

TEXTES EN PORTUGAIS

TEXTE N° 1

Três anos após o lançamento do primeiro volume deste Teorias do Rádio: textos e contextos, o prometido segundo volume chega a suas mãos, graças ao empenho da sempre animada comunidade de pesquisadores que se reúne em torno do Núcleo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Intercom, e da obstinação da Editora Insular de Florianópolis que, mesmo sem apoio, navegando contra o vento e a maré, vai se consolidando como uma das casas que mais publica textos acadêmicos sobre Jornalismo e Mídia neste país.

Três anos não é muito tempo para a continuação de uma obra que vem preenchendo uma lacuna de bibliografia teórica de muitas décadas, através da recuperação de textos sobre rádio bem pouco acessíveis e pela tradução de outros ainda inéditos em Língua Portuguesa. Amadurecida por esta espera, pretende ser uma obra de referência e consulta para profissionais, pesquisadores, professores e estudantes de rádio nas já quase mil escolas de comunicação do país, onde a teoria, na prática, quase sempre continua sendo outra, num casamento de aparência bastante prejudicial para o futuro de seus alunos e da radiodifusão brasileira. Quem sabe este livro venha auxiliar nos esforços dos que vem tentando mudar este quadro.

Como no volume anterior, os vários capítulos refletem os percursos e interesses teóricos dos pesquisadores do Núcleo e dos demais autores convidados, que concordaram em contribuir com a obra fazendo a contextualização de cada texto. Resulta disso uma coletânea bastante plural e rica em perspectivas sobre o nosso objeto de estudo.

Usos da criticidade

No primeiro volume, optamos por um ordenamento cronológico dos textos lá publicados. Neste segundo, pensando em tornar mais fluída a leitura, fizemos um primeiro agrupamento pela origem geográfico-cultural dos textos, dividindo o livro em duas partes: a primeira com os autores do Sul (brasileiros e latino-americanos), a segunda com os do Norte (da Europa, América do Norte e Ásia). Dentro de cada parte, procuramos dar seqüência ao livro através da proximidade de temas, como faríamos também num programa de rádio.

A primeira parte começa com a recuperação de uma raridade: um texto de Roquette Pinto, considerado o fundador do rádio no Brasil e um dos primeiros pensadores do seu potencial educativo, contextualizado por Luiz Artur Ferraretto, atual coordenador do NP da Intercom. Em seguida, publicamos o texto de Walter Sampaio, o autor que fora escolhido para o primeiro volume por Gisela Ortriwano, e que não pôde aparecer lá devido ao falecimento precoce da professora da USP durante a elaboração do livro. Mas a vontade de Gisela foi realizada neste segundo volume por sua ex-orientanda Luciane do Valle, que aceitou o desafio de contextualizar a obra de Sampaio. A própria Gisela Ortriwano aparece como autora seguinte, com a disponibilização aqui de trechos da sua tese de doutorado que segue sem publicação integral. A

contextualização da tese da mestra ficou a cargo de outra ex-orientanda, Lígia Maria Trigo, e de Ricardo Peruchi. A autora brasileira que fecha esta parte é Maria Immacolata Lopes, um dos principais nomes da Comunicologia brasileira contemporânea, através da recuperação do texto de sua dissertação de mestrado sobre o Rádio dos Pobres, contextualizado aqui por sua também ex-orientanda Maria Isabel Orofino.

TEXTE N° 2

15 Ideias de Frases Para Iniciar e Finalizar o Programa de Rádio

Os programas de rádio continuam sendo meios de comunicação muito ouvidos e consumidos, embora haja uma tendência cada vez maior de meios de comunicação voltados à internet.

Por isso mesmo, os programas de rádio tem se reinventado para oferecer aos seus ouvintes conteúdos de qualidade, inclusive com frases criativas para rádio para chamar a atenção dos ouvintes, e se tornar o bordão do programa.

BAIXE VINHETAS GRÁTIS PARA SUA RÁDIO

Além disso, muitos outros fatores devem ser considerados ao começar um programa de rádio além do conteúdo de qualidade, como as frases criativas para iniciar e finalizar o programa, temáticas que engajem o público-alvo, ideias criativas que os ouvintes gostem, e temáticas que engajem um público novo.

Quer saber o que é preciso para fazer um programa de rádio, o que falar e frases criativas para iniciar e finalizar o programa? Então, não deixe de conferir o artigo.

Como fazer um programa de rádio?

Inicialmente, para fazer um programa de rádio é preciso definir quem vai ser o público-alvo e quais temáticas serão apresentadas no decorrer dos programas.

Desse modo, ao escolher o público-alvo as temáticas abordadas no programa devem ser determinadas pensando se atrairia esse público, mas só com o tempo é possível perceber o que atrai e fideliza esse público.

Em seguida, é preciso organizar o programa para rádio, ou seja, é necessário planejar o projeto do que será abordado, quais os recursos utilizados nos segmentos técnicos e administrativos, e definição da equipe, conforme o perfil do programa de rádio.

Logo após, é preciso desenvolver pautas importantes para os ouvintes, pois para fidelizar ouvintes é necessário que ele saiba que o conteúdo abordado na rádio é relevante.

Além disso, importante considerar que sem ouvintes, não há programa, logo as demandas da audiência devem ser consideradas, por exemplo, se o seu público gosta de ouvir notícias jornalísticas, e esses ouvintes são fixos, não deixe de colocar essas notícias.

Por fim, considerando o que seus ouvintes gostam, não quer dizer que você deve apenas abordar essas temáticas, gradualmente explore inovações na programação, por exemplo, você pode passar notícias jornalísticas e incrementar com comentários de humor no fim e ver o que o seu público achou.

O que falar no programa de rádio?

O que falar em um programa de rádio, vai variar de acordo com o segmento do programa, o público-alvo, as pautas e temáticas definidas, contudo, há aspectos de fala comuns em todos os programas de rádios.

Inicialmente, o que deve ser falado no programa de rádio são frases criativas para rádio que se tornem o bordão do programa, aquilo que o ouvinte lembrará sempre que ouvir o nome do programa, ou algo relacionado a rádio. Essa frase deve ser simples e acompanhada de saudações como "olá" "oi" "opa".

Em seguida, partimos para a estrutura do que será falado na rádio em geral, nesse momento, os conteúdos serão voltados para o público-alvo, seus ouvintes, ou seja, pode ser temas jornalísticos, esportes, músicas, signos, fofocas.

No decorrer do programa, ocorrem comerciais naturais de todo programa de rádio, contudo, nesse momento, você deve instigar seus ouvintes a não saírem dali, para isso você deve revelar o que virá logo após, serão tocadas músicas? Ou vai falar de esportes? O importante é fazer com que seus ouvintes se interessem e não deixem de ouvir o programa.