PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

LOCUTOR E APRESENTADOR

Nome

Endereço

Telefone

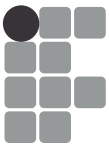
Email

Anotações

LOCUTOR E APRESENTADOR

Welk F. Daniel

Versão 1
Ano 2012



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ
Reitor
Prof. Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação
Silvestre Labiak Junior

Organização
Marcos José Barros
Cristiane Ribeiro da Silva

Projeto Gráfico e Diagramação
Leonardo Bettinelli

Introdução

O locutor e apresentador são profissionais que apresentam grande versatilidade em suas atividades como comunicadores, uma vez que atuam num mercado de trabalho amplo e variado. Sua atuação ocorre em diversas situações e ocasiões, o que o leva a assumir diferentes papéis em estúdios de gravação ou em eventos como Mestre de Cerimônias. Desta forma, é necessário que o locutor e apresentador desenvolvam grande flexibilidade em sua comunicação para acompanhar um mercado diversificado e exigente.

Tradicionalmente, este modelo de comunicador iniciava a sua carreira imitando outros locutores, quase sempre sem receber um treinamento formal em sua capacitação profissional. Hoje em dia, são oferecidos cursos profissionalizantes ou mesmo de formação acadêmica superior, sequenciais ou de graduação plena como Comunicação, Jornalismo, Rádio e TV, que proporcionam ao futuro locutor a oportunidade de conhecer, treinar e ajustar seus recursos comunicativos a outros universos.

Este curso de Locutor e Apresentador, ofertado pelo Pronatec, Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego, não é mais um curso profissionalizante, mas sim uma oportunidade de democratizar e qualificar este agente popular da comunicação, que hora atua em emissoras de rádio ou até mesmo de forma mais pública, apresentando eventos ou cerimônias, das mais simples as mais complexas.

Com a constante expansão de emissoras de rádio educativas, comunitárias ou comerciais, e as inúmeras oportunidades de atuação profissional no mercado virtual com a criação de rádios online ou web rádios, percebe-se que a carências de profissionais habilitados e melhor instruídos na área é cada vez maior.

Sendo assim este material não tem o objetivo de ensinar a arte da locução e apresentação, mas sim de orientar aqueles que já alimentam a simpatia por este magnífico e fascinante mundo da voz, de maneira didática, divertida e profissional.

Anotações

Sumário

VOZ, FALA E DICÇÃO 7
VINHETA 12
LOCUÇÃO E APRESENTAÇÃO NO AR 19
ALGUNS TIPOS DE PROGRAMAS 19
ABERTURA DE UM PROGRAMA 22
A MENSAGEM DA ABERTURA 22
HISTÓRIA DO RÁDIO 25
APRESENTAÇÃO PÚBLICA 26
MESTRE DE CERIMÔNIAS 29
COMUNICADOR EMPREENDEDOR 31
CONCLUSÃO 38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 39

Anotações

VOZ, FALA E DICÇÃO

É importante a preservação da voz para mantê-la sempre apta a ser usada, principalmente para aqueles que a tem como instrumento de trabalho. O uso da voz não está restrita apenas a profissionais da comunicação midiática, mas também a outros profissionais de diversas áreas como:

Profissionais da Arte: cantores (erudito, popular, coral e religioso), atores (teatro, circo e televisão) e dubladores.

Profissionais da Comunicação: locutores e repórteres (televisão e rádio), telefonistas.

Profissionais de Marketing: operadores, vendedores, leiloeiros, camelôs, políticos.

Profissionais de Setores da Indústria e Comércio: diretores, gerentes, encarregados de seção, supervisores.

Profissionais do Judiciário: advogados, promotores e juízes.

Dicção é a forma correta de se emitirem os fonemas e faz parte da linguística.
Em outras palavras, é como se você fosse alfabetizado utilizando corretamente os órgãos fonadores, como a língua, os lábios, as bochechas, os alvéolos, o palato, as mandíbulas e até os dentes. Por exemplo: se você vai pronunciar um fonema linguodental, como "L", "T", "D" ou "N", você tem que elevar a língua até atrás dos dentes incisivos superiores, encostando a língua no céu da boca para emitir corretamente esses fonemas.
A melhor forma de corrigir possíveis problemas de dicção é através do feedback da sua própria voz. Para obter esse retorno preste atenção em sua própria voz para monitorar sua dicção.

Importante!

Ressalte-se que o fonoaudiólogo é um profissional da voz que também lida com a voz de outros profissionais da voz, portanto é extremamente importante que fundamente seus procedimentos de atuação preventiva, de reabilitação e de aperfeiçoamento (estética vocal) numa filosofia que ele compreenda, aceite e sinta se capaz de transferir às pessoas que o procuram, assim como possuir profundo conhecimento das técnicas vocais.
A Fonoaudiologia é uma ciência que tem como objeto de estudo a comunicação humana em suas manifestações normais e patológicas em qualquer idade. Portanto, para um tratamento eficiente e adequado de problemas crônicos de dicção é importante consultar um Fonoaudiólogo.

Distúrbios da Voz: voz rouca, voz trêmula, falhando e presa, voz fina, voz grave, voz baixa, voz alta.

Problemas da Fala: atraso de linguagem da criança, baixa auditiva, má dicção, fala acelerada e fala lenta, perda da fala, gagueira.

Dificuldades de Comunicação: timidez , inibição, fobia social, dislexia, disgrafia.

Um bom exercício para se corrigir a troca de letras na sua dicção é fazer uma gravação de um pequeno texto em qualquer equipamento como um gravador portátil ou até mesmo um celular com recurso de gravação e detectar suas falhas de dicção.

Exercícios

Leia com atenção as seguintes frases, em voz alta, e se possível grave estes textos:

- À boca do beco, na bica do belo, um bravo cadelo, berrava bau-bau.
- O rato roeu a rolha da garrafa do Rei e da Rainha da Rússia.
- Um Tigre, dois Tigres, três Tigres.
- Se o Arcebispo de Constantinopla quisesse desconstantinopolizar, só se desconstantinopolizaria se Constantinopla se desconstantinopolizasse.
- Em cima da sebe densa, papa a Pêga a fava seca. Porque papa a Pêga a fava e não papa a fava a Pêga?
- Debaixo da Pipa está uma Pita. A Pipa pinga e a Pita pia. Pia a Pita pinga a pipa. Pinga a Pipa pia a Pita.
- Achei um ninho de Mafalagrifa com cinco Mafalagrifofinhos. Quando a Mafalagrifa veio já os cinco Mafalagrifofinhos tinham feito uma Mafalagrifofada.
- Uma goiaba verdolenga quem desverdolengá-la um bom desverdolengador será.
- Sofia você sabia que o sábio não sabia que a sabiá não sabia que o saibá sabia a assobiar?
- Sou um original que não se deseroginalisará, nem quando todos os originais estiverem desoriginalizados.
- Sabendo o que sei e sabendo o que sabes e o que não sabes e o que não sabemos ambos, saberemos se somos sábios ou simplesmente sabedores.
- Debaixo daquela pipa tem um pinto, pia o pinto, pinga a pipa, a pipa pinga, o pinto pia.
- Um tigre, dois tigres, três tigres, tire o trigo dos três tigres.
- O menino deu trigo ao tigre, e tigre comeu todo o trigo. Trazei três pratos de trigo para três tigres.
- Um ninho de mafagafo com cinco mafagafinhos quem desmafagar o ninho do mafagafo, bom

desmafagafador será.

- O desinquivincavacador das caravelarias desinquinvacavaria as cavidades que deveriam ser desinquincavacadas.
- Três pratos de trigo para três tigres tristes.

Trava-línguas para exercitar a fala:

- Não confunda ornitorrinco com otorrinolaringologista, ornitorrinco com ornitologista, ornitologista com otorrinolaringologista, porque ornitorrinco é ornitorrinco, ornitologista é ornitologista e otorrinoralingologista é otorrinolaringologista.
- Perlustrando patética petição produzida pela postulantes, prevemos possibilidade para prevencê-la, porquanto parecem pressupostos primários permissíveis para propugnar pelo presente pleito, pois prejulgamos pugna pretária perfeitíssima.

Se liga !!!

- Dê à sua fala início, meio e fim.
- Fale com emoção demonstre interesse e envolvimento pelo assunto
- Seja você mesmo, Nenhuma técnica é mais importante que a sua naturalidade.
- Pronuncie bem as palavras - sem exagero.
- Fale com boa intensidade - nem alto nem baixo demais - sempre de acordo com o ambiente.
- Fale com boa velocidade - nem rápido nem lento demais.
- Fale com bom ritmo, alternando a altura e a velocidade da fala para manter aceso o interesse dos ouvintes.
-Tenha um vocabulário adequado ao público.
- Cuide da gramática, pois um erro nessa área poderá comprometer a apresentação.
- Tenha postura física correta.

Higiene Vocal

É muito importante a preservação da voz para mantê-la sempre apta a ser usada, principalmente para aqueles que a tem como instrumento de trabalho.

Cuidados com a sua voz

1. Evite gritar ou falar alto em ambientes ruidosos.
2. Não é recomendável ingerir líquidos ou alimentos muito gelados, principalmente em dias quentes.
3. Fumar é altamente nocivo à saúde do sistema respiratório, principalmente às pregas vocais.
4. Pigarrear e sussurrar são hábitos aparentemente inofensivos que podem trazer grandes prejuízos à voz.
5. Falar durante exercícios físicos de impacto, como vôlei e tênis, podem prejudicar as cordas vocais.
6. O consumo excessivo de bebidas alcoólicas também é nocivo, porque propicia um efeito analgésico na laringe, causando abusos do aparelho vocal.
7. É importante beber bastante água e manter uma alimentação leve, sem exagerar no consumo de alimentos gordurosos ou muito condimentados.
8. Chupar balas ou pastilhas para aliviar dores na garganta traz efeito anestésico, levando também a abusos vocais.
9. O uso excessivo de ar condicionado pode traz problemas ao resfriar e reduzir a umidade do ar, provocando o ressecamento das cordas vocais.
10. Um otorrinolaringologista deve ser procurado a qualquer sinal de problemas como dores na garganta, rouquidão, cansaço ao falar, tosse, pigarro ou dificuldade para engolir, que irá orientar sobre os cuidados que devem ser tomados.

Fonte: <http://www.ablv.com.br>

Exercícios

Alongamentos

- Com ombros relaxados, e braços soltos ao longo do corpo, deixar a cabeça pender para o lado direito (ouvido no ombro), por 20 segundos, para o lado direito por mais 20 segundos, para frente por 20 segundos e por último para trás (boca aberta e pensar em apontar o queixo

para o alto, sem esmagar a nuca).

- Circular de ombros: com movimentos primeiro o direito cinco voltas para trás, e cinco volta para frente. Com o ombro esquerdo a mesma movimentação. Circular os ombros juntos para trás devagar, respirando três vezes e para frente três vezes.
- Espreguiçar com os pés bem firmes no chão, os braços empurrando o centro com as costas arqueadas e cabeça relaxada. Depois erguer os braços e espreguiçar respirando fundo e relaxar (pode espreguiçar fazendo som).

Respiração

- Soltar o ar e inspirar tranquilament 3x.
- Apneia: inspirar em 4 tempos, reter o ar em 4 tempos, soltar em 4 tempos e contar sem ar 4 tempos. Repetir a sequência 5x.
- Controle de saída de ar: inspirar normal, 1x só e sempre a mesma quantidade de ar: soltar em 3x iguais, depois em 5x, 7x e 9x (o importante é inspirar sempre a mesma quantidade de ar independente da quantas vezes está dividida a expiração)
- Controle de entrada de ar: inspirar dividindo a inspiração em 3 entradas diferentes. Soltar em s, x, f. A quantidade máxima de ar tem que ser a mesma do exercício anterior (ficar atento para não deixar a respiração subir para o ombro).

Reverberação

- Inspirar tranquilo e soltar o ar em z, g, v.
- M boca fechada: movimentos de mastigação com a boca fechada e com o som de M. focar bem nos lábios (pode e deve coçar a boca)
- BR: movimento dos lábios de BR sonoro. Oscilar 3x no tom grave, 3x no tom da fala, e 3x no agudo (o grave e o agudo devem ser os que se fala e não sons forçados).
- Ascendente: ainda em BR do grave para o agudo direto e em uma respiração.
- Descendente: ainda em BR do agudo para o grave.

Articulação

- Circular de língua: língua dentro da boca, lábios fechados, passar a língua da direita para a esquerda por dentro dos lábios à frente dos dentes. 5x para cada lado.
- Bochechão: língua dentro da boca, empurrar as bochechas tentando não mover o maxilar. 10x para cada lado.
- TR: língua no céu da boca virar em tom de fala.
- Palavras: repetir rapidamente e bem articulado.
-

TRaTLa TReTLe TRiTLi TRoTLo TRuTLU

- A mesma variação de vogais (A, E, I, O, U) com as ordens:

BR- BL // PR-PL // DR- DL // VR-VL // ZR-ZL

Fonte: <http://www.grupolevanta.com.br>

Conceitos de sonoplastia para produção de uma vinheta:

Trilha Musical**: é sensorial. Contribui para a emoção.**

Ex**: em um filme quando um casal se beija, é inserida uma música.**

Efeitos sonoros**: proporcionam ambientação e assimilação de objetos e locais - sensações - ambientação.**

Ex**: som de ondas remete a tranqüilidade e praia.**

Silêncio**: tem significado forte. Causa expectativa e destaca sons que provém.**

Ex**: filmes de terror, suspense e aventura o utilizam para proporcionar expectativa e susto.**

Uma vinheta é uma mensagem simples e de curta duração, a fim de ser lembrada com facilidade.

VINHETA

A vinheta tem várias funções e recebe denominação própria:

- vinheta de abertura e de encerramento;
- vinheta de identidade;
- vinheta de chamada;
- vinheta de passagem.

Uma definição aceitável de vinheta pode ser: peça de curta metragem, constituída de algum tipo de signo ou representação, composta de elementos sonoros e mensagem de expressão verbal, usada com fim informativo, decorativo, ilustrativo, de remate, de chamada, de passagem, de identificação institucional e de organização do espaço televisivo, etc.

As vinhetas aparecem nos espaços interprogramas e *breaks*, na abertura e no encerramento de produção e das seções, muitas vezes fazendo parte da própria produção dos programas.

Vinheta é geralmente uma peça de áudio ou vídeo utilizada por emissoras de rádio ou TV para identificação da marca, canal, frequência. Pode ser falada ou cantada.

Um exemplo prático e eficiente de vinheta são as peças institucionais que marcam épocas ou até mesmo gerações.

"Um Novo Tempo" - Tema de fim de ano da Globo
Hoje é um novo dia
De um novo tempo que começou
Nesses novos dias
As alegrias serão de todos
É só querer
Todos os nossos sonhos
Serão verdade
O futuro já começou
Hoje a festa é sua
Hoje a festa é nossa
É de quem quiser, quem vier
A festa é sua
Hoje a festa é nossa
É de quem quiser...

Este formato de produção é uma mensagem **publicitária musicada** e elaborada com um refrão simples e de curta duração, a fim de ser lembrado com facilidade. É uma música feita exclusivamente para um produto ou empresa.

Como produzir uma vinheta?

Para conseguir passar uma mensagem que em 30 segundos gere algum resultado social, é preciso muita preparação. O jeito de criar a vinheta depende da criatividade, mas antes é preciso lembrar que a linguagem do rádio é rápida e objetiva.

Com a Vinheta, esse conceito deve ser seguido à risca porque temos apenas 30 segundos.

Conteúdo

Quando nos comunicamos com o nosso professor, não usamos as mesmas palavras, nem o mesmo tom que usamos quando estamos entre amigos. Com a vinheta é a mesma coisa.

Para uma vinheta ser interessante, ela tem que se destinar a um grupo de pessoas específico, o que chamamos de público. Este público tem algumas características específicas como idade, por exemplo. É diferente falar com um senhor de idade e com uma criança de 5 anos.

Preparação e Gravação

Escolha, na equipe, quem será ou quem serão os locutores da mensagem. Treinem a locução e se a vinheta dura até 30s.

Vejam se a cadência da fala, ou seja, a velocidade com que o locutor narra a vinheta e as pausas entre as palavras, deixa a vinheta fácil e agradável de ouvir (uma pessoa que tem de se esforçar para entender, não prestará atenção no que ouve).

Após ajustar este ritmo, é hora de escolher a trilha sonora. Pensem em músicas de fundo e sons que possam ter a ver com a vinheta, por exemplo, som de ambulância, de coração batendo, uma música mais calma, mais agitada. É importante destacar que a música não é um adereço qualquer, ela faz parte da linguagem da vinheta e se integra à narração.

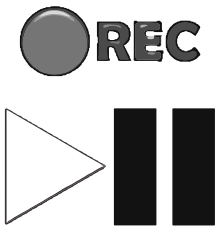
Não esqueçam do ensaio. Ensaiar várias vezes é importante porque traz segurança e ajuda a ver o que pode ser melhorado.

Se Liga !!!

Vinhetas de utilidade pública: tudo que é de utilidade pública tem como finalidade informar a população sobre temas que interessam a ela. É o caso de todas as informações sobre saúde.
A vantagem de usar a vinheta como meio para informar as pessoas é que podemos usar a criatividade e atingir um grande número de pessoas, que são ouvintes da rádio onde a vinheta é tocada.

Vamos Produzir uma Vinheta ?

Recursos Técnicos Necessários



Para a produção de uma boa vinheta não é necessário um equipamento *top* de linha, pois os equipamentos básicos de hoje já oferecem condições de se iniciar produção que possam atender as suas necessidades e as necessidades do seu possível cliente.

Configurações mínimas para fazer a locução de uma vinheta:

Computador: Atualmente para se obter um bom desempenho e resultado em gravação de áudio, sugere se um Pentium Core 2 DUO, com 4 GB de ram e HD de 1 Terabyte para se ter um bom espaço de armazenamento de dados, considerando que arquivos de áudio são pesados e ocupam um espaço razoável e ainda uma boa placa de áudio.

Microfone para vocais: tenha preferência pelos profissionais, assim você não perderá qualidade com ruídos de sopro da voz, não comprometendo a qualidade de sua locução. Para gravar os vocais será necessário um microfone cuja resposta seja adequada à captação de voz. Em estúdios, geralmente são usados microfones do tipo condenser, que têm uma ótima sensibilidade e uma resposta adequada à faixa de freqüências da voz e um pedestal de microfone.

Monitoração: para que você possa ouvir com fidelidade o material que está sendo gravado,

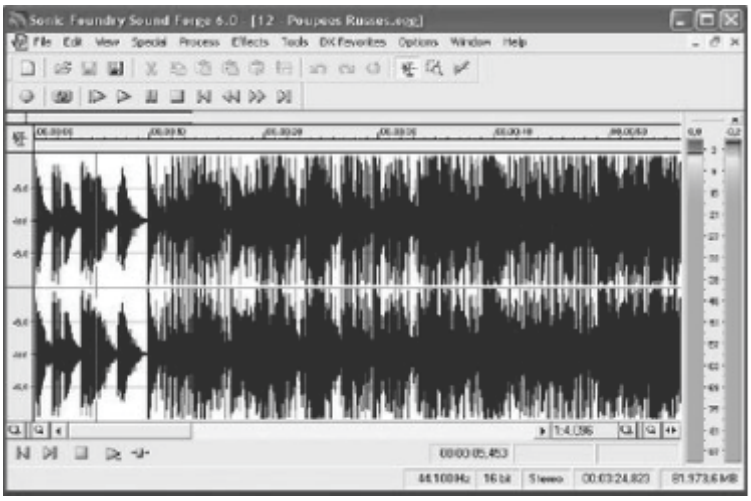
processado e mixado, se utilize de caixas de som amplificadas ou aparelhos de som que possuam entrada auxiliar.

Softwares: certifique-se de que os que você vai usar em seu computador são realmente compatíveis com seu sistema operacional como Windows ME ou 2000 e Windows XP.

Os softwares sugeridos para uma gravação e edição de qualidade são:

Sound Forge: que permite gravar em stéreo e efetuar diversos tipos de edição, inclusive redução de ruído e chiados.

Cakewalk SONAR: que permite gravar múltiplas trilhas de MIDI e áudio ou ainda o Vegas Pro da Sony que permite a aplicação de uma série de efeitos especiais de áudio.



1º Passo: monte uma equipe de produção e faça uma reunião de pauta em torno do que se pretende criar, sua finalidade e seu possível efeito.

2º Passo: elabore alguns textos com várias possibilidades de interpretação e diversifique os gêneros como humor e suspense.

3º Passo: escolha alguns fundos musicais e efeitos sonoros para inserir na sua vinheta não esquecendo de compatibilizar texto com tipo musical.

4º Passo: grave os textos, compare os entre si e com outras vinhetas já gravadas anteriormente para analisar e ter um ponto de partida.

5º Passo: grave o mesmo texto em vários tipos de tons e ritmos, alguns mais lentos e outros mais rápidos para analisar a compatibilidade com a trilha sonora

É importante para se ter um desempenho de processamento rápido e não ficar defasado tão rápido no decorrer dos anos, sendo obrigado a trocar rapidamente de máquina ou ficar utilizando softwares antigos.

Dica: Se você quer entrar no mundo da gravação de áudio e não tem dinheiro, pode comprar um Pentium 4 usado, com 2 GB de ram e HD de 500GB mais ou menos. Com essa máquina garanto que é possível trabalhar sem problemas com a maioria dos softwares mais modernos do mercado.

Se liga !!!

Jingle é uma mensagem publicitária musicada e elaborada com um refrão simples e de curta duração, a fim de ser lembrado com facilidade. É uma música feita exclusivamente para um produto ou empresa.

O locutor, ao abrir o microfone, já deve ter sua idéia concatenada, ou seja, sua idéia já deve estar construída na mente, com começo, meio e fim. Leia várias vezes os textos a serem apresentados ou gravados, jamais interprete um texto sem lê-lo bem. Nunca grave um texto de sugestão em alto astral com trilhas lentas ou monótonas ou textos de leitura lenta com ritmos frenéticos e rápidos.

Como fazer ?

Primeiro você precisa definir o *briefing* do produto (público-alvo e características gerais) - a partir daí fica mais fácil conceituar a mensagem. Faça uma letra simples, porém de fácil assimilação, pois os *jingles* não devem ser extensos, mas devem usar uma linguagem persuasiva. Quer um exemplo simples e fantástico: lembra-se da musiquinha Pipoca com Guaraná? uma idéia simples (pipoca e guaraná) porém genial. A simplicidade e a inteligência definem o sucesso de um *jingle*. Depois que vocês desenvolverem a letra, podem até arriscar a melodia se tiver algum músico no grupo e daí é só emplacar o projeto. Um bom *jingle* deve se fixar na memória através de características agradáveis de serem lembradas como uma boa música, palavras simples e divertidas que te fazem lembrar a marca.

Um *jingle* é um *slogan* memorável, feito com uma melodia cativante, transmitido em rádio e, algumas vezes, em comerciais de televisão. Um *jingle* eficiente é feito para "prender" na memória das pessoas. Por isso é tão comum que as pessoas lembrem de *jingles* que não são mais transmitidos há décadas. Hoje em dia, com o custo crescente das licenças de músicas já existentes, diversas empresas redescobrem o *jingle* feito especialmente para o produto como uma forma mais barata de produzir seus comerciais.exemplo: músicas para políticos, festas, datas comemorativas, supermercados, lojas *shopping centers*.

No Brasil, existem muitos estúdios que se dedicam a essa atividade. A construção de um *jingle* tem seu início na venda. Em reunião, a agência de propaganda coleta o máximo de informações a respeito do produto e encaminha um *briefing* ao responsável pela criação. Uma vez criado, o mesmo retorna ao cliente para apreciação e efetiva aprovação. Uma vez aprovado, dá-se início à produção com a escolha do arranjador, cantores e instrumentistas. Atualmente, o Brasil destaca-se pela criação de *jingles*.

Jingles devem ser grudentos e por isso devem ter uma rimazinha legal, alem do mais tem que citar o nome da marca.

Selecione verbos de ação, substantivos claros e adjetivos que se destacam. Evite usar muitas palavras tediosas. Por exemplo, um “carro bom, rápido”, se torna um “passeio veloz e tranqüilo”.

Utilize um jogo de palavras para ajudar o consumidor a se lembrar do produto.

Os trocadilhos fazem uso de homônimos, homófonos e homógrafos: duas palavras pronunciadas ou escritas da mesma forma, mas com significados diferentes.

Rimar o nome e o produto ou o nome e uma característica. Ou fazer do seu jingle uma frase rimada.

Esse formato de peça não deve ser confundido com o *jingle*, que utiliza principalmente a música como recurso para a fácil memorização da mensagem pelo público alvo (ou *target*) a ser transmitida.

O *spot*, também conhecido como anúncio radiofônico ou comercial de rádio, nada mais é do que uma mensagem publicitária sonorizada com a ajuda dos quatro elementos da linguagem radiofônica: a voz, a música, o efeito sonoro e, eventualmente, o silêncio.

Spot é um fonograma (forma de comunicação em sons) utilizado como peça publicitária em rádio, tv ou outros tipos de atividades em que se aplica programação sonora musical, institucional e outros. Feita por uma locução simples ou mista (duas ou mais vozes). Com ou sem efeitos sonoros e música de fundo. O _Spot_ é geralmente utilizado na publicidade quando há muita coisa a ser transmitida em uma só mensagem de forma rápida e impactante.

Se liga !!!

Por se tratar de uma produção sonora (não envolve imagem, câmeras, gráficas, etc.), a produção do _spot_ é geralmente simples, rápida e de baixo custo. Faça a experiência de ouvir alguns _spots_ em sua emissora preferida e observar os recursos utilizados na produção como ritmo da voz, tipo de música e nível de convencimento da mensagem.

LOCUÇÃO E APRESENTAÇÃO NO AR

Ser eficaz, quando se trata de uma peça para o rádio, significa alcançar o seu objetivo enquanto veículo da mensagem de uma empresa para o seu público: comunicar claramente e estimular atitudes. A maioria dos spots (ou comerciais de rádio) não explora a principal ferramenta utilizada por esta mídia essencialmente sonora, para seduzir o ouvinte e conduzi-lo no processo de decisão seja de compra ou de qualquer outro objetivo do *spot*: a IMAGINAÇÃO. Ainda que o rádio seja um meio de comunicação com grande penetração na maioria dos segmentos de audiência e possua características capazes de envolver e seduzir os consumidores, pouca atenção é dada ao fato de que o rádio é um meio para ser ouvido e não para ser visto. Para que o rádio cumpra o seu papel diante de investidores e patrocinadores, é fundamental que a comunicação sonora seja compreendida, assimilada e memorizada pelo ouvinte. E isso só se conquista quando a sua linguagem recebe atenção adequada.

ALGUNS TIPOS DE PROGRAMAS

Serviço – Ofertas de emprego, festas de aniversário de gente da comunidade, reuniões de moradores, encontros, etc. As notas de serviço podem ser encaixadas durante a programação da rádio a qualquer hora do dia. São elas que fazem a integração da rádio comunitária com a comunidade.

Jornal – Noticiários curtos ou de maior densidade.

Debates – É o momento em que os temas que interessem à comunidade podem ser aprofundados.

Entrevistas – Os programas de entrevista podem ser feitos com autoridades locais ou gente do povo. A escolha deve ser feita sempre baseada no interesse da comunidade.

Esportes – Programa que estimule a prática esportiva na comunidade, a prática de esporte faz bem ao corpo, à saúde e à mente. Procure dar visibilidade a todos os esportes e não só ao futebol, como geralmente acontece nos meios de comunicação.

Musical – Os programas musicais devem promover o bom gosto, a arte e a cultura na comunidade. Devem valorizar o artista local (cuidado com o artista local que reproduz o mau gosto). O produtor de um programa de música deve estudar, pesquisar, conhecer o tema. Se ele conhece, pode fazer um programa de qualidade sem precisar reproduzir o que está na moda.

Revista – É o programa de variedades: tem de tudo um pouco. Música, debates, entrevistas, reportagens, entre outros.

COMUNICAÇÃO PERSONALIZADA

Ouvintes - Qual é o seu público? É gente rica ou pobre? Homens ou mulheres? Em que trabalham?

Não esqueça: o ouvinte escuta o que lhe interessa.

Linguagem - O povo brasileiro é um povo de várias línguas e muitos sotaques. O jeito de cada um se exprimir é o jeito da pessoa se comunicar. Não imite o sotaque de outras regiões para se mostrar avançado ou versátil. Fale como sua gente, a gente da comunidade. Use o bom humor.

A linguagem é um conjunto de códigos para estabelecer um processo de comunicação. A linguagem radiofônica utiliza a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, que podem ser utilizados de forma isolada (um por vez) ou conjuntamente. Através da audição, o rádio desperta outros sentidos.

O rádio mudou muito desde o seu nascimento e hoje utiliza uma linguagem mais próxima do dia-a-dia das pessoas. No entanto, deve ser evitada a utilização de gírias e/ou vocabulários de grupos específicos (termos médicos, acadêmicos ou científicos) que fujam da compreensão de todos.

Identifique na região artistas, músicos e compositores. Toque as músicas de gente da região, da sua cidade, do seu estado, do Brasil. Toque música de qualidade. Ela tem que estar ligada à cultura da região, aí incluindo o folclore e artistas locais. É seu dever divulgar a cultura local.

Leitura de texto
Quando ler um texto, não apenas leia, mas faça com que ele ganhe vida, dê energia ás palavras escritas. Um texto lido fica chato, sem graça, monótono e artificial.

Simplicidade – Traduza o difícil. Sempre que usar siglas explique-as. Exemplo: “ECA, que

significa Estatuto da Criança e do Adolescente".

Naturalidade – Não use voz empostada, seja você mesma (o).

Cumplicidade/intimidade – Fale como se estivesse conversando diretamente com as pessoas: "Você que está me ouvindo", "Você que está trabalhando agora"...

Ritmo – Evite espaços em branco. Se as palavras acabarem, coloque música, uma vinheta, uma campanha... (o silêncio só cabe se for proposital, como um recurso para um tema que está sendo abordado).

Naturalidade – No rádio a gente tem que falar como a gente fala normalmente. Assim, as pessoas entendem melhor o que se fala.

Repetição – Como a gente não pode voltar o que foi falado no rádio, sempre é bom repetir aquilo que se acha que é mais importante. Pode ser repetido na hora, pode ser repetido algum tempo depois do programa.

Concisão – Para o ouvinte entender melhor o que se fala no rádio, a linguagem deve ser direta, com frases curtas e sem muito floreio. Ir direto ao assunto.

Ênfase – A entonação é muito importante na locução do rádio. As coisas mais importantes devem ser faladas de forma pausada, para serem melhor entendidas. Assim como a voz pode subir de volume.

Se Liga !!!

Os sentimentos não devem ser escondidos no rádio. A locução pode transparecer raiva, ironia, amor, solidariedade. Os sentimentos fazem parte da vida.

Agenda do locutor

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

O rádio é um meio de comunicação puramente auditivo. É o que chamamos de meio cego. No entanto o rádio possui o poder de incitar a imaginação, de tal forma que, logo que o ouvinte ouve a voz do locutor, forma em sua mente a imagem de quem está falando.

Na TV, as imagens que vemos estão confinadas nas polegadas de sua tela. No rádio, as imagens que são criadas pela imaginação do ouvinte não tem limites. Suas dimensões, cores, sabores, aparências, dependem da imaginação de cada ouvinte, e do poder interpretativo do locutor.

A grande diferença entre as imagens criadas pelo rádio, e as imagens exibidas na TV, é que o telespectador assiste as imagens que saem da televisão. No rádio as imagens brotam de dentro do ouvinte.

ABERTURA DE UM PROGRAMA

Começar bem o dia, levantar com o pé direito, chegar um bom programa de rádio e causar uma boa impressão logo de cara. Tudo o que construímos, tudo o que realizamos com sucesso, tudo de melhor que conquistamos, depende essencialmente de um bom começo, de uma boa base. Para que um bom orador realize com êxito seu discurso, ele terá que caprichar na introdução. O teor das primeiras palavras e de vital importância para ganhar a atenção do público logo de início. Caprichar na abertura do programa, é regra entre os bons locutores e é fator primordial para ganhar a audiência logo de começo. Realizar com sucesso a abertura de um programa proporcionará ao locutor um estado de satisfação, gerando tranquilidade e segurança, durante todo o decorrer do programa.

A MENSAGEM DA ABERTURA

O que dizer na abertura do programa ?

Somente o necessário, mas o suficiente para transmitir sua mensagem, realizando uma boa comunicação e com isso uma perfeita abertura.

Grave uma abertura com a seguinte estrutura:

- Saudação incluindo a hora e data;
- Nome da rádio e a sintonia;
- Nome do programa, conteúdo do programa;
- Seu nome (locutor);

- Convite a participar por telefone ou email, etc;
- Anuncia a primeira música.

Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é, sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público, não só no Brasil como em todo o mundo, constituindo-se, muitas vezes, como o único a levar a informação para populações de vastas regiões que não tem acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais. Dos meios de comunicação de massa, o rádio é o mais privilegiado, por suas características intrínsecas. Entre elas, podemos destacar:

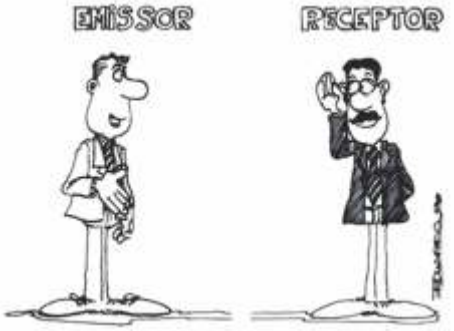
Linguagem oral: o rádio fala e, para receber a mensagem, é apenas necessário ouvir. Portanto, o rádio leva uma vantagem sobre os veículos impressos, pois, para receber as informações, não é preciso que o ouvinte seja alfabetizado. Em consequência disso, a média do nível cultural do público ouvinte é mais baixa do que a do público leitor, uma vez que, entre o público do rádio, pode estar incluída a faixa da população analfabeta, que no caso dos impressos é eliminada.

Penetração: em termos geográficos, o radio é o mais abrangente dos meios, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance nacional. Ao mesmo tempo, pode estar presente nele o regionalismo, pois, tendo menor complexidade tecnológica, permite e existência de emissoras locais, que poderão emitir mensagens mais próximas ao como de experiência do ouvinte.

Mobilidade: sob o ponto de vista do emissor (A) e o receptor (B):

A) Emissor: sendo menos complexo tecnicamente do que a televisão, o rádio pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos e transmitir as informações mais rapidamente do que a televisão. Com relação aos veículos impressos, o rádio leva vantagens muito grandes. Suas mensagens não requerem preparo anterior, podendo ser elaborado enquanto estão sendo transmitidas, além de eliminar o aspecto crucial da distribuição: quem estiver ouvindo rádio, estará apto a receber a informação. Com a utilização das unidades móveis de transmissão, as emissoras praticamente se deslocam, podendo transmitir de qualquer lugar dentro de seu raio de ação.

B) Receptor: o ouvinte de rádio está livre de fios e tomadas e não precisa ficar em casa, ao lado do aparelho. O rádio hoje está em todo lugar: na sala, na cozinha, no banheiro, no quarto, no carro, no celular e no computador seja notebook ou tablet.



Segundo Abraham Moles, existem quatro tipos clássicos de recepção das mensagens radiofônicas:

- Ambiental: quando o ouvinte deseja que o rádio lhe proporcione um "pano de fundo", seja através de música ou de palavras.
  Dê exemplo: _____
  _____
  _____
  _____
  _____
  _____
  _____
  _____
- Companhia: o ouvinte presta atenção marginal interrompida pelo desenvolvimento de alguma atividade paralela.
  Dê exemplo: _____
  _____
  _____
  _____
  _____
- Atenção concentrada: supõe que o ouvinte, mesmo exercendo outras atividades paralelas, aumenta o volume do receptor, concentrando a atenção na mesma que lhe interessa.
  Dê exemplo: _____
  _____
  _____
  _____
  _____
- Seleção intencional: é a seleção de um programa concreto por parte do ouvinte; Portanto, de acordo com a audição exercida pelo ouvinte, a mensagem vai surtir diferentes efeitos.
  Dê exemplo: _____
  _____
  _____
  _____
  _____

HISTÓRIA DO RÁDIO

O Rádio no Brasil

O Rio de Janeiro é considerada a primeira cidade brasileira a instalar uma emissora de rádio. Antes disso, porém, experiências já eram feitas por alguns amadores, existindo documentos que provam que o rádio, no Brasil, nasceu em Recife, no dia 6 de abril de 1919, quando, com um transmissor importado da França, foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, que depois associou a Augusto pereira e João Cardoso Ayres.

Oficialmente o rádio é inaugurado em 7 de setembro de 1922, como parte das comemorações do Centenário da Independência, quando, através de 80 receptores especialmente importados para a ocasião, alguns componentes da sociedade carioca puderam ouvir em casa o discurso do Presidente Epitácio Pessoa. A Westinghouse havia instalado uma emissora, cujo transmissor, de 500 watts, estava localizado no alto do Corcovado.

Edgar Roquete Pinto

Durante alguns dias, após a inauguração, foram transmitidas óperas diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. A demonstração pública causou impacto, mas as transmissões foram encerradas por falta de um projeto que lhes desse continuidade.

Definitivamente, podemos considerar 20 de abril de 1923 como a data de instalação da radiodifusão no Brasil. É quando começa a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Hery Morize, impondo à emissora um cunho nitidamente educativo.

Diversidades do Rádio

- Mobilizador.
- Uso de estímulos sonoros permanentes.
- Caráter de urgência.

- Muito serviço e esporte.
- Proximidade da comunidade.
- Elenco diversificado.
- Humor e descontração.
- Personaliza os ouvintes.
- Estimula o sentimento de solidariedade.
- Proximidade da cultura popular e de base.

APRESENTAÇÃO PÚBLICA

Muitos oradores não olham ou olham pouco para a platéia durante a leitura. Alguns não tiram os olhos do discurso, dando a impressão de que conversam com o papel, e não com o auditório; outros olham tão rapidamente que parecem apenas querer certificar-se de que as pessoas ainda estão lá. Você não precisa nem deve olhar para os ouvintes a cada palavra, mas deve ter comunicação visual com eles durante as pausas mais prolongadas e no final das frases. Procure olhar para o auditório ao dizer as duas três ultimas palavras de cada frase ou as que precedem as pausas mais expressivas. Com a prática, você se acostumará a fazer em silêncio uma rápida leitura delas, a aguardá-las na memória e pronunciá-las quando já estiver olhando para o público, com a cabeça levantada.

Se você posicionar o papel na parte superior do peito, será mais fácil manter contato visual com os ouvintes, pois bastará que levante os olhos, e o público estará à sua frente. Se o papel for colocado mais em baixo ou em uma bancada, o tempo e o esforço para olhar serão maiores. No caso de ter que afastar o papel para conseguir ver melhor o texto, prefira levá-lo para frente do corpo, não para baixo, permitindo que a distância entre os olhos e o público continue reduzida. Para não se perder enquanto olha a platéia habitue-se a marcar a linha de leitura, usando o dedo polegar. Dessa forma, quando retornar ao texto para sequência da leitura, saberá exatamente onde a interrompeu.

Se liga!!!

Para mudar a posição do dedo polegar de uma linha para outra, segure o papel com as duas mãos. Quanto mais os olhos se desprendem do texto e se dirigem ao público, mais eficiente será a comunicação. A experiência demonstra que a leitura de um texto com duração aproximada de quinze minutos só permitirá um bom contato visual com os ouvintes se, antes, o discurso for lido por várias vezes.

Postura para ler

Quanto á postura para se ler bem em público, devemos considerar:

- como segurar um papel para falar em pé;
- como segurar um papel para falar sentado;
- como segurar um papel para falar na tribuna;
- como ler diante do microfone;
- como ler com o microfone sem pedestal;
- a gesticulação na leitura.

Como segurar um papel para falar em pé

Segure o papel de forma correta, posicionando o discurso na parte superior do peito. Se puser o papel muito abaixo, estará dificultando a leitura e poderá prejudicar a comunicação visual com o público. Se colocar muito alto poderá esconder o rosto e a comunicação do semblante.

A melhor altura para o papel é mesmo a parte superior do peito; além de ser mais elegante, facilita, conforme já vimos, o contato visual, pois basta levantar os olhos para que se veja o público.

Como segurar um papel para falar sentado

Se você estiver lendo sentado atrás de uma mesa, levante um pouco a parte superior do papel para facilitar a leitura, pois as folhas, colocadas inteiramente sobre ela, podem impedir a perfeita visão do texto.

Dificilmente você terá a oportunidade para ler sentado, sem mesa à frente, mas, se isso ocorrer, segure o papel da mesma forma como se estivesse em pé.

Como segurar um papel para falar na tribuna

Quando ler utilizando uma tribuna, não coloque as folhas já lidas embaixo das outras; deslize-as suavemente para o lado, de forma que o auditório nem perceba tal procedimento.

Como ler diante do microfone

Para ler diante de um microfone posto em um pedestal, posicione a folha na parte superior do peito, conforme já foi orientado; deixe o microfone um pouco abaixo do queixo (um a dois centímetros); com uma das mãos, segure a folha próximo da extremidade superior e, com a outra, próximo da base do papel. Observe que é "próximo" das extremidades, e não exatamente nelas.

Não abrace o pedestal para segurar o discurso, porque, além de ser uma atitude inadequada, poderá prejudicar sua leitura.

Como ler com o microfone sem pedestal

Evite segurar o microfone quando tiver de ler. É desconfortável e dificultara a leitura, principalmente quando for preciso mudar a folha.

Se o microfone não possuir pedestal, prefira que alguém, com alguma experiência de falar em público, o segure enquanto você faz a leitura. É importante que essa pessoa tenha noção da distância que deve mantê-lo da boca, e de onde precisa ficar para que não atrapalhe seu contato com o público.

A gesticulação na leitura

Nas apresentações com discurso lido, os gestos devem ser moderados e feitos, principalmente, para indicar as mensagens mais significativas.

Gestos completos, apontando partes do corpo para indicar ações são desaconselháveis, devendo ser reservados somente para momentos de grande emoção.

Um erro muito comum na maioria dos oradores é o de fazer gesto durante a leitura e voltar com a mão, de maneira precipitada, para a posição de apoio junto ao corpo, ou em busca da folha de papel.

Quando a mão não for utilizada na gesticulação, prefira deixá-la segurando o papel, em vez de mantê-la parada próxima ao corpo, sem atividade.

Evite mudar a mão que segura o papel; se a troca ocorrer uma vez ou duas, não haverá problemas, mas realizá-la com frequência poderá distrair o público e atrapalhar sua concentração.

Uma estratégia que pode causar uma boa impressão é reter na memória a mensagem do encerramento, a última ou duas últimas frases do discurso, e, no momento de concluir, baixar o papel com o braço estendido ao lado do corpo.

Desenvolva:

- Faça uma redação formal com o tema que preferir com cerca de 30 linhas;
- Improvise uma tribuna e um microfone para a leitura do texto;
- Providencie uma pequena platéia para observar sua atividade;
- Se possível, grave em vídeo através de um celular ou câmera fotográfica sua leitura;
- Após a ação reproduza seu vídeo e observe seus pontos positivos e negativos;
- Converse com as pessoas que te observaram e tente extrair opiniões sobre seu desempenho.

MESTRE DE CERIMÔNIAS

Quem é o MC ?

O Mestre de Cerimônias não deve ser confundido com o Chefe do Cerimonial. É frequente este tipo de situação, resultando num acúmulo de funções para este último e comprometendo o sucesso do empreendimento. O Chefe do Cerimonial ou Coordenador de Eventos é responsável pelo planejamento, coordenação e organização do evento, em todas as suas fases, além do protocolo de implantação com as precedências e tratamentos de acordo com a legislação específica, planejando o roteiro da solenidade. O Mestre de Cerimônias que, a partir de um roteiro bem elaborado e monitorado, conduzirá cada fase do evento, anunciando as fases e os ritos que caracterizam as cerimônias.

É necessário ter conhecimento, treinamento e aperfeiçoamento de sua função, necessita saber o que faz, como sair de imprevistos, como se dirigir e conquistar a platéia, sem aparecer. O Mestre de Cerimônias não deve chamar a atenção com improvisos e discursos, deve seguir o roteiro rigorosamente, pois mesmo conduzindo o acontecimento, existem os anfitriões, os convidados especiais, os conferencistas e a platéia. Vaidade, prepotência e arrogância não fazem parte da função do Mestre de Cerimônias. Também humildade excessiva, timidez, medo do público e pânico não devem ser características de MC.

Características do MC

- Para um bom desempenho do Mestre de Cerimônias é necessário uma equipe de apoio eficaz e entrosada para providencias a condução dos participantes em palanques, mesas, assentos e tomar outras providencias e resolver imprevistos.

- Em caso de eventos oficiais, mais uma vez, o papel da equipe de apoio é decisivo para o seu sucesso, pois todas as autoridades presentes devem ser nominadas e para tanto se faz necessário que ocorra um bom monitoramente e da presença de todos no evento.
- É isso que o bom Mestre de Cerimônias precisa ter: determinação e entusiasmo, que convençam a platéia, apresentando aquilo que corresponde às suas expectativas, complementados por clareza e objetividade, utilizando acima de tudo, aquilo que temos de mais forte: o dom da palavra.
- O bom Mestre de Cerimônias não deve subtrair a atenção para si, mas conduzi-la aos outros protagonistas da solenidade. Suas intervenções facilitam o encaminhamento de cada um dos momentos que compõem a ocasião, tal qual um maestro, que conduz e harmoniza a música da orquestra.
- O Mestre de Cerimônias não "passa a palavra". "Passar a palavra" é atribuição exclusiva do Presidente da solenidade e significa, em geral, uma quebra de protocolo.
- O Mestre de Cerimônias "anuncia" a palavra, "convida" para usar a palavra, "chama" ao parlatório, etc. Não é correto o uso do verbo "registrar" para salientar presenças de destaque. Registros são feitos por tabeliães, não por Mestres de Cerimônia. Melhor usar "agradecemos a presença", "destacamos a presença", etc.
- Não se lê as correspondências daqueles que justificaram a ausência. Com raras exceções, somente se anuncia seus nomes e funções, de modo a evitar a monotonia.

Se liga !!!

Fique sempre bem posicionado. Ao falar procure não colocar as mãos nos bolsos, nas costas, cruzar os braços, nem se debruce sobre a mesa, cadeira ou tribuna. Deixe os braços naturalmente ao longo do corpo ou acima da linha da cintura e gesticule com moderação. O excesso de gesticulação é mais prejudicial que a falta. Distribua o peso do corpo sobre as duas pernas, evitando o apoio ora sobre uma perna, ora sobre a outra. Essa atitude torna a postura deselegante. Também não fique se movimentando desordenadamente de um lado para outro e quando estiver parado não abra demasiadamente as pernas. Só se movimente se pretender se aproximar dos ouvintes, ou dar ênfase a determinada informação.

COMUNICADOR EMPREENDEDOR

Características do Empreendedor

O empreendedor tem como características básicas o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscado novos caminhos e novas soluções as necessidades das pessoas. A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades, além da preocupação com a melhoria do produto sempre tendo em vista a satisfação de seus clientes.

- O empreendedor faz o que deve ser feito antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias.
- Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços. Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
- O empreendedor avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente. Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados.
- Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados. O empreendedor encontra maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápido ou mais barato.
- Age de maneira a realizar ações, serviços e produtos que satisfaçam ou excedam padrões de excelência.
- Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo e que atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
- O empreendedor age diante de um obstáculo significativo.
- Age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.
- Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos.

Ser empreendedor

O empreendedor faz um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa.

Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho.

Se esforça para manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade em longo prazo, acima do lucro em curto prazo.

Persuasão e redes de contatos

O empreendedor utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir pessoas. Trabalha com pessoas-chave na posição de agentes para atingir seus objetivos. Age para desenvolver e manter relações comerciais.

O empreendedor busca autonomia em relação a normas e controles de terceiros.

Mantém seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores. Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Descubra se o seu negócio é viável

O estudo de viabilidade ajuda o empreendedor a identificar o melhor momento para começar ou ampliar seu negócio. Abrange etapas como análise de mercado e projeção faturamento, informações que mostrarão para o empresário onde, como, quando e para quem oferecer seus produtos e serviços.

A pesquisa de viabilidade apresenta dados sobre o público-alvo e suas necessidades e sobre os produtos e serviços, os preços, as despesas e as receitas dos concorrentes. Também mostra a projeção dos custos, da receita e do capital de giro. Mensura o montante inicial para o investimento e em quanto tempo o valor será recuperado. Ainda propõe preços para os produtos e serviços, adequados ao mercado e à necessidade financeira da empresa. Para maiores informações sobre empreender um negócio procure um posto de atendimento do SEBRAE, se informe pelo telefone gratuito 0800 570 0800 ou acesse www.sebrae.com.br.

Algumas dicas de como empreender com sua comunicação na campo de trabalho:

- Fazer locução em rádio, webrádio, ou rádio interna de empresas;
- Fazer locução de chamadas para TV;
- Fazer locução de telemensagens ou esperas telefônicas padronizadas ou personalizadas;
- Apresentar shows e eventos;
- Trabalhar como mestre de cerimônias;
- Gravar som volante (também chamado de som de rua e carro de som);
- Fazer locução de vinhetas para rádio, TV, ou DJ;

- Fazer locução de comerciais para produtoras de áudio;
- Fazer locução de ofertas em lojas, magazines, supermercados. Ao vivo ou gravado;
- Dar palestras na área que você tem afinidade para empresas ou escolas; Trabalhar no sistema de som de lojas, supermercados, rodoviárias ou aeroportos;
- Fazer dublagem de filmes, desenhos ou documentários.

Dicas de Empreendedorismo

Se liga !!!

Para prestar esses serviços é necessário muito pouco ou quase nenhum investimento financeiro. Mas, para facilitar e treinar, seria interessante a montagem um pequeno estúdio em sua casa, com um bom computador, mesa de som e microfone. Peça para alguém especializado, instalar no computador os softwares adequados para gravação e o cabos necessários para ligar os equipamentos de áudio. Ajuda também fazer um áudio ou um vídeo e divulgar seu trabalho na internet.

Empreender é ter vontade e oportunidade

- Criar programas para emissoras de rádio;
- Produzir Audiobooks (livro narrado);
- Produzir Podcast (arquivos sonoros para internet);
- Gravar áudios de aberturas para sites ou blogs;
- Desenvolver produtos para deficientes visuais, como“apostilas faladas”.

Firmeza e determinação

Essas são algumas características e talentos fundamentais para um bom empreendedor. É este o espírito que motiva as pessoas a abrir o seu próprio negócio e a realizar coisas novas.

Empreender é identificar oportunidades e desenvolver meios de aproveitá-las, assumindo riscos e desafios.

Acesse outras páginas eletrônicas e aumente seus conhecimentos sobre abertura e legalização de empresas:

- **www.ead.sebrae.com.br** – Neste site é possível matricular-se em nove cursos online e gratuitos sobre gestão do negócio.
- **www.sebrae.com.br/customizado/lei-geral** – Acesse o site e conheça os benefícios que esta lei trouxe para os empreendedores brasileiros.
- **www.respostatecnica.org.br** – Por meio do Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas (SBRT), especialistas respondem gratuitamente dúvidas técnicas.
- **www.bolsa.sebrae.com.br** – Ambiente digital de negócios para as micro e pequenas empresas.

Anotações do Empreendedor

Passo a Passo

- O primeiro passo para alcançar o sucesso é descobrir se você já tem as características do empreendedor.
- O futuro da sua empresa de Locução e Apresentação depende dos cuidados de seu dono.
- A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades, além da preocupação com as necessidades dos clientes e a melhoria dos produtos e serviços.
- O perfil e o talento do futuro empresário da comunicação são fundamentais para o sucesso do negócio.
- Ter um espírito criativo e pesquisador é uma das qualidades fundamentais de um empreendedor.
- Antes de dar entrada na papelada para abrir o negócio, o empreendedor precisa saber se seu negócio é viável. Para isso, deve coletar informações, que darão subsídio à elaboração do plano de negócios, documento que ajuda a tornar a empresa realidade.
- O futuro empresário deve realizar uma pesquisa de mercado, identificando o melhor local para abrir o empreendimento e quem são seus concorrentes, fornecedores e consumidores e quais suas necessidades. O levantamento desses dados é um passo importante, que ajuda a solidificar o projeto.

A etapa de pesquisa ajuda ao empreendedor a conhecer o mercado, planejar bem a empresa, enxergar as oportunidades de negócio, saber quanto deverá dispor para iniciar o projeto e compreender como a economia poderá afetar a iniciativa.

O empreendedor deve construir um plano de negócio, onde organiza as informações coletadas sobre a empresa que deseja montar. O planejamento proporciona uma visão mais clara e consistente sobre o desenvolvimento da empresa em metas alcançáveis. Esses dados devem ser discutidos na consultoria de viabilidade.

No plano de negócio ficam registrados o conceito do negócio, os riscos, os concorrentes, o perfil da clientela, as estratégias de marketing e o plano financeiro que viabilizará a nova empresa. E lembre-se que o plano de negócio não é um documento fechado em uma gaveta, mas um projeto vivo que você deve manter sempre atualizado.

Recapitulando

A última etapa é registrar o negócio. Procure o SEBRAE ou um balcão do empreendedor de sua cidade e se informe sobre os procedimentos necessários para registrar sua empresa de Comunicação.

Dicção é a forma correta de se emitirem os fonemas e faz parte da linguística.

A melhor forma de corrigir possíveis problemas de dicção é através do *feedback* da sua própria voz.

- É importante a preservação da voz para mantê-la sempre apta a ser usada, principalmente para aqueles que a tem como instrumento de trabalho.
- É muito importante a preservação da voz para mantê-la sempre apta a ser usada, principalmente para aqueles que a tem como instrumento de trabalho.
- Vinheta é geralmente uma peça de áudio ou vídeo utilizada por emissoras de rádio ou TV para identificação da marca, canal, frequência. Pode ser falada ou cantada.
- Quando nos comunicamos com o nosso professor, não usamos as mesmas palavras, nem o mesmo tom que usamos quando estamos entre amigos. Com a vinheta é a mesma coisa.
- Para a produção de uma boa vinheta não é necessário uma equipamento top de linha, pois os equipamentos básicos de hoje já oferecem condições de se iniciar produção que possam atender as suas necessidades e as necessidades do seu possível cliente.
- O locutor, ao abrir o microfone, já deve ter sua idéia concatenada, ou seja, sua idéia já deve estar construída na mente, com começo, meio e fim.
- Um *jingle* é um *slogan* memorável, feito com uma melodia cativante, transmitido em rádio e, algumas vezes, em comerciais de televisão.
- *Jingles* devem ser grudentos e por isso devem ter uma rimazinha legal, alem do mais tem que citar o nome da marca.
- *Spot* é um fonograma (forma de comunicação em sons) utilizado como peça publicitária em rádio, tv ou outros tipos de atividades em que se aplica programação sonora musical, institucional e outros.
- Ser eficaz, quando se trata de uma peça para o rádio, significa alcançar o seu objetivo enquanto veículo da mensagem de uma empresa para o seu público: comunicar claramente e estimular atitudes.
- Alguns tipos de programas de rádio: Serviço, Jornal, Debates, Entrevistas Esportes, Musical, Revista.
- A linguagem é um conjunto de códigos para estabelecer um processo de comunicação. A linguagem radiofônica utiliza a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, que podem ser

utilizados de forma isolada (um por vez) ou conjuntamente.

- O rádio é um meio de comunicação puramente auditivo. É o que chamamos de meio cego. No entanto o rádio possui o poder de incitar a imaginação, de tal forma que, logo que o ouvinte ouve a voz do locutor, forma em sua mente a imagem de quem está falando.
- Um bom locutor é acima de tudo um bom comunicador. Comunicar é transmitir mensagens através de diversas linguagens.
- O Rio de Janeiro é considerada a primeira cidade brasileira a instalar uma emissora de rádio. Oficialmente o rádio é inaugurado a 7 de setembro de 1922, como parte das comemorações do Centenário da Independência.
- O Mestre de Cerimônias não deve ser confundido com o Chefe do Cerimonial. É freqüente este tipo de situação, resultando num acúmulo de funções para este último e comprometendo o sucesso do empreendimento.
- Para ser um MC é necessário ter conhecimento, treinamento e aperfeiçoamento de sua função, necessita saber o que se faz, como sair de imprevistos, como se dirigir e conquistar a platéia, sem aparecer.
- O primeiro passo para alcançar o sucesso é descobrir se você já tem as características do empreendedor. O futuro da sua empresa de Locução e Apresentação depende dos cuidados de seu dono.

CONCLUSÃO

Podemos concluir portanto que o material exibido neste volume pode se tornor uma eficiente ferramenta para orientá-lo no momentos incias de sua vocação ou planejamento na área da locução e da apresentação. Evidentemente que tal escolha deve ser motivado por uma aptidão natural e vontade de se utilizar de suas caracteristicas comunicacionais como empreendimento empresarial ou cultural.

A comunicação de massa e para massa pode ser algo rentavel e acima de tudo ter uma expressão social importante na vida do individuo.

Outro aspecto que dever ser utilizado como objeto de reflexão, com este conteúdo elaborado, é o aprimoramento na capacidade que o individuo tem e terá de se comunicar em sociedade. Assim suas funções sociais e profissionais serão ampliadas e melhoradas, idependente de seu grau de relacionamento social.

Evidentemente que uma pessoa que se comunica de forma adequada e oportuna encontra em sua própria voz um instrumento amplificador de suas idéias e pensamentos.

No campo da atuação empreendedora, as instruções aqui contidas devem servir para a busca da autonomia de cada cidadão brasileiro, assim como preconiza os cursos do Pronatec, bem como ampliar as oportunidades educacionais dos trabalhadores por meio do incremento da formação profissional na área da locução e apresentação.

Portanto, é importante o aproveitamento deste processo de democratização do ensino profissionalizante e técnico através do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), que vem para oferecer conteúdo de qualidade em várias áreas de atuação profissional como a Locução e Apresentação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, A. G.; DALLA VECCHIA, A. M.; ALVES, A. A.; IJUIM, J. M. O. **A voz na radio novela**. Revista da Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia - Suplemento Especial. São Paulo: Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia; 2007.

BORREGO, M. C. M. R**ecursos de ênfase utilizados por indivíduos com e sem treinamento de voz e fala** [dissertação]. São Paulo: Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP/EPM; 2007.

MAGALHÃES, I. C. R.; RANGEL, K. F.; ANHOQUE, C. F. **Análise perceptivo-auditiva de vozes de locutores de radiodifusão** [trabalho de conclusão de curso de graduação]. Vila Velha: Faculdade Novo Milênio; 2006.

SPINA, C. L.; CAETANO, V. C. G. **Locução radiofônica**: parâmetros vocais antes e após o uso profissional [trabalho de conclusão de curso de graduação]. Campinas: Pontifícia Universidade Católica de Campinas; 2006.

SOARES, M. F. **Técnicas de Impostação e Comunicação Oral** – São Paulo, Ed. Loyola, 1977.

PRADO, E. **Estrutura da Informação radiofônica** - São Paulo: Ed. Summus,1989.

POLITO, R. **Como Falar de Improviso** – e outras técnicas de apresentação – São Paulo: Editora Saraiva, 2001.

Rádios Públicas. EBC MEC. Disponível em: <http://radiomec.com.br/radiospublicas/home.asp>. Acesso em: 05 de janeiro 2012.

Empreendedor Individual. SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 27 de dezembro de 2011.

Automação de Rádio. Disponivel em: <http://www.radiolivre.org>. Acesso em: 03 de janeiro de 2012.

Anotações

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

EMPREENDEDORISMO

Nome

Endereço

Telefone

Email

Anotações

EMPREENDEDORISMO

Érica Dias de Paula Santana e Ximena Novais de Morais

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ
Reitor
Prof. Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação
Silvestre Labiak Junior

Organização
Marcos José Barros
Cristiane Ribeiro da Silva

Projeto Gráfico e Diagramação
Leonardo Bettinelli

Introdução

Certamente você já ouviu falar sobre empreendedorismo, mas será que você sabe exatamente o que significa essa palavra, será que você possui as características necessárias para tornar-se um empreendedor? Esse material busca responder essas e outras perguntas a respeito desse tema que pode fazer a diferença na sua vida!

No dia 29 de dezembro de 2008 foi promulgada a Lei nº 11.892 que cria a Rede Federal de Ciência e Tecnologia. Uma das instituições que compõe essa rede é o Instituto Federal do Paraná, criado a partir da escola técnica da Universidade Federal do Paraná. Você deve estar se perguntando "O que isso tem a ver com o empreendedorismo?", não é mesmo? Pois tem uma relação intrínseca: uma das finalidades desses instituições federais de ensino é estimular o empreendedorismo e o cooperativismo.

E como o IFPR vai estimular o empreendedorismo e o cooperativismo? Entendemos que a promoção e o incentivo ao empreendedorismo deve ser tratado com dinamismo e versatilidade, ou seja, esse é um trabalho que não pode estagnar nunca. Uma das nossas ações, por exemplo, é a inserção da disciplina de empreendedorismo no currículo dos cursos técnicos integrados e subsequentes, onde os alunos tem a oportunidade de aprender conceitos básicos sobre empreendedorismo e os primeiros passos necessários para dar início a um empreendimento na área pessoal, social ou no mercado privado.

Neste material, que servirá como apoio para a disciplina de empreendedorismo e para cursos ministrados pelo IFPR por programas federais foi desenvolvida de forma didática e divertida. Aqui vamos acompanhar a vida da família Bonfim, uma família como qualquer outra que já conhecemos! Apesar de ser composta por pessoas com características muito diversas entre si, os membros dessa família possuem algo em comum: todos estão prestes a iniciar um empreendimento diferente em suas vidas. Vamos acompanhar suas dúvidas, dificuldades e anseios na estruturação de seus projetos e através deles buscaremos salientar questões bastante comuns relacionadas ao tema de empreendedorismo.

As dúvidas desta família podem ser suas dúvidas também, temos certeza que você vai se

identificar com algum integrante! Embarque nessa conosco, vamos conhecer um pouco mais sobre a família Bonfim e sobre empreendedorismo, tema esse cada vez mais presente na vida dos brasileiros!

Anotações

Sumário

HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO....7
TRAÇANDO O PERFIL EMPREENDEDOR....8
PLANEJANDO E IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES....12
ANÁLISE DE MERCADO....14
PLANO DE MARKETING....15
PLANO OPERACIONAL....17
PLANO FINANCEIRO....18
EMPREENDEDORISMO SOCIAL OU COMUNITÁRIO....21
INTRAEMPREENDEDORISMO....23
REFERÊNCIAS....25

Anotações

HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO

Antes de apresentá-los a família Bonfim, vamos conhecer um pouco da história do empreendedorismo?

Você deve conhecer uma pessoa extremamente determinada, que depois de enfrentar muitas dificuldades conseguiu alcançar um objetivo. Quando estudamos a história do Brasil e do mundo frequentemente nos deparamos com histórias de superação humana e tecnológica. Pessoas empreendedoras sempre existiram, mas não eram definidas com esse termo.

Os primeiros registros da utilização da palavra empreendedor datam dos séculos XVII e XVIII. O termo era utilizado para definir pessoas que tinham como característica a ousadia e a capacidade de realizar movimentos financeiros com o propósito de estimular o crescimento econômico por intermédio de atitudes criativas.

Joseph Schumpeter, um dos economistas mais importantes do século XX, define o empreendedor como uma pessoas versátil, que possui as habilidades técnicas para produzir e a capacidade de capitalizar ao reunir recursos financeiros, organizar operações internas e realizar vendas.

É notável que o desenvolvimento econômico e social de uma país se dá através de empreendedores. São os empreendedores os indivíduos capazes de identificar e criar oportunidades e transformar ideias criativas em negócios lucrativos e soluções e projetos inovadores para questões sociais e comunitárias.

O movimento empreendedor começou a ganhar força no Brasil durante a abertura de mercado que transcorreu na década de 90. A importação de uma variedade cada vez maior de produtos provocou uma significativa mudança na economia e as empresas brasileiras precisaram se reestruturar para manterem-se competitivas. Com uma série de reformas do Estado, a expansão das empresas brasileiras se acelerou, acarretando o surgimento de novos empreendimentos e trazendo luz à questão da formação do empreendedor.íngua e linguagem e sua importância na leitura e produção de textos do nosso cotidiano.

Perfil dos integrantes da família Bonfim

Felisberto Bonfim: O pai da família, tem 40 anos de idade. Trabalha há 20 anos na mesma empresa, mas sempre teve vontade de investir em algo próprio.

Pedro Bonfim: O filho mais novo tem 15 anos e faz o curso de técnico em informática no IFPR. Altamente integrado às novas tecnologias, não consegue imaginar uma vida desconectada.

Clara Bonfim: A primogênita da família tem 18 anos e desde os 14 trabalha em uma ONG de

seu bairro que trabalha com crianças em risco social. Determinada, não acredita em projetos impossíveis.

Serena Bonfim: Casada desde os 19 anos, dedicou seus últimos anos aos cuidados da casa e da família. Hoje com 38 anos e com os filhos já crescidos, ela quer resgatar antigos sonhos que ficaram adormecidos, como fazer uma faculdade.

Benvinda Bonfim: A vovó da família tem 60 anos de idade e é famosa por cozinhar muito bem e por sua hospitalidade.

Todos moram juntos em uma cidade na região metropolitana de Curitiba.

TRAÇANDO O PERFIL EMPREENDEDOR

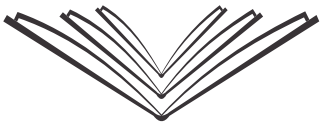
Muitas pessoas acreditam que é preciso nascer com características específicas para ser um empreendedor, mas isso não é verdade, essas características podem ser estimuladas e desenvolvidas.

O sr. Felisberto Bonfim é uma pessoa dedicada ao trabalho e a família e que embora esteja satisfeito com a vida que leva nunca deixou para trás o sonho de abrir o próprio negócio. Há 20 anos atuando em uma única empresa, há quem considere não haver mais tempo para dar um novo rumo à vida. Ele não pensa assim, ele acredita que é possível sim começar algo novo, ainda que tenha receio de não possuir as características necessárias para empreender. Você concorda com ele, você acha que ainda há tempo para ele começar?

Responda as questões abaixo. Elas servirão como um instrumento de autoanálise e a partir das questões procure notar se você tem refletido sobre seus projetos de vida. Se sim, eles estão bem delineados? O que você considera que está faltando para alcançar seus objetivos? Preste atenção nas suas respostas e procure também identificar quais características pessoais você possui que podem ser utilizadas para seu projeto empreendedor e quais delas podem ser aprimoradas:

a) Como você se imagina daqui há 10 anos?

_____



b) Em que condições você gostaria de estar daqui há 10 anos?

c) Quais pontos fortes você acredita que tem?

d) Quais pontos fortes seus amigos e familiares afirmam que você tem? Você concorda com eles?

e) Para você, quais seus pontos precisam ser melhor trabalhados

f) Na sua opinião, você poderia fazer algo para melhorar ainda mais seus pontos fortes? Como?

g) Você acha que está tomando as atitudes necessárias para atingir seus objetivos?

_____

_____

_____

_____

_____

h) O que você acha imprescindível para ter sucesso nos seus objetivos?

_____

_____

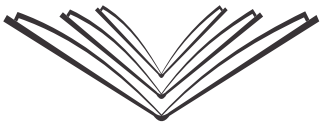
_____

_____

_____

A ousadia é uma característica extremamente importante para quem pretende iniciar um projeto empreendedor - é necessário estar disposto a correr riscos e buscar novas alternativas, mesmo se outras pessoas disserem que não vai dar certo (o que provavelmente sempre ocorrerá em algum momento da trajetória). Isso nos leva a uma outra característica muito importante para um empreendedor, ele precisa ser positivo e confiante, ou seja, precisa acreditar em si e não se deixar abalar pelos comentários negativos. Um empreendedor precisa ser criativo e inovador, precisa estar antenado ao que está acontecendo no mundo e estar atento às necessidades do mercado e da comunidade, precisa ser organizado e manter o foco dos seus objetivos.

Você já ouviu falar do pipoqueiro Valdir? Valdir Novaki tem 41 e nasceu em São Mateus do Sul-PR, é casado e tem 1 filho. Durante a adolescência trabalhou como boia fria. Mora em Curitiba desde 98 e durante muito tempo trabalhou com atendimento ao público em lanchonete e bancas de jornal. Parece uma história corriqueira, mas o que Valdir tem de tão especial? Valdir conquistou a oportunidade de vender pipoca em carrinho no centro da cidade de Curitiba, mas decidiu que não seria um pipoqueiro qualquer, queria ser o melhor. Em seu carrinho ele mantem uma série de atitudes que o diferenciam dos demais. Além de ser é extremamente cuidadoso com a higiene do carrinho, Valdir preocupa-se com a higiene do cliente também, oferecendo álcool gel 70% para que o cliente higienize suas mão antes de comer a pipoca e junto com a pipoca entrega um kit higiene contendo um palito de dentes, uma bala e um guardanapo. Ele também possui um cartão fidelidade, onde o cliente depois de comprar cinco pipocas no carrinho ganha outro de graça. Pequenas atitudes destacaram esse pipoqueiro e hoje, além de possuir uma clientela fiel, faz uma série de palestras por todo o país, sendo reconhecido como um empreendedor de sucesso. A simpatia com que atende a seus clientes faz toda a diferença, as pessoas gostam de receber um tratamento especial.



Conheça mais sobre o pipoqueiro Valdir em:

<http://www.youtube.com/watch?v=vsAJHv11GLc>.

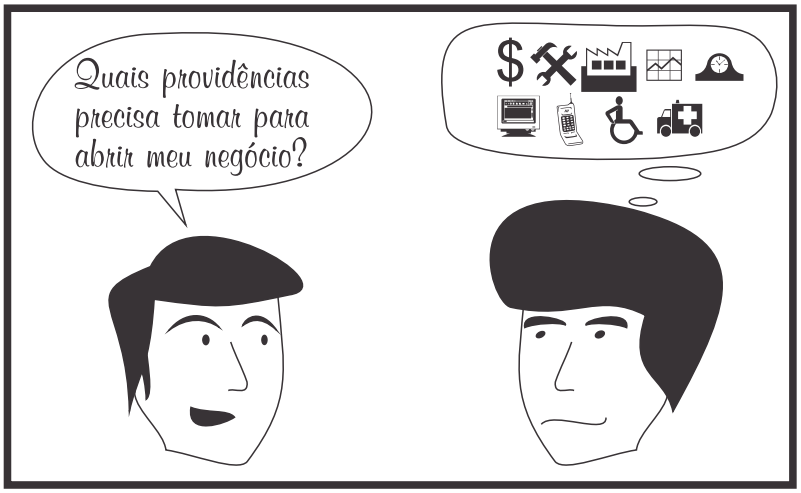
Há quem julgue que o papel que ocupam profissionalmente é muito insignificante, mas não é verdade, basta criatividade e vontade de fazer o melhor. Toda atividade tem sua importância! Falando em criatividade, vamos estimulá-la um pouco?

1) Já pensou em procurar novas utilidades para os objetos do dia a dia? Como assim? Pense em algum material que você utiliza em seu trabalho ou em casa e em como você poderia utilizá-lo para outra finalidade diferente da sua original. Lembre-se que nem sempre dispomos de todos os instrumentos necessários para realizar uma determinada atividade. Nesses momentos precisamos fazer da criatividade nossa maior aliada para realizar as adaptações necessárias para alcançar o êxito em nossas ações!
2) Agora vamos fazer ao contrário, pense em uma atividade do seu dia que você não gosta ou tem dificuldade de fazer. Pensou? Então imagine uma alternativa para torná-la fácil e rápida, pode ser mesmo uma nova invenção!

E aí? Viu como a imaginação pode ser estimulada? Habitue-se a fazer as mesmas coisas de formas diferentes: fazer novos caminhos para chegar ao mesmo lugar, conversar com pessoas diferentes e dar um novo tom a sua rotina são formas de estimular o cérebro a encontrar soluções criativas. Como vimos, a inovação e a criatividade é extremamente importante para um empreendedor, por isso nunca deixe de estimular seu cérebro! Leia bastante, faça pesquisas na área que você pretende investir e procure enxergar o mundo ao redor com um olhar diferenciado!

Refletindo muito sobre a possibilidade de abrir seu próprio negócio, o pai da família procurou em primeiro lugar realizar uma autoanálise. Consciente de seus pontos fortes e fracos, ele agora se sente mais seguro para dar o próximo passo: planeja. Antes de tomar alguma decisão importante em sua vida, siga o exemplo do sr. Felisberto!

PLANEJANDO E IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES



Planejar é palavra de ordem em todos os aspectos de nossa vida, você concorda? Quando queremos fazer uma viagem, comprar uma casa ou um carro, se não realizarmos um planejamento adequado certamente corremos o risco de perder tempo e dinheiro ou, ainda pior, sequer poderemos alcançar nosso objetivo.

Para começar um empreendimento não é diferente, é necessário definir claramente nossos objetivos e traçar os passos necessários para alcançá-los. Para operacionalizar a etapa de planejamento, o Plano de Negócios é uma ferramenta obrigatória.

O plano de negócios caracteriza-se como uma ferramenta empresarial que objetiva averiguar a viabilidade de implantação de uma nova empresa. Depois de pronto, o empreendedor será capaz de dimensionar a viabilidade ou não do investimento. O plano de negócios é instrumento fundamental para quem tem intenção de começar um novo empreendimento, é ele que vai conter todas as informações importantes relativas a todos os aspectos do empreendimento.

Vamos acompanhar mais detalhadamente os fatores que compõem um Plano de Negócios.

Elaboração de um Plano de Negócio

1. Sumário executivo

É um resumo contendo os pontos mais importantes do Plano de Negócio, não deve ser extenso e muito embora apareça como primeiro item do Plano ele deve ser escrito por último. Nele você deve colocar informações como:

Definição do negócio

O que é o negócio, seus principais produtos e serviços, público-alvo, previsão de faturamento, localização da empresa e outros aspectos que achar importante para garantir a

viabilidade do negócio.

Dados do empreendedor e do empreendimento

Aqui você deve colocar seus dados pessoais e de sua empresa tal como nome, endereço, contatos. Também deverá constar sua experiência profissional e suas características pessoais, permitindo que quem leia seu Plano de Negócios, como um gerente de banco para o qual você pediu empréstimo, por exemplo, possa avaliar se você terá condições de encaminhar seu negócio de maneira eficiente.

Missão da empresa

A missão deve ser definida em uma ou no máximo duas frases e deve definir o papel desempenhado pela sua empresa.

Setor em que a empresa atuará

Você deverá definir em qual setor de produção sua empresa atuará: indústria, comércio, prestação de serviços, agroindústria etc..

Forma Jurídica

Você deve explicitar a forma como sua empresa irá se constituir formalmente. Uma microempresa, por exemplo, é uma forma jurídica diversa de uma empresa de pequeno porte.

Enquadramento tributário

É necessário realizar um estudo para descobrir qual a melhor opção para o recolhimento dos impostos nos âmbitos Municipal, Estadual e Federal.

Capital Social

O capital social é constituído pelos recursos (financeiros, materiais e imateriais) disponibilizados pelos sócios para constituição da empresa. É importante também descrever qual a fonte de recursos

DICA: Tenha muito cuidado na hora de escolher seus sócios, é essencial que eles tenham os mesmos objetivos e a mesma disponibilidade que você para se dedicar ao negócio, se vocês não estiverem bastante afinados há um risco muito grande de enfrentarem sérios problemas na consecução do empreendimento.

Diferencial: saliente o diferencial do seu produto ou serviço, ou seja, por qual razão os consumidores irão escolher você ao invés de outro produto ou serviço.

ANÁLISE DE MERCADO

Clientes

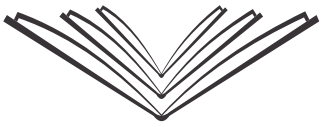
Esse aspecto do seu Plano de Negócio é extremamente importantes, afinal é nele que será definindo quais são os seus clientes e como eles serão atraídos. Comece identificando-os:

- Quem são?
- Idade?
- Homens, mulheres, famílias, crianças?
- Nível de instrução?

Ou ainda, se forem pessoas jurídicas:

- Em que ramo atuam?
- Porte?
- Há quanto tempo atuam no mercado?

É importante que você identifique os hábitos, preferências e necessidades de seus clientes a fim de estar pronto para atendê-los plenamente e para que eles possam tê-lo como primeira opção na hora de procurar o produto/serviço que você oferece. Faça um levantamento sobre quais aspectos seus possíveis clientes valorizam na hora de escolher um produto/serviço, isso vai ser importante para você fazer as escolhas corretas no âmbito do seu empreendimento. Saber onde eles estão também é importante, estar próximo a seus clientes vai facilitar muitos aspectos.



Concorrentes

Conhecer seus concorrentes, isto é, as empresas que atuam no mesmo ramo que a sua, é muito importante porque vai te oferecer uma perspectiva mais ampla e realista de como encaminhar seu negócio. Analisar o atendimento, a qualidade dos materiais utilizados, as facilidades de pagamento e garantias oferecidas, irão ajudá-lo a responder algumas perguntas importantes: Você tem condições de competir com tudo o que é oferecido pelos seus concorrentes? Qual vai ser o seu diferencial? As pessoas deixariam de ir comprar em outros lugares para comprar no seu estabelecimento? Por quê? Em caso negativo, por que não?

Mas não esqueça de um aspecto muito importante: seus concorrentes devem ser visto como fator favorável, afinal eles servirão como parâmetro para sua atividade e podem até mesmo tornar-se parceiros na busca da melhoria da qualidade dos serviços e produtos ofertados.

Fornecedores

Liste todos os insumos que você utilizará em seu negócio e busque fornecedores. Para cada tipo de produto, pesquise pelo menos três empresas diferentes. Faça pesquisas na internet, telefonemas e, se possível, visite pessoalmente seus fornecedores. Certifique-se de que cada fornecedor será capaz de fornecer o material na quantidade e no prazo que você precisa, analise as formas de pagamento e veja se elas serão interessantes para você. Mesmo após a escolha um fornecedor é importante ter uma segunda opção, um fornecedor com o qual você manterá contato e comprará ocasionalmente, pois no caso de acontecer algum problema com seu principal fornecedor, você poderá contar com uma segunda alternativa. Lembre-se, seus fornecedores também são seus parceiros, manter uma relação de confiança e respeito com eles é muito importante. Evite intermediários sempre que possível, o ideal é comprar direto do produtor ou da indústria, isso facilita, acelera e barateia o processo.

PLANO DE MARKETING

Descrição

Aqui você deve descrever seus produto/serviço. Especifique tamanhos, cores, sabores, embalagens, marcas entre outros pontos relevantes. Faça uma apresentação de seu produto/serviço de maneira que possa se tornar atraente ao seu cliente. Verifique se há exigências oficiais a serem atendidas para fornecimento do seu produto/serviço e certifique-se que

segue todas as orientações corretamente.

Preço

Para determinar o preço do seu produto/serviço você precisa considerar o custo TOTAL para produzi-lo e ainda o seu lucro. É preciso saber quanto o cliente está disposto a pagar pelo seu produto/serviço verificando quanto ele está pagando em outros lugares e se ele estaria disposto a pagar a mais pelo seu diferencial.

Divulgação

É essencial que você seja conhecido, que seus clientes em potencial saibam onde você está e o que está fazendo, por isso invista em mídias de divulgação. Considere catálogos, panfletos, feiras, revistas especializadas, internet (muito importante) e propagandas em rádio e TV, analise e veja qual veículo melhor se encaixa na sua necessidade e nos seus recursos financeiros.

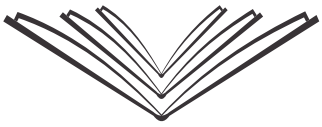
Estrutura de comercialização

Como seus produtos chegarão até seus clientes? Qual a forma de envio? Não se esqueça de indicar os canais de distribuição e alcance dos seus produtos/serviços. Você pode considerar representantes, vendedores internos ou externos, por exemplo. Independente de sua escolha esteja bastante consciente dos aspectos trabalhistas envolvidos. Utilizar instrumentos como o telemarketing e vendas pela internet também devem ser considerados e podem se mostrar bastante eficientes.

Localização

A localização do seu negócio está diretamente ligada ao ramo de atividades escolhido para atuar. O local deve ser de fácil acesso aos seus clientes caso a visita deles no local seja necessária. É importante saber se o local permite o seu ramo de atividade. Considere todos os aspectos das instalações, se é de fácil acesso e se trará algum tipo de impeditivo para o desenvolvimento da sua atividade.

Caso já possua um local disponível, verifique se a atividade escolhida é adequada para ele, não corra o risco de iniciar um negócio em um local inapropriado apenas porque ele está disponível. Se for alugar o espaço, certifique-se de é possível desenvolver sua atividade nesse



local e fique atento a todas as cláusulas do contrato de aluguel.

PLANO OPERACIONAL

Layout

A distribuição dos setores da sua empresa de formas organizada e inteligente vai permitir que você tenha maior rentabilidade e menor desperdício. A disposição dos elementos vai depender do tamanho de seu empreendimento e do ramo de atividade exercido. Caso seja necessário você pode contratar um especialista para ajudá-lo nessa tarefa, mas se não for possível, por conta própria procure esquematizar a melhor maneira de dispor os elementos dentro de sua empresa. Pesquise se o seu ramo e atividade exige regulamentações oficiais sobre layout, preocupe-se com segurança e com a acessibilidade a portadores de deficiência.

Capacidade Produtiva

É importante estimar qual é sua capacidade de produção para não correr o risco de assumir compromissos que não possa cumprir - lembre-se que é necessário estabelecer uma relação de confiança entre você e seu cliente. Quando decidir aumentar a capacidade de produção tenha certeza que isso não afetará a qualidade do seu produto/serviço.

Processos Operacionais

Registre detalhadamente todas as etapas de produção desde a chegada do pedido do cliente até a entrega do produto/serviço. É importante saber o que é necessário em cada uma delas, quem será o responsável e qual a etapa seguinte.

Necessidade de Pessoal

Faça uma projeção do pessoal necessário para execução do seu trabalho, quais serão as formas de contratação e os aspectos trabalhistas envolvidos. É importante estar atento à qualificação dos profissionais, por isso verifique se será necessário investir em cursos de capacitação.

PLANO FINANCEIRO

Investimento total

Aqui você determinará o valor total de recurso a ser investido. O investimento total será formado pelos investimentos fixos, Capital de giro e Investimentos pré-operacionais.

Agora que você tem uma noção básica de como compor um plano de negócios acesse a página <http://www.planodenegocios.com.br/www/index.php/plano-de-negocios/outros-exemplos> e encontre mais informações sobre como elaborar o planejamento financeiro de seu Plano de Negócio, além de outras informações importantes. Lá você encontrará exemplos de todas as etapas de um Plano de Negócio.

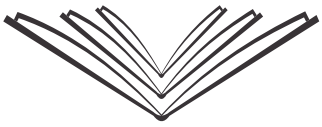
Faça pesquisas em outros endereços eletrônicos e se preciso, busque o apoio de consultorias especializadas. O sucesso do seu projeto irá depender do seu empenho em buscar novos conhecimentos e das parcerias conquistadas para desenvolvê-lo.

Pesquise também por fontes de financiamento em instituições financeiras, buscando sempre a alternativa que melhor se adequará as suas necessidades. Não tenha pressa, estude bastante antes de concluir seu plano de negócio. É importante conhecer todos os aspectos do ramo de atividade que você escolher, valorize sua experiência e suas características pessoais positivas. Lembre-se que o retorno pode demorar algum tempo, certifique-se que você terá condições de manter o negócio até que ele dê o retorno planejado. Separe despesas pessoais de despesas da empresa. Busque sempre estar atualizado, participe de grupos e feiras correlatas à sua área de atuação.

Planejar para clarear!

Após buscar auxílio especializada e estudar sobre o assunto, o pai concluiu seu plano de negócios. A partir dele pôde visualizar com clareza que tem em mãos um projeto viável e até conseguiu uma fonte de financiamento adequada a sua realidade. Com o valor do financiamento investirá na estrutura de seu empreendimento que será lançado em breve.

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL



Será mesmo que a dona Benvinda não tem capacidade para empreender?

Vamos analisar a situação: a vovó é muito conhecida no seu bairro e é admirada pela sua simpatia. Seus quitutes são conhecidos por todos e não é a primeira vez que alguém sugere que ela comece a vendê-los. À primeira vista, o cenário parece ser favorável para que ela inicie seu empreendimento: ela tem uma provável clientela interessada e que confia e anseia por seus serviços.

Ao conversar com a família, é incentivada por todos. Com a ajuda dos seus netos, a vovó vai atrás de informações e descobre que se enquadra nos requisitos para ser registrada como microempreendedora individual.

Você conhece os requisitos para se tornar um microempreendedor individual?

A Lei Complementar 128/2008 criou a figura do Microempreendedor Individual – MEI, com vigência a partir de 01.07.2009. É uma possibilidade de profissionais que atuam por conta própria terem seu trabalho legalizado e passem a atuar como pequenos empresários.

Para se enquadrar como microempreendedor individual, o valor de faturamento anual do empreendimento deve ser de até 60 mil reais. Não é permitida a inscrição como MEI de pessoa que possua participação como sócio ou titular de alguma empresa.

O MEI possui algumas condições específicas que favorecem a sua legalização. A formalização pode ser feita de forma gratuita no próprio Portal do Empreendedor. O cadastro como MEI possibilita a obtenção imediata do CNPJ e do número de inscrição na Junta Comercial, sem a necessidade de encaminhar quaisquer documentos previamente. Algumas empresas de contabilidade optantes pelo Simples Nacional estão habilitadas a realizar também a formalização.

Custos

Há alguns custos após a formalização. O pagamento dos custos especificados abaixo é feito através do Documento de Arrecadação do Simples Nacional, que pode ser gerado online :

- 5% de salário mínimo vigente para a Previdência.
- Se a atividade for comércio ou indústria, R$ 1,00 fixo por mês para o Estado.
- Se a atividade for prestação de serviços, R$ 5,00 fixos por mês para o Município.

Exemplo de atividades reconhecidas para o registro como MEI:

A dona Benvinda se registrou como doceira. São diversas as atividades profissionais aceitas para o registro como microempreendedor individual. Algumas delas são: Artesão, azulejista, cabeleireiro, jardineiro, motoboy. Para conhecer todas as atividades, acesse o site <http://www.portaldoempreendedor.gov.br>.

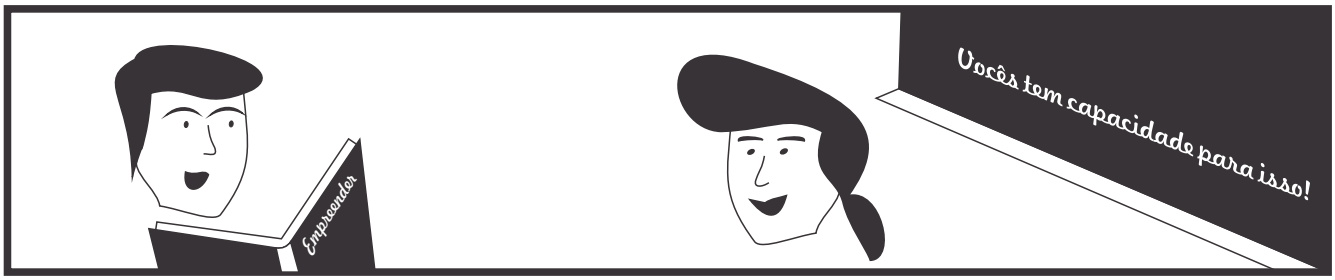
Todos podem empreender!

Hoje a vovó está registrada como microempreendedora individual e aos poucos sua clientela está crescendo. Recentemente ela fez um curso para novos empreendedores e já está com planos de expandir seus serviços nos próximos meses, talvez ela precise até mesmo contratar um ajudante para poder dar conta das encomendas que não param de aumentar.

O microempreendedor individual tem direito a ter um funcionário que receba exclusivamente um salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional a qual pertença.

Atividade Formativa

- Acesse o conteúdo sobre microempreendedor individual no Portal do Empreendedor e discuta com seus colegas sobre o tema.
- Pense em alguém que exerça uma atividade profissional informalmente. Quais vantagens você apontaria para convencer essa pessoa a realizar seu cadastro como Microempreendedor Individual?
- Pesquise sobre linhas de crédito e incentivo específicas para microempreendedores individuais no Brasil.



Muitas pessoas acreditam que características empreendedoras já vem de berço: ou se nasce com elas ou não há nada a ser feito. Pois saiba que é possível através de uma educação voltada para o empreendedorismo desenvolver características necessárias para o início de um empreendimento. Esse empreendimento não precisa ser necessariamente um negócio com

fins lucrativos, pode ser um um objetivo pessoal, um sonho em qualquer área da sua vida.

A pedagogia empreendedora de Fernando Dolabela afirma que a educação tradicional a qual somos submetidos nos reprime e faz com que percamos características importantes no decorrer de nossa trajetória, levando muitas pessoas a crer que não são capazes de empreender. Sua proposta de educação busca romper com esse pensamento e inserir no sistema educacional aspectos que priorizem a criatividade e a autoconfiança para que quando estas crianças atingirem a idade adulta possam enxergar a possibilidade de abrir um negócio como uma alternativa viável.

Não podemos esquecer que é empreendedor, em qualquer área, alguém que tenha sonhos e busque de alguma forma transformar seu sonho em realidade. O sonho pode ser abrir um negócio, fazer um curso, aprender uma língua ou mudar a realidade social em que vive. É inegável que para realizar qualquer um desse itens é essencial estar comprometido com o trabalho, ser ousado e estar disposto a enfrentar desafios.

O empreendedorismo pode ser aprendido e está relacionado mais a fatores culturais do que pessoais e consiste em ser capaz de cultivar e manter uma postura e atitudes empreendedoras.

O Pedro está tendo seu primeiro contato com o empreendedorismo na sala de aula e eles e seus amigos já estão cheio de ideias. Eles planejam usar os conhecimentos adquiridos na disciplina e escrever um projeto para dar início a uma empresa júnior na área de informática.

Inspire-se

Certamente você já deve ter ouvido falar da Cacau Show, mas você conhece a história dessa marca? Você sabia que ela nasceu do sonho de um rapaz que vendia chocolates de porta em porta em um fusca? Não? Então leia mais em:

<http://www.endeavor.org.br/endeavor_tv/start-up/day1/aprendendo-a-ser-empreendedor/empreendedorismo-em-todos-os-sentidos> e inspire-se!

EMPREENDEDORISMO SOCIAL OU COMUNITÁRIO

Educação empreendedora

O empreendedor é aquele que tem como objetivo maior o lucro financeiro a partir

de um empreendimento, correto? Não necessariamente! O objetivo maior do empreendedor social ou comunitário pode ser desde o desenvolvimento social de uma comunidade inteira à luta pela preservação de uma reserva ambiental.

Vejamos o exemplo da Clara. Desde a sua adolescência ela atua em uma organização não-governamental que lida com crianças carentes, dando ênfase na emancipação social dessas crianças através da arte, de esportes e da educação. O projeto, que começou com uma pequena dimensão, hoje atende não apenas seu bairro, como três outros próximos. É importante lembrar que o sucesso do projeto dependeu de sujeitos empreendedores, que se comprometeram com a causa e, com criatividade e competência foram capazes de expandir o projeto. Agora com o apoio da Clara e com o espírito empreendedor de mais um grupo, uma nova cidade será atendida pelo projeto e novas crianças serão beneficiadas!

Vamos conhecer mais sobre empreendimentos sociais e comunitários?

Empreendedorismo Social

O empreendedorismo social ultrapassa a noção de mera filantropia - há espaço aqui para metas, inovação e planejamento. Muitas organizações não governamentais tem uma estrutura semelhante a qualquer empresa com fins lucrativos.

A Pastoral da Criança é um exemplo de um empreendimento social de sucesso. Sua fundadora, a Drª Zilda Arns, aliou sua experiência profissional como médica pediatra e sanitarista e sua própria sensibilidade para identificar um método simples e eficaz para combater a mortalidade infantil. Qual foi o ponto inovador do trabalho assumido pela Pastoral da Criança? Foi confiar às comunidades afetadas pelo problema de mortalidade infantil o papel de multiplicadores do saber e de disseminadores da solidariedade.

Empreendedorismo Comunitário

O empreendedorismo comunitário consiste no movimento de organização de grupos e pessoas com o propósito de alcançar um objetivo comum, fortalecendo uma atividade que, se realizada individualmente, não seria capaz de alcançar a projeção adequada no mercado. No Brasil, a economia solidária ascendeu no final do século XX, em reação à exclusão social sofrida pelos pequenos produtores e prestadores de serviço que não tinham condições de concorrer com grandes organizações.

Imagine um pequeno produtor de leite em uma região onde atua um grande produtor de leite. Sozinho, ele não tem condições de concorrer com o grande produtor no mercado ou

receber financiamentos para expandir sua produção, por exemplo. Ao se aliar com outros pequenos produtores, o negócio adquire uma nova dimensão, onde são favorecidos não apenas os produtores, que agora tem condições de levar seu produto ao mercado com segurança e em nível de igualdade com o outro produtor, mas também todo o arranjo produtivo daquela região.

Em 2003 foi criada pelo Governo Federal a Secretaria Nacional de Economia Solidária, que tem a finalidade de fortalecer e divulgar as ações de economia solidária no país, favorecendo a geração de trabalho, renda e inclusão social.

Atividade Formativa

- Dê um exemplo de uma organização não-governamental. Que trabalho essa organização realiza? Você acredita que os gestores dessa ONG são empreendedores? Por quê?
- Identifique em seu bairro ou cidade uma carência que não foi suprida pelo setor público ou um trabalho exercido informalmente por algumas pessoas que possa ser fortalecido através da formação de uma estrutura de cooperativismo. Proponha uma ação que você acredita que possa transformar a realidade desse grupo.
- Você já ouviu falar em sustentabilidade? Dê um exemplo de uma ação sustentável que você já adota ou que possa ser adotada no seu dia a dia e como essa ação pode afetar positivamente o meio em que você vive.

INTRAEMPREENDEDORISMO

A srª Serena Bonfim há muito tempo mantém o sonho de fazer uma faculdade. Depois de tantos anos dedicados à família, ela está certa que está na hora de investir mais em si mesma. Além disso, com seu marido prestes a abrir uma empresa, ela está disposta a usar os conhecimentos adquiridos na graduação para trabalhar diretamente no novo empreendimento e contribuir com seu desenvolvimento.

Você pode estar pensando: " E se eu não quiser abrir um negócio, e se eu não quiser ser

um empresário?". Abrir uma empresa é apenas uma alternativa, caso você não tenha intenção de ter seu próprio negócio você ainda pode ser um empreendedor.

O intraempreendedorismo é quando o empreendedorismo acontece no interior de uma organização, é quando alguém mesmo não sendo dono ou sócio do negócio mantém uma postura empreendedora dando sugestões e tendo atitudes que ajudam a empresa a encontrar soluções inteligentes. Intra empreendedores são profissionais que possuem uma capacidade diferenciada de analisar cenários, criar ideias, inovar e buscar novas oportunidades para as empresas e assim ajudam a movimentar a criação de ideias dentro das organizações, mesmo que de maneira indireta. São profissionais dispostos a se desenvolver em prol da qualidade do seu trabalho.

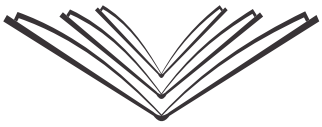
A cada dia as empresa preocupam-se mais em contratar colaboradores dispostos a oferecer um diferencial, pessoas dedicadas que realmente estejam comprometidas com o bom andamento da empresa. Esse comportamento não traz vantagens somente para a empresa, mas os funcionários também se beneficiam, na participação dos lucros, por exemplo, vantagens adicionais que as empresas oferecem a fim de manter o funcionário e, principalmente, na perspectiva de construção de uma carreira sólida e produtiva.

A capacitação contínua, o desenvolvimento da criatividade e da ousadia são características presentes na vida de um intraempreendedor.

- Vamos analisar se você tem características de um intraempreendedor?
- Você gosta do seu trabalho e do ambiente em que trabalha?
- Você está sempre atento às novas ideias?
- Você gosta de correr riscos e ousar novas ideias?
- Você procura soluções em locais incomuns?
- Você é persistente e dedicado?
- Você mantém ações proativas?
- Você busca fazer novas capacitações regularmente?

Caso você não tenha ficado suficientemente satisfeito com as respostas a estas perguntas, utilize o espaço abaixo para listar atitudes que podem ajudá-lo a ser um funcionário intraempreendedor.

O que fazer?	Como fazer?	Quando fazer?



Conclusão

Muitos acreditam que para ser empreendedor é necessário possuir um tipo de vocação que se manifesta somente para alguns predestinados, mas ao acompanhar a trajetória da família Bonfim, podemos notar que o sonho de empreender está ao alcance de todos nós. Como qualquer sonho, esse também exige planejamento e dedicação para que seja concretizado com sucesso.

Agora que você aprendeu os princípios básicos do empreendedorismo, que tal fazer como os membros da família Bonfim e investir nos seus sonhos?

REFERÊNCIAS

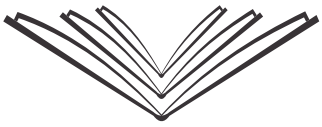
<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>.
<http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies.asp>.
<http://www.pastoraldacrianca.org.br>.
<http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/cog/v14n1/v14n1a05.pdf>.
<http://www.sobreadministracao.com/intraempreendedorismo-guia-completo>.
<http://www.hsm.com.br/editorias/inovacao/intraempreendedorismo-voce-ja-fez-algo-diferente-hoje>.
<http://www.captaprojetos.com.br/artigos/ResenhaFDsite.pdf>.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elselvier, 2008. 3ª edição revista e atualizada.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Rio de Janeiro: Sebrae, 2007.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

Anotações



Anotações

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

PLANO DE AÇÃO PROFISSIONAL

PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ

Reitor
Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação
Silvestre Labiak Junior

Organização
Jeyza da Piedade de Campos Pinheiro
Marcos José Barros

Revisão Ortográfica
Rodrigo Sobrinho

Projeto Gráfico e Diagramação
Leonardo Bettinelli

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

Nome

Endereço

Telefone

Email

Anotações

Caro (a) estudante,

O Plano de Ação Individual – PAI será elaborado por você durante sua qualificação profissional nos cursos FIC (Formação Inicial e Continuada) do PRONATEC – IFPR. O destino desta viagem é apresentado por meio de um roteiro que o ajudará a lembrar e a organizar informações sobre suas experiências de trabalho e de seus familiares e a planejar a continuidade de seus estudos, incluindo sua formação escolar e seus planos profissionais.

O PAI é um instrumento que integra os conteúdos dos cursos FIC, devendo ser alimentado com suas ideias, pesquisas, experiências de trabalho e escolhas pessoais, com o objetivo de orientar e organizar sua trajetória acadêmica.

No decorrer do curso você desenvolverá atividades coletivas e individuais com a orientação do professor em sala de aula, e fará o registro destas informações, resultados de pesquisas e reflexões do seu cotidiano de forma sistematizada nas fichas que compõem o Plano. Toda a equipe pedagógica e administrativa contribuirá com você, orientando-o e ajudando-o a sistematizar estes dados. O preenchimento deste instrumento por você, será um referencial na sua formação e na construção do seu conhecimento, no processo de ensino-aprendizagem.

Bom estudo!

Anotações

Anotações

Sumário

Ficha 1: Iniciando minha viagem pelo Curso de Formação Inicial e continuada – FIC (IFPR/PRONATEC) 10
Ficha 2: Quem sou? 11
Ficha 3: O que eu já sei? 12
Ficha 4: Minha trajetória profissional.....13
Ficha 5: O que ficou desta etapa do curso?.....14
Ficha 6: Resgate histórico da vida profissional da minha família.....15
Ficha 7: Comparando as gerações. 16
Ficha 8: Refletindo sobre minhas escolhas profissionais.....17
Ficha 9: Pesquisando sobre outras ocupações do Eixo Tecnológico do curso que estou matriculado no IFPR/PRONATEC. 18
Ficha 10: Pesquisando as oportunidades de trabalho no cenário profissional. 19
Ficha 11: O que ficou desta etapa do curso?.....20
Ficha 12: Vamos aprender mais sobre associação de classe. 21
Ficha 13: O que ficou desta etapa do curso?.....22
Ficha 14: O que eu quero? (hoje eu penso que...).....23
Ficha 15: O que ficou desta etapa do curso?.....24
Ficha 16: Planejando minha qualificação profissional.....25
Ficha 17: O que ficou desta etapa do curso?.....26
Ficha 18: Momento de avaliar como foi o curso ofertado pelo IFPR/PRONATEC.....27
Referências bibliográficas 28

Anotações

Ficha 1: Iniciando minha viagem pelo Curso de Formação Inicial e Continuada – FIC (IFPR/PRONATEC).

No quadro abaixo liste o curso de Formação Inicial e Continuada – FIC, em que você está matriculado no IFPR e as possíveis áreas de atuação. Solicite ajuda ao seu (ua) professor (a) para o preenchimento:

Curso	Programa que oferta	Eixo tecnológico	Demandante	Áreas de atuação

O que você espera deste curso FIC? Utilize o espaço abaixo para descrever suas expectativas através de um texto breve.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Ficha 2: Quem sou?

1 – Meu perfil

Nome:

_____

Quem eu sou? (você poderá escrever ou desenhar se preferir. Por exemplo: o que você gosta de fazer, o que gosta de comer, como você se diverte?)

_____

_____

_____

2 – Documentação (Preencha as informações abaixo e, com a ajuda do (a) Professor (a), descubra a importância destes documentos para sua vida, enquanto cidadão)

Identidade/Registro Geral _____

CPF _____

Carteira de trabalho _____

PIS/PASEPI/NIT_____

Titulo de Eleitor _____

Outros _____

_____

_____

_____

3 – Endereço

Rua/número: _____

Bairro/complemento: _____

Cidade / UF:_____

Ficha 3: O que eu já sei?

1 – Escolaridade

Ensino Fundamental séries iniciais :_____( ) incompleto ( ) completo

Ensino Fundamental séries finais _____( ) incompleto ( ) completo

Ensino Médio: _____( ) incompleto ( ) completo

Graduação: _____( ) incompleto ( ) completo

Especialização _____( ) incompleto ( ) completo

Cursos que já fiz (cite no máximo cinco) _____( ) incompleto ( ) completo

2 – Cursos que já fiz (cite no máximo cinco)

Curso	Instituição	Data do Termino do curso	Carga horária

Ficha 4: Minha trajetória profissional.

Nome da ocupação	Período em que trabalhou	Vínculo de trabalho	Carga horária diária	Remuneração	Como você avalia essas experiências de trabalho
Exemplo: Massagista	01/01/2012 a 31/12/2012	Sem carteira	8 horas	864,50	Aprendi muitas coisas nas rotinas administrativas da empresa
1.					
2.					
3.					

Ficha 5: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 6: Resgate histórico da vida profissional da minha família.

Parentesco	Onde nasceu	Ocupação	Onde reside	Ocupação atual	Função exercida
Exemplo: Pai	Campo largo - PR	Servente de obras	Campo Largo	Pedreiro	Mestre de obra

Neste fichamento é importante você fazer um resgate histórico da sua família identificando em que trabalharam ou trabalham, as pessoas da sua família, comparando a situação inicial e a atual de cada indivíduo, outro ponto, que pode vir a ser analisado são as pessoas com a mesma faixa de idade.

Ficha 7: Comparando as gerações.

Ocupação		Tipo de vinculo de trabalho com o empregador: carteira assinada, contrato determinado, pagamento por tarefa, outros...
Mãe	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	
Pai	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	
Minhas experiências	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	

Você preferir poderá identificar outras pessoas com a mesma faixa etária, conforme o preenchimento da ficha 6.

Ficha 8: Refletindo sobre minhas escolhas profissionais.

Ocupação profissional que você já exerceu	Por quê?
1.	
2.	
3.	
Ocupação profissional que você gostaria de exercer	Por quê?
1.	
2.	
3.	
Ocupação profissional que você não gostaria de exercer	Por quê?
1.	
2.	
3.	

Independente do Eixo Tecnológico e do curso FIC que está cursando, liste 3 ocupações profissionais que você gostaria de exercer e outras 3 ocupações que não gostaria de exercer.

Ficha 9: Pesquisando sobre outras ocupações do Eixo Tecnológico do curso que estou matriculado no IFPR / PRONATEC.

Eixo Tecnológico:_____

Curso: _____Ano letivo:_____

Cursos:	Perfil do profissional (características pessoais, oque faz, onde trabalha, materiais que utiliza)
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Solicite ao professor que ele consulte o Guia de cursos PRONATEC no site: <http://www.ifpr.edu.br/pronatec/consultas>. Você encontrará as características gerais dos cursos, os setores onde será possível exercer seu conhecimentos, bem como, recursos, materiais necessários, requisitos e outros....E com a ajuda do professor e orientação, você poderá realizar entrevistas com profissionais da área, e até visitas técnicas conforme planejamento do professor do curso.

Ficha 10: Pesquisando as oportunidades de trabalho no cenário profissional.

Curso / Ocupação	Onde procurar: empresas, agencias de emprego, sindicato e outros	Endereço (Comercial/Eletrônico/Telefone)	Possibilidades De Empregabilidade (Quantas vagas disponíveis)	Remuneração	Tipo de contrato (Registro em carteira , contrato temporário)
Exemplo: Massagista	1) Empresa: Clinica de Massoterapia J&J	Av. Vereador Toaldo Túlio, nº 47, sala 05 Centro - Campo Largo - PR <http://massoterapiacuritiba.com.br/contato.html>.	1	540,00	Carteira assinada
	2) Posto do Sine	Rua Tijucas do Sul, 1 - Bairro: Corcovado Campo Largo - PR - CEP: 81900080 Regional: centro	0	-	-
	3) Agencias de RH Empregos RH	Rua Saldanha Marinho, 4833 Centro – Campo Largo/PR 80410-151	2	860,00	Sem registro em carteria
	4) Classificados Jornais	<http://www.gazetadopovo.com.br>.	0	-	-

Com a orientação do professor e ajuda dos colegas visite empresas, estabelecimentos comerciais, agências de emprego públicas e privadas, bem como, outros locais onde você possa procurar trabalho e deixar seu currículo.

Ficha 11: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 12: Vamos aprender mais sobre associação de classe.

Sindicato: o que é, o que faz?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Ocupação / Curso	Nome do Sindicato	Endereço
1.		
2.		
3.		
4.		

Com a orientação do professor em sala de aula, pesquise qual (is) o (s) sindicato (s) que representa (m) a (s) ocupação (ões) que você está cursando pelo IFPR / PRONATEC.

Ficha 13: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 14: O que eu quero? Hoje eu penso que...(você poderá escrever, desenhar ou colar gravuras).

Eu quero continuar meus estudos?

Eu quero trabalhar?

Eu quero ser?

Ficha 15: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 16: Planejando minha qualificação profissional.

Ocupação	Instituição	Duração do curso	Horários ofertados	Custo do curso (É gratuito? Se não , quanto vai custar?)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				

Com orientação do professor pesquise sobre instituições públicas ou privadas na sua região que oferecem cursos de qualificação em sua ocupação (ões) ou na (s) área (s) de seu interesse.

Ficha 17: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

Ficha 18: Momento de avaliar como foi o curso ofertado pelo IFPR / PRONATEC.

O que você trouxe de bom? O que ficou de bom pra você? E o que podemos melhorar?

Referências bibliográficas

Guia de Estudo: **Unidades Formativas I e II Brasília**: Programa Nacional de Inclusão de Jovens – Projovem Urbano, 2012.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. SãoPaulo: Paz e Terra, 1996.

_____. **Pedagogia da tolerância**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

PAIN, S. **Diagnóstico e tratamento dos problemas de aprendizagem**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1986.

WEISS, M. L. L. **Psicopedagogia clínica**: uma visão diagnóstica dos problemas de aprendizagem escolar. 8ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ

PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA