Lembre-se:

Ao escolher um conflito ou uma briga para o sociodrama, cuidado para não expor as pessoas envolvidas numa situação de constrangimento. Isso poderia prejudicá-las na família, no trabalho, na escola, na comunidade. Muitas vezes, os nomes e até algumas características dos personagens envolvidos no conflito devem ser alterados para evitar que isso ocorra.

JOANA: Mamãe, meu irmão me bateu!
MÃE: Não se preocupe, Joana, ele vai mudar.
TÉCNICA: Música de passagem de tempo.
JOANA: Mamãe, meu namorado me agrediu!
MÃE: Não se preocupe, Joana, ele vai mudar.
TÉCNICA: Música de passagem de tempo.
JOANA: Mamãe, apanhei do meu marido!
MÃE: Não se preocupe, Joana, ele vai mudar.
*LOCUTOR: Joana perdeu trinta anos esperando que o
homem mudasse. E você, quantos anos já
perdeu?*

(Spot da campanha de combate à violência
contra a mulher, veiculada no Peru).

O que é?

É uma produção curta e impactante feita com a intenção de vender e promover uma idéia ou um produto, com duração média de 30 segundos.

Como se faz?

Antes

É importante pensar que idéia ou produto se quer vender, para quem e por quê. Escolha um fundo musical adequado, que combine com a mensagem a ser gravada. De acordo com o público a ser atingido, defina o horário de veiculação do spot.

Durante

Na hora de escrever o spot, utilizar o esquema dos quatro Cs: curta, concreta, criativa e completa. Isto significa que a mensagem do spot é:

Curta: objetiva, usa frases curtas e tem duração média de 30 segundos;

Concreta: o texto do spot é direto e envolve o ouvinte;

Criativa: o spot usa recursos criativos como efeitos sonoros, músicas e uma locução adequada ao texto;

Completa: tem começo, meio e fim. Estimula a atenção desde o início, mantém o interesse crescente e provoca algum tipo de reação no ouvinte.

É importante acompanhar a gravação para que o resultado final esteja de acordo com o seu roteiro. Escute a programação da rádio para verificar se a veiculação está ocorrendo no horário correto e adequado ao público.

Depois

procure avaliar a repercussão do Spot: se as pessoas estão comentando, se lembram do que se trata; se for um produto, verifique se aumentou a procura;

2- pergunte a si mesmo: o que poderia ter sido melhor? O fundo musical estava realmente de acordo com o conteúdo da mensagem?.

Como utilizar?

O spot pode ser usado várias vezes durante a programação da emissora ou várias vezes durante o programa, em um período máximo de um mês.

Como capacitar?

Pedir que as pessoas lembrem de comerciais de rádio ou TV que mais gostaram;

Encenar os mais lembrados;

Escolher o melhor e dizer o porquê;

Sistematizar as características que apareceram como mais importantes;

aliando a utilização dos elementos (efeitos, música, voz, texto etc.), de acordo com o esquema dos 4 Cs.

*Desfie o fio da sua imaginação e vá desenroland...
Está entrando no ar: o Carretel de Invenções; a
Cidadania nas Ondas do Rádio. Um programa repleto
de surpresas.*

(Vinheta de abertura do programa Carretel de Invenções, da AMEPPE, Belo Horizonte, MG)

O que é?

Um texto curto associado a um efeito sonoro ou música. É usada para identificar a emissora, programas ou quadros. Pode também separar os blocos ou anunciar quadros do programa ou da emissora. Pode ser usada várias vezes durante o programa.

Exemplos de vinhetas:

1- Para entrar ou voltar de um intervalo comercial:

Você está ouvindo Viva a Vida
Voltamos a apresentar Viva a Vida

2 – Para identificar quadros:

Receita
Hora do Conto

3 – Para encerramento de programa:

Você acaba de ouvir Viva a Vida, um programa.... Nós voltamos... neste mesmo horário. Até lá.

Como se faz?

Antes

Escolha uma música adequada; geralmente deve ser instrumental para acompanhar a locução. O texto deve ser curto e criativo, além de utilizar efeitos sonoros.

Durante

Segue o mesmo processo do Spot. Por isso, na hora de escrever a vinheta, utilize o esquema dos quatro Cs, lembrando que a mensagem é:

Curta: uma palavra ou uma frase;

Concreta: a palavra ou frase é direta, objetiva, capaz de envolver o ouvinte;

Criativa: usar recursos criativos como efeitos sonoros, músicas e uma locução adequada ao que se pretende;

Completa: estimula a atenção, desperta o interesse do ouvinte.

Da mesma maneira, é importante acompanhar a gravação para que o resultado final esteja de acordo com o seu roteiro.

Depois

Uma dica que pode ajudar na avaliação da sua vinheta é compará-la sempre com outras vinhetas.

Como utilizar?

Para identificar o programa ou a emissora, para separar blocos, para apresentar um tema, a hora certa etc.

Como capacitar?

Refazer vinhetas já conhecidas;

Construir frases a partir de uma só palavra, usando humor e elementos de criatividade;

Produzir vinhetas para os blocos dos programas e para os quadros da emissora, levando em conta os objetivos e especificidades de cada um.

tudo um pouco: entrevistas, enquetes, sociodramas, cartas, histórias, boletins, balcão de empregos, classificados, notícias...

Como se faz?

Antes

definir o tema principal e os secundários;
definir o público;
para quê fazer? Por que fazer? De que maneira? Com que recursos?
preparar material: roteiro, chamar convidados, escolher músicas, vinhetas...;
alguns blocos podem ser gravados;
faça um roteiro do programa e deixe cópias com o operador e com a produção

Durante

gravação do programa ou apresentação ao vivo;
o locutor deve se relacionar com seus ouvintes de uma forma amigável, agradável, como em uma conversa;
é importante manter um ritmo dinâmico, alegre, alinhavando os blocos.
caso seja ao vivo, abra espaço para o ouvinte ligar e dar sua idéia ou opinião sobre o tema do programa.

Depois

escutar e avaliar;
buscar soluções para corrigir possíveis erros e fazer alterações necessárias.

1. Esquemas para rádio-revistas

Abaixo, seguem dois esquemas para rádio-revistas. São apenas sugestões para começar a fazer programas deste tipo. Com sua criatividade e em sintonia com as necessidades de sua comunidade você poderá montar o melhor esquema para seu programa.

No entanto, é necessário lembrar que um programa não precisa seguir o mesmo esquema todos os dias. Às vezes, por exemplo, será mais importante começar com uma notícia (quando falece alguém) ou com uma música (quando se comemora o aniversário da cidade, por exemplo).

Os dois esquemas não chegam a ocupar a totalidade do tempo proposto. Isto porque já prevêem a veiculação, também, de comerciais da própria emissora ou outros spots que podem enriquecer o programa.

Para rádio-revistas de 15 minutos:

Abertura (com vinheta de abertura e saudação): 2 minutos;
Tema central (que pode contar com vários formatos: enquete, sociodrama, entrevista, comentário...): 6 minutos;

Notícias: 3 minutos;
Avisos e/ou prestação de serviço: 2 minutos;
Encerramento (com despedida do locutor e vinheta final): 1 minuto.

Para rádio-revistas de 30 minutos:

Abertura (com vinheta de abertura e saudação): 2 minutos;
Tema central (que pode ser por exemplo, uma enquete seguida de comentário; ou socidorama seguido de entrevista com algum profissional sobre o assunto. 10 minutos.
Música: 3 minutos;
Notícias e/ou entrevista: 5 minutos;
Avisos e/ou prestação de serviços: 3 minutos;
Encerramento (com despedida do locutor e vinheta final): 2 minutos.

Como utilizar?

Como entretenimento;
Para aprofundar temas;
Para debater fatos ou notícias importantes;
Para informar e educar.

Como capacitar?

Escolher uma dessas cinco dinâmicas:

Colcha de retalhos: são distribuídos entre os participantes vários pedaços de tecidos diferentes. A idéia é montar no chão uma colcha de retalhos;

O corpo: o orientador pode começar pedindo que todos fiquem em pé, formando um círculo. Ele coordena a dinâmica com a música: cabeça-ombro-perna e pé;

Máquina humana: cada participante é uma peça de uma grande máquina. Uma pessoa inicia um movimento da máquina com um som. Outras pessoas/peças vão se ajustando e complementando o movimento da máquina com um som diferente. O coordenador estimula a redução do movimento e depois acelera, alternando esses procedimentos;

História coletiva: o orientador escreve no quadro três palavras que deverão constar na história. Um participante começa a contar a história e de repente passa para outra pessoa aleatoriamente, dando continuidade;

Blocos: dividir os participantes em vários grupos. Cada grupo fica responsável para elaborar um bloco de uma rádio-revista, em 20 minutos. Gravação e avaliação de todo programa.



*“Essa vida é um perde ganha
com sabor de desafio
tem manhã de muito sol
tem noite de muito frio...”*

*Nos jogos de desafio
adulto vira menino
moleca se faz adulta
humano se faz divino.*

*No rádio, a competição
é cheia de faz-de-conta
locutor, de cá, provoca
ouvinte na outra ponta
e nesse jogo engraçado
até estória se monta.*

*O rádio com brincadeira
com humor, com diversão
dá gosto de se ligar
em qualquer ocasião.
Não deixe que o seu rádio
vire caixa de sermão”.*

Francisco Morais

As dinâmicas devem ser adaptadas ao jeito de ser de cada grupo, de acordo com a idade, com o nível escolar, a cultura da região e outras características das pessoas. Assim, uma mesma dinâmica pode ser feita de forma diferente, de um grupo para outro. Tudo depende da criatividade. É sempre bom inventar novas expressões, novos gestos, novos jeitos de cantar a mesma musiquinha, novos ritmos para a mesma dança, e assim por diante. A dinâmica não é como uma receita que está pronta no papel. Não. Ela está dentro de cada pessoa que forma o grupo. O coordenador apenas estimula para que as pessoas se expressem através do corpo, da voz, da imaginação, partilhando com os outros aquilo que elas sentem e sabem. Quem conduz a dinâmica cuida para que as expressões individuais, os sentimentos de cada pessoa, se harmonizem e criem uma dinâmica coletiva, um sentimento de grupo. Cada grupo é formado por pessoas, e cada pessoa tem imaginação, sonhos, vontades, que, aos poucos, vão sendo partilhados.

As pessoas estão vivas, pensam, vivem em movimento e precisam se expressar. Fazer uma dinâmica não é simplesmente ditar os passos de uma técnica, fazendo com que elas repitam o que o coordenador vai ordenando. Conduzir uma dinâmica é estimular para que todos se expressem, se afirmem e se reconheçam gente. Cada pessoa é diferente uma da outra, no grupo. Quando cada uma sente vontade de participar, de se expressar, de forma espontânea, o grupo cresce porque vários saberes começam a circular. Depois da dinâmica, o grupo já está com um novo saber, construído de forma coletiva. Podemos dizer que as dinâmicas fortalecem a cidadania, porque as pessoas se habituem a falar na frente dos outros, a dizer o que pensam e a exercer o direito de comunicação e liberdade de expressão, sem desrespeitar os outros.

Uma das vantagens de estimular as dinâmicas no grupo é “desinibir”. Vivemos numa cultura onde os não-alfabetizados, os pobres, as mulheres, as crianças, os negros, os trabalhadores foram obrigados a ficar calados durante muito tempo. Agora, é preciso um trabalho de reeducação para desmanchar essas barreiras culturais herdadas do passado. O objetivo das dinâmicas é criar um ambiente descontraído, democrático e agradável, para que todas as pessoas do grupo comecem a exercer um novo comportamento e a descobrir suas potencialidades humanas. Quem trabalha com dinâmicas deve conduzi-las de forma natural e serena. Essa habilidade se adquire com a prática. É um exercício!

DINÂMICAS DE ANIMAÇÃO

Nome: MARIA DA PAZ

Material Necessário: Corpo e voz

Modo de fazer: O capacitador inicia a música cantando bem devagar para que todos aprendam o refrão, a dinâmica se realiza quando todos fazem as ações da personagem da canção Maria da Paz: EX. quando a música diz: **“ela olha para um lado, oi, ela olha pro outro, oi,”** todos devem olhar para um lado e depois para o outro, e assim por diante, as ações vão se alternando ao passo que a música vai sendo executada, o capacitador propõe qualquer ação, “belisca”, “abraça” ...

Aplicação: Divertir, quebrar o gelo, despertar, animar.

Refrão :“Maria da paz, da paz, da paz, ela anda prá frente, ela anda prá traz (bis)

Ela olha para um lado oi, ela olha para o outro oi, (bis)

Repete o refrão.

Nome: FAZ ASSIM

Material Necessário: VOZ ,CORPO.

Modo de fazer: Em círculo o capacitador ensina devagar o refrão da pequena melodia para que todos aprendam; depois propõe que cada um dê uma ordem de ação, um gesto qualquer para que seja repetido pelo grupo, logo após cantar o refrão. EX: balançando a cabeça para um lado e para o outro: **“Faz assim, faz assim, faz assim como é bom fazer, faz assim faz assim e agora é você”**. Aponta para outra pessoa que deve cantar fazendo outro gesto. Todos repetem

Aplicação: Animação, despertar, integrar.

Nome: CAVEIRAS DA TUMBA

Material Necessário: CORPO E VOZ

Modo de fazer: as pessoas podem estar em círculo ou simplesmente de pé em algum espaço da sala, a dinâmica acontece com todos cantando a “música das caveiras” e a cada sinal de hora um gesto é feito, rimando com a hora em questão:

Música: quando o relógio **bate uma** todas as caveiras **saem da tumba**, tumbalacatumba, bá, tumbalacatumba, bá/ Quando o relógio bate **Duas** todas as caveiras vão às **ruas** tubalacatumba, bá, tumbalacatum ba, bá...

(3- imitam chinês, 4 imitam pato, 5 apertam o cinto, 6 jogam xadrez, 7- imitam Gretchem, 8 comem biscoito, 9 logo se movem, 10 fazem pastéis, 11-passam bronze, 12 fazem pose, uma voltam a tumba)

Nome: O INDIOZINHO

Material Necessário: Corpo e voz

Modo de fazer: o capacitador ensina e convida o grupo a cantar a música do indiozinho fazendo as ações que a personagem executa: andar, pescar, pegar fruta...

Música: *‘O indiozinho andava pela mata, e tinha muita mata pra ele andar, o indiozinho pulou, pulou, bateu palminhas e depois rodou, o indiozinho pulou, pulou bateu palminhas e depois rodou. La ia la ia. (batendo nos lábios, imitando índio. Uuuuuuuuuuu). O indiozinho pescava muito peixe e tinha muito peixe pra ele pescar, o indiozinho pulou, pulou, bateu palminha e depois rodou*

Aplicação: Integração e animação.

Dinâmicas de Integração

Nome: FITAS DE DONS

MATERIAL: Papel crepom, cortar o papel crepom em rolinhos para que depois possam ser desenrolados.

Modo de fazer: As pessoas recebem rolinhos de fitas crepom coloridas, o coordenador pede para que pensem em uma qualidade marcante que tem cada pessoa; dizer a qualidade soltando e balançando essas fitas no centro do grupo, expondo sua qualidade para o grupo, depois cada um tira um pedaço dessas fitas, circula pela sala para partilhar com os outros, dando um pedaço da sua fita, falando a qualidade e recebendo o pedaço da outra pessoa. Ex: Fulano eu lhe dou a minha comunicação, e o outro dá um pedaço da fita dizendo “e eu lhe dou minha...(a qualidade que tem). O coordenador reflete que mesmo quando partilhamos nossos dons sempre resta um pouco mais para partilhar. Todos jogam para cima os pedacinhos que ganharam, para partilhar com as outras pessoas que não estavam ali (simbolicamente).

Aplicação: Mística, abertura do encontro.

NOME: Olimpíada dos pés

MATERIAL: DUAS BOLAS, CADEIRAS , APITO PARA INICIAR O JOGO.

Modo de fazer: dois grupos, sentados em cadeiras em fileiras paralelas, uma em frente da outra, o primeiro de cada fileira recebe a bola coloca nos pés e tem que passar a bola só com os pés ate o último da fila, a bolinha vai passando pelos pés de todos, em cima dos peitos dos pés juntos

APLICAÇÃO: - trabalho em grupo, trabalhar em equipe, conjunto, integração.

DINÂMICAS PARA TRABALHAR A FALA E A LINGUAGEM RADIOFÔNICA

Nome: O conto da galinha

Material: Voz, grupo

Modo de fazer: Em círculo os participantes são convidados a contar a história da galinha que botou um ovo de várias maneiras e com diferentes intenções. Uma pessoa começa o jogo dizendo ao participante que está do lado direito: “A GALINHA BOTOU UM OVO”. A pessoa que ouviu responde: “UM OVO?!” e a pessoa que iniciou o diálogo finaliza dizendo: “É. UM OVO”. O diálogo deve ser conduzido até o final do círculo; todos devem participar e cada vez que for reiniciado deve ser dito com uma emoção diferente: alegria, raiva, tristeza, descaso etc.

Aplicação: Trabalhar o tema linguagem radiofônica que deve ser envolvente e emocionar.

NOME: FACA DE PONTA

MATERIAL: uma caneta para simular uma faca.

Modo de fazer: O capacitador com uma caneta na mão explica aos participantes que aquela caneta simbolizará uma faca, ele deverá passar a caneta para a pessoa de sua direita dizendo: “toma esta faca que de longe ela vem”, a pessoa que recebe pergunta: “ela tem ponta?” e a pessoa que oferece responde “ponta ela tem”. A dinâmica consiste em cada vez que se oferece a faca coloca-se uma emoção diferente: alegria, tristeza, dor... a pessoa que recebe a faca responde com a mesma emoção.

Aplicação: **Trabalhar a emoção na linguagem radiofônica.**

NOME: O CONVITE

MATERIAL NECESSÁRIO: 2 voluntários

MODO DE FAZER: O capacitador pede que duas pessoas do grupo se apresentem como voluntárias para a realização da dinâmica. Uma das pessoas será o amigo anunciador e a outra o amigo receptor da mensagem. A dinâmica acontece quando os dois amigos se encontram ao acaso na rua depois de um tempo que não se vêem; um dos amigos aproveita o encontro para convidar o outro para um encontro explicando rapidamente o que é a pastoral e como será o curso; os amigos se despedem. O Amigo anunciador é depois convidado a fazer o mesmo convite só que agora numa emissora de rádio. O grupo depois deve avaliar a diferença entre as duas comunicações, qual foi a melhor? A que foi feita ao amigo ou à emissora? Todos devem dizer o motivo da escolha: mais dinâmica, mais alegre...

Aplicação: Trabalhar a linguagem radiofônica que deve ser emotiva, alegre e despertar interesse.

NOME: Colorido das palavras

MATERIAL NECESSÁRIO: tarjetas de cartolina colorida

MODO DE FAZER: Apresentar através das tarjetas algumas palavras e falar com a emoção que elas transmitem: trovão, alegria, força, leveza, tristonho, raivoso, para cima, eco, silêncio, gritar ...

Aplicação: Trabalhar a linguagem radiofônica: intenção, entonação, emoção, comunicação não linear, cheia de vida e emoção.

DINÂMICAS PARA TRABALHAR A PRODUÇÃO RADIOFÔNICA

Nome: O ERRO DO ERRO

MATERIAL: Fita k7 com duas gravações de programa

Modo de Fazer: o capacitador deve preparar uma pequena gravação de três minutos simulando um programa; em uma das gravações o programa deverá ter vários erros, por exemplo: o locutor chama uma música mas entra outra, o locutor erra a data e depois pede desculpas ratificando; o locutor vai entrevistar alguém e não sabe o nome etc. E na outra gravação o mesmo programa só que com tudo certo, música, tempo, data, nome do entrevistado. Depois o capacitador pede para o grupo avaliar que programa mais gostou e por quê. Por fim, analisa com o grupo que o que faz um bom programa é uma boa produção.

Aplicação: trabalhar a produção radiofônica

NOME: A FESTA

MATERIAL: Pincel atômico ou giz e quadro para escrever

MODO DE FAZER: O capacitador pergunta ao grupo quem já organizou uma festa, qualquer festa: 15 anos, quermesse etc., e continua perguntando o que essa pessoa fez para a festa dar certo, que pontos devem ser pensados, e junto com o grupo vai organizando a festa: convites, convidados, o que vai servir, segurança, banda que vai tocar, depois de levantar todos os pontos o capacitador mostra que fazer um programa precisa de planejamento assim como na festa, e faz as associações de como fazer um programa. Por exemplo: A FESTA PRECISA DE **CONVITE** – O PROGRAMA: **CHAMADA DE ANÚNCIO**; A FESTA PRECISA DEFINIR OS **CONVIDADOS** (CRIANÇAS/JOVENS) O PROGRAMA O **PÚBLICO ALVO**; A FESTA PRECISA DEFINIR O QUE **VAI SERVIR**, O PROGRAMA OS **QUADROS E CONTEÚDO**.

Aplicação: Trabalhar a produção radiofônica, mostrar que o programa precisa de planejamento.

DINÂMICAS PARA USO DO MICROFONE

NOME: Meu amigo microfone

Material necessário: Revistas, Jornal ou livros, outros jornais, folhetos de missa etc. (material com textos para leitura)

Modo de fazer: distribuir todo o material literário na sala e pedir para cada um escolher um pequeno trecho para fazer uma leitura ao microfone; enquanto isso o capacitador vai anotando, todas as observações feitas, modo como segura o microfone, ritmo da leitura,

emoção que transmitiu etc., para depois fazer comentários sobre as dificuldades, dando sugestões de uso do microfone.

Aplicação: Introduzir o tema: uso do microfone, trabalhar fala e postura de locução. Abordar o uso correto do microfone.

Nome: História do nome

Material: Microfone

Modo de fazer: o coordenador divide o grupo em duplas e cada um vai conversar e dizer para o outro qual a história do seu nome, por que se chama Carlos ou Sheila etc., quem colocou este nome e porquê. Depois as duplas são chamadas e um vai contar a história do nome do outro usando o microfone, contando para a platéia. O capacitador anota todos os detalhes dessa apresentação, jeito que segurou o microfone, distância do microfone até a boca, se falou baixo, alto e depois comenta aplicando as técnicas de como se falar ao microfone.

Aplicação: desinibir, perder o medo do microfone, uso do microfone.

DINÂMICAS PARA TRABALHAR A VOZ E AQUECIMENTO

Nome: Novo idioma

Material Necessário: Voz

Modo de fazer: O Capacitador propõe que o grupo permaneça em círculo, cada pessoa do grupo vai “falar” para o outro uma mensagem qualquer só que usando um idioma inventado, que não pode ser decifrado, compreendido. Por exemplo: chuachumgudum burutum babum.

Aplicação: Antes de trabalhar com dicção e articulação essa dinâmica pode ser aplicada como técnica de aquecimento vocal, além de ser divertida e descontrair o grupo.

Nome: MINUÊ.

Material Necessário: Voz

Modo de Fazer: Em círculo o capacitador cria uma melodia para a seguinte frase: “minuê, minuê mi gusta la dancê, mi gusta la dancê la dança minuê”. E executa com o grupo esta melodia de várias maneiras, grave, agudo, alto, baixo, sussurrando, dividindo o grupo, uma parte canta de um jeito, outra parte de outro e assim vai descobrindo várias possibilidades.

Aplicação: Aquecimento vocal.

Nome: ESTRADA MUSICAL

Material Necessário: Voz, atenção.

Modo de Fazer: O capacitador divide o grupo em duas fileiras, uma de frente para a outra, um lado será : “o homem do violão” e o outro o “homem do pistom”, a dinâmica acontece quando o capacitador executa a música e ao falar as palavras “violão” ou “pistom” o grupo correspondente ao instrumento é que vai cantar e imitar o gesto. Para complicar o capacitador alterna os instrumentos tornando a dinâmica mais interessante.

MÚSICA: Um homem vinha pela estrada tocando violão, digue Dom Dom Dom, o outro vinha pela estrada tocando seu pistom, fo ro rom fom fom. Dig Dom dig Dom dig Dom, foro ro rom, fo ro rom fom fom - Dig Dom dig Dom dig Dom, foro ro rom, fo ro rom fom fom.

Aplicação: Aquecimento vocal.



*“Era uma vez três irmãos
que queriam conquistar o futuro.
O mais velho, cheio de segurança,
saiu caminhando, pisando com atenção
em cada parte do caminho. Porém,
nunca olhou para o horizonte,
se perdeu e não chegou ao destino.
O segundo irmão caminhou sempre
olhando para o horizonte. Porém,
esqueceu de olhar o caminho,
caiu nos buracos e nunca chegou à meta.
O mais jovem sabendo o que aconteceu
com os dois irmãos, saiu a caminhar:
Olhando permanentemente o horizonte e o caminho,
o lado de cima, de baixo, de trás, da frente...
Por causa disso acabou louco e não chegou ao futuro”.*
(A lenda dos três irmãos, da Canção de Silvio Rodrigues)

O que faltou a esses irmãos? Faltou parar a cada trecho do caminho e fazer uma boa avaliação: avaliar a caminhada, estabelecer novas rotas, superar os erros cometidos, aprender com os acertos, encontrar as melhores formas de caminhar e melhorar o caminho. Uma boa avaliação garante o futuro.

Avaliar é observar os acertos, os erros e levantar sugestões para o trabalho que estamos fazendo. A avaliação é um momento muito importante, pois cada pessoa tem um jeito de observar. Às vezes, uma pessoa descobre coisas no nosso trabalho que a gente mesmo nunca percebeu.

O momento da avaliação não é só quando terminamos um curso, um trabalho; é necessário avaliar sempre, durante toda a ação realizada. Avaliando cada atividade, vão aparecendo várias dicas para a construção do caminho: o que modificar, o que está claro, o que não está, como inventar novas coisas?

1. Condições para uma boa avaliação

O medo é sempre uma limitação na vida. Para avaliar é preciso perder o medo. A avaliação não é um momento de briga, de agressão, mas é um momento de construir junto o conhecimento. Quem perde o medo escuta o outro com tranquilidade. Quem ouve erra menos na vida. Uma boa avaliação só pode ser feita com pessoas que escutam e estão dispostas a acolher a opinião do outro.

As opiniões devem ser escritas, organizadas, para que não se perca a riqueza das diferentes observações. Com as opiniões escritas, iniciamos então a conversa, buscamos as razões. Por que estamos trabalhando assim ou assado? É bom conduzir a conversa com tranquilidade, para que todos tenham a certeza de continuar caminhando.

2. Momentos de avaliação

Durante as oficinas – escolha uma atividade. Passe antes as informações básicas e deixe que as pessoas realizem a ação. Por exemplo, se você for trabalhar notícia, passe as informações mínimas e proponha que as pessoas redijam uma notícia. Depois avalie o que foi feito, analise com todos, elabore a estrutura da notícia, a teoria, os passos para se chegar a uma notícia clara e provocante. O papel do monitor será arrumar, aprofundar as opiniões dos participantes, analisando, perguntando, sistematizando, escrevendo tudo. Atenção! É sempre bom partir dos acertos, das partes positivas do trabalho. Reconhecer primeiro os resultados positivos cria segurança. As pessoas vão descobrindo que elas podem fazer programas, que o rádio não é complicado e que a comunicação está ali ao alcance de todos. As falhas e os erros também são positivos, porque deles tiramos novos conhecimentos.

Avaliação final – toda oficina ou curso precisa ser formado de pequenas avaliações, mas no final é necessário realizar uma avaliação geral, analisando tudo o que aconteceu. Não deixe para depois, é melhor resolver os problemas com a presença de todos. Isso é uma parte fundamental do processo de aprendizagem. Assim, você não repete erros e abre caminhos para todos. Para uma boa avaliação, escolha os pontos a observar, levante os erros, os acertos e as sugestões. Escute tudo e anote.

3. Por que avaliar nossos programas?

Quem trabalha com rádio deve ouvir a opinião dos outros; não somente da sua mãe, sua tia, seu irmão, que têm a tendência de falar sempre bem do seu trabalho. Os outros são os ouvintes, o povo. Um programa deve ser sempre avaliado pelo povo. Veja algumas dicas para avaliar um programa:

Equipe de trabalho – o rádio é feito para muita gente, por isso deve ser feito por muitos. Consulte sempre sua equipe de trabalho, pergunte, peça sugestões, mostre antes de ir ao ar.

Grupo de avaliação – realizar de vez em quando uma reunião com um grupo pequeno de convidados, que representem a audiência do programa. Passe um programa, peça opiniões, levante sugestões e idéias. Faça uma reunião dessa a cada mês, ou conforme as possibilidades.

Opiniões do público – é sempre bom pedir opiniões aos ouvintes, através do telefone, cartas, ao vivo. Você pode realizar um sorteio, um concurso para obter as sugestões dos ouvintes. Escute o povo com tranquilidade e o programa vai ser cada vez melhor.

Pesquisa – uma boa maneira de avaliar o trabalho é realizar uma pesquisa. Elabore um pequeno questionário e articule um grupo de pessoas que possam aplicar as perguntas. Depois, com lápis e papel na mão, compare os resultados: quantos ouvem, quantos não conhecem seu trabalho. Veja como você pode melhorar.

4. Pontos para avaliar em um programa:

É agradável de ouvir?

É claro – todo mundo entende?

Usa uma linguagem simples?

Chama a atenção e gera interesse?

É adequado ao público?

Tem participação do povo?

A técnica é bem feita?

O modo de falar é amigável, próximo dos ouvintes?

Estimula as pessoas a se organizar, se mobilizar, a agir?

O ouvinte fica interessado em continuar escutando?

Pontos para avaliar uma oficina:

O tempo foi suficiente?

Os temas foram adequados, era o que o grupo esperava?

O material didático que foi distribuído ajudou a compreender melhor os conteúdos?

O ambiente foi apropriado?

Os capacitadores usaram um método participativo e motivador?

Como foi a participação do grupo?

Como foi a atuação da coordenação geral?

Sugestões

O que fazer daqui pra frente?

⋮

Bibliografia e Dicas de Leitura

ASSUMPCÃO, Zeneida A. *Radioescola: uma proposta para o ensino de primeiro grau*. São Paulo: Annablume, 1999.

COUTO NETO, Ladslau Gonçalves. *Jornalismo em Rádio*. UNDA Brasil. Goiânia: Ed.CPP, 1993.

MATA, Maria Cristina (Coord.) *Mulher e Rádio*. Manuais de comunicação – n.11, ALER-BRASIL – Paulinas (ANO E CIDADE???)

Reflete sobre o espaço conquistado pela mulher no rádio.

MATTELART, Armand. *Comunicação-Mundo: história das idéias e das estratégias*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

MOREIRA, Sônia Virgínia. *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Rio Fundo, 1991.

ORTRIWANO, Gisela . *A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985. (Novas buscas em comunicação; v.3).

PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de Radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Editora Ática, 1993 – 3ª edição.

PRADO, Emílio. *Estrutura da Informação Radiofônica*. São Paulo: Summus Editorial, 1989.

TOTA, Antônio Pedro. *A Locomotiva no ar: Rádio e Modernidade em São Paulo, 1924-1934*. Sec. de Estado da Cultura/PW, São Paulo, 1990.

VIGIL, José Ignacio López. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: AMARC/ALER, 1997.

Manuais de comunicação. ALER-BRASIL, IBASE, FASE, Paulinas