



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

IALI MORADILLO MELLO ALVES

TAISSE DOS SANTOS ABREU

O “LADO B” DAS VIAGENS

Guias de viagem não tradicional no formato radiofônico

Salvador – Bahia

2013

IALI MORADILLO MELLO ALVES

TAISSE DOS SANTOS ABREU

O “LADO B” DAS VIAGENS

Guias de viagem não tradicional no formato radiofônico

Memória do trabalho de Conclusão de Curso apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Maurício Tavares

Salvador – Bahia

2013

AGRADECIMENTOS

Aos nossos familiares e amigos pela força, apoio, carinho, atenção e dedicação durante todos os

anos em que acompanharam nosso desenvolvimento pessoal e acadêmico;

A todos os entrevistados, pela solicitude e tempo disponibilizado;

Aos amigos Clarissa Gaiarsa Lucas Neiva, Joana Batista e Carlos Gustavo que contribuíram com seus depoimentos e observações sobre os locais utilizados no presente trabalho.

Em especial a Joana Batista e Carlos Gustavo por terem contribuído com todo o processo.

RESUMO

A proposta deste trabalho de conclusão de curso de graduação parte da constatação de que programas de rádio que falam sobre lugares podem ser informativos e divertidos. Assim, foram realizados quatro programas que retratam o cotidiano, um pouco da história, cultura e culinária de diferentes locais, sendo eles: Rio de Janeiro, São Paulo, Argentina e Espanha. São programas de rádio com duração média de 11 min cada. Neste trabalho, formado pelos quatro programas citados e por esta memória, deu-se lugar de fala às pessoas que já estiveram em alguns destes locais ou que vivem neles. Estas pessoas contribuíram na construção dos roteiros dos programas que também tem muito do olhar das autoras. Cada programa também traz entrevistas com pessoas que já visitaram os locais.

Palavras-chave: Jornalismo; radio; turismo; Rio de Janeiro; São Paulo; Argentina; Espanha.

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO

2. OBJETIVOS

2.1 GERAIS

2.2 ESPECIFICOS

3. JUSTIFICATIVA

3.1 FORMATO

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

5. PROCESSO PRODUTIVO

5.1 OS PROGRAMAS

5.2 PRODUÇÃO

5.3 GRAVAÇÃO

5.4 DECUPAGEM DO MATERIAL

5.5 EDIÇÃO

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

8. APÊNDICE

1. APRESENTAÇÃO

Já bacharéis em comunicação pelo curso de Comunicação Social com Habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, as autoras deste trabalho decidiram cursar também Jornalismo da mesma faculdade. Tendo em vista que ambas, na primeira graduação, optaram pela elaboração de monografia, nesta segunda oportunidade resolveram finalizar o curso com um produto: um programa de rádio.

Apesar de possuir experiência na área de comunicação, o que de certa forma facilitou a escolha do tema e suporte do produto, enfrentaram obstáculos em virtude de já exercerem suas atividades profissionais o que limitou o tempo e disponibilidade de ambas.

A escolha do suporte foi fácil. Ambas haviam gostado dos trabalhos desenvolvidos na disciplina de radiojornalismo e cogitado a possibilidade de realizar um programa de rádio na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Inclusive, Iali Moradillo, uma das autoras deste trabalho, fez parte da Radio Facom no período de abril 2003 a setembro 2005.

Depois de muitas ideias e possibilidades pensadas para o tema, chegou-se à conclusão de que o programa deveria tratar assuntos familiares a ambas, para que assim a o processo de construção fosse o mais prazeroso possível. Dentre todos os assuntos cogitados, um era sempre presente: viagens. A paixão das autoras por lugares e culturas diferentes as motivou a decidir narrar um pouco das suas vivências em quatro diferentes locais: Rio de Janeiro, São Paulo, Argentina e Espanha.

Optou-se por um formato híbrido na elaboração do programa que mescla jornalismo e entretenimento, valendo-se do humor em alguns momentos. A ideia inicial foi passar as impressões das autoras sobre os lugares escolhidos de uma maneira descontraída e que ao mesmo tempo fosse informativa e dinâmica.

2. OBJETIVOS

2.1 Gerais

Produzir programas de rádio que apresentem impressões sobre alguns lugares do mundo objetivando ilustrar situações, hábitos e particularidades de cada local escolhido fugindo do lugar comum utilizado pelos guias de viagem tradicionais, mostrando o outro lado: o do viajante que observa.

2.2 Específicos

- Realizar o exercício do radiojornalismo;
- Narrar um pouco da experiência das autoras em viagens aos locais escolhidos;
- Utilizar o formato de guia de viagem na narrativa de forma menos impessoal;
- Tratar o tema de forma descontraída;
- Realizar programas prazerosos de ser fazer e de serem ouvidos;
- Compartilhar informações adquiridas nas viagens realizadas.

3. JUSTIFICATIVA

Após o cumprimento e aprovação em todas as matérias obrigatórias do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, definiu-se que o projeto de conclusão de curso das autoras deveria ser um produto, uma vez que ambas já haviam elaborado monografias em momentos anteriores e desejavam ter uma nova experiência.

A escolha por programa de rádio surgiu após cursarem juntas a matéria de radiojornalismo, que despertou em ambas interesse pelo formato que é de fácil acesso à grande parte da população e que também oferece distintas possibilidades de abordagem sobre assuntos variados, inclusive podendo valer-se do próprio receptor como fonte.

Levando-se em conta que o rádio no Brasil sempre foi de extrema importância, pois por muitos anos era o meio responsável por manter informada grande parte da população, principalmente para as gerações que não tinham acesso à televisão e até mesmo aos jornais impressos, é de fundamental importância que seja feita uma releitura deste meio de forma a torna-lo mais atraente para as novas gerações.

No momento em que vivemos com o crescente uso da internet no Brasil e no mundo, cabe aos jornalistas e radialistas, discutir, testar e aplicar novos modelos para a rádio, principalmente para aquelas que são veiculadas na internet onde é possível haver maior interatividade e experimentações. Até porque, com a internet, a barreira geográfica quase não existe para as pessoas que desejam se informar e, com certeza, programas audiovisuais são muito atraentes devido aos recursos que utilizam para chamar atenção e ilustrar cenas e situações.

Assim como outros meios de comunicação, o rádio vem buscando adaptações constantes na elaboração de conteúdos e programas que informem de forma agradável e descontraída podendo ser uma boa fórmula para atrair cada vez mais ouvintes. Desta forma, a produção universitária também é importante, pois permite que novas ideias e formatos sejam testados sem o medo de errar.

E isso foi o proposto neste trabalho, elaborar programas que informassem e ao mesmo tempo despertassem a curiosidade do ouvinte sobre os lugares apresentados. A ideia de utilizar a linguagem coloquial e descontraída funcionou para tornar o programa mais atraente e pouco cansativo, sendo direcionado principalmente ao público de mente jovem, mas que tem potencial para atingir públicos de diferentes faixas etárias e idades.

3.1 FORMATO

Em meio a uma gama de recursos disponibilizados pelo jornalismo, optou-se pelo desenvolvimento de programas de rádio tendo cada um, aproximadamente 11 minutos. Foi utilizada a ideia de pílulas que trazem informações sobre um determinado assunto sem, entretanto aprofundá-lo. A intenção é informar, entreter, e estimular a curiosidade do ouvinte para que busque maiores informações sobre o tema abordado.

Como os roteiros foram baseados nas vivências das autoras em viagens aos locais escolhidos, não haveria modo mais apropriado de narrar às observações que o rádio, uma vez que através do áudio é possível pontuar bem expressões e sotaques, além de ser um ótimo veículo para estimular a imaginação do ouvinte sobre as situações apresentadas.

O rádio entra na vida das pessoas em qualquer momento do dia. Pode ser em casa, no trabalho, no carro, no celular ou no computador. Assim, trata-se de um formato de larga amplitude e alcance no qual é possível inserir depoimentos e ruídos que ajudam a ilustrar a rotina, as particularidades e detalhes da vida cotidiana dos lugares escolhidos.

Inicialmente imaginou-se elaborar programas de caráter humorístico para abordar situações e particularidades de cada local. A preocupação em não deixar os programas caricatos demais, levou as autoras a apenas valer-se do humor como mais um elemento da narrativa, utilizando-o apenas em alguns momentos, afinal a informação era mais importante.

O desafio era fazer um programa informativo e divertido que agradasse diferentes públicos e, quem sabe até, despertasse curiosidade de conhecer os lugares trabalhados.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com a potencialização das tecnologias da informação a produção, transmissão e consumo de conteúdo radiofônico tem levado jornalistas e radiadores a refletir, repensar e rediscutir o rádio. Assim, de acordo com LOPEZ, 2010, é tempo de pensar o radiojornalismo para além de sua concepção tradicional, considerando as especificidades de suporte que criam uma nova estrutura narrativa para o rádio que deixou de ser uma monomídia.

O presente trabalho explorou esse ponto, uma vez que os textos dos quatro programas foram escritos com base nas vivências das autoras e também em relatos de pessoas que vivem ou viveram em cada um dos locais abordados. Foi utilizado então um recurso interessante que consiste no seguinte questionamento: O que você gostaria de saber sobre um determinado local que os tradicionais guias turísticos geralmente não informam? A partir deste ponto de vista teve início então o trabalho de construção textual.

Segundo Guimarães e França (2006), as histórias contadas pelos receptores em diferentes momentos de interação, propostos pelos meios de comunicação, aliado à forma como o campo da produção se apropria e faz uso das narrativas que recebem se constitui um espaço capaz de desencadear uma prática significativa, em que o meio não é pensado como um canal através do qual se transmitem conteúdos, mas como espaço no qual diferentes atores desempenham diferentes papéis, produzindo o sentido em conjunto.

Nesta perspectiva, as narrativas podem ser enriquecedoras no desenvolvimento de textos mais agradáveis nos quais se torna possível apreender o cotidiano e as particularidades. Outro fator relevante é o humor, de acordo com Ricardo Pavan, 2010, “A natureza comunicacional do humor faz com que apresente em suas diferentes manifestações e suportes, um aspecto predominantemente dialogal e que propicie uma leitura única, do contrário não se entenderia a estratégia geradora do riso”.

Buscando esse diálogo, o humor também foi um elemento explorado na construção do presente trabalho. Em grande parte das situações em que o humor aparece, principalmente no que tange à questão identitária, a estereotipização é inevitável. Nos programas elaborados isso acontece em alguns momentos, mas não é um ponto dominante em todos os momentos pois a ideia das autoras é apenas marcar diferenças e reforçar a identidade apresentada.

A identidade local é assim conduzida para se transformar em uma representação da diferença que a faça comercializável, isto é, submetida a maquiagens que reforçam seu exotismo e a hibridações que neutralizem suas classes mais conflitivas (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 61)

Assim, a carga simbólica atribuída aos cidadãos de cada local apresentado não teve o intuito de reforçar estereótipos, mas sim de aproximar o ouvinte do tema exposto. Isso porque os conteúdos divulgados pelas emissoras de rádio na atualidade levam sempre ao tema da articulação local/global. Na relação entre a mídia e o regionalismo, portanto, observa-se que muitas emissoras optam por uma abordagem global sob um ponto de vista local/regional. Fala-se de variados assuntos, locais e pessoa, mas quase sempre o regionalismo se faz presente.

Segundo Cunha (2008), “o regionalismo é um espaço de cruzamento, no qual se encontram fluxos globais e vivências locais”. E nos programas desenvolvidos pelas autoras, sempre que possível é buscada uma aproximação/comparação entre a exposição realizada sobre uma determinada característica do lugar apresentado e algo similar no local em que o programa foi gravado. Usa-se Salvador como referência para os programas sobre o Rio de Janeiro e São Paulo e o Brasil para os programas sobre a Espanha e a Argentina.

Para criar os textos foi necessário se aprofundar na linguagem do rádio. Entender para quem se queria falar e principalmente, como fazê-lo. O rádio é um meio dinâmico e raramente alguém para seus afazeres para ouvi-lo. Ele é coadjuvante, por isso a necessidade de trabalhar bem os textos, escolhendo bem as palavras. Neste sentido, foi fundamental buscar as “palavras concretas” sugeridas por Lopes (2003, p. 52), quando ele diz que “As melhores palavras para o rádio são aquelas que se podem ver, cheirar, tocar e saborear, que entram pelos sentidos e vão direto à imaginação”.

5. PROCESSO PRODUTIVO

Após a ideia e a montagem do pré-projeto, o mesmo foi apresentado pelas autoras ao Professor Maurício Tavares, convidado a ser também orientador do trabalho.

No projeto, deixou-se claro que o objetivo era narrar o olhar que as autoras tinham sobre os lugares escolhidos, visando partilhar informações e experiências adquiridas nas viagens. Chegou-se a conclusão que quatro locais seriam suficientes para que a ideia do programa fosse apresentada. Escolheu-se então duas cidades brasileiras: Rio de Janeiro e São Paulo e dois países que são muito visitados por brasileiros: Argentina e Espanha.

5.1 OS PROGRAMAS

Por trata-se de quatro programas, sendo dois sobre cidades e dois sobre países e tendo em vista as particularidades de cada local escolhido, buscou-se elaborar programas com estruturas semelhantes quanto aos tópicos. Como falar sobre um país é completamente diferente de falar de uma cidade, buscou-se manter uma linha comum, aos quatro programas, mas principalmente entre as duas cidades e os dois países. A escolha dos locais foi baseada em experiências comuns de viagens. Apesar das autoras não terem viajado juntas, ambas visitaram todos os locais abordados.

O texto dos países exigiu uma pequena introdução quanto à localização geográfica e idioma, por exemplo, enquanto no texto das cidades a localização foi suprimida por não ser fundamental, porém, foi abordado aspectos como sotaques e gírias. A culinária é um texto marcante em todos os programas, exceto no Rio de Janeiro, pois a cidade não tem a culinária como ponto mais marcante.

Os meios de transporte são comuns aos quatro programas e traz também comparações com a cidade de Salvador. A questão da violência seria abordada em todos

os programas, porém com o pouco tempo de programa ficou restrito apenas às cidades brasileiras, principalmente por ser fator importante para os turistas.

Para criar elos entre os programas, todos eles começam e terminam com a mesma música. As músicas escolhidas para as cidades foram “Aquele Abraço” e “Sampa” para os programas do Rio de Janeiro e São Paulo, respectivamente, por se tratar de uma referência óbvia e ser um senso comum quando se pensa em músicas que representem estas cidades. Também coincidiu o fato de terem sido compostas por dois compositores/cantores baianos. Para os países a escolha foi de músicas instrumentais, porém também explícitas da cultura daqueles países: Tango para a Argentina e um Passodoble para a Espanha.

Além disso foram criadas vinhetas que seriam usadas nos diversos programas. Todas as vinhetas começam com um som base, que busca identificar o local, seguido da voz; em algumas foi possível incluir um elemento sonoro logo após a voz, o que criou mais unidade.

5.2 PRODUÇÃO

Durante três meses foram lidos livros, matérias de jornais e revistas, buscou-se sites com informações turísticas, leu-se guias turísticos e, finalmente, iniciou-se o processo de produção dos textos que tornaram-se roteiros dos programas. Para elaboração dos textos a ajuda de amigos que nasceram ou viveram em alguns dos locais abordados foi fundamental. Este recurso foi necessário, pois apesar do texto ser uma visão das autoras, todas as informações deveriam ser verdadeiras, e ser percebidas por diferentes pessoas. No último mês, foram gravadas entrevistas e os programas e também foi realizada a edição de todos eles. Esta concentração do cronograma no último mês se deve ao fato de os programas utilizadas serem em versões de teste, disponível somente por um período entre 19 e 30 dias.

5.3 GRAVAÇÃO

A gravação teve início em 14 de fevereiro e começou com a simples leitura dos roteiros de forma a verificar o que necessitava ser alterado na abordagem, na entonação

e no ritmo da voz. Todo o processo de gravação foi caseiro. Utilizamos a versão de teste do programa Sound Forge Pro 10.0 instalado em um notebook. O microfone também foi comum, desses combinados com *headphones*. As entrevistas foram gravadas através de aparelhos de telefone celular e transferidas via *bluetooth* para o computador. Os programas pilotos, brutos em sua essência, foram apresentados ao orientador que indicou pontos a serem melhorados.

Retomaram-se as gravações realizando as correções necessárias ao mesmo tempo em que foram realizadas entrevistas com pessoas que poderiam enriquecer o trabalho com seus depoimentos por já terem viajado aos lugares abordados pelos programas ou mesmo por já terem vivido nos locais selecionados.

Foram entrevistadas as seguintes pessoas: Horácio Amorós, argentino que vive no Brasil há 30 anos e constantemente retorna ao país de origem para visitar familiares; Flávia Schroeder, bailarina de flamenco que por três vezes visitou a Espanha buscando principalmente se aprimorar na arte flamenca; Nadja Carolina, advogada que reside em Salvador mas sempre vai à São Paulo, principalmente para apreciar os grandes shows de artistas internacionais que ocorrem na cidade; Joana Batista, jornalista e produtora cultural baiana que mora no Rio de Janeiro há quase três anos e frequenta as programações culturais e a noite carioca.

5.4 DECUPAGEM DO MATERIAL

Entre a etapa de gravação dos áudios e edição dos programas, foi necessário realizar a “decupagem” do material. Nesta etapa selecionamos os melhores trechos gravados de material bruto de cada programa, para compor os programas finais. Também foi necessário eliminar ruídos e suspiros, uma vez que as apresentadoras não são profissionais e este tipo de problema aconteceu com frequência. Também foi neste momento que tentou-se diminuir a duração do programa, de modo a não estourar o tempo previsto, principalmente porque ainda haveria a inserção de músicas e vinhetas. Esta etapa durou aproximadamente uma semana.

5.5 EDIÇÃO

A edição dos programas foi feita na versão de teste do programa Sony Vegas Pro 12.0 (64-bit) . A princípio seria utilizado somente o Sound Forge, porém neste programa somente é possível dar o efeito de fade entre as músicas e os textos. Para que as músicas utilizadas pudessem funcionar também como música de fundo, foi necessário utilizar o programa Sony Vegas. Esta etapa foi uma das mais trabalhosas, não apenas por ser a responsável pela criação dos programas em si, mas também porquê foi necessário recorrer a tutoriais na internet, pois as autoras do trabalho, não tinham muita experiência na área. Ademais, a versão de teste desse programa é disponibilizada somente por 19 dias, prazo bastante curto para a finalização de 04 programas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de construção dos programas foi enriquecedora para as duas alunas que puderam se envolver em todo o processo, desde a escolha do formato e do tema, até a elaboração dos textos e roteiros. Os textos nada mais são que a visão de duas jovens soteropolitanas, então nada mais lógico que Salvador esteja presente em todos os textos. É o local de referência. Também estiveram envolvidas em todas as etapas de desenvolvimento do produto de áudio: gravação, decupagem, edição. Tudo foi realizado somente pelas duas autoras que, sem dúvida aprenderam muito durante todo o processo.

Entre os principais aprendizados, pode-se destacar o trabalho de síntese para que o maior número informações fossem passadas sem entretanto extrapolar (muito) o limite de tempo estipulado. Foi difícil, pois sempre pairava a sensação de que todas as informações eram importantes para a narrativa, mas era necessário retirar algumas informações para que os programas não excedessem o tempo limite.

A experiência da produção, gravação e edição dos programas fez crescer ainda mais nas autoras a convicção de que o rádio é um veículo que permite inúmeras possibilidades. A certeza de que seu alcance e capacidade de informação é muito grande, sendo de fundamental importância inclusive, no processo educacional do cidadão brasileiro que pode, através de programas que o entretêm, também o manter informado.

A linguagem fácil, despojada, com toque de humor, acompanhada de ruídos e sons que ajudam a tornar mais lúdica a mensagem que se deseja passar, possivelmente facilitando também o entendimento do receptor.

A criação do guia de viagens em formato inovador se mostrou perfeitamente viável e possível de fazer parte da grade de uma emissora de rádio menos formal ou com o perfil jovem; também é possível a sua disponibilização no formato Podcast. Neste trabalho, são abordados diversos aspectos de uma cidade ou país, mas também é possível criar programas mais específicos, aprofundando-se somente em um ponto do

que foi abordado, desmembrando qualquer um dos quatro programas em diversos outros, mantendo a mesma duração e linha de abordagem.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFROMAN. **Because I Got High**. Album **The good times**, Universal, 2001.

Apostila Sound Forger. Disponível em:

<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAAsAG/apostila-sound-forger> Acesso em 16 de fevereiro de 2013.

Argentina tem inflação mais alta em uma década. In: Estadão.com. Disponível em:

<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,argentina-tem-inflacao-mais-alta-em-uma-decada-,997200,0.htm> Acesso em 25 de fevereiro de 2013.

ASNIS, Zizo e Os Viajantes. **Guia criativo para o viajante independente na Europa**. 7 ed. Editora: O viajante - Trilhos & Montanhas

ASNIS, Zizo e Os Viajantes. **Guia criativo para o viajante independente na America do sul**. 5 ed. Editora: O viajante - Trilhos & Montanhas

BABO, Lamartine. **Hino do Flamengo**. Álbum Hino dos campeões. Gravadora Cid, 2003.

BARBOSA, ADORIRAN. **Trem das onze**. Demonios da garoa e convidados. Atração, 2009.

BRUNO, Luciano. **Tarantella Napolitana**. Un Giramondo Italiano. Volare, 2011

BUARQUE, Chico. **Feijoada completa**. Álbum Chico no Cinema. Universal, 2005.

CIVERA, David. **Que la detengan**. Album em cuerpo y alma, 2002.

Complexo do Alemão ganhará seu primeiro shopping center. In: No varejo.

Disponível em: <http://www.portalnovarejo.com.br/destaque/destaques/complexo-do-alem-o-ganha-seu-primeiro-shopping-center> Acesso em 20 de fevereiro de 2013.

Complexo do Alemão terá o primeiro shopping em comunidades. In: Jornal do

Brasil. Disponível em: <http://www.jb.com.br/rio/noticias/2013/02/15/complexo-do-alemao-tera-o-primeiro-shopping-em-comunidades/> Acesso em 20 de fevereiro de 2013.

CONSUELO, Baby. **Menino do Rio**. Cd: Pra enlouquecer. Warner, 1979

Cristina Kirchner é acusada de manobrar para esconder inflação Argentina. In DW. Disponível em: <http://www.dw.de/cristina-kirchner-%C3%A9-acusada-de-manobrar-para-esconder-infla%C3%A7%C3%A3o-argentina/a-16577305> Acesso em 25 de fevereiro de 2013.

Cunha, Isabel Ferin. **Palestra proferida no Seminário “Teorias da Globalização, Mídia e Identidades”.** Porto Alegre, PPG em Comunicação Social/PUCRS, agosto de 2008.

DE LA ISLA, Camarón. **Un tiro al aire.** Integral. Universal Music, 2010.

Edição de audio dicas para iniciantes no Soundforge. In audio five. Disponível em: <http://www.audiofive.com/blog/edicao-de-audio-dicas-para-iniciantes-no-soundforge/> Acesso em 16 de fevereiro de 2013.

FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César (Org). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano.** Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GARDEL, Carlos. **Melodia de Arrabal.** Coleccion grandes cantores. Music Brokers, 2008.

GIL, Gilberto. **Aquele abraço.** Álbum a arte de Gilberto Gil, Universal, 2005.

GIL, Gilberto e VELOSO, Caetano. **Panis Et Circenses de Os Mutantes.** Álbum os Mutantes, Universal, 1068.

Guia de outlets – Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.bazarpop.com.br/blog/guia-de-outlets/guia-de-outlets-rio-de-janeiro/> Acesso em 20 de fevereiro de 2013.

Governo argentino divulga inflação de 11,1% a.a. In valor.com. Disponível em: <http://www.valor.com.br/internacional/3007838/governo-argentino-divulga-inflacao-de-111-aa> Acesso em 25 de fevereiro de 2013.

KISS. **I wanna rock and roll all night.** Album Gold. Universal, 2004.

JOBIM, Tom e MIUCHA. **Pela luz dos olhos teus.** Album Focus: o essencial de Miucha e Tom Jobim. Sony, 2000.

LISTA: As dez bandas que mais lotaram o Maracanã. Disponível em: <http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL581675-9798,00-LISTA+AS+DEZ+BANDAS+QUE+MAIS+LOTARAM+O+MARACANA.html> Acesso em 28 de fevereiro de 2013.

LOPES VIGIL, José Ignácio. **Manual urgente para radialistas apaixonados.** São Paulo: Paulinas, 2003.

LOPEZ, Debora Cristina. Aproximações aos níveis convergência tecnológica em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermidiático. In: *E o rádio: novos horizontes midiáticos.* org. Luiz Artur Ferraretto, Luciano Klöckner. – Dados eletrônicos – Porto Alegre : Edipucrs, 2010. p. 401 - 419.

MC CIDINHO e DOCA. **RAP DA FELICIDADE.** Álbum: Coleção Rap Brasil – Volumes 01, 02 e 03, Som Livre, 1995.

MADONNA. **Evita.** Album Evita. Gravadora WEA, 1996.

MAIA, Tim. **Chocolate.** Album novo millenium. 2006.

Maior favela de Buenos Aires, na Argentina, já tem 50 mil habitantes. In Bom dia Brasil. Disponível em: <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2012/12/maior-favela-de-buenos-aires-na-argentina-ja-tem-50-mil-habitantes.html> Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

Maracanã. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Maracan%C3%A3> Acesso em 28 de fevereiro de 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Tecnicidades, Identidades, Alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século.** In: MORAES, Denis de (org.). Sociedade Mediatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MOLEJO. Paparico. Album Samba rock do molejão. Warner, 2002.

NALDO. **Amor de chocolate.** Alabum na veia tour. Desckdisc, 2011.
SERGI, Antonio e RODRIGUES, Genaro. **Hino do Palmeiras.** Álbum Hino dos campeões. Gravadora Cid, 2003.

PATO FU. **Made in Japan.** Album isopor, 1999.

PAVAN, Ricardo. **O revival indenitário no humor radiofônico: múltiplas temporalidades e imaginários regionais.** In: *E o rádio: novos horizontes midiáticos.* org. Luiz Artur Ferraretto, Luciano Klöckner. – Dados eletrônicos – Porto Alegre : Edipucrs, 2010. p. 522 - 537.

PHIRPO, Enzo e Sua Orquestra. Por una cabeza. 2007.

R.A.M. **Shiny happy people.** Album Out of time. Warner, 1988

Sound Forge - Tutorial deste incrível editor de áudio. In hardware.com.br. Disponível em: <http://www.hardware.com.br/comunidade/sound-forge/779244/> Acesso em 16 de fevereiro de 2013.

Tutorial nº15 – Misturar dois sons no SoundForge. Disponível em: <http://pplware.sapo.pt/tutoriais/tutorial-n%C2%BA15-%E2%80%93-misturar-dois-sons-no-soundforge/> Acesso em: 14 de fevereiro de 2013.

VERMELHO, Barão. **Malandragem dá um tempo**. Pedra, flor e espinho (Greatest Hits). Warner Music, 2002.

VELOSO, Caetano. **SAMPA**. Album Caetanear. Universal Music, 1989.

VIVALDI, Antonio. **La primavera OP.8 N.1 – Allegro**. Album las cuatro estaciones, 1999 Concierto emmy mayor la primavera.

8. APÊNDICE

Roteiro dos programas.

ARGENTINA

Em preto – Texto

Em azul – Técnicos

Em vermelho – Considerações

BG 1 – Som de tango (abre com o som de tango e vai baixando para ficar de fundo)

VOZ 01 – Hola? você já foi à Argentina? Não, que tal conhecer um pouquinho o nosso vizinho?

VOZ 02 – o país é 8 maior em extensão no mundo, e 3 vezes menor que o brasil, Além deste, também faz fronteira com , bolivia chile Paraguai e Uruguai.

VOZ 01 também faz parte do seu território a terra do fogo, e apesar de ter perdido a polêmica ilhas Malvinas, ou Falklands anos atrás para os Ingleses. os argentinos até hoje não se conformam com o fato e continuam protestando

VOZ 02 –Só resta saber se a ilhar quer voltar pra argentina,

CULINÁRIA

BG 2 (Talheres, pratos, garfos, conversa, ou qualquer coisa que lembre restaurante...)

VOZ 01- Você está de viagem marcada para a argentina, então logo imagina que irá comer muita carne, mais especificamente churrasco, certo?

VOZ 02- ERRADO!!! O almoço na argentina é algo completamente sem graça: é composto de carne ou frango) e um, somente UM acompanhamento, sendo este normalmente BATATA.

VOZ 01 – Os argentinos amam batata, então ela pode ser frita, cozida, purê, tanto faz.

VOZ 02 Em alguns restaurantes, você pode dar sorte de escolher entre a famigerada batata (papa), salada (ensalada) ou arroz. Este último aparece com menos frequência, mas é aquela coisa, arroz branco e sem tempero nenhum.

VOZ 01 - Assim como todo tipo de comida na Argentina. Sem tempero, sem sal e sem graça. Para quem sofre de pressão alta, é um alívio.

VOZ 02 – Como existe muitos descendentes de italianos, há também pratos de massas, nhoque, espaguete. A variedade de molhos é mínima, mas são mais saborosos que o arrozinho branco.

VOZ 01 – Ah, mas e aquela deliciosa picanha argentina? O churrasco argentino, também passa loooonge do churrasco brasileiro, isto porque a PARRILHADA, como é conhecido por lá, é uma carne grelhada, e novamente, se você esta esperando pelo gostinho de sal grosso, esqueça. O corte mais comum é o bife de chorizo, que é o nosso contra-filé

Ah, importante se você não gosta que a carne venha sangrando, peça bem passada e sem sangue, caso contrario, pode ser que sua carne venha mugindo.

VOZ 02 - Em todo almoço é comum acompanhar uma cestinha de pão. E em alguns estabelecimentos encontramos um molhinho bem gostoso, o chimichurri, que pode ser ou não ser apimentado, e serve pra dar um gostinho a comida sem graça.

VOZ 01 - Se tiver o menu com bebida inclusa é mais vantagem, pois tudo pode ficar com um preço em torno de 30 ou 60 pesos, sendo que somente a bebida separada custa em torno de 15 a 20 pesos.

BG 3 (Barulho de água sendo colocada em copo ou de pessoas bebendo água)

VOZ 02 – Se você gosta de beber água, é bom saber que a água mineral da Argentina é SALGADA, e não estou falando do preço não. Isto mesmo, o teor de sódio das águas é altíssimo, chegando a absurdos 260mg/l. Isto acontece porque são águas de geleiras.

VOZ 01 – Uma opção é beber água da torneira, mas como não dá para saber a qualidade da tubulação é melhor não arriscar.

VOZ 02 – Os argentinos gostam muito de doce, em toda esquina há alguma padaria ou cafeteria com variedades, além é claro, do alfajor. Dá para escolher uma marca e sabor diferente para cada dia do ano e ainda assim não terá experimentado todos os alfajores existentes naquele país. Uma delícia!!!

VOZ 01 - A marca mais conhecida dos brasileiros é a Havanna. Para quem não quer gastar tanto em marcas famosas uma dica é experimentar o alfajor jorgito, pois tem o gosto similar e custa menos da metade do valor.

TRANSPORTE

BG 4 (Barulho de transito, carro, buzinas, gente, moto, trem...)

VOZ 02 – Em Buenos Aires, você pode se locomover tranquilamente de metrô. Sim, os trens estão velhos e como cada linha é administrada por uma concessionária, cada trem é de um jeito. Por isto você pode usar um trem com assento de plástico e logo em seguida trocar por um de veludo bordô sujo e rasgado. Eca!

VOZ 01 – Assim como em Salvador, você encontrará todos os tipos de vendedores dentro do metrô; de cd's a meias, eles também existem na Argentina. Os ônibus também são fáceis de pegar, mas você só pode pagar com o cartão SUBE, semelhante ao nosso salvador card.

VOZ 02 – Uma coisa interessante é que o motorista é o cobrador e o preço a pagar depende do seu destino, então ao entrar no ônibus o motorista/cobrador irá digitar o seu destino e ao passar o cartão pelo leitor, será cobrada a sua tarifa. Mas independente disso, é bem mais barata que aqui.

Voz 01 – Em compensação, O serviço de taxi que já foi barato, hoje, com a inflação elevada, não vale tanto a pena.

Voz 02 - E corre o risco de você ser passado para trás. O ideal é pagar com notas de até 20 pesos, caso contrário o taxista pode trocar as notas e aplicar o golpe dizendo que sua nota é falsa.

ECONOMIA

VOZ 01 Se você está de viagem marcada para este país é importante levar bastante dinheiro, seja em peso, real ou dólar

Não são todos os lugares que aceitam o cartão de crédito, nem mesmo na função débito. Essa modernidade não está muito difundida no país não.

VOZ 02 O Bom é que em algumas lojas e restaurantes, irão aceitar real, e com uma cotação interessante, mas independente disso, você pode trocar dinheiro no Banco de La Nacion, ou em uma casa de câmbio, mas cuidado, evite trocar com pessoas na rua, a chance de receber nota falsa é grande.

VOZ 01 – As notas falsas aumentaram com a piora da economia. O ano de 2012 foi bastante duro para a Argentina, o país bateu recordes de inflação e isto refletiu também no turismo. Se antes o país era ótimo para fazer compras, agora é preciso ter mais cautela.

VOZ 02 –. Apesar do governo ter divulgado inflação de 10,8% no ano de 2012, consultorias privadas e deputados da oposição estimaram valores entre 25, e 27%. O argentino Horácio Amorós que vive há 30 anos em salvador e vai sempre ao país também sentiu o peso da inflação e o seu reflexo na sociedade

Entrevista

seg 2'17'e 4'12" – violência 4'38"

SOTAQUE

VOZ 01 – Ao contrario do castelhano da Espanha, no espanhol argentino o ll tem som de J, então calle é caje, e o J tem som de R, então é alfarror. Fora a pronuncia, algumas palavras não são as mesmas do espanhol europeu. Outras palavras são parecidas com o inglês, mas se pronunciam como se escreve.

VOZ 02 – O bom é que eles entendem bem o português e em muitos lugares vão saber te explicar o significado das palavras. Agradeça ao grande número de turistas brasileiros, por isso!

EL PUEBLO ARGENTINO

VOZ 01 – Ao contrário do que falam, os argentinos são mui simpáticos, darão informação com um sorriso no rosto. Mas se tem algo que pode lhe incomodar é a falta de higiene deles

VOZ 02 –.é super comum ver em padarias e mercadinhos a comida caindo no chão, o funcionário a pegando e entregando ao cliente na maior tranquilidade, sem nem dar uma assopradinha, hehehe.

VOZ 01 – E o pior é que eles nem ligam. É algo super normal por lá, tipo,o que não mata engorda.

CULTURA, HÁBITOS E PAIXÕES.

VOZ 02 – Por incrível que pareça, no famoso bairro do caminito, mas do que tango, vemos muito mais as danças tipo as gaúchas, como a chula, malambo e fandango. Para quem não quer assistir ao tango com jantar, oferecido por muitas agências de turismo, vale muito a pena passar o dia no bairro, pois há

bailarinos e cantores na frente de praticamente todos os bares. Nem precisa pagar nada, basta ficar observando.

VOZ 01 – Por falar em observação, sim, os homens se cumprimentam com 2 beijinhos no rosto, então não olhe estranho. Talvez isso venha da cultura italiana que é muito presente naquele país.

VOZ 02 – outra influência europeia é o amor pelo vinho. A variedade é enorme e qualquer mercadinho de bairro tem diversas opções da bebida. Há inclusive vinhos em embalagem tetra park. É o leitinho de nuestros Hermanos.

VOZ 01 – Além do vinho, os argentinos amam cerveja, e se você já ouviu falar da QUILMES, a marca da bebida mais conhecida da Argentina, fique sabendo que o nome é originário de uma das tribos indígenas que existiam no país séculos atrás.

VOZ 02 – Outra paixão de nuestros hermanos é o futebol, basicamente são 2 os times mais importantes : boca Juniors e o riverplate. E falar de futebol argentino, sem falar de Maradona, é impossível. O jogador possui um camarote exclusivo em La Bombonera, o estádio do boca. Ele é ídolo da torcida boquense.

VOZ 01 – mas pra quem pensa que Maradona é a super personalidade, está muito enganado, os argentinos amam mesmo é Eva Péron, a atriz que se tornou primeira dama do país. Aqui no Brasil, muitos desconhecem a sua importância, mas Eva foi responsável por diversas conquistas como a criação de asilos, creches populares, colônias de férias para as crianças, e implantação do voto feminino.

VOZ 02 – Então, mesmo não sendo permitido amar maradona, com certeza Evita merece a nossa atenção.

ESPAÑA

BG 1 - Castanholas

VOZ 01 – Hola, ¿Qué tal? Você já foi na Espanha nega? não? tem que ir!!

VOZ 02 - Que a Espanha possui belas cidades, uma culinária diversificada, uma cultura riquíssima e um povo que se acha / muita gente já sabe / Todavia, a Espanha é muito mais e possui muitas particularidades.

VOZ 01 – Com uma área um pouco menor que a da Bahia, a Espanha faz

fronteira com Portugal e está colada com a França / Para quem gosta de praia, é o que não falta; o oceano atlântico e o mar mediterrâneo estão no cardápio.

VOZ 02 - Também faz parte de seu território as badaladas ilhas de Maiorca, Ibiza e Canárias assim como o mar de Cádiz, onde Cicarelli perdeu a calcinha OPS... perdona

VOZ 01 – Opa, opa, vamos falar de outras comidas...

LA CULINÁRIA

BG 4 (Talheres, pratos, garfos, conversa, ou qualquer coisa que lembre restaurante...)

VOZ 01 – Embora com características próprias, a cozinha **espanhola** faz parte da culinária mediterrânea assim, utiliza muito azeite de oliva, especiarias e vegetais. O pão e o vinho acompanham as principais refeições dos espanhóis.

VOZ 02 - Uma das mais famosas iguarias é o jamón (um tipo de presunto cru) e, internacionalmente, o prato mais conhecido é a...

VOZ 01 – PAELLA! Que consiste em um farto risoto de frutos do mar que a depender da região onde é feita pode também levar carne de porco, galinha e chouriço.

VOZ 02 – Uma boa opção para a noite, são as tapas

VOZ 02 – **Tapas são petiscos.....** que caem bem com um bate papo entre amigos. Aliás essa é uma excelente opção para quem não tem muita grana e tem de escolher entre comer ou beber.

VOZ 01 – É simples, basta sentar em um bar, pedir uma Caña (um chopp) ou uma taça de vinho que elas virão acompanhadas de alguma guloseima que pode ser desde salgadinhos, queijo, presunto, pão até um pratinho de Fabada (uma variação da nossa dobradinha). É sério, funciona mais ou menos assim: você senta em um bar, pede uma bebida e ela vem acompanhada de uma tapa.

VOZ 02 – É, e se vc não se satisfizer com a comidinha desse primeiro bar, vá a um segundo e peça outra bebida que te servirão outra tapa e assim sucessivamente. É uma ótima maneira de economizar na janta!!! (e também de se embriagar... ou como diríamos em portunhol.. EMBORRACHARSE

VOZ 01 – Ok, o dinheiro não dá nem para isso?

VOZ 02 - Ainda tem os KEBABS, sanduíche árabe que é uma verdadeira febre na Espanha.... (vc encontra mais tendas de kebab na Espanha, que baiana de acarajé em Salvador). O sanduíche é de pão sírio, carne de carneiro ou frango, salada, molho de iogurte ou apimentado e custa uns 3 euros, é gigante, e enche a barriga por um bom tempo.

VOZ 01 – Para quem tá com os euros mais que contados, supermercados sempre existem, mas ai vc perde muita da vivencia do pais... NÃO RECOMENDAMOS! Exceto se for para comprar aqueles chocolates e biscoitos maravilhosos

BG 6

LA NOCHE ESPANOLA

VOZ 01 – (!!rindo!!) A noite na Espanha é tão boa, mas tão boa... que ninguém onde ela fica!!! Ou seja, ninguém conhece, ou todo mundo já está bêbado demais pra dizer onde é!!!! Todo mundo para quem vc pergunta, te diz: 'Ahhh, a noite aqui é OTIMA, tem várias opções, várias coisas pra fazer...' Logicamente, vc pergunta: Blz, e o que voce indica? 'Ahhh, é que tem tantas coisas' ou 'depende do que voce gosta' bla-bla-bla. Santa misericórdia, tem tantas coisas que é melhor ficar em casa!!!!

VOZ 02 - Pra começar, vc encontra mais gente nas ruas que nos bares, parece que o pessoal tem formiga no ... TEC (piiiiii)ficam zanzando de bar em bar pum lado e po outro (Em uma única noite dá pra ir pra 5 lugares diferentes). Isso é ótimo pra quem gosta de aventura! Porque uma noite pode ser boa e a outra...

Realmente, tem bar pra caramba, bem diversificados - desde os Pubs irlandeses até casas de salsa - tem pra todos os gostos em grande quantidade. Outra coisa legal é que eles ficam abertos até de manhã... O que aliás combina bem com os espanhóis, pois eles costumam sair de casa já tarde da noite, por volta das 23h

VOZ 01 – Aliás, diversão para eles é sinônimo de bebedeira e nada melhor para quedarse borracho que experimentar um jueves de botellón (quinta feira do garrafão). É um movimento tradicional entre os

jovens espanhóis que para fazer uma economia preparam suas próprias bebidas alcoólicas em casa (geralmente o Calimocho – Vinho com coca- cola)

VOZ desconhecida Ai meu São Jorge...

VOZ 01 - e vão às ruas com suas garrafas cheias de bebidas para beber o máximo possível antes de começar seu giro pelos bares. (ou seja, já chegam bêbados)

VOZ 02 - Bom, o papo ta ótimo, aliás está saboroso, mas não dá pra ficar somente na parte gostosa e etílica né? A gente não pode esquecer que a Espanha é um país que brilha nas artes e cultura (música, pintura, arquitetura, literatura, cinema, tudo isso pode ser apreciado nesse país). Entre os seus artistas mais famosos estão Goya, Velázquez, Picasso e Dalí. Gaudí se destaca na arquitetura e na literatura a grande referencia é o livro Don Quijote de La Mancha de Cervantes.

VOZ 01 – Mas não há nada mais associado à cultura espanhola que o Flamenco, que atrai uma grande quantidade de turistas, interessados em aprender um pouco mais sobre essa arte, como nos conta a bailarina Flávia Schoereder

. ENTREVISTA

VOZ 01 – Ainda falando do tema cultura. Não estranhe o pleonasma, que na Espanha é tanto que chega a doer os ouvidos. As redundâncias que no Brasil são piadas, lá são comuns: subir pra cima, sair pra fora...Pior, eles até aumentam a lista, por exemplo: o Brasil é um dos mais maiores países do mundo mundial – conhecem a algum outro???

BG

ECONOMIA

VOZ 01 – A Espanha, 5ª maior economia da União Europeia, vem sofrendo os efeitos da crise econômica mundial desde 2008. Até aquele ano, o país via uma grande expansão na construção civil que hoje é responsável pela maioria dos desempregos do país. Era, atrás apenas dos Estados Unidos, o segundo maior investidos estrangeiro na América Latina.

VOZ 02 – Hoje vê sua população sem condição de pagar os financiamentos de suas casas, os jovens escondem em seus currículos que têm nível superior para tentar conseguir empregos que antes eram destinados aos imigrantes ou as pessoas com menor grau de instrução. O numero de despejos no país tem aumentado cada vez mais e muitos não sabem o que esperar do futuro.

VOZ 01 – Se antes o país era um dos destinos preferidos pelos brasileiros que queriam morar fora, buscando uma melhoria no padrão de vida, hoje a situação se inverte, além dos brasileiros estarem retornando, muitos espanhóis estão se aventurando por aqui

EL PUEBLO ESPANOL

VOZ 02 – Fora o fato de beberem muito como já comentamos, não podemos deixar de que eles fumam muuuito. **Aparentemente existem mais fumantes que não fumantes nesse país.** Algo que também caracteriza os espanhóis é o fato de fararem MUITO alto. Estão sempre ao berros... quando estão bebados e gritando já viu né?

ENTRETENIMIENTO

VOZ 01 – Se você é daqueles que gosta de ir ao cinema ou assistir aquela série na língua original, desista de ir ao cinema na Espanha ou de assistir televisão. Eles dublam TUDO, Tudo mesmo.

VOZ 02 – Deve ser por isso que os filmes internacionais, estréiam beem antes por aqui....

VOZ 01 – Tudo o que lêem, mesmo quando são palavras claramente estrangeiras, leem como se fosse espanhol. Temos o exemplo da banda *U2* vira "u dós", o *ipod* (eles lêem tal e qual como está escrito... "ipóde"), ou *wi-fi* eles lêem como "uífí". É certo que nós traduzimos alguns títulos, mas por exemplo o *Kill Bill* é *Kill Bill* e não "*Mata Bill*" como eles dizem por lá... Nem as séries escapam, "*Sex in the city*" vira simplesmente *Sexo en la ciudad*.

LOS HOMBRES

VOZ 01 – Com eles é oito ou oitenta. Ou são estremamente educados e atenciosos ou são verdadeiros cavalos. Sabiam que a violência doméstica é considerada no país uma verdadeira tragédia??? É a Espanha é um dos países com maior numero mulheres assassinadas, vítimas dos próprios maridos ou companheiros e antigos parceiros.

LAS MUJERES

VOZ 02 – Doces e meigas criaturas que vão à luta quando o assunto é **HOMEM**. Na Espanha não rola essa história de fazer charminho, de esperar a iniciativa dos homens não. Se elas querem elas vão à luta, a iniciativa é delas, sempre!

Uma coisa que não podemos deixar de falar é do visual das espanholas.

VOZ 02 – Algumas são bastante elegantes, mas quase sempre seguem a linha despojada. São tão despojadas que parecem que freqüentam o açoqueiro invés do cabeleireiro... os cortes são pra lá de inusitados geralmente em estili diagonal ou Xitãozinho e Xororó no início da carreira. Mas elas têm seu charme...

VOZ 01 – Agora só tem um PS ... O povo fala q brasileira é piriguete, q usa shotinho cocoquinha..mas vá vê os shortinhos das européias no verão!!!

Teste de proficiência lingüística

Teste o seu Espanhol, traduzindo a frase abaixo:

"La vien un tarado pelado com su saco en las manos corriendo atraz de la buseta. "

Traduziu?! Tem Certeza?!

Bem olhe o certo. Se ficou assim você acertou. . .

Tradução:

"Lá vem um tonto careca com seu paletó nas mãos correndo atrás do microônibus. "

tavendo ai, além de não saber espanhol, você só pensa besteira!

RIO DE JANEIRO

BG 1 – Som de pandeiro (abre com o som do pandeiro e vai baixando para ficar de fundo)

VOZ 01- Aê, você conhece o Rio de Janeiro ? Tem certeza ?

VOZ 02- A cidade maravilhosa é muito mais que escolas de samba, praia de Ipanema, Calçadão de Copacabana e Cristo Redentor.

A capital fluminense é a segunda maior cidade do país, sendo também um importante mercado financeiro que abriga corretoras de valores, tem um dos portos mais movimentados do país, e grandes comércios populares como o Saara e alguns outlets não tão populares assim que também atraem turistas interessados em comprar, especialmente roupa e sapato.

BG 2 (violão bossa nova)

VOZ 01 – O Rio é cheio de belas paisagens e lugares fascinantes... muito além do que é mostrado nas novelas das nove da rede Globo.

Também faz parte da cidade a Ilha do Governador, onde está localizado o Aeroporto Internacional do Rio, o Antônio Carlos Jobim, ou simplesmente Galeão

VOZ 02- Para chegar a Ilha pode-se ir de carro pela linha vermelha ou de balsa. O lugar é bem residencial, e a noite o agito rola solto na Ribeira onde a jovem e a velha guarda se reúnem pra ouvir um sambinha e tomar uma gelada.

VOZ 01 – E como falar em chopp sem citar as praias cariocas? É como falar de Copacabana, Ipanema, Leblon...sem citar o futvolei, ah o futvolei...rsrs

ESPORTES

VOZ 02 – Os cariocas costumam praticar muito esportes ao ar livre como o futvolei, atletismo, ciclismo e, é claro o futebol.

4 dos principais times do Brasil são cariocas, inclusive, o time com a maior torcida do país, o Flamengo. Então, já é de se esperar que dois dos principais programas de domingo na cidade sejam praia e futebol.

VOZ 01 – Se você quer se encontrar com a galera na praia os postos de apoio podem ser uma boa referência.

Cada um tem um número específico que ajuda marcar um ponto de encontro. você pode combinar com os amigos no posto 07 ou 09, por exemplo e não tem como se desencontrar.

VOZ 02 – Então, para quem gosta de futebol um chopinho, e uma vida cultural ativa o Rio de Janeiro cai como uma luva. Há também boates, botecos e barzinhos para todos os gostos e em diversas partes da cidade.

NOITE

VOZ 01 – A noite carioca é muito diversificada, uma boa pedida são os bares da Lapa que fervem até altas horas da matina,

para quem quer mais badalação a zona sul tem uma porção de boates hype. Um lugar que bomba é o Braseiro da Gávea. Onde a galera jovem se reúne para beber e comer um galetto.

VOZ 02– Dia de quinta o braseiro é o point. Enche de gente que vai lá só comer uma linguicinha e tomar um chopinho. Até artista conhecido aparece por lá.

VOZ 01– O fim de noite da Pizzaria Guanabara é bem famosinho, a pizza é marromenos, mas o pessoal vai mesmo pra ver os atores globais que costumam frequentar o local.

VOZ 02 – Se você quer fazer um programa que todo turista faz, uma boa pedida é visitar a Confeitaria Colombo, mas se o objetivo for apenas comer umas tortas gostosas e com um precinho mais em conta, basta ir a qualquer lanchonete que você encontrará doces de dar água na boca. *Tipo as (da rede) fomalhas da vida.*

CULINÁRIA

VOZ 01 – O prato mais típico famoso do Rio é também o mais do Brasil. a feijoada, que lá é tradicionalmente feita com feijão preto pode ser encontrada em qualquer boteco, principalmente dia de domingo. No sábado, o mais encontrado é o cozido.

VOZ 02 – É, mas fora isso o pessoal de lá reclama que em geral come-se mal e principalmente: paga-se muito caro.

Vida Cultural - [BG 6](#)

VOZ 01 – Pra quem quer um programa mais light e cultural, o Rio, assim como São Paulo tem muitas peças em cartaz a preços acessíveis, É tanto que os shoppings da cidade que além de terem salas de cinema têm também teatros.

VOZ 02 - É muito comum encontrar artistas conhecidos do grande público não só nestes ambientes como na cidade toda. Ao contrário DO PESSOAL daqui de Salvador, lá a maioria da população já nem se abala mais.

VOZ 01 - Tá tudo lindo e saboroso, mas que tal falar um pouco dos grandes cariocas? Aqueles que fizeram história e ajudaram a divulgar o Rio de Janeiro para o mundo?

VOZ 02 – Ah não! Isso ai o ouvinte encontra rapidinho no google. Mas pra não ficar no ar, uma dica é prestar atenção as placas azuis com o nome das ruas e avenidas. Nas que levam nome de gente, há uma breve descrição de quem a pessoa foi.

Por exemplo: Uma placa da rua denominada Rua Vinicius de Moraes – trará também a seguinte informação: diplomata, dramaturgo, jornalista, poeta e compositor brasileiro, etc, etc, etc...

TRANSPORTE

VOZ 02 – Por falar em ruas, o transporte público no Rio parece funcionar direitinho, tirando o pessoal que mora na periferia e precisa pegar trem para chegar ao centro da cidade, a maioria das pessoas consegue se virar bem andando de ônibus,van, metrô e taxi, para quem mora na Ilha do Governador ou em Niterói também há as barcas.

VOZ 01 – Ou seja, a classe média tem opções. Tem gente que possui carro mas prefere usar transporte público para trabalhar pois além deste suprir a área mais movimentada cidade, existe o problema com os longos congestionamentos e dificuldade de estacionamento que são caros e escarço.

OS CARIOCAS

VOZ 02 – Sempre supertranquilos, não andam muito arrumados não. O menino do Rio costuma aderir às havaianas no pé e bermudão, já a garota carioca, suingue sangue bom gosta mesmo é de rasteirinha, shortinho ou vestido. Clima sempre bem praiano na maneira de se vestir.

VOZ 01 – No geral o carioca vai conversar com você no quadrado dele. Sem aquela mania de ficar tocando as pessoas enquanto estão falando.

VOZ 02 - É, coisa que baiano adora fazer.. ô mania chata.

VOZ 01 – Já na forma de falar, o carioca é cheio de gírias. Caraca maluco é clássica. Filar não é faltar mas ser entrão, e se na Bahia porra é virgula, no Rio quem faz esse papel é o caralho. Filha da puta e puta que pariu Tb são xingamentos comuns por lá.

VOZ 02 – Além das gírias e seus significados, quase todo carioca começa qualquer frase com um sonoro e cantante “aê”. Tem os clássicos “x” no lugar de “s” e a mania de colocar “i” e “u” no meio da palavra. Tipo Gaix para falar gás, douze para falar doze. E não podemos esquecer o famoso É que vira eahhhh

VIOLÊNCIA

VOZ 01 – Violência no rio de Janeiro existe, assim como em qualquer grande cidade brasileira, mas num grau muito menor do que a televisão divulga e as pessoas imaginam.

VOZ 02– O Rio já foi mais violento,. A cidade é rodeada por morros e as favelas cresceram justamente nas partes mais altas, tendo uma visão privilegiada da cidade.

som

VOZ 01 – Hoje com a instalação de diversas UPP’s (Unidades de Polícia Pacificadora) em boa parte dos morros que antes eram dominados pelo tráfico, a violência diminuiu consideravelmente.

VOZ 02– Mas como em todo lugar do mundo, o importante é não dar vacilo na rua, e estar sempre ligado. É verdade que de vez em quando ouvimos sobre algum arrastão na praia, mas acredite isto atualmente é bastante raro.

VOZ 01 - E as balas perdidas/ é, este sempre foi um dos maiores medos dos turistas no RJ, mas também diminuiu. Ainda mais agora que os principais morros foram passificados. Está na moda visitar o alemão, tão na moda que este ano será inaugurado o primeiro shopping do. Complexo. Serão 500 lojas além de cinemas e praça de alimentação.

GRANDES EVENTOS

VOZ 02 – O Rock in Rio, nasceu lá e apesar de ter passado um tempo visitando outros países, em 2011 retornou a capital fluminense e este ano mais uma edição acontecerá na cidade. O Rio também já sediou os jogos pan-americanos de 2007, e em 2016 será a vez das Olimpíadas. O estádio de futebol mais famoso do país, o Maracanã, também é carioca e foi ele o escolhido como palco para o encerramento da Copa do Mundo de futebol de 2014.

VOZ 01 – O estádio [Mário Rodrigues Filho](#), Maracanã também já sediou importantes shows de artistas nacionais e internacionais, como da banda Kiss em 1983, na turnê "Creatures of the Night" com um público de 250 mil pessoas, o maior que já esteve presente no estádio,

VOZ 02 - também foi palco da primeira vinda ao Brasil do ex beatle, sir Paul McCartney em 1990 e claro, também teve shows menos legais, como Sandy e junior em 2002 e do grupo RBD, ou rebeldes em 2006.

VOZ 01 – Atualmente o estádio encontra-se fechado em reforma para a copa do Mundo, a previsão é que seja reinaugurado este ano com um amistoso entre a seleção brasileira e a inglesa.

SÃO PAULO

BG 1 – Alguma coisa acontece no meu coração (abre com o som e vai baixando para ficar de fundo)

VOZ 01 - E ai mano, firmeza ?? cês conhecem São Paulo?

VOZ 02 - A capital paulista é uma das mais importantes cidades sulamericanas: centro dos negócios e eventos corporativos no Brasil, a sua região metropolitana é o 2º maior aglomerado do mundo, atrás apenas de Tóquio, no Japão.

VOZ 01 – Podemos considera-la A Nova York Brasileira. A cidade foi fundada em 1554 por padres jesuítas, e apesar de nunca ter sido a capital do país, com certeza tem currículo pra isso. Possui importantes monumentos, parques e museus, sedia eventos reconhecidos internacionalmente como a São Paulo Fashion Week e o Grande Prêmio do Brasil de Fórmula1.

CULINÁRIA

VOZ 02 - Em SP encontramos de tudo! Todas as nacionalidades marcam presença. Há restaurantes e botecos para vários gostos e bolsos. Você pode saborear uma deliciosa pizza italiana, um saudável bacalhau português, uma colorida paella espanhola, e porque não, uns charutinhos de repolho árabe... tudo isso na mesma semana e talvez até no mesmo bairro.

VOZ 01 – Há também os bairros típicos, como o bexiga e a Mooca tradicionais bairros das cantinas Italianas. Lá você pode comer uma *buonna* massa, acompanhada de um leve vinho tinto. Reza a lenda que as pizzas paulistanas são mais gostosas que na própria Itália, então mesmo sem ter ido à Itália, vale a pena conferir.

VOZ 02 - Na liberdade, bairro japonês, além de comidas típicas, encontramos produtos de diversos países orientais como / eletrônicos, maquiagens, alimentos em conserva, roupas, revistas, jornais e todos os tipos de bugigangas. O bairro é uma graça, todo decorado no estilo oriental, ao invés do comum poste cinzento, a iluminação é feita com as simpáticas lanternas Suzurantô, que nós conhecemos como lanterna japonesa. É de fato um pedacinho do Japão no Brasil.

VOZ 01 -O Mercadoão, Mercado Municipal, pode ser a melhor pedida para encontrar alimentos de todas as partes do país, tudo podendo ser degustado e negociado.

VOZ 02 - Além de ser o local onde se pode desfrutar do famoso sanduba de mortadela e o pastel de bacalhau.

TRANSPORTE

VOZ 01 - Os meios de transporte em São Paulo são dos mais variados: além de automóveis e ônibus, os habitantes da cidade têm disponíveis metrô e trens, além de motos e bicicletas (para os mais corajosos). Em geral o transporte público é de melhor qualidade que em Salvador, mas é bom evitar os horários de pico, porque os transportes LOTAM e muito.

VOZ 02- É verdade, os paulistanos reclamam muito do caos no trânsito. congestionamentos quilométricos, rodízios de carro e ônibus e transportes públicos lotados nos horários de pico.

VOZ 01 – Bom, pelo menos eles têm metrô né? Agora uma coisa é fato, quem tem dinheiro, trata logo de ter mais de um carro com placas diferentes, pra garantir a sua circulação e fugir do rodízio, que foi implantado em 1997.

VOZ 02- É, mas quem é rico de verdade compra logo um helicóptero ou jatinho. Por sinal, atualmente a frota de helicópteros da cidade é a maior do mundo. Se você estiver pensando em adquirir o seu, é bom saber que o preço de um helicóptero básico está na faixa de 200 mil dólares.

VOZ 01 – Ok, se não dá pra desembolsar este valor, o grande segredo é...(rufar de tambores) morar o mais perto possível do trabalho. Nesse caso, o pobre se f... dá mal. Tem mesmo que pegar ônibus e enfrentar o metrô cheio no horário de pico.

VOZ 02 - E como falar do trânsito paulistano e não citar os tão queridos motoboys, também conhecidos na cidade como cachorros loucos ?

VOZ 01 - São figuras fundamentais para o bom funcionamento da cidade, e do mal funcionamento do trânsito. São odiados pelos motoristas de carro e pedestres, porque saem cortando tudo, a toda velocidade, ignorando muitas vezes o sinal vermelho.

VOZ 02 - É, mas todo mundo gosta de receber a comida quentinha em casa, né?

VOZ 01 - Talvez por conta dessa bagunça organizada, muitos paulistas sejam ligados a questões ambientais. Há uma corrente que busca hábitos saudáveis como andar de bicicleta, carona coletiva e até substituir motocicletas por bicicletas elétricas, que apesar de não serem 100 % limpa, pois consome energia elétrica, também não poluem o meio ambiente.

VOZ 02 - Falado nisso, paulistano adora um parque.

VOZ 01 – Também... eles não tem praia. Aí, claro no final de semana o pessoal desce pros parques. O Ibirapuera é o mais famoso, mas tem outros como o Butantã, vila lobos, e por ai vai.

VOZ 02 - E o programa é esse mesmo, passear com cachorros, fazer piquenique, praticar algum esporte ou simplesmente tomar um solzinho na grama. Em muitos parques também acontece programações culturais como shows e exposições.

VIDA CULTURAL

VOZ 01 - Taí um ponto que não podemos negar, a vida cultural de São Paulo é muuuuito rica. Além de milhares de museus, há feirinhas de todos os tipos e shows dos mais diversos que podem ser gratuitos ou pagos. Variando no ingresso de valores simbólico a preços exorbitantes.

VOZ 02 - A *night* é aquela coisa, pode ser um jantarzinho a dois, em um dos muitos restaurantes, (de preços para todos os bolsos) ou uma das muitas baladas que a cidade oferece, desde forró a música eletrônica. Tem também muitas boates, clubes privês, clubes eróticos, casas de swing... fica ao gosto do visitante.

VOZ 01 - A cidade tem capacidade para receber as grandes produções mundiais na área da música e das artes cênicas. Não é a toa que praticamente 100% dos artistas internacionais que vêm fazer um show no Brasil, se apresentam por lá; Como nos conta a advogada Nadja Santos, que sempre que pode viaja a cidade para ver os grandes shows internacionais

ÁUDIO ENTREVISTA

VOZ 01 – **Durante o dia**, programação é o que não falta. Na cidade também acontece diversos bazares, brechós, feira de livros..enfim,. Basta dar uma procurada na internet pra saber onde tá rolando alguma coisa.

VOZ 02 - Domingo é dia das tradicionais feirinhas de bairro, onde se vende artesanato, roupas, antiguidades, quinquilharias e velharias em geral. Praticamente todos os bairros tem uma feirinha no final de semana. A da Liberdade, aquele bairro japonês que já falamos, é uma das mais famosas. Lá vende de

artesanatos a comidas típicas. Por conta do grande número de visitantes praticamente todo o comércio do bairro abre aos domingos.

ENTRETENIMENTO

VOZ 02 - Na musica como na dança a variedade é grande: há o pagode paulista, rock tradicional e alternativo, a música eletrônica, o forró universitário e um hip hop adaptado do estilo americano.

VOZ 01 - A verdade é que não há nada típico na cidade. Cada tribo recebe influência de outros tipos de dança e música do mundo. Então, é claro que há samba e carnaval em São Paulo.

VOZ 02 – É, a festa ainda é tímida na cidade. Além dos desfiles das escolas de samba, de uns anos pra cá, tem aumentado o número de pequenos blocos nas ruas que animam os bairros e tem um clima bem família. Nesses blocos é mais comum ouvir sambas e marchinhas.

VOZ 01- O desfile das escolas de samba, está a cada ano mais organizado, com uma estrutura parecida com as escolas do Rio da Janeiro, mas tem um aspecto que é um ponto negativo, está muito envolvido com os times de futebol. A mancha verde, ligada ao Palmeiras e o arqui rival Corinthians.a Escola Gaviões da Fiel

VOZ 02 - O que acaba levando o pouco da briga das torcidas organizadas do futebol para o sambódromo Anhembi. Uma Pena.

VOZ 01 - Falando no futebol, a rivalidade é muito grande. Jogos envolvendo Corinthians, Palmeiras e São Paulo, são considerados clássicos, e por isso mesmo, geram tumulto. A rivalidade se estende ao dia a dia. Basta estar usando a camisa do time pode dar margem à violência gratuita. Final do ano passado um palmeirense matou o colega de trabalho só porquê este fazer uma brincadeira com o rebaixamento do time.

VOZ 02 – Imagina agora que além do Palmeiras a Mancha Verde também foi rebaixada? Melhor nem fazer piadinhas.

POVO

VOZ 01 - São Paulo é a grande mistura. Na avenida paulista, por exemplo há desde pessoas muito elegantes, executivos e empresários a alternativos com seus all star e camisas de flanela xadrez, Na cidade você encontra diferentes estilos e é muito raro as pessoas se surpreenderem com uma pessoa toda tatuada, ou alguém com um estilo mais exótico por exemplo,. A cidade abriga muitas tribos: geeks, intelectuais, empresários, indies, pagodeiros, etc.

VOZ 02 – Até mesmo por isso, é comum ouvir diferentes sotaques e maneiras de falar. Parte da população é de fora, então escuta-se pelas ruas sotaques nordestinos, mineiros, do sul e até de cidades do Norte do país. O sotaque local também é variado, depende muito da classe social e até mesmo da região da cidade (norte, sul, leste e oeste) também variam a pronúncia e forma de falar das pessoas.

VOZ 01 – Um das características do sotaque paulistano é o “r” puxado, e a fonética mais felchada, então se na Bahia o rapaz de chama Alexandre, lá eles falam Alêxandre. Talvez você também estranhe que lá eles costumam usar o artigo definido antes do substantivo, então é A Manuela, O Paulo, O Ricardo e por ai vai. Também são comuns expressões como “Porra meu” “então”, “tipo”, “mano”, principalmente entre os jovens.

VOZ 02 - No geral, o paulistano é menos afetivo do que o baiano, mais difícil de se abrir e se relacionar rapidamente. Por isso também as pessoas são mais discretas, no ônibus ou metrô, por exemplo, é comum as pessoas ficarem mais em silêncio, bem diferente do que encontramos em Salvador.

VIOLÊNCIA

VOZ 01 - A violência existe sim e não de pode negar, mas a depender de onde se mora e da vida que se leva é bem tranquilo frequentar a rua de noite, mas é bom estar sempre de olhos abertos.

VOZ 02 - Bem diferente de Salvador, a organização dos bairros classe média, alta e periferias é mais definida. Morando em um bairro como Jardins, por exemplo, você não encontra nem sinal de favelas, mas pode se deparar com moradores de rua. As pessoas têm mais costume de caminhar, de andar nas ruas e calçadas, diferente de Salvador, onde a classe média precisa de carro para ir até a padaria.