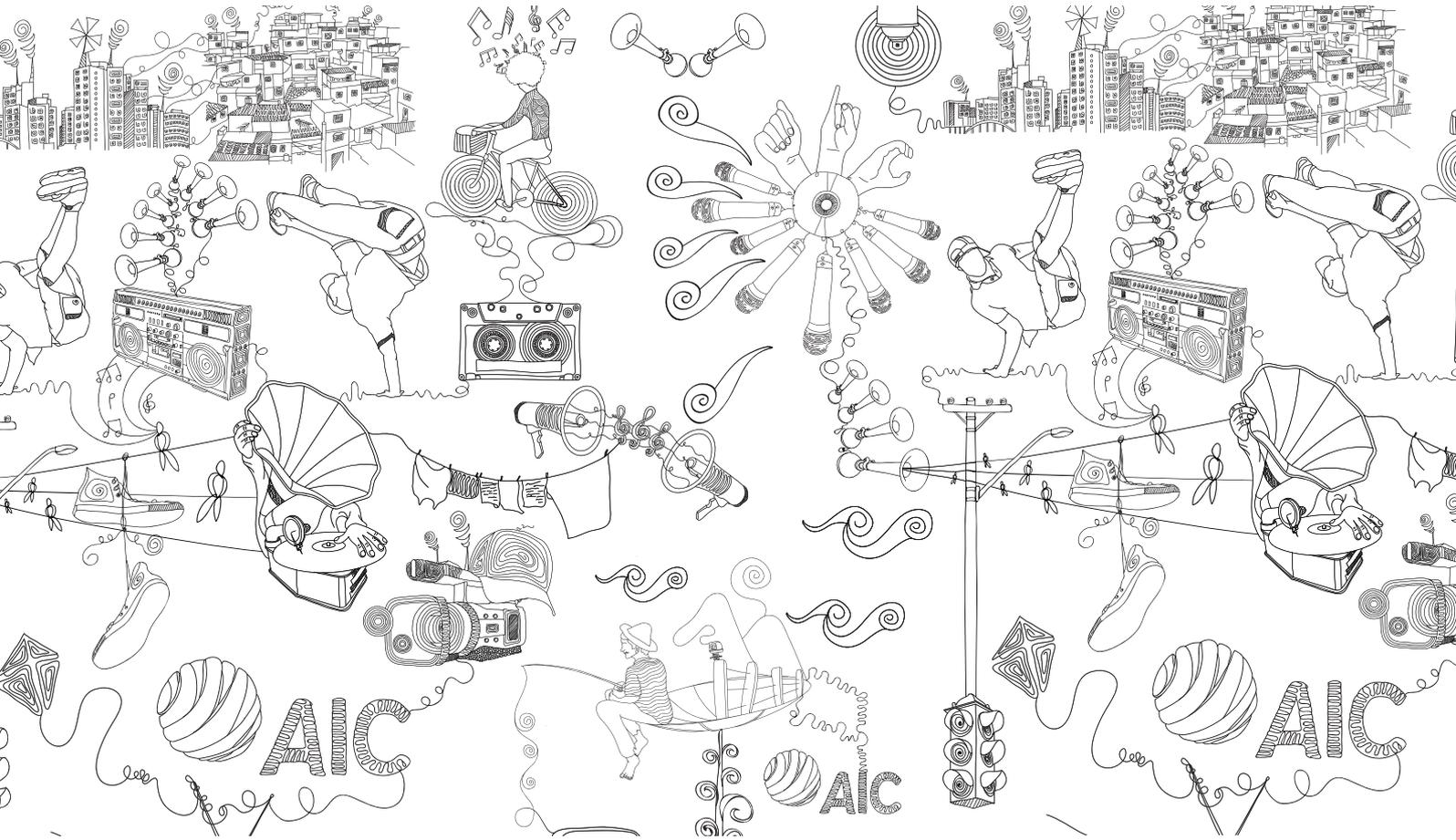


Associação Imagem Comunitária



RÁDIO

*Guia para criar,
experimentar
e democratizar*

Produzido pela Associação Imagem Comunitária

2ª edição (revista e ampliada): 2020

1ª edição: 2009

Autores

Elias Santos

Flávia Camisasca

Mariana Paulino

Sarah Dutra

Thiago Vetromille

Material voltado às formações em produção radiofônica comunitária e cidadã da AIC. É autorizada a reprodução parcial deste material, desde que citada a fonte.

ISBN 978-65-878-0828-4

Projeto Gráfico

Guilherme Almeida

Ilustrações

Satiro Saone Lee

Colaboração

Janaína Patrocínio

Karla Damiani

Rafaela Lima

Ricardo Fabrino

Warley Bombi



Rua David Campista, 247
Floresta – Belo Horizonte – MG
CEP 30.150-090

Caros leitores, caras leitoras,

O assunto dessa nossa publicação é a produção radiofônica. Pra começar a falar dele, vamos pegar carona nas reflexões feitas pela professora da Faculdade de Educação da USP, Maria Lúcia Garcia Pallares-Burke. A professora trabalha com a idéia de que é preciso dar atenção às modalidades informais de educação (romances, jornais, revistas, rádio, televisão, internet, etc), constatando que o diálogo entre mídia e educação é possível, antigo e desejável, tanto no mundo quanto no Brasil. Ela cita como exemplo o jornal pernambucano “O Carapuço”, que sobreviveu quinze anos (1832-47) apesar do alto índice de analfabetismo da época, pois apenas um quinto da população livre sabia ler.

Apesar disso, é sempre bom lembrar que uma parcela da população, apesar de analfabeta, era atingida pela ação educativa dos jornais e revistas nos séculos XVIII e XIX. Ler em voz alta, tanto em casa quanto na rua, era um hábito social comum. O editor do jornal pernambucano era o Padre Lopes Gama, que recebia claramente as influências do jornalismo cultural iluminista da Europa, entendendo o papel educativo do jornal como promotor das luzes da razão. Para ele, a imprensa guiaria os homens e o seu conceito de educação era “inculcar a moral à mocidade... e azeitar logo aos meninos... a obrigação que tem de conformar-se com as leis do Criador e com as da sociedade”.

Quando o rádio surge no Brasil, na década de 1920, é possível constatar que as primeiras emissoras vão trabalhar com a idéia de educação para as massas. Uma das nossas emissoras pioneiras foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, PR1-A, fundada em 20 de abril de 1923 e dirigida pelo professor Edgar Roquette-Pinto. O Artigo 3º dos Estatutos da emissora confirmava o ideal dos criadores: “A Rádio Sociedade fundada com fins exclusivamente científicos, técnicos, artísticos e de pura educação popular, não se envolverá jamais em nenhum assunto de natureza profissional, industrial, comercial ou política”. A emissora passou a ser um local de encontro de intelectuais brasileiros e estrangeiros, por ela passaram Albert Einstein, Madame Curie, o general e cientista francês Ferrié e outros.

Einstein disse o seguinte sobre a iniciativa:

“não posso deixar de, mais uma vez, admirar os esplêndidos resultados a que chegou a ciência aliada à técnica, permitindo aos que vivem isolados os melhores frutos da civilização. É verdade que o livro também poderia fazer e o tem feito: mas não com a simplicidade e a segurança de uma exposição cuidada e ouvida de viva voz.”

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro trazia na sua programação aulas com grandes mestres, saraus artísticos, apresentações musicais, notícias comentadas, mas apesar de tudo a rádio sempre enfrentou problemas para se sustentar sem os apelos comerciais. Em 1936, a emissora passa para as mãos do Governo Federal, muda seu nome para Rádio MEC e até os dias de hoje continua a missão de educar pelas ondas do rádio. Nos anos 1970, a emissora encabeçou o Projeto Minerva, de aulas pelo rádio.

A partir desse brevíssimo panorama das primeiras experiências no país, podemos identificar duas importantes vocações do rádio: ser amplamente acessível, representando uma possibilidade de democratização da comunicação, inclusive para a população não letrada; e educar.

Essas duas vocações têm uma combinação muito especial na produção radiofônica comunitária: as produções sonoras seriadas, que tratam de temas os mais variados, são veiculadas via ondas hertzianas ou via internet e cuja característica principal é a elaboração coletiva e colaborativa, envolvendo comunidades ou grupos de promoção de direitos.

É para apoiar as experiências radiofônicas comunitárias e cidadãos que formulamos esta cartilha, que reúne diversas dicas práticas. Por meio dela, esperamos contribuir para a construção do diálogo tão necessário entre mídia, educação e comunidade, fortalecendo a democratização da comunicação no Brasil e a própria democracia.

Boa leitura e bom trabalho!
Equipe da AIC



Sumário

O que é rádio?	06
Por que fazer rádio?	08
Como fazer rádio?	08
O Roteiro	11
Quem faz rádio?	12
Locutores	12
Produtores	13
Técnicos de som	13
Quando fazer rádio?	14
Dicas tecnológicas	15

Rádio



O QUE É RÁDIO?

Você já teve vontade de falar alguma coisa para que muitas pessoas ouvissem? O rádio é o meio para isso acontecer. Você pode mandar suas mensagens de maneira rápida e fácil, atingindo várias pessoas ao mesmo tempo.

Antigamente, o rádio era muito grande e as pessoas sentavam em volta dele, como fazem hoje com a TV. Mas, à medida que os anos foram se passando, ele foi ficando cada vez menor. Hoje, você pode levar seu rádio para onde quiser e ouvir os programas fazendo outras coisas: varrendo a casa, caminhando para a escola, comendo.

Vários grupos usam as ondas de rádio para transmitir suas mensagens. Das rádios que existem, podemos apontar dois modelos principais: as rádios comerciais e as rádios comunitárias. As rádios comerciais procuram criar uma programação que interesse aos ouvintes. Elas precisam arrecadar dinheiro para sobreviver. Por isso, vendem espaços comerciais para as empresas anunciarem seus produtos. Quanto mais ouvintes (audiência), mais anúncios ela conseguirá.

Enquanto isso, em 1970...



As rádios comunitárias são criadas por pessoas que se reúnem com um propósito em comum: dar espaço para os assuntos que têm importância para uma comunidade e/ou para sujeitos e grupos que promovem a cidadania. Elas não podem ter fins lucrativos e não têm um único dono. A sua programação deve ser construída com ampla participação da população.



Por que fazer rádio?

O principal motivo para se fazer rádio é melhorar a comunicação entre as pessoas. E quando a rádio é comunitária, há um motivo fundamental: falar de assuntos e mostrar experiências que não têm espaço nas emissoras comerciais.

O rádio é um veículo muito versátil e que permite dar vazão à nossa criatividade. O som é um dos primeiros estímulos que percebemos. Tudo o que nós ouvimos, é transformado por nosso cérebro em uma imagem, de forma não palpável.

O processo de produção de rádio é mais simples que o de produção de vídeos. Como nem todos sabem ler, o rádio também costuma ser ainda mais popular que o jornal impresso. Para transmitir sua mensagem, o locutor só precisa falar. E o público só precisa ouvir e interagir, quando desejar. Exatamente por isso, podemos ouvir rádio enquanto fazemos outras coisas.

Como fazer rádio?

Existem várias maneiras de se fazer um programa de rádio. Algumas coisas devem ser pensadas quando você for montar o seu.

- Quanto tempo o programa vai durar? 10 minutos? 15 minutos? Meia hora? Uma hora?
- Quem é o público do programa? São pessoas mais velhas? Mais jovens? É uma comunidade específica?
- Ele vai ser um programa de variedades, com diversos assuntos, ou será temático, com foco em questões específicas?
- Como as informações serão transmitidas? Convidados serão entrevistados? Será um debate? Será criada uma rádio novela ou outros quadros especiais?
- De que forma o ouvinte participa? Ele pode entrar no ar para fazer perguntas, ou só envia sua opinião por cartas e e-mails, entre uma edição e outra?
- Vai ter música? Em que momento? Quais estilos?

Esses pontos são importantes, mas não se esqueça que o fundamental é não desistir das suas idéias. Use a criatividade, faça experiências e converse com seu grupo sobre os resultados. Se ele der certo, continue fazendo. Se der errado, modifique a idéia e bola pra frente.

Também é preciso ter cuidado com a linguagem utilizada no rádio. A maior parte das pessoas acha que existe a necessidade de usar palavras difíceis, ou de falar sem parar. Na verdade, é exatamente o contrário. Use palavras simples e frases curtas. Quanto mais rápido o ponto final chegar, melhor. Lembre-se que o ouvinte pode começar a escutar seu programa a qualquer minuto. Por isso, sempre que possível, repita as informações importantes, só tome cuidado para não exagerar.



**LEMBRE-SE:
REPITA COM MODERAÇÃO**

Outro fator importante na construção da sua rádio é lembrar que não é apenas a fala que compõe essa peça. Os sons também são muito importantes. A fala dos entrevistados, as músicas, o som ambiente, tudo isso entra no programa de rádio. Para eles ficarem agradáveis aos ouvidos, você tem que tomar certos cuidados ao gravar esses sons.

O microfone é muito mais potente que muitos ouvidos. Por isso, a quantidade de ruído pode prejudicar a gravação. Confie no seu ouvido: se você ouvir muito barulho, procure um lugar mais silencioso. Sempre que for gravar, coloque o microfone a um palmo do objeto ou pessoa que emite o som. Se o gravador estiver muito perto, o som “estoura”. Se estiver muito distante, ele capta vários sons com o mesmo volume.

Vamos a um exemplo prático. Imagine que você vai montar uma rádio na sua escola. Você sabe por onde começar? Primeiro, você precisa de equipamentos. Um celular (ou os celulares das pessoas da equipe), um computador conectado à internet, dois microfones e caixas de som espalhadas pela escola são um bom começo.

Com o(s) celular(es), é possível gravar as entrevistas e outros registros sonoros que a equipe quiser fazer pela escola. Já o computador, com bons aplicativos instalados, é o equipamento para editar e colocar os programas no ar. Por fim, as caixas de som fazem com que seja possível transmitir o programa nos ambientes da escola.

Depois de conseguir esses equipamentos, você já pensou qual é o próximo passo? Não basta ligar o microfone e sair falando: você tem que escolher as músicas e informações que farão parte do seu programa. Não dá para falar de tudo, nem tocar todas as músicas que queremos.

O Roteiro

Com tudo escolhido, vamos para o próximo passo: organizar. Toda fala e todo som têm um momento para entrar. Essa parte se chama roteirização: quando você escreve num papel tudo o que vai compor o seu programa ou a sua peça de áudio. No roteiro, estão escritas as falas do locutor na ordem em que elas devem ser ditas e, ainda, a indicação de cada entrada de música e som. Para entender como se faz um roteiro, veja o exemplo abaixo:

LOCUTOR:

Olá, ouvintes, está começando mais um Programa da Gente. E você já sabe como as coisas funcionam por aqui. Na próxima meia hora, nós iremos falar de um assunto com diversas pessoas, daremos o seu recado e tocaremos muita música.

TÉCNICA:

Vinheta do Programa

LOCUTOR:

E, no programa de hoje, o tema é a maior paixão nacional: O futebol.

TÉCNICA:

Entra música “Que bonito é (na cadência do samba)”

LOCUTOR:

“Que bonito é”! Ver o time todo em campo. E, hoje, para compor nossa mesa, vamos mostrar a entrevista que fizemos com o técnico da seleção brasileira. Vamos trazer também dois convidados especiais. E para começar o programa com o pé direito, vamos ouvir Fio Maravilha, de Jorge Ben Jor.

TÉCNICA:

Entra música “Fio maravilha”

Com um roteiro nas mãos, ninguém fica perdido, pensando no que falar ou fazer. Dá até para preparar, ou seja, produzir tudo o que será necessário ao programa. No caso acima, é preciso marcar a entrevista com os convidados e passar para elas o endereço da rádio, além de selecionar e salvar as músicas escolhidas. Quando tudo isso estiver pronto, basta colocar seu programa no ar.

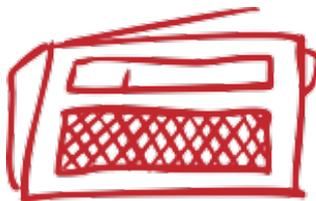
Quem faz rádio?

As pessoas que falam em um programa são apenas uma das partes envolvidas no processo de fazer rádio. Dentro do universo radiofônico, existem os locutores, os produtores e os técnicos de som. A seguir, vamos falar um pouco de cada um deles.

LOCUTORES

Você já reparou que cada locutor tem o seu próprio estilo? Alguns parecem estar do seu lado, conversando diretamente com você. Outros falam como se estivessem numa festa, com muitas pessoas em volta dele. Ainda há aqueles que falam de maneira séria. Eles não usam gírias e, mesmo conseguindo transmitir sua mensagem, não se aproximam do ouvinte.

Pense, agora, no seu tipo de programa. Como o locutor deve se comportar no ar? Lembre-se que um programa mais sério não combina com um locutor alegre e vice-versa. Depois, defina quem são as pessoas que vão fazer rádio com você. Cada um tem o seu estilo. Nem todo mundo conversa de maneira íntima ou gosta de ser o centro das atenções. Escolha o tipo de locutor que mais combina com seu programa e coloque a mão na massa.



PRODUTORES

Já imaginou uma escola sem o pessoal da limpeza, da cantina e da secretaria? Com certeza, ela não funcionaria. Numa rádio é assim: sem os produtores, ela não funciona. Os produtores são as pessoas que dão suporte aos programas de rádio. Eles fazem pesquisas, escrevem textos, escolhem e marcam as entrevistas com os convidados, separam as músicas que têm a ver com o assunto abordado e acompanham os programas, quando eles estão no ar.

Pense em alguém que tenha facilidade para se relacionar com os outros. Os produtores precisam conversar com os entrevistados antes que eles entrem no ar. Eles também atendem aos ouvintes. Outro ponto importante para o produtor é saber fazer pesquisas. Ele tem que levantar informações sobre os assuntos de que o programa vai tratar.

TÉCNICOS DE SOM

Rádio é som. Não basta a voz do locutor e dos entrevistados. Se tivéssemos só isso, grande parte da programação seria de silêncio, já que não dá para falar o tempo inteiro. O técnico de som é a pessoa responsável por colocar as músicas, os BGs e as vinhetas no ar, para as pessoas ouvirem.

As músicas, todos sabem o que são: elas aparecem entre um bloco e outro do programa, para entreter os ouvintes. Os BGs são músicas que tocam ao fundo em algumas partes do programa e que deixam o resultado mais agradável aos ouvidos. As vinhetas são pequenos sons, ou frases, utilizadas para marcar o tempo e mudar os assuntos do programa.

O técnico tem que entender um pouco de som, mas não precisa ser obrigatoriamente um profissional da área. Ele deve acompanhar os locutores, escolher as músicas para o programa e colocar as vinhetas no momento certo. Precisa ter o ouvido muito atento.



Quando fazer rádio?

Antes de criar um programa de rádio, uma coisa muito importante a ser definida é a periodicidade, ou seja, de quanto em quanto tempo o seu programa vai estar no ar. Será que você consegue fazer um programa todos os dias? Uma vez por semana? Ou será que mensalmente é melhor? Ou será que o melhor mesmo seria fazer pequenas gravações e transmitir na rádio comunitária e no sistema de som da escola, em dias alternados?

Uma vez definida essa frequência de programas, é muito importante que o grupo envolvido faça de tudo para respeitá-la. Se o programa é diário ou semanal, as pessoas esperam o programa naquela hora, e se ele não acontece, elas ficam decepcionadas e podem não ouvir mais a rádio.

Pense com muita calma e veja as possibilidades do grupo. Para que a periodicidade seja respeitada, é bom que as responsabilidades não se concentrem em uma pessoa só. Se todos participam, quando um falta, o programa continua.

Dicas tecnológicas

A produção de rádio está cada vez mais acessível, isso porque aplicativos e softwares gratuitos permitem que o grande público realize suas próprias edições. Aqui, vamos focar em alternativas que são gratuitas, bastante intuitivas e com conteúdo de tutorias disponíveis na internet.

AUDACITY

O Audacity é um software livre para edição de áudio que está disponível para diferentes sistemas operacionais, como Windows, Linux e Mac. Através do site próprio (<https://www.audacityteam.org/>), é possível fazer o download gratuito para uso. Apesar do site não oferecer instruções em português, não é difícil encontrar tutoriais explicando as funcionalidades do programa, tanto no YouTube quanto em blogs e documentos em PDF disponibilizados por usuários.

Nesse tipo de software é possível realizar tanto a gravação de áudio (com o auxílio de microfones acoplados ao computador) quanto a edição do programa, com cortes, inserção de diferentes trilhas sonoras e gravações. O ponto chave para esse tipo de produção independente fica sendo o uso de diferentes faixas que acomodem diferentes arquivos de áudio, assim a edição se torna bastante intuitiva e fluida.

BIBLIOTECA DE ÁUDIO DO YOUTUBE

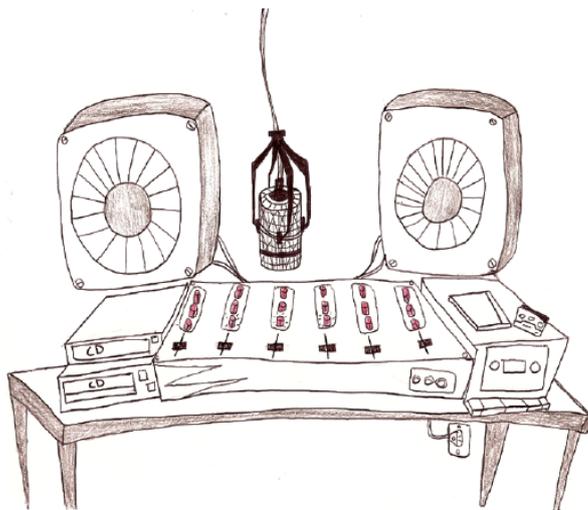
Por falar em trilha sonora, é muito importante estar atento ao uso de músicas que possuem direitos autorais na hora de criar suas vinhetas e na escolha do BG. A Biblioteca de áudio do YouTube oferece grande acervo de músicas que não necessitam a atribuição dos direitos autorais. Basta selecionar no filtro (que também pode indicar o estilo de música e duração que você procura) a opção “Atribuição não é necessária”.

ANCHOR

Diferentemente do Audacity, o Anchor é uma plataforma online e aplicativo para publicação de arquivos em áudio na internet. Apesar de ser voltado para a distribuição de podcasts (produções sonoras distribuídas em streamings de áudio, não em emissoras de rádio), o site também pode ser uma opção para quem procura formas simples de edição.

Além do espaço para distribuição de podcasts, o Anchor também oferece ao usuário ferramentas para edições simples, com a possibilidade de utilização de vinhetas, trilhas, efeitos sonoros e diferentes gravações de voz.

O Anchor (<https://anchor.fm/>) também é gratuito e também é bastante intuitivo, apesar de estar em inglês (possui possibilidade de português na área de “Ajuda/Help”). No caso de dúvidas, uma busca por tutoriais da ferramenta deve solucionar possíveis problemas e dificuldades.



ASSOCIAÇÃO IMAGEM COMUNITÁRIA

Frente à importância dos meios de comunicação na vida social, é fundamental educar sujeitos e grupos para que possam expressar-se nas diversas mídias, colocando no espaço público assuntos de seu interesse e promovendo seu próprio desenvolvimento. É com essa proposta que a Associação Imagem Comunitária (AIC), organização não-governamental sediada em Belo Horizonte, desenvolve consultorias, pesquisas, oficinas, projetos e produtos nas áreas de comunicação e educação midiática.

As estratégias de ação dos projetos da AIC baseiam-se na premissa do direito à liberdade de expressão e do protagonismo juvenil, à medida que os beneficiários das atividades propostas são encarados como agentes promotores de sua própria transformação social. Todos os projetos são elaborados de forma a habilitar os educandos a lidarem com os desafios proporcionados pelas novas tecnologias da informação.

Desde 1993, a AIC desenvolve tecnologias sociais replicáveis, reconhecidas por meio de prêmios e condecorações em nível nacional e internacional. Possui certificações da Unesco, Unicef, Fundação Banco do Brasil, Fundação Kellogg, Secretaria Especial dos Direitos Humanos/Presidência da República e Organização das Nações Unidas (ONU). Já recebeu o Prêmio Dubai - Prêmio Global de Excelência de Práticas para a Melhoria da Qualidade de Vida, Prêmio Itaú-Unicef, Prêmio Cepal/ONU Experiências em Inovação Social da América Latina e Caribe (menção honrosa).

www.aic.org.br

Telefone: (31) 3224-3463

