



CARTILHA
COLABORA
NAS ESCOLAS

TEMA
RÁDIO

CO LAB ORA

NAS ESCOLAS

ATIVIDADES 2015

Realização:



EXPEDIENTE

Parte do texto dessa cartilha foi retirada das publicações:

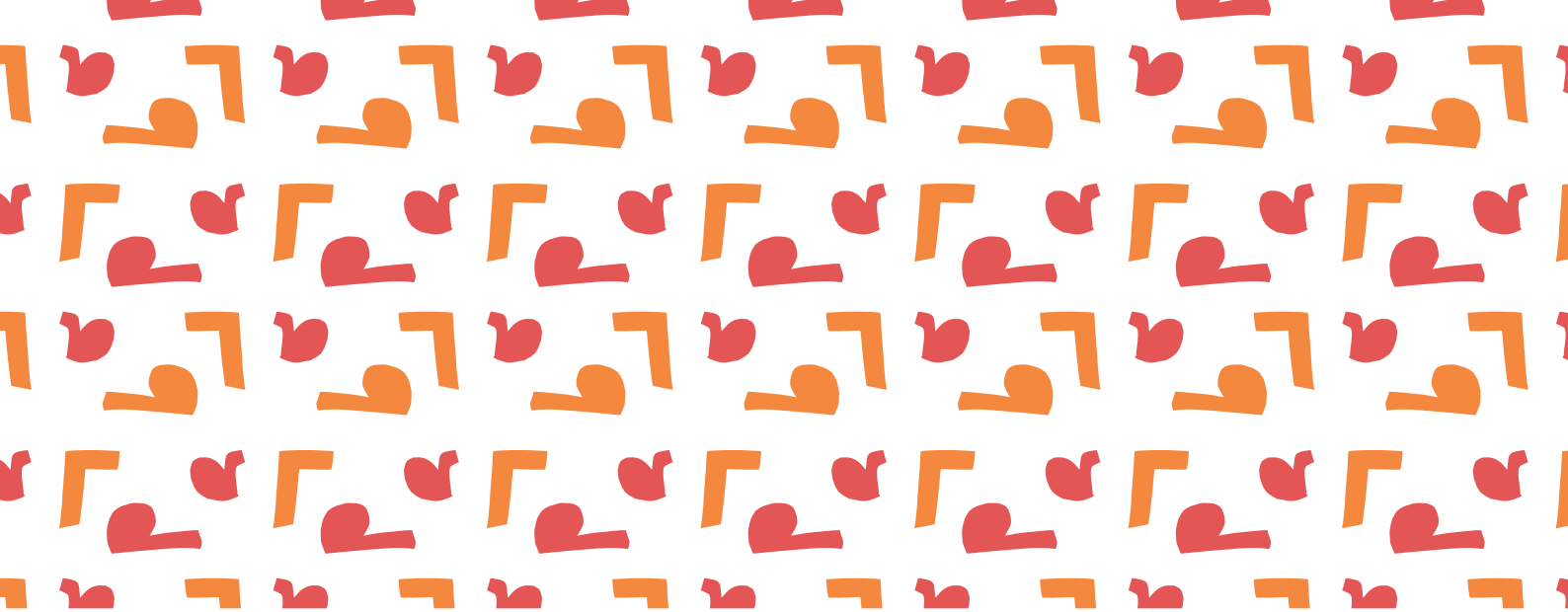
Apostila de Podcast do Vozes do Vale | Programa Polo Jequitinhonha
Para Fazer Rádio Comunitária | Ilza Girardi Rodrigo Jacobus

Adaptação: Bruna Lubambo , Emanuela São Pedro e Rafaela Lima.

2016

Apresentação

Esta publicação tem como objetivo oferecer aos parceiros da Associação Imagem Comunitária (AIC) informações sobre linguagens do campo da Comunicação. A cartilha faz parte do Colabora, projeto realizado em parceria entre as Ações de Educação Integral da Secretaria de Educação de Minas Gerais (SEE-MG) / Polo Plug Minas e a Associação Imagem Comunitária (AIC). As linguagens apresentadas em cada volume são resultado das oficinas realizadas em fase piloto entre novembro e dezembro de 2015.

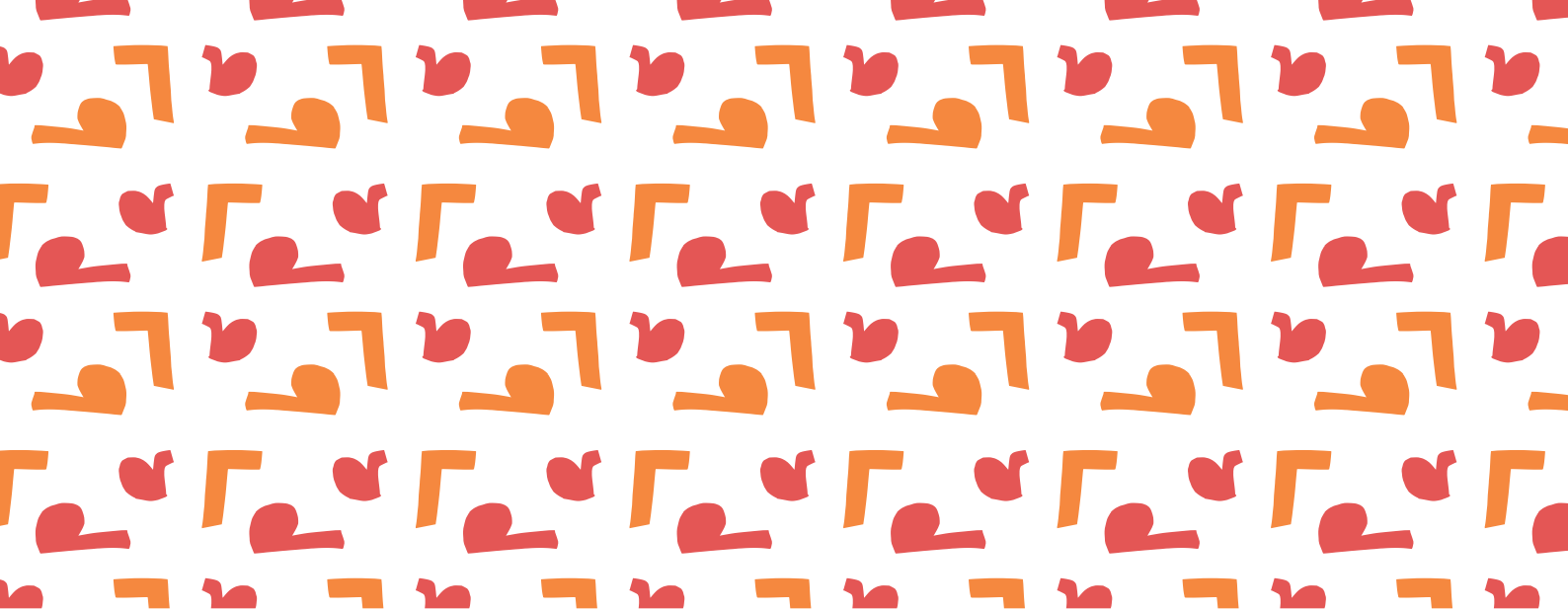


A tecnologia, as mídias e a comunicação estão espalhadas pelo mundo em que vivemos, mas nem sempre é possível ter acesso a elas. Às vezes, falta o aparato tecnológico. Ou então, existe o suporte físico, mas falta intimidade com eles. Algumas vezes, é a inexistência de possibilidades concretas que limita a experiência.

Este conjunto de cartilhas deseja ser o início de um, dentre tantos possíveis, caminho de se experimentar - e criar! - a comunicação, a tecnologia e as mídias. Aqui, vamos propor discussões sobre diferentes linguagens, divididas em cinco volumes.

Este volume apresenta reflexões sobre rádio, democratização da comunicação e processos educativos, além de introduzir algumas ferramentas básicas para o trabalho com rádio na escola e na comunidade. Para saber mais sobre FANZINE, FOTOGRAFIA, STENCIL , STOP MOTION, confira os demais volumes.

Boa leitura!



SUMÁRIO

- 1) Comunicação, Mobilização Social e rádio!
- 2) Produção Radiofônica independente
- 3) O Podcast
- 3) Linguagem Radiofônica
- 4) Tipos de programa
- 5) Gêneros
- 6) Produzindo o seu podcast
- 7) Postando o seu podcast

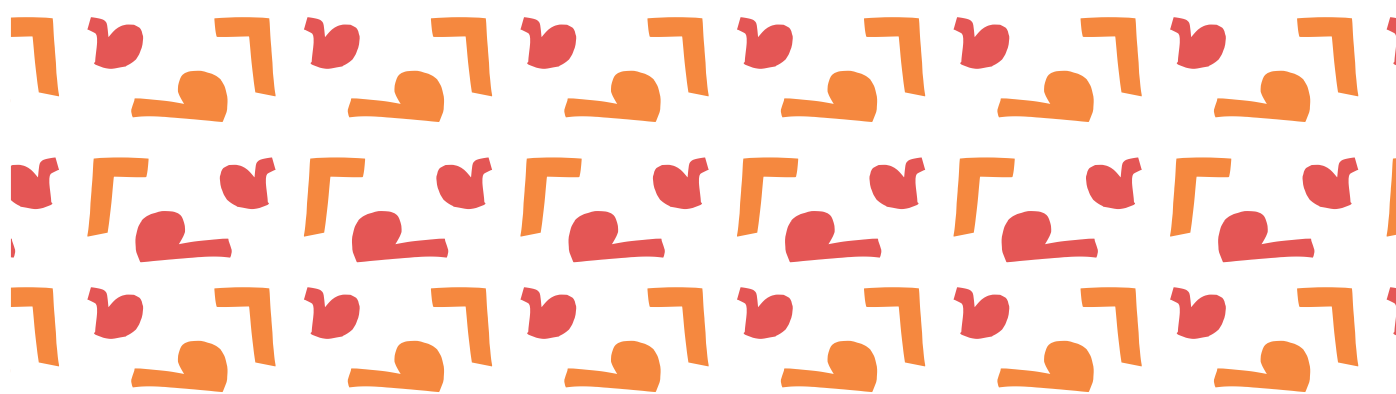
COMUNICAÇÃO, MOBILIZAÇÃO SOCIAL E RÁDIO!

Dos meios jornalísticos, o rádio é reconhecidamente um dos mais eficientes para a mobilização social e para a divulgação de informações, dada sua facilidade de alcance, capaz de chegar a comunidades distantes, rurais e periféricas, e sua linguagem direta e simples. Dentre as funções comunicativas previstas num processo de mobilização social, o rádio destaca-se na coletivização de informações, tendo condições de propiciar um fluxo comunicativo coletivo capaz de fazer com que as pessoas não se sintam isoladas no mundo, mas parte de um grupo engajado por uma determinada causa social.

Além disso, o rádio é capaz de gerar elementos de identificação da causa por meio da padronização de recursos sonoros como vinhetas, assinaturas, spots, jingles, etc. Esses elementos são de extrema importância para garantir coesão a ações de um projeto de mobilização. Um projeto que se comunica com unidade sonora, de forma clara e direta, está bem organizado do ponto de vista da difusão de informações, da coletivização e, por consequência, tem grandes chances de convocar o público para o engajamento que se deseja.

Outra importante função da comunicação no processo é manter os públicos motivados, tanto as lideranças que coordenam formal ou informalmente os trabalhos, quanto a população em geral. Como o objetivo do projeto mobilizador, na maioria dos casos, envolve um trabalho de longo prazo, a motivação não deve ser apenas circunstancial, limitada a cada atividade que o projeto promove. Existem dois fatores importantes para a manutenção da motivação: o primeiro é manter a informação circulante de modo que se dê o máximo de visibilidade às ações que forem desenvolvidas no projeto. O segundo é dispor de uma ritualística que valorize as situações de encontro e de construção coletiva. O rádio pode e deve estar presente noticiando fatos, ações e fazendo a cobertura de eventos, encontros e comemorações.

Para além disso, o rádio assume a função de fomentar o debate público, envolvendo a população não só na percepção dos problemas e da realidade a ser transformada, como também na formulação das soluções a serem propostas. Assim, pode contribuir na mudança de posturas e valores daqueles envolvidos no processo de transformação social, uma vez que seu conteúdo noticioso caracteriza-se por informação qualificada. A informação qualificada é aquela em que o ouvinte pode apreender, além de um dado simplificado, conhecimentos mais aprofundados sobre a temática abordada pela notícia. Ao interpretar o fato sob novos prismas, o ouvinte pode repensar, de modo crítico, sua participação na vida da comunidade e sua relação com a causa social.



PRODUÇÃO RADIOFÔNICA INDEPENDENTE

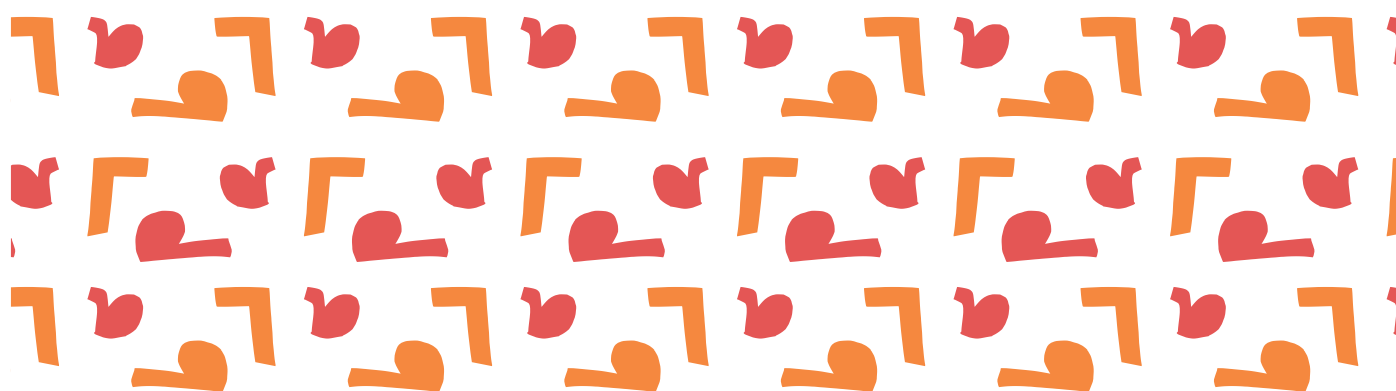
O rádio é um meio de comunicação que, desde a primeira metade do século passado, faz parte do cotidiano dos brasileiros. Mas, assim como ocorreu com as demais mídias, seu processo de produção foi muito impactado pelo desenvolvimento das tecnologias digitais.

Até pouco tempo atrás, criar uma rádio implicava desafios imensos aos grupos comunitários. Era necessário estruturar um aparato tecnológico de grande dimensão e custos significativos, mobilizar uma ampla estrutura de recursos humanos, além de conseguir uma outorga (autorização de funcionamento) de emissora comunitária, num processo burocrático muito complexo e moroso. Hoje, as produções sonoras são feitas em aparatos digitalizados, alguns deles de funcionamento simples e uso corriqueiro, como smartphones e computadores “caseiros”. A veiculação dessas produções também ganhou novas possibilidades com a internet. Elas estão nas rádios online, nas redes sociais, no whatsapp, nos blogs e em diversos outros espaços virtuais. Isso sem contar outras plataformas e meios de difusão, cada vez mais viáveis no contexto dos pequenos grupos, tais como as rádio-escolas (rádios de alto-falante em espaços escolares, criadas por alunos em parceria com professores) e as produções sonoras voltadas à veiculação em espaços de encontro e circulação de pessoas, como centros comunitários, centros culturais, feiras, eventos artísticos e até assentamentos rurais.

Dessa forma, com alguns recursos tecnológicos e acesso à internet, os mais variados sujeitos e grupos têm, hoje, a possibilidade concreta de criar iniciativas de comunicação envolvendo produções sonoras e mesmo rádios em espaços presenciais ou na web. Mas é essencial nunca perder de vista um grande desafio, que é o mesmo desde os primórdios dessa mídia: antes de qualquer coisa, é preciso pensar o sentido da comunicação, o que se quer comunicar e com quem se quer dialogar. É fundamental criar um amplo debate em torno das propostas

de ação comunitária, cultural e educativa do grupo, compreender quais são os públicos interlocutores e como mobilizá-los. Por fim, é necessário planejar como a ação de produzir rádio se encaixa em todo o contexto de propostas, relações e atividades do grupo.

A seguir, traremos os elementos técnicos e de linguagem da produção radiofônica. Uma vez definidos o propósito e as estratégias de mobilização e comunicação do grupo que decide empreender uma iniciativa na mídia rádio, é essencial utilizar esses elementos para produzir uma comunicação dialógica, que convide os públicos à participação – princípio que consideramos primordial para um uso potente do rádio.



O PODCAST

Podcast é um tipo de programa de áudio parecido com um blog sonoro ou um programa de rádio veiculado na internet, com a vantagem de se poder escutá-lo a qualquer hora, em qualquer lugar e quantas vezes quiser. Como é compartilhado pela web, o ouvinte pode escolher se quer baixar o podcast e onde quer ouvi-lo: no próprio computador ou em qualquer aparelho que reproduza mp3 (mp3 player, celular, iPod).

O podcast possui a vantagem de ser gratuito e de fácil produção, permitindo que qualquer pessoa, com apenas um gravador ou um computador com microfone e acesso à internet, possa expressar suas opiniões, interesses e pensamentos. Além disso, por ser veiculado na internet, qualquer pessoa pode ouvir e compartilhar esses programas.

Há vários podcasts na internet sobre os mais diferentes temas, e eles são organizados em canais. Cada canal é um conjunto de programas. O ouvinte pode fazer uma “assinatura” desse conjunto e, a cada vez que um novo episódio é publicado, basta estar conectado à internet que o download é feito automaticamente para o seu computador.

Em um podcast, você pode falar sobre o tema que quiser, da forma que achar mais interessante. Pode fazer isso em formatos variados, como novela, entrevista, bate papo, documentário, programa de humor e noticiário, ou mesmo a partir de uma mistura criativa deles. Entretanto, antes de gravar seu podcast, é preciso pensar em algumas coisas importantes.

O QUE, COMO E PARA QUEM VOCÊ VAI FALAR?

É muito importante escolher e delimitar um assunto para que você fale apenas sobre ele e não fuja do tema, tirando o interesse do ouvinte. Para não ter problemas com esta questão, é sempre bom fazer um roteiro. Não precisa ser uma transcrição de tudo o que você vai falar, mas sim uma enumeração de tópicos

importantes a serem abordados. Com isto, seu podcast terá começo, meio e fim, o que é indispensável em um podcast.

DICAS:

- Use uma linguagem fácil e comum. Não pense que é bonito falar difícil. Na linguagem para o rádio ou áudio em geral, devemos falar como se estivéssemos conversando com alguém, usando frases curtas e claras. Se precisar usar uma palavra mais difícil, é bom explicá-la depois. Mas não se limite demais a isso. Na dinâmica do trabalho, você vai perceber que utilizar uma linguagem sem muitos floreios é bem mais fácil que rebuscar demais a fala.
- Na hora de gravar, se precisar ler, dê uma entonação para sua voz, não leia de forma monótona nem para dentro. Não precisa fazer de forma muito empolgada ou forçosamente alegre, mas é importante falar de um jeito que prenda a atenção do ouvinte.

A maneira como você irá produzir o podcast também deve ser pensada antes de começar a gravar. É importante escolher bem o formato e pensar na estrutura do seu produto, para que ele não fique confuso. Mas isso não significa que vocês não possam brincar com os formatos e criar novas linguagens.

É necessário também ter em mente o público para o qual você se dirige. São jovens como você? Crianças, idosos? A linguagem que você utiliza depende das pessoas que irão te ouvir, para que elas possam compreender bem a mensagem que você pretende transmitir. Após refletir sobre todas estas questões, você está pronto para começar a gravação de seu podcast.

LINGUAGEM RADIOFÔNICA

A comunicação em rádio tem características que fazem com que este seja um veículo próximo das práticas do dia a dia das pessoas. A primeira dessas características é a oralidade: o rádio “conversa” com o público. Além disso, a escuta de uma produção radiofônica pode ser feita enquanto o ouvinte está em qualquer lugar, realizando outras ações: dirigindo, trabalhando, lavando roupa...

Segundo o pesquisador Armand Balsebre, a linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não-sonoras evocadas pela palavra, pela música, pelos efeitos sonoros e pelo silêncio. A mistura desses recursos expressivos caracteriza um processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes, gerando identificação, empatia e envolvimento.

Os elementos sonoros, quando combinados, criam imagens auditivas e dão o tom da relação entre o rádio e seus públicos. Alguns exemplos: a voz do locutor é a que dialoga com o ouvinte, dando a sensação de presença e, muitas vezes, de proximidade. A música é aquele elemento que dá ritmo e prazer estético. Também produz sensações, evoca um determinado “clima emocional”, ajuda quem ouve a imaginar uma paisagem ou cena. Os efeitos sonoros, somados aos demais elementos, criam o ambiente e a atmosfera de determinada cena ou situação (por exemplo: o efeito de som de chuva em uma determinada cena). Já o silêncio ajuda a compor o ritmo e a “entonação” da mensagem.

A edição ou montagem radiofônica, por sua vez, envolve, numa mesma narrativa, palavra, música, efeitos sonoros e silêncio, e faz isso a partir de um processo de corte, colagem e mixagem do material sonoro. Para os variados tipos de produção radiofônica, é importante explorar esses recursos expressivos, sempre tendo em vista os objetivos de comunicação buscados.

Vale mencionar, ainda, que a comunicação via rádio é potencializada quando combinada a outros recursos, que ampliam a interação dos ouvintes com a produção radiofônica. Por isso, o diálogo com os públicos pode se valer do

telefone, SMS, e-mail, redes sociais e whatsapp. É essencial incorporar ao máximo essas formas de contato e de abertura à participação dos públicos!

TIPOS DE PROGRAMA

A programação é o conjunto ordenado de tudo o que é transmitido pela rádio, ou seja, todos os programas veiculados. Não existe uma regra fixa sobre os tipos de programas para rádio. Eles podem se confundir, dependendo das escolhas, do ponto de vista e da criatividade de quem os produz. Mas, para fins didáticos, citamos aqui os seis tipos mais comuns, conforme o que é veiculado nas rádios comunitárias:

A) NOTICIÁRIOS

São os programas de divulgação de notícias, mais vinculados à prática padrão do jornalismo. Numa rádio comunitária ou na rádio-escola é importante dar destaque às notícias da comunidade, do município e da região.

B) FORMATIVOS/EDUCATIVOS

Programas educativos devem ter uma preocupação com a cultura e a educação. O objetivo é aumentar o conhecimento do ouvinte sobre o tema apresentado. Os programas musicais podem informar sobre diferentes tipos de música, valorizando, por exemplo, as produções locais.

C) LAZER/DIVERSÃO

Os programas só de música são o exemplo mais comum deste tipo de programa. Mas é possível, por exemplo, produzir programas de humor, com um locutor divertido e/ou um bom contador de piadas. Existem as radionovelas, por exemplo, que fizeram muito sucesso no passado, mas hoje em dia são muito raras. Esta experiência já foi resgatada em algumas rádios comunitárias. Pode-se também realizar programas com jogos, perguntas e testes de conhecimento, distribuindo brindes que podem ser doados por estabelecimentos da região. Neste tipo de programa, o limite é a criatividade de quem o faz.

D) ESPORTIVOS

Embora possam ser identificados como programas de lazer/diversão, pode-se enquadrá-los em uma categoria específica, tamanha é a audiência deste tipo de programa. Só para se ter uma ideia, nas rádios AM comerciais, eles são a parte mais popular da programação. O futebol não é o único esporte sobre as quais as emissoras falam, mas é o principal. Na rádio comunitária, deve-se dar destaque ao esporte local, cobrindo, por exemplo, os times de futebol popularmente conhecidos como “da várzea” ou ainda competições estudantis em escolas da região.

E) CULTURA LOCAL/COMUNITÁRIOS

São programas voltados especificamente à constante prestação de serviços à comunidade, buscando a intimidade entre a rádio e os ouvintes. Os programas de cultura local são destinados a divulgar os espetáculos, inaugurações, feiras, rodeios, encontros, cursos, peças de teatro, filmes, entre outras atrações culturais da comunidade. Promovem as agendas com a programação cultural da região de abrangência, procurando sempre estimular e popularizar estes eventos entre os ouvintes. Divulgar estas atividades, em especial as gratuitas, é uma ótima maneira para promover o acesso e o compartilhamento dessas iniciativas para a população. Para este tipo de programa, pode ser bem interessante a transmissão diretamente do local do evento. Já os chamados programas comunitários servem como um canal para atender aos anseios da comunidade, buscando soluções de problemas específicos da região. Aqui entram também ofertas de trabalho, achados e perdidos, bem como reclames de ouvintes. Este tipo de programa é muito importante para a rádio comunitária. Suas informações podem ser reutilizadas em forma de notas que podem entrar em qualquer outro programa.

GÊNEROS

A classificação dos programas não é fixa, até porque um programa de diversão pode ser formativo, e vice-versa. O esportivo, por exemplo, pode conter a narração ao vivo dos jogos de futebol, debates e entrevistas antes e depois dos jogos, reportagens jornalísticas e boletins informativos. Definir um tipo é apenas um artifício para dar coesão e identidade ao programa. Por isso, vamos pensar em uma outra divisão, que chamaremos “gêneros”. Esta divisão pode se aplicar a todos os tipos de programas, definindo o estilo e o modo como o programa vai ser conduzido.

Diferente do tipo, que define a identidade do programa, o gênero pode variar em um mesmo programa, criando uma identidade mais eclética. Um programa sobre cultura local pode adotar entrevistas e debates em um dia e apresentar músicas de artistas locais em outro, por exemplo. Ou ainda misturar todos estes gêneros em um só programa. Em um noticiário, por exemplo, temos os chamados gêneros jornalísticos, que são as diferentes formas como as notícias podem ser apresentadas. Vamos sugerir os sete gêneros mais comuns:

a) Mesa redonda: debate e painel

Com esse gênero de programa se aborda um tema de interesse para o público através de um diálogo entre as personalidades envolvidas ou conhecedoras desse tema. Elas são convidadas para que apresentem suas argumentações a favor ou contra o tópico em questão. No caso do debate, são pessoas com pontos de vista diferentes e o objetivo é o confronto de opiniões. Já no painel, os convidados expõem opiniões que se complementam, proporcionando um quadro mais completo sobre o assunto. O programa deve, de preferência, ser conduzido por um apresentador/moderador, que deve procurar se manter imparcial e à margem da discussão. Este moderador é importante para amenizar conflitos e dividir os tempos de fala, impedindo que algum dos convidados “tome conta” do assunto ou até mesmo que o programa vire uma bagunça com todo mundo falando ao mesmo tempo. Ele tem que regular as intervenções e fazer com que elas sejam proporcionais, concedendo espaço para todas as perspectivas. É importante que, de tempos em tempos, o moderador reapresente o tema e os convidados, situando os ouvintes que estão sintonizando a rádio ao longo do programa;

b) Entrevista

É um modelo jornalístico que acontece através do diálogo entre o entrevistador e o entrevistado. Nas rádios comunitárias, esse gênero é uma ótima forma para a manifestação dos moradores da comunidade, permitindo que se conheçam melhor. A entrevista abre um amplo espaço de participação para que as pessoas falem da sua realidade, operando diretamente no sentido da identidade local. Elas podem despertar o espírito de solidariedade enquanto dão voz a quem normalmente não tem acesso aos grandes meios. Nem por isso, entretanto, deve-

se chegar ao extremo de abrir o microfone para qualquer um dizer qualquer coisa, pois não é esta a função de uma rádio comunitária. É preciso ter claro que a entrevista serve para comunicar alguma coisa, informar os ouvintes, os leitores ou os telespectadores sobre determinado fato que, de preferência, interesse à comunidade. Para planejar melhor a entrevista, podemos classificá-la de acordo com os objetivos:

- esclarecimento – aquelas que servem para se conhecer melhor o assunto que se está tratando ou para esclarecer um assunto confuso do conhecimento do entrevistado;
- análise – aquelas que servem para se entender melhor os problemas ou para se descobrir as causas dos mesmos. Também servem para aprofundar algumas respostas superficiais;
- ação – servem para passar da teoria à prática, para que os entrevistados expressem as ações que vão desenvolver em relação aos problemas analisados;
- personalidade - quando o interesse é a própria vida da pessoa entrevistada.

Como preparar a entrevista:

- O entrevistador deve ter bem claro, antes do início da entrevista, o tema que será abordado;
- Selecionar o entrevistado mais adequado para falar sobre o tema;
- Se o entrevistador não conhece o tema, deve antes consultar e ler o máximo possível de textos sobre o assunto. Quanto mais informado estiver o entrevistador, mais produtiva e interessante será a entrevista;
- O entrevistador deve anotar os pontos principais para, depois, questionar o entrevistado;
- Pode-se trocar uma ideia com a pessoa entrevistada antes que a gravação seja iniciada, mas não se deve dizer a ela quais perguntas serão feitas. O risco é que a entrevista se torne “robótica” e perca a espontaneidade.

A estrutura da entrevista:

- No início, apresente o convidado e explique porque ele foi chamado para participar do programa.
- É importante que as perguntas sejam ordenadas com uma certa lógica. Para isso, prepare um roteiro de questões, mas sempre tendo em vista que, no decorrer da entrevista, esse roteiro poderá ser modificado a partir do que de mais interessante surgir nas falas da pessoa entrevistada.
- Como na mesa-redonda, lembre-se de reapresentar o tema e o entrevistado durante a entrevista;
- No final da entrevista, é importante que se faça um resumo dos principais pontos abordados;
- Ao encerrar, agradeça ao convidado pela presença.

Como fazer uma entrevista?

- O entrevistador ocupa o lugar do público e deve, portanto, falar com palavras simples e populares, que todos os ouvintes entendam;
- O entrevistador deve tomar cuidado para não demonstrar que sabe mais que o entrevistado, porque pode constrangê-lo e deixá-lo nervoso. Lembre-se que o entrevistado é quem está ali para falar do assunto;
- Na medida do possível, não dar opinião ao formular as perguntas nem acrescentar às respostas comentários pessoais, pelas mesmas razões do item anterior;
- O entrevistador deve criar um clima comunicativo, começando pelas perguntas mais simples e menos complexas e incômodas, para que o entrevistado vá relaxando aos poucos. Lembre-se que muitas pessoas costumam ficar constrangidas diante do microfone;
- Procurar fazer perguntas curtas, que permitam respostas completas;
- Se a resposta do entrevistado começar a ficar muito longa, o entrevistador deve intervir com outra pergunta, para dar uma quebrada e a entrevista não ficar muito cansativa;
- O entrevistador tem que saber ouvir o entrevistado - isto é muito importante, porque vai permitir novas perguntas, explorando os novos caminhos que podem resultar da conversação;
- Não tem que tomar para si o microfone, de modo algum;

- Tem que ter um tom vivo e animado, de interesse na conversa, estimulando o entrevistado a falar;
- Não manipular a entrevista. Cada pergunta deve ser uma decorrência do assunto que está sendo tratado, para que o ouvinte fique bem esclarecido acerca dele;
- Se a entrevista for feita pelo telefone do estúdio, evite falar mais alto. Evite fazer os tiques telefônicos (sim, hum-hum, ok...). Se for externa, num local fora do estúdio, é importante testar antes o gravador;
- É importante salientar que o entrevistador deve descobrir o seu próprio método de fazer a entrevista, aquele que melhor se encaixa com a sua personalidade.

c) Comentário

É um gênero radiofônico mais criativo e serve para expressar a postura ideológica da emissora ou do seu autor. O comentário ajuda os ouvintes a compreender melhor a realidade e dá a eles os elementos necessários para interpretá-la.

Preparação:

- Seleciona-se o tema e avalia-se apenas um ponto de referência para desenvolvê-lo, porque, do contrário, pode-se criar confusão com a ampliação do assunto. Esta seleção pode ser feita pelo próprio comentarista ou pela equipe de produção, caso exista uma. Os temas da atualidade devem ser analisados, com suas maiores repercussões, e selecionados para comentar, determinando as linhas do comentário;
- Pesquisa-se o tema em vários locais. É necessário que se esteja atualizado com informações gerais da imprensa, de livros, revistas, Internet, etc;
- Então, é feito um esquema do que será dito, seguindo a seguinte estrutura:

REDAÇÃO:

- Linguagem clara e popular, o mais correta possível;
- Utilizar o humor, a surpresa, ditados populares, usar comparações com fatos da realidade dos ouvintes;
- Cuidar para não fazer um texto muito complexo, distante da linguagem simples do cotidiano;

LOCUÇÃO:

- O comentário tem que ser lido pelo autor do texto ou falado de improviso, mas com domínio do assunto. É a pessoa que pensa sobre o tema, que entende o significado do que quer dizer e se identifica com o assunto. Ele transmite uma opinião formada por conceitos, ideias e sentimentos;
- O tom usado é de interpretação, e não de uma notícia;
- Não tem que ser como uma aula, onde o professor fica acima do aluno. O locutor deve estar no mesmo nível do ouvinte, conversar com ele. O ritmo tem que ser pausado e explicativo;
- Ao expressar o pensamento, deve-se ter cuidado para não ser demagógico. Para evitar isso, é importante ter controle dos termos e não apoiar os argumentos em autoridade moral de pessoas ou crenças. Não se deve ter medo de questionar. Deve-se tomar cuidado para não manipular a informação em favor próprio.

d) Musical

É um gênero que pode adaptar-se a qualquer tipo de programa. Aliás, ele é fundamental para atrair e preservar os ouvintes. Mas é muito importante zelar pela qualidade do que é tocado na rádio. Lembre-se que não é uma rádio comercial, então não dá para se limitar a tocar só as músicas da moda. É preciso pesquisar, conhecer músicas novas e antigas para sempre oferecer ao ouvinte uma cultura diferente da grande mídia.

Também inclui a música dos moradores da comunidade. Prestígie e divulgue a arte local, mas também estimule a qualidade do que é produzido. Discuta com a comunidade e sempre procure selecionar o que vai ser tocado a partir de critérios adequados para uma rádio comunitária, levando em conta o seu papel social. Tocar qualquer coisa só porque é a música de um amigo não deixa de ser uma forma de jabá.

e) Notícia

A compreensão sobre o que é uma notícia muda de acordo com quem a está

gerando. E isso de acordo com alguns critérios de proximidade, atualidade, consequências, impacto, relevância e universalidade. Segundo o Dicionário Aurélio, notícia é “informação, exposição curta de um assunto”. Em termos mais jornalísticos, conforme o Dicionário de Comunicação, é um “relato de fatos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade, e capaz de ser compreendido pelo público”. Assim, o que é notícia para a Rede Globo, por exemplo, nem sempre é interessante para o entendimento de uma rádio comunitária. E o contrário também é verdadeiro. Ao pensarmos a informação, temos que construí-la de uma forma clara para que seja bem compreendida pelo nosso público. Destacamos a seguir alguns pontos a se observar.

LIDE:

É um termo criado a partir da palavra inglesa “lead”, que significa “guia” ou “o que vem à frente”. De modo bem simplificado, é uma base inicial para construir uma notícia. Um alicerce que fornece ao ouvinte as informações básicas sobre o tema abordado, procurando prender a sua atenção. Embora um pouco contestado pelas modernas teorias de jornalismo, ainda oferece uma solução bastante didática e eficiente para a construção de notícias, agrupando as principais informações de um acontecimento. Assim, a ideia do LIDE sugere que, para melhor compreensão da notícia, é importante responder pelo menos às seguintes perguntas:

O QUE aconteceu? Descrever com precisão o fato;

Com QUEM aconteceu? Quem organiza, quem realizou, suas características;

QUANDO aconteceu? A data, hora ou turno em que aconteceu o fato – falar do antes e do depois;

ONDE aconteceu? Falar do lugar onde o fato aconteceu, endereço ou localidade;

COMO aconteceu? Falar do jeito como aconteceu o fato noticiado;

POR QUE aconteceu? Falar das causas que provocaram o fato e, se possível, das consequências.

Uma dica para ajudar a decidir se a informação que você tem pode ou não

virar notícia, é verificar, por exemplo, se ela encaixa em algum dos seguintes tópicos:

- Mais importante, assuntos relevantes para a comunidade;
- O mais caro ou barato, o que aumentou ou baixou de preço;
- Tragédias e problemas que assolam a comunidade;
- Fatos recentes, que acabaram de acontecer;
- Coisas incomuns, curiosidades ou causos;
- O que vai acontecer, novidades e serviços disponíveis;
- Os últimos ou mais à margem, projetos solidários que merecem ajuda;
- Os primeiros, maiores, que destacam-se por mérito e precisam de apoio.

Numa rádio comunitária, as notícias devem ser dadas conforme sua importância, nessa ordem:

Comunidade;
Município/Região;
Estado;
País;
América Latina;
Mundo.

A ESTRUTURA DA NOTÍCIA:

- Priorizar os dados mais importantes para a informação a ser dada;
- Na medida do possível, tem que ter pelo menos os principais dados conforme proposta do LIDE;
- Caso necessário e possível, um corpo formado por parágrafos onde acrescentamos dados novos e recordamos alguns dos mais importantes;
- Um fechamento com os dados para que o ouvinte recorde o fato e/ou fique com a perspectiva das consequências;
- É possível ainda adicionar algum comentário ou entrevista que possa dar mais vibração, se for o caso, mesclando recursos de outros gêneros.

A LINGUAGEM DA NOTÍCIA:

- É dupla, porque além da gramática em si, tem a linguagem do sentido que

se dá a ela, que interfere na forma como o ouvinte vai recebê-la;

- Tem que ser de uso corrente e compreensível para todos que a ouvem (se for usada uma palavra que seja difícil, tem que explicar o que significa);
- Especialmente para o rádio, usar palavras curtas, frases curtas e com estrutura lógica. Tem que usar sinônimos, evitando ao máximo repetir palavras.

A DURAÇÃO DAS NOTÍCIAS

- Existe um padrão internacional, que sugere tempos, de modo a prender a atenção do ouvinte. Mas não é uma regra geral, apenas uma sugestão visando tornar o noticiário mais atraente;
- Sugere-se entre 15 segundos e 30 segundos para os flashes informativos;
- Sugere-se entre 30 segundos e 1 minuto e 30 segundos para as notícias que só têm textos;
- No máximo 2 minutos para as reportagens, sempre cuidando para não tornar o programa cansativo;
- Em média, 12 linhas de uma lauda compõem um minuto. Uma lauda é uma folhinha com 12 linhas de 65 ou 72 caracteres, que contém várias informações e critérios para orientar o locutor.

Há diferentes formas de narrar as notícias. Algumas formas adotadas são:

- **Notícias que só têm texto:** são as notícias que o locutor lê, de preferência têm que ser curtas;
- **Notícias com texto e sonora:** são notícias que têm texto com trecho(s) de entrevista(s) ou mesmo entrevista(s) completa(s), ou ainda enquetes, para ilustrar a informação. Servem para dar mais credibilidade às informações, romper com a monotonia, ampliar o tema e aumentar a participação popular;
- **Boletim:** notícia feita por um correspondente, um repórter que narra os fatos noticiosos produzidos no local onde eles estão acontecendo. Este tipo de notícia pode ter só texto ou texto e sonora. Podem ter uma abertura feita no estúdio pelo apresentador do programa. Na maioria das vezes, estas notícias são transmitidas ao vivo e, portanto, é necessário saber improvisar e fazer um roteiro mínimo prévio com destaque para os itens mais importantes do acontecimento.

É necessário também que se pense alguns CRITÉRIOS PARA A MONTAGEM do noticiário. Os critérios podem variar entre:

- geográfico - local, regional, nacional e internacional;
- por assuntos - política, economia, social, cultura;
- por atualidade - a notícia mais nova é a primeira;
- pode-se fazer uma mistura entre esses critérios. Mas o importante mesmo é pensar a organização do noticiário;
- as notícias de maior importância têm que estar entre as manchetes, que são lidas com destaque. As manchetes vão no início do programa e dão uma ideia pro ouvinte do que o programa vai falar. Se quisermos, podemos fazer um resumo do que falamos ao fim do programa. As manchetes e resumos têm que ser com frases curtas e completas, mas não telegráficas.

f) Reportagem e rádio-documentário

O mais simples é pensar a reportagem como uma notícia aprofundada. O rádiocumentário segue a mesma linha, e não é muito precisa a diferença entre estes dois gêneros. Ambos buscam ir além da notícia comum. A ideia é fugir do superficial, abordar os detalhes do fato, do assunto, que não podem ser esclarecidos em poucos segundos ou linhas. A boa reportagem é fruto de um esforço de contatar as fontes, colher o maior número de informações possíveis e verificar a veracidade delas. Por isso, demora mais tempo para ser produzido. Em alguns casos, pode levar meses até ser concluído. O livro *Rádio: o veículo, a história e a técnica*, de Luiz Artur Ferrareto, sugere que o rádio-documentário “baseia-se em uma pesquisa de dados e de arquivos sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante”. Inclui recursos de sonoplastia, montagens e elaboração de um roteiro prévio para conduzir melhor seu andamento. Em síntese, tratam-se de grandes matérias, com inserção de diversas entrevistas gravadas e uma série de informações sobre determinado assunto. O importante é o repórter trazer diversos aspectos da questão abordada, ponto e contraponto, de modo a ampliar a reflexão do ouvinte.

g) Revista

Quando se fala em revista logo se pensa em revistas de papel. Certo? Sim e não.

No rádio também existe revista. Rádio revista é mais um tipo de programa que pode ser produzido no rádio. Muitos dos programas que se escuta no rádio são do tipo revista porque apresentam entrevistas, informações e diversão. Como numa revista de papel, mas sem as fotos. Uma boa revista de rádio é um programa muito ágil e gostoso de escutar porque sabe misturar informação e diversão na medida certa. A rádio revista pode ter um tema só, tipo revista esportiva, ou ser uma revista de atualidades e passar notícias gerais, sempre passando informações práticas para a vida das pessoas. Podem ter a duração de 15, 30, 45 minutos, até uma ou duas horas, dependendo da programação, da disponibilidade dos locutores/apresentadores, da ideia do programa. As revistas podem ser diárias ou semanais. É um programa com conteúdos variados, ligados por um apresentador, que vai marcando o estilo. Estes conteúdos podem ser considerados como micro-espacos do programa, em alguns casos fixos. A revista utiliza os diferentes gêneros jornalísticos: a entrevista, a conversação, o debate, comentário etc, todos falando de temas da atualidade, além de gêneros de entretenimento, como uma conversa de análise, a radionovela, apresentações musicais e por aí afora. A linguagem é de fácil compreensão. Para se ter uma boa audiência em temas muito complexos, o apresentador pode criar formas de se colocar mais próximo do público. Normalmente a revista é feita ao vivo e o roteiro não está fechado. Há possibilidade da entrada de um repórter a qualquer momento, por exemplo.

IMPORTANTE! Uma rádio comunitária não precisa, nem deve fazer tudo como numa rádio grande, comercial. A comunidade pode falar na sua língua e inventar coisas novas, diferentes e criativas. O rádio é um meio de comunicação muito rico e, se for encarado com prazer e alegria, é um brinquedo com diversas maneiras de se jogar.

AS FONTES DE INFORMAÇÃO

De uma forma simplista, pode-se dizer que fonte é tudo o que fornece informações para a construção do programa. Mas nunca esqueça a **CREDIBILIDADE** no momento de escolher as fontes. No caso de pessoas, procure sempre gravar os depoimentos – assim não restará margem de dúvida sobre a autenticidade da fonte. Em alguns casos de exceção, é possível preservar a fonte, garantindo o seu anonimato. Mas, nestes casos, é fundamental que tal fonte seja de extrema confiança e, por alguma razão, seja conveniente que seu

nome não apareça. Ainda assim, é importante que o ouvinte tenha pelo menos uma noção da origem da informação, com alguma pista do local ou da procedência desta fonte. Senão, a tal CREDIBILIDADE pode ficar comprometida. O ideal é sempre identificar a fonte e evitar o anonimato. Em caso de dúvida, cruze a opinião da fonte suspeita com outras fontes. Para a maioria das pessoas que estão ouvindo um programa não é interessante conhecer uma opinião se não se sabe quem a deu. É um dos aspectos fundamentais que vai diferenciar a notícia da “fofoca”. Além das pessoas, existem outras fontes úteis para a construção de uma matéria, como, por exemplo:

- jornais, revistas, outras rádios, telejornais e agências de notícias: tome cuidado para não reproduzir simplesmente o que é veiculado pela mídia em geral. Muitas vezes, tais informações são carregadas com uma postura tendenciosa, vinculada a interesses em desacordo com a proposta das comunitárias;
- documentos e bibliotecas: enciclopédias renomadas e documentos emitidos por instituição com credibilidade são ótimas fontes. No caso dos livros, procure informar-se sobre os autores para compreender melhor suas ideias e intenções;
- correspondentes: jornalistas que trabalham para a emissora ou o programa que têm como tarefa recolher periodicamente os fatos da sua área para enviar com a sua própria voz;
- Internet: a rede mundial de computadores oferece de tudo, o que presta e aquilo que não é confiável. Dentro da mídia descentralizada, existem dezenas de blogs, portais, páginas e fontes de informação populares muito interessantes. Dentre estas, estão dezenas de páginas com arquivos de conteúdos de áudio e que podem ser baixados gratuitamente. A pesquisa permanente é a melhor maneira de se informar e buscar os bons conteúdos da internet. Mas aqui, as fontes são sempre suspeitas. Priorize pesquisas fatuais, com dados brutos e legalmente respaldados, tais como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Controladoria-Geral da União (CGU), etc. Além de

portais renomados de movimentos populares, jornalismo de investigação e instituições de ensino. Eles darão mais credibilidade às informações veiculadas.

MAS DE ONDE TIRAR AS NOTÍCIAS DA COMUNIDADE?

Dos próprios moradores, com suas denúncias e reclamações, por telefone ou no boca-a-boca. Na comunidade, quase todas as pessoas se conhecem e sabem o que está acontecendo com seus vizinhos e parentes. Se cada um que trabalha na rádio levar uma notícia por dia, o locutor já vai ter alguma coisa para falar no programa. Outra boa ideia é montar uma equipe de repórteres populares da comunidade. Isso rompe com a situação de mero receptor do ouvinte. Tente recrutar um grupo de ouvintes que esteja sempre ligado ao programa. Eles podem entrar ao vivo de qualquer telefone e comentar sobre o assunto do programa. Estes repórteres populares também podem fazer pesquisas e entrevistas junto à população, abordando o tema em discussão. O único porém é que esta ideia precisa de uma chave híbrida para ser implementada. Lembre-se de priorizar as notícias da comunidade, da cidade, da região, do estado, do país e do continente, nessa ordem. Por último, em casos mais importantes como guerras, as notícias do mundo, que podem ser tiradas dos jornais diários e em grandes portais da Internet. A rádio comunitária também deve sempre tentar conseguir assinaturas cortesia dos principais jornais da cidade.

CONSELHOS GERAIS SOBRE PROGRAMAS

Para que realmente o rádio seja importante para quem estiver ouvindo, é importante lembrar-se de quatro palavrinhas básicas:

INTELIGIBILIDADE:

a informação que vai ao ar tem que ser compreensível. Esta é a condição que permite que um programa, uma informação, seja direta. E isto se consegue pelos seguintes pontos:

- O SOM TEM QUE SER LIMPO E DEPENDE DE UM BOM SISTEMA TÉCNICO: equipamentos e aparatos de gravação e transmissão, com uma correta modulação na mesa de controle, a combinação de sons deve ser agradável, conectando as vozes que irão ao ar com os outros sons que podem ser utilizados. Bom tratamento acústico do estúdio, utilização adequada do microfone etc.;

- IDEIAS PRECISAS:

para que a informação seja entendida, devem ser bem delimitadas e definidas as ideias que serão expostas. Faça um bom planejamento, prepare-se para o programa;

- CONCEITOS SIMPLES:

sempre se deve ter em mente que os ouvintes formam um grupo diferente entre si. Por isso, os conceitos emitidos devem ser simplificados ao máximo, com a intenção de serem compreendidos por todos.

CORREÇÃO:

toda a informação deve ser correta e, além disso, seu conteúdo deve aproximar-se ao máximo dos fatos, através de uma investigação o mais completa possível.

RELEVÂNCIA:

uma informação é relevante quando o ouvinte, ao escutar o programa, se sente parte integrante desse programa. É muito importante, portanto, chamar a atenção para coisas que sejam relevantes a ele. Para que isso aconteça, precisamos conhecer a audiência, quem está nos escutando. Devemos conhecer estas pessoas, saber qual é o seu perfil. Quando se faz um programa, precisamos sempre nos colocar no lugar do ouvinte, imaginar o que ele já sabe, o que ele gostaria de falar e não pode, que pergunta ele gostaria de fazer, mas nunca se sentiu encorajado a fazer. A rádio comunitária parte do senso comum e politiza o cotidiano com os temas urgentes de uma coletividade.

LINGUAGEM:

tem que ser rica e nativa. As concordâncias verbais são importantes, mas não são fundamentais. A essência do rádio na comunidade é a franqueza e a

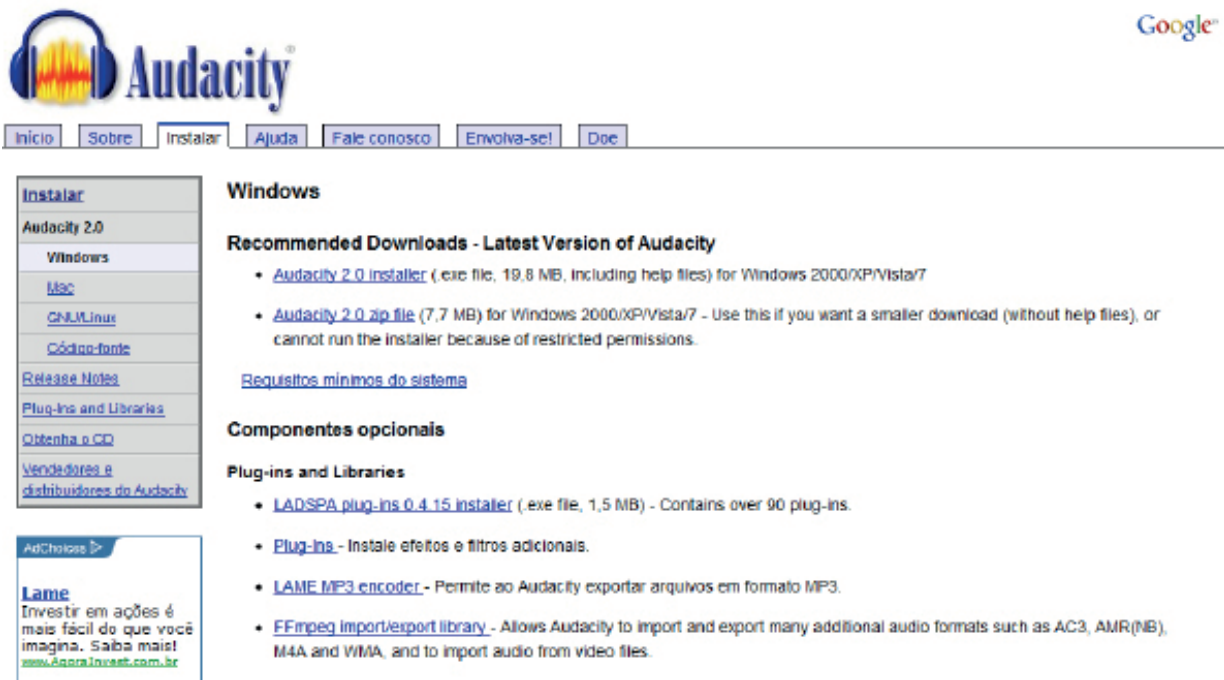
espontaneidade, falando ao microfone como conversamos com um vizinho.


- Deve-se cuidar para não usar expressões que sirvam de muletas, como “né”, “assim, ó”, “pois é”, “hum”, “sim”, etc.;
- Não usar expressões vazias e adjetivos em abundância. Procure usar substantivos comuns de fácil entendimento e, se tiver que optar entre um substantivo positivo e outro negativo, prefira sempre o positivo. Tenha cuidado com os pronomes, pois eles podem causar confusões;
- É importante que o texto seja limpo e de fácil visualização. O indicado é escrever em espaço duplo, em linhas curtas de 60 toques, sem separar as palavras no final da linha e só escrever numa face do papel. As palavras mais difíceis devem ser escritas com destaque - em maiúsculas, separadas em sílabas ou sublinhadas, conforme veremos mais adiante;
- As frases devem ser escritas para serem faladas e não para serem lidas. Os sinais de pontuação usados são ponto, para pausas longas, e vírgula, para pausas curtas. Também pode-se usar a barra, (“/”) como alternativa para pausas longas entre uma frase e outra;
- Ao usar siglas, explicar no mínimo uma vez o que ela significa;
- Não usar abreviaturas quando se escreve. Todas as palavras devem ser bem pronunciadas;
- Os números devem ser escritos por extenso. Ao expor um número ou proporção, é fundamental que seja dado um exemplo compreensível para uma pessoa simples;
- É melhor que os verbos sejam usados no presente e no futuro ao invés do passado;
- O rádio tem um potencial que não pode ser comparado aos demais veículos, como o jornal, a tv e o cinema. Mas, para que isso se torne concreto, é preciso utilizar ao máximo os recursos que ele oferece, como a música, a palavra, a voz, os ruídos, os silêncios, etc.

PRODUZINDO SEU PODCAST

Para editar seu podcast, utilize o “Audacity”. A vantagem deste programa é que você pode instalá-lo gratuitamente em seu computador.

1. Para baixar o programa, acesse o site abaixo: <http://audacity.sourceforge.net/download/windows>
2. Clique no link correspondente ao instalador Audacity
3. Aproveite também para instalar um programa que permite o Audacity transformar os arquivos editados em formato MP3. Para isto, basta clicar no link “LAME MP3 Encoder”, na parte de baixo da tela, onde aparece “Componentes adicionais”. Você precisará deste programa para finalizar seu podcast.



 **Audacity**

Inicio Sobre **Instalar** Ajuda Fale conosco Envolve-se! Doe

Instalar

Audacity 2.0

- Windows
- Mac
- GNU/Linux
- Código-fonte
- Release Notes
- Plug-ins and Libraries
- Obtenha o CD
- Vendedores e distribuidores do Audacity

AdChoices >

Lame
Investir em ações é mais fácil do que você imagina. Saiba mais!
www.AgoraInvest.com.br

Windows

Recommended Downloads - Latest Version of Audacity

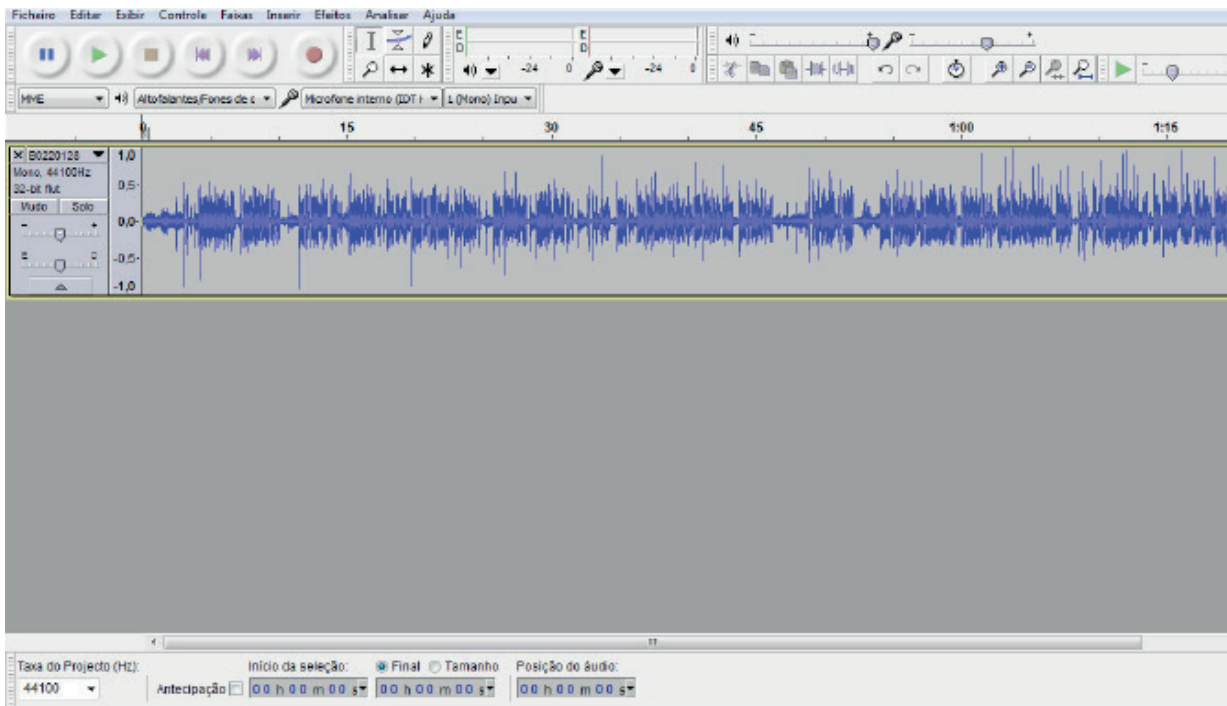
- [Audacity 2.0 installer](#) (.exe file, 19.8 MB, including help files) for Windows 2000/XP/Vista/7
- [Audacity 2.0 zip file](#) (7.7 MB) for Windows 2000/XP/Vista/7 - Use this if you want a smaller download (without help files), or cannot run the installer because of restricted permissions.

[Requisitos mínimos do sistema](#)

Componentes opcionais

Plug-ins and Libraries

- [LADSPA plug-ins 0.4.15 installer](#) (.exe file, 1,5 MB) - Contains over 90 plug-ins.
- [Plug-ins](#) - Instale efeitos e filtros adicionais.
- [LAME MP3 encoder](#) - Permite ao Audacity exportar arquivos em formato MP3.
- [FFmpeg import/export library](#) - Allows Audacity to import and export many additional audio formats such as AC3, AMR(NB), M4A and WMA, and to import audio from video files.



Para gravar diretamente no seu computador, é preciso ter um microfone. Tendo-o em mãos, conecte-o ao seu computador (entrada rosa).

1. Abra o Audacity

2. Para começar a gravar, clique no botão GRAVAR (bolinha vermelha na parte superior da tela).

3. Ao terminar a gravação de seu podcast, clique no botão PARAR (quadrado amarelo na parte superior da tela)

4. Para escutar o que foi gravado, basta clicar em PLAY (triângulo verde na parte superior da tela).

5. Vamos conhecer um pouco sobre as principais ferramentas do Audacity:



Seleção: permite que você selecione trechos de áudio para edição



Envelope: Ela marca pontos no áudio para que você aumente ou diminua o volume.

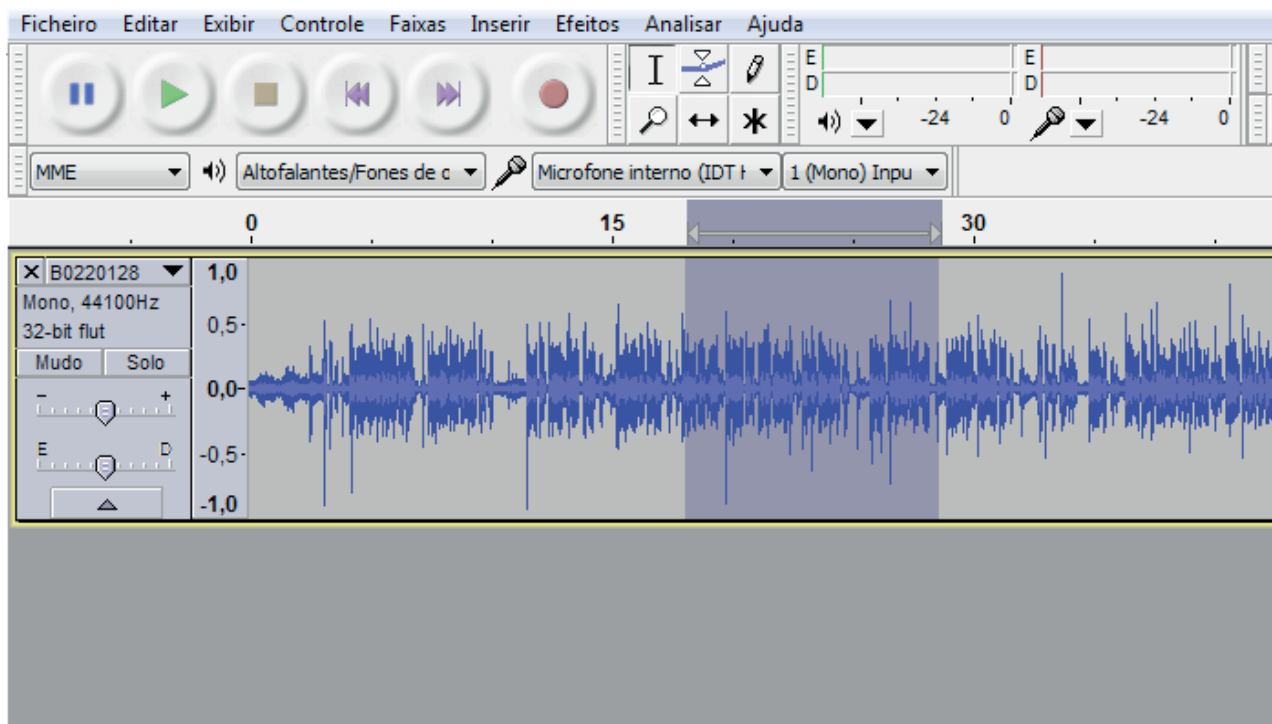


Zoom: para aumentar ou diminuir a visualização das ondas sonoras. Clique e pressione a tecla SHIFT ao mesmo tempo para diminuir o zoom.



Deslizar: Para mover os trechos de áudio selecionados na pista de gravação.

6- Para cortar trechos desnecessários e possíveis erros, selecione apenas o trecho desejado (utilizando a “ferramenta de seleção”) e aperte DELETE, no teclado.



7- Para inserir outras gravações que já estejam em seu computador, como uma música e uma música de fundo, vá a FICHEIRO, na barra superior da tela, e clique em IMPORTAR ÁUDIO. Agora é só localizar qualquer arquivo sonoro no seu computador e depois clicar em ABRIR.

8- Se desejar, você pode adicionar efeitos ao seu podcast, como alterar a velocidade de reprodução ou amplificar o volume. Para usá-los, selecione a parte da trilha em que quer aplicar o efeito, vá em EFEITOS – na barra superior – e clique no escolhido.

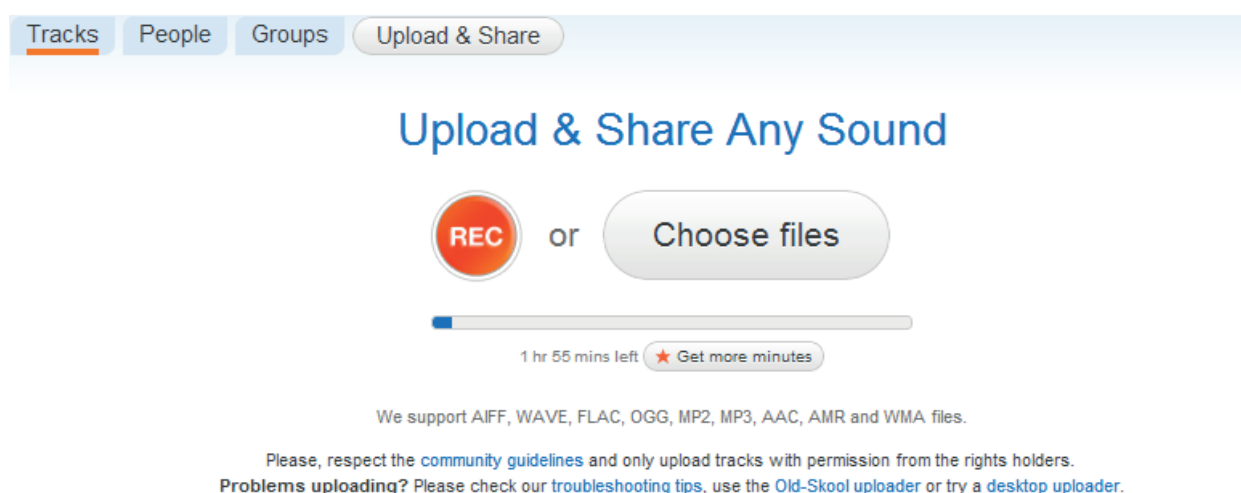
9 - Com o podcast pronto, vá a FICHEIRO, na parte superior da tela, e salve o seu projeto. Mas, para que você possa ouvi-lo em qualquer computador ou enviá-lo para a internet, é necessário salvá-lo como WAV ou MP3. Para isso, volte ao botão FICHEIRO e clique em EXPORTAR COMO WAV. Se você instalou em seu computador o programa “LAME MP3 Encoder”, poderá salvá-lo também como MP3. Neste caso, vá em FICHEIRO e clique em EXPORTAR COMO MP3.

É possível gravar o podcast através de gravadores de áudio – digitais ou de fita – e de outros dispositivos que gravam áudio, como celulares ou mp3 players. Neste caso, transfira o arquivo gravado para o computador – seguindo o passo descrito em 6 (Importar áudio).

POSTANDO SEU PODCAST

Existem vários sites que permitem a postagem gratuita de podcasts. Um deles é Sound Cloud – www.soundcloud.com. Neste site, além de poder postar qualquer podcast, você pode ouvir os que foram postados por outros usuários. E não apenas podcasts, muitas bandas usam o Sound Cloud para divulgar suas músicas, assim como canais de rádio e outras pessoas que postam os mais variados gêneros.

- 1- Para postar seu podcast na rede entre na página do Sound Cloud (www.soundcloud.com) e clique no botão “Upload and share”.
- 2- Depois em “Choose files” para escolher um arquivo do seu computador, se seu podcast já estiver pronto e editado. Caso queira gravar na hora, clique em “REC”.



- 3- Em “Title” escolha o título do seu podcast.
- 4- Em “Description” coloque um pequeno resumo sobre o que o programa fala.
- 5- Em “Type” escolha a opção podcast.
- 6- Na seção “Genre” defina o gênero do seu podcast (radionovela, documentário, programa musical).

Upload & Share Any Sound

Upload completed Transcoding completed

Info

Title *

Top Dance Sertanejo

Permalink: <http://soundcloud.com/caioparanhos/top-dance-sertanejo>

Image ? Description

Programa musical sobre música sertaneja feita por jovens em Cachoeira de Pajeú.

Upload image

Type Genre | Please enter one

Podcast Programa Musical

Tags | Separate with spaces or use quotation marks (e.g. "spoken word") – limited to 30

Cachoeira de Pajeú X Música Sertaneja X Vozes do Vale X

- 7- Em “Tags” escolha palavras-chave que vão ajudar as pessoas a encontrar o seu podcast na internet, por exemplo, o nome da sua cidade ou o tema do programa.
- 8- Em “License” escolha “Creative commons”, pois essa é uma licença que vai facilitar a divulgação e o compartilhamento do programa na internet. Selecione as três primeiras opções e a última.

Selected License: Some Rights Reserved [Hide this](#) [?](#)

All Rights Reserved

Creative Commons

Offering your work under a Creative Commons license **does not mean giving up your copyright**. It means offering some of your rights to any member of the public but only under certain conditions.

Select what people can and can't do with your music

 Attribution You let others copy, distribute, display, and perform your copyrighted work but only if they give credit the way you request.	 Noncommercial You let others copy, distribute, display, and perform your work — and derivative works based upon it — but for noncommercial purposes only.	 No Derivative Works You let others copy, distribute, display, and perform only verbatim copies of your work, not derivative works based upon it.	 Share Alike You allow others to distribute derivative works only under a license identical to the license that governs your work .
---	--	--	---

You've selected the following licenses: Some Rights Reserved

[▶ Show more options](#) | Add a buy or video link and more metadata

Settings

Public | This track is currently available to everyone

Private

9- “Settings” escolha public e clique no X vermelho para permitir os downloads.

10- Depois basta clicar em “Save” e seu podcast já está no ar.

Advanced settings:

Downloads enabled Click to disable	Widget enabled ? For anybody	Apps enabled ? Click to disable
---------------------------------------	---	--

[▶ Quiet mode](#) | For comments and stats

Make it personal [?](#)

This note will be shared on SoundCloud and other networks you're connected to.

119

Activate Twitter Activate Tumblr

Respect other people's rights

By uploading to SoundCloud, you represent that your sounds and any related content you upload complies with SoundCloud's [Terms of Use](#), [Community Guidelines](#) and applicable law, and that you are authorised to publish this content on SoundCloud. If you upload content that infringes any third party rights, you risk having your SoundCloud account terminated.

In case of doubt, please check our [information pages](#) before uploading.

Cancel

Save

Compartilhe nas redes sociais e mostre seus amigos.

The screenshot shows a SoundCloud track page. At the top, there is a navigation bar with 'Dashboard', 'You', 'Tracks', 'People', 'Groups', and 'Upload & Share'. A search bar for 'SoundCloud' is on the right. The track title is 'Top Dance Sertanejo' by 'Caio Paranhos', uploaded '1 minute from now'. The track player shows a waveform and a play button. Below the player are social sharing options for 'Like', 'Tweets', and '+1'. The track description includes tags 'Cachoeira De Pajeú', 'Música Sertaneja', and 'Vozes De Vale', and a note that it is licensed under a Creative Commons License. On the right, it says 'Uploaded by Caio Paranhos' and lists another track 'NOVELA- Nem tudo é o que parece'.



CA 0636/001/2014

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



APOIO



PARCERIA

SECRETARIA DE
EDUCAÇÃO



INCENTIVO

SECRETARIA DE
EDUCAÇÃO

