



Curso de Formação de Radialistas

Sindicato dos Radialistas e
Publicitários do Ceará



O locutor Profissional

Nonato Lima
Fortaleza – 2017



Rádio: Compromisso Social

- Educativo
- Comunitário
- Comercial

O radialista

- Campo contraditório: compromissos sociais e econômicos
- Construir cidadania: própria e a do ouvinte
- Respeito ao público e aos que participam da programação
- Postura crítica, responsável e aberta ao social

Como atuar

- Esclarecer
- Prioridade aos interesses coletivos
- Vínculo social traz audiência e credibilidade
- Sintonia com a cultura local e sua pluralidade
- Buscar conhecimento
- Criatividade

História

- Anos 1920 – chegada
- radio amador, educativo, cultural

Anos 1930 – expansão e consolidação

- Comercial
- Política
- Linguagem própria
- Programação
- Fase de Ouro

Anos 1950 – a concorrência e a mudança

- A televisão
- Redefinição de estratégias
- Outras linhas de programação

1964 – Golpe e censura

- Chegada do FM
- Censura
- Vitrolão

Final da década de 1970

- Abertura Política
- Anistia
- Redemocratização
- Formação de redes: jornalismo e música.

Como nasce uma rádio

- Plano básico de distribuição de canais
- Comercial – educativo – comunitário
- Projeto técnico
- Projeto de programação
- Poder político e econômico

Compromissos do rádio no Brasil

- Constituição Federal: complementaridade: público, privado, estatal. (CF223)
- Programação: preferencialmente objetivos educativos, artísticos, culturais e informativos
- Promoção da cultura e estímulo à produção independente
- Regionalização
- Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família (CF 221)

Características do Rádio (Ortriwano, 1985)

- Linguagem oral
- Penetração
- Mobilidade
- Baixo custo
- Imediatismo
- Instantaneidade
- Sensorialidade
- Autonomia

Características do Rádio (Prata, 2012) - Webrádio

- Linguagem oral – textual e imagética
- Penetração – alcance mundial
- Mobilidade – celulares e seus aplicativos
- Baixo custo – webrádio vem com o celular
- Imediatismo – mantém-se
- Instantaneidade - arquivos para posterior acesso
- Sensorialidade – relaciona-se com o som; texto e imagem não.
- Autonomia - permanece

O tipos de emissoras de rádio

Tradicional – ondas eletromagnéticas -
(transmissão analógica ou digital)

Tradicional - com presença na internet -
(transmissão digital)

Webrádio – exclusivamente na internet
(transmissão digital)

O novo rádio

Novas tecnologias

Internet

Os novos sentidos

Rádio

Programação

Radialista

Ouvinte

Convergência de mídias

Elementos da Linguagem

Palavra

Música

Efeitos sonoros

Silêncio – físico e ideológico.

A programação – identidade da emissora

Toda rádio tem um projeto: técnico, político, econômico, cultural etc.

Pública, Privada, Estatal, Comunitária

Comercial, educativa, comunitária

Musical, informativa, religiosa, eclética

Segmentação

Sistemas de transmissão

AM

FM

WEBRÁDIO

Planejamento: aspectos essenciais

Analisar realidade social

Considerar valores culturais da área de cobertura

Conhecer exigências e atitudes da população

Adequar-se ao projeto da emissora (educativo, comercial, comunitário etc.)

Programa - Orientações Básicas

Afinidade com programação

Definir, horário, duração, periodicidade

Gravado ou ao vivo

Objetivos claros

Público e temática

Formar de participação do público

Formar equipe

Materiais necessários

Fontes de pesquisa

Ter um plano de trabalho

Plano de avaliação permanente.

Patrocínios - Apoios

Avaliar características de possíveis patrocinadores

Aspectos técnicos da emissora: alcance e recursos disponíveis