



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL –
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

**MILLENA PAULA DE SOUSA FLORENTINO
ROUVIERE CAVALCANTE FERREIRA**

**JORNALISMO E ENTRETENIMENTO: FREQUÊNCIA 101 -
RADIOJORNAL VESPERTINO**

**CAMPINA GRANDE
2018**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL –
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

**MILLENA PAULA DE SOUSA FLORENTINO
ROUVIERE CAVALCANTE FERREIRA**

**JORNALISMO E ENTRETENIMENTO: FREQUÊNCIA 101 -
PROGRAMA RADIOFÔNICO VESPERTINO**

Relatório técnico referente ao programa radiofônico “Frequência 101” apresentado à Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Ms. Alan Soares Bezerra

**CAMPINA GRANDE
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

F633j Florentino, Millena Paula de Sousa.
Jornalismo e entretenimento [manuscrito] : frequência 101 -
radiojornal vespertino. / Rouviere Cavalcante Ferreira / Millena
Paula de Sousa Florentino. - 2018.
24 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2018.

"Orientação : Prof. Me. Alan Soares Bezerra ,
Departamento de Comunicação Social - CCSA."

1. radiojornal. 2. Jornalismo. 3. Programa radiofônico. 4.
Radiojornalismo.

21. ed. CDD 070.194

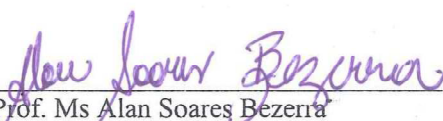
MILLENA PAULA DE SOUSA FLORENTINO
ROUVIERE CAVALCANTE FERREIRA

PROGRAMA DE RÁDIO - FREQUÊNCIA 101

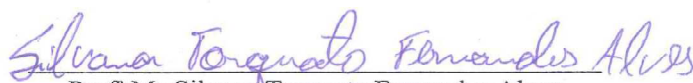
Relatório técnico referente ao programa radiofônico
“Frequência 101” apresentado à Universidade Estadual da
Paraíba – UEPB, requisito para a obtenção do Título de
Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em
Jornalismo.

Aprovado em: 14/06/2018.

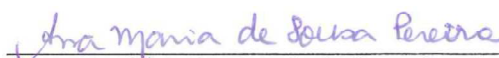
BANCA EXAMINADORA



Prof. Ms Alan Soares Bezerra
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)
Orientador



Profª Ms Silvana Torquato Fernandes Alves
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)
(Examinador 1)



Profª Ms Ana Maria de Sousa Pereira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)
(Examinador 2)

Ao Deus que nos incluiu em Suas promessas e nos abraça diuturnamente com Sua Misericórdia. Aos genitores, Adeildo e Celma e Jacira Pereira e a toda família, que a todo momento cederam-nos todo o apoio para realização deste feito. À querida amiga Isabella, pela lealdade, instrução e encaminhamento acadêmico. E a todos os que incansavelmente nos presentearam com ensejos positivos e orações.

AGRADECIMENTOS

A importância de trazer consigo a lembrança/presença de quem, de algum modo, nos inspira e norteia a caminhada, é o exercício da gratidão.

Fica registrada pois a gratulação pelo apoio do Deus que é presença viva e constante no cotidiano, nas lutas e nos desafios que permeiam cada fresta de vida.

Gratidão aos nossos pais que são, desde o início, base para os sonhos alimentados quando ainda da infância até os esforços contínuos de hoje. Fontes de inspiração e de força, indubitavelmente. Gratidão extensa à toda a família.

Corações gratos aos companheiros de vida e caminhada, que são suporte emocional e assumem o papel muitas vezes de mestres em nossos contextos.

Gratidão especial à amiga Isabella, que é constante inspiração na vida e na vertente acadêmica. Aos caros amigos que inferem no dia a dia além das orações, o sentido do amor gratuito.

Gratidão eterna aos nossos.

RESUMO

O referido programa radiofônico consiste em uma radiorevista que pretende cumprir o papel de um informativo com viés no entretenimento, tendenciando ao caráter mais dinâmico e interativo, a fim de preencher lacunas existentes no âmbito da programação radiofônica local. O “Frequência 101” detêm de uma grade que corresponde à uma hora de programação, seccionada em oito blocos, cujos quais intercalam notícias, opiniões, música e humor, uma composição heterogênea que resulta em uma perspectiva alusiva à novas possibilidades e à uma audiência quantitativamente mais abrangente.

Palavras-chaves: radiorevista, entretenimento, programa radiofônico, composição heterogênea.

ABSTRACT

The aforementioned radio program consists of a radioreview that intends to fulfill the role of an informative with bias in the entertainment, tending to the more dynamic and interactive character, in order to fill gaps existing in the scope of the local radio programming. "Frequency 101" has a grid that corresponds to one hour of programming, divided into eight blocks, which interweave news, opinions, music and humor, a heterogeneous composition that results in a perspective alluding to the new possibilities and the audience quantitatively more comprehensive.

Keywords: radioreview, entertainment, radio program, heterogeneous composition.

SUMÁRIO

1 . INTRODUÇÃO.....	07
2 . OBJETIVOS	09
2.1 Objetivo Geral.....	09
2.2 Objetivos Específicos.....	09
3 . JUSTIFICATIVAS	10
4 . PÚBLICO ALVO.....	11
5 . ORÇAMENTO PRELIMINAR.....	12
6 . CRONOGRAMA DE ATIVIDADES	13
7 . DETALHAMENTO TÉCNICO.....	14
7.1 – Jornalismo e Entretenimento.....	16
8 . CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
REFERÊNCIAS.....	19
ANEXO A – Script.....	21

1. INTRODUÇÃO

Partindo do pressuposto de que apesar das novidades midiáticas que se apresentam de forma cada dia mais constante e presente, a exemplo da Internet e do advento da TV digital, o rádio se mantém ativo dentre os veículos de comunicação social acessados no âmbito brasileiro, tem-se a prerrogativa de que apesar de representar um déficit que se acentua de maneira progressiva em números de audiência, tal veículo comunicacional permanece eficaz e atualizado em termos de formatação e funcionalidade.

Minha aposta é que o rádio assim definido um meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real vai continuar existindo na era da internet e até depois dela e vai ser aperfeiçoando pelas novas tecnologias que estão por aí e ainda por vir sem deixar de ser o que é. (MEDITSCH, 1999, p.4)

Portanto, tendo em vista suas atuais potencialidades enquanto canal informativo e promotor de entretenimento, em detrimento da realidade que consiste na carência de uma disseminação mais massificada de sua atuação no contexto hodierno, faz-se necessário produzir incentivos de programação e de conteúdos estratégicos que possibilitem angariar ouvintes dos mais variados extratos sociais.

Informações atualizadas dão conta de que o rádio é ouvido numa frequência de sete dias por semana por 35% dos ouvintes pesquisados em torno do país (*Pesquisa de Mídia 2016*¹), muito embora tenha havido perda significativa de audiência para os novos meios de comunicação, tendo como prova um paralelo traçado entre os anos de 2006 e 2016. Num período de 10 anos, o rádio caiu de uma audiência de 87,9 % para 7% da população brasileira dentre os indivíduos pesquisados (PNAD).

Em se tratando do âmbito paraibano, o rádio hoje é ouvido por 8% da população, ficando atrás da Internet com 23% do acesso e da TV que lidera a audiência com 68% da preferência dos paraibanos (PESQUISA DE MÍDIA, 2016).

Em virtude da circunstância supracitada, buscou-se produzir um produto direcionado a

¹ Disponível em: <http://pesquisademidia.gov.br/>

um público mais generalizado como estratégia de manutenção e angariação de novos ouvintes.

Essa proposta de programação (programa piloto) é um Trabalho de Conclusão de Curso – TCC inserida no modelo de produto midiático. É um modelo de programa radiofônico pautado nos novos formatos de programação, disponibilizando conteúdo diversificado e baseado na interação com o ouvinte, na informação comentada e no humor.

Têm-se por objetivo geral propor ao mercado radiofônico um produto que cumpra o papel de um informativo com viés no entretenimento, tendenciando ao caráter mais dinâmico e interativo.

2. OBJETIVOS

2.1- GERAL:

- Desenvolver um projeto piloto de um programa radiofônico informativo com viés no entretenimento, tendenciando ao caráter mais dinâmico e interativo, constituído de uma grade de programação heterogênea e equilibrada.

2.2- ESPECÍFICOS

- Analisar preliminarmente o mercado radiofônico de Campina Grande
- Promover discussão prévia a respeito do entretenimento atrelado ao jornalismo
- Desenvolver programação atrativa a públicos diversos
- Produzir um jornalismo embasado nas tendências contemporâneas da comunicação
- Executar programação heterogênea, alternando informação, opinião, curiosidades e humor

3.JUSTIFICATIVA

Partindo da necessidade de manter e elevar o nível de audiência do rádio no Brasil e no âmbito local, é notória a urgência em desenvolver formas de entretenimento que captem públicos variados. A permanência do rádio no meio social se faz efetiva a partir do momento em que novidades são lançadas em termos de ofertas oriundas do referido veículo.

Além de compreender o processo de amadurecimento do rádio e os esforços impressos no que se refere à sua conjuntura, em prol de sua permanência na contemporaneidade, é necessário entender que tipo de mudanças se concretizaram até o momento presente.

O rádio vive agora a terceira transformação. A primeira foi nos anos 40-50 baseada nas contribuições dos transistores, gravadores magnéticos, etc e a segunda nos anos 80-90 com a digitalização e convergência dos meios. Esta terceira transformação se produz pela presença das plataformas de internet e telefonia e a convergência das plataformas anteriores com as novas ate gerar a multiplataforma atual (PRATA, 2013, p.1).

É preciso atrair para garantir veiculação, e comunicação, e esse tipo de inferência dá-se de forma pragmática através de processos estratégicos e analíticos a fim de calcular modos de inserção nos meios sociais, afinal o rádio, apesar do impacto sofrido após a modernização das mídias, ainda pode ser considerado uma fonte onipresente de informação nas horas mais importantes, mesmo nos países tecnologicamente mais desenvolvidos.

Na medida em que as condições técnicas são alteradas, as limitações variam e a linguagem se modifica, com implicações sobre os conteúdos a que dão forma (...) o surgimento da rádio criou uma relação nova entre o público, as informações e os acontecimentos a que estas se referem (MEDITSCH, 1999, p. 106).

A proposta de lançar um produto midiático com o caráter do Frequência 101,

disponibiliza e incita a possibilidade de uma remodelagem e formatação de programação, o que pressupõe a chance concreta de captura mais abrangente de audiência do público local. Sendo assim, a veiculação do programa proposto, configura-se como a possibilidade de trazer à tona um sucesso de público experienciado há muito no âmbito nacional e local.

4. PÚBLICO ALVO

O Frequência 101 direciona-se a ouvintes que correspondem à faixas etárias distintas, ou seja, considera-se essa uma programação aberta à todas as idades, com foco nas classes B/C/D, tendo em vista as possibilidades de abranger interesses em comum com os mais diversos nichos sociais.

5. ORÇAMENTO PRELIMINAR

As despesas com os processos de produção do programa geraram o custo total de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) correspondentes especificamente à gravação do piloto (R\$ 50,00) e à produção das vinhetas (R\$ 100,00).

Os equipamentos utilizados na edição do programa piloto (Notebook e fone de ouvido) são de uso pessoal e não geraram custos para o presente trabalho.

6. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

MESES	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
Produção de script	X			
Pesquisa bibliográfica		X	X	
Gravação do piloto			X	
Edição			X	
Revisão e ajustes				X
Apresentação do TCC				X

7. DETALHAMENTO TÉCNICO

Metodologia

O Frequência 101 foi elaborado sob a perspectiva inicial da criação de um produto que pudesse ser configurado de maneira exclusiva no âmbito comunicacional de Campina Grande e região, de modo a corresponder as expectativas mais atualizadas de um público emergencialmente mais exigente.

Viabilizou-se a partir de então, um estudo a nível estatístico e analítico em torno da influência e da veiculação de programas radiofônicos nos entornos da região supracitada, somando ao processo de observação, o olhar crítico a respeito das especificidades em torno das programações de cada veículo de comunicação em particular.

A partir da conjectura de lacunas e necessidades explícitas nas grades dos programas veiculados através das rádios de Campina Grande, iniciou-se o processo criativo que deu origem ao esqueleto do protótipo (programa piloto) aqui referenciado.

A discussão sobre a combinação entre o jornalismo e o entretenimento pautou a formatação do produto midiático em questão, tendo em vista a necessidade de suprir as demandas do ambiente social no qual insere-se a neocomunicação. Aspectos como o imediatismo, a informatização, a interatividade e a carência de programações heterogêneas e com potencial de mescla de informações, correspondem à base das pautas formatadas para o Frequência 101.

Designou-se então as fases de execução do produto final; formalização de quadros de programação, pautas, produção de vinhetas, conceitos e por fim a gravação em estúdio, a edição final e a produção do referido relatório científico detalhando todo o processo de criação e delineamento do programa radiofônico final.

Com o advento tecnológico em voga, os meios de comunicação precisam se adaptar de maneira mais urgente a cada momento, a fim de construir espectros que abordem além do imediatismo, a interatividade e o entretenimento como molas propulsoras pra o angariamento de audiência eficaz

No caso do Frequência 101, a possibilidade de agregar noticiabilidade com descontração, é a estratégia principal para angariar público expressivo.

Na grade de quadros estão elencados/previstos:

- Fala Sério: Momento destinado à viabilização de giros de notícias veiculadas pelos apresentadores com intervenções ao vivo de um repórter agregando sempre um link interessante cobrindo acontecimentos ao longo da região, agregando a possibilidade de tecituras de opinião em torno dos assuntos em voga.
- Você sabia?: Quadro alusivo a curiosidades nos mais diversos nichos. São respostas a questionamentos e inquietações interessantes dos ouvintes.
- Quadro de humor: Quadro humorístico elaborado com base no humor inteligente e permeado por um personagem cômico (“Seu Juventino”) desenvolvido pelo apresentador.
- Quadro musical: Execução de playlists selecionadas a partir de um critério diferenciado. Além de atender a demanda do público, as canções passam por um crivo de aceitabilidade analítica (letras isentas de conteúdo impróprio para o horário e que não condizem com a proposta do programa)
- Participação do ouvinte: Momento em que um dos ouvintes que interagiram durante o programa, é sorteado pra ter seu comentário a respeito de alguma notícia comentada durante a programação (enviado através de áudio via whatsapp) veiculado no ar.

A proposta central do programa em questão, leva em consideração diversos fatores, os quais estão elencados abaixo:

- A liberdade mercadológica que o cenário comunicacional de Campina Grande oferece, especificamente dentro desse nicho. A ausência de programações nesse segmento entre as grades de programação de rádio na cidade, que contemple um produto com esse formato/proposta.
- A possibilidade de incluir o público como participante e co-produtor de pautas, possibilita ao programa criar vínculos e posicionamento seletivo entre os veículos de comunicação da cidade.
- Tendo em vista a procura por programações que contemplem a diversidade como foco, sendo esta, salvaguarda de audiência garantida entre cidadãos da classe alvo (B, C e D) do veículo de comunicação em

questão, garante-se a reafirmação da proposta inicial/base do conceito e execução da grade de programação.

1.Sinopse

Tendo em vista o tempo disponível para a execução do programa (uma hora), o mesmo será dividido em pequenos blocos, com base em uma proposta de programação dinâmica e consistente.

Serão executadas/conduzidas duas modalidades de interação com o ouvinte através das redes sociais (whatsapp, instagram e facebook).

A sequência dos quadros será disponibilizada de maneira intercalada entre sessões de entretenimento e informativos pra que o equilíbrio seja o fator principal da mola propulsora do programa.

A priori abre-se o programa com um “Fala Sério” fazendo um giro das primeiras notícias do dia, recapitulando e repercutindo o que já aconteceu até então.

Logo mais, introduzi-se um pequeno quadro musical (1 canção) para dar início ao entretenimento da tarde.

O próximo momento a ser veiculado é o quadro humorístico, quando o apresentador reveste-se de um personagem cômico, fruto de sua própria criação para comentar de maneira engraçada algum fato do dia (o que pode incluir notícias e curiosidades sobre algum acontecimento aleatório).

Logo após, traz-se o “Você sabia?” para equilibrar a programação e ofertar pra o ouvinte a possibilidade de sanar curiosidades diversas.

Na sequência, entra o “Participação do ouvinte” com a participação direta do ouvinte, que selecionará uma música e através de mensagem de áudio no whatsapp, comentará sua escolha.

O “Fala Sério” finaliza a programação antes do encerramentocom outro quadro musical. Nessa sessão, têm-se os comentários dos apresentadores a respeito de algum assunto específico. Fica claro o posicionamento dos mesmos a partir de considerações pessoais, dando margem para participação também do ouvinte através das redes sociais (que estarão sendo sempre monitoradas).

A ideia central é ter no estúdio uma atmosfera diferenciada dos programas tradicionais. A interação, a programação musical, a informação atualizada e o humor,

são fatores que combinados, tornam o Alta Frequência uma programação passível de um conceito diferente dos até então difundidos no meio radiofônico.

7.1 JORNALISMO E ENTRETENIMENTO

Ao traçar uma alusão à remontagem ou ao conceito mais antigo de notícia, predominante no jornalismo mais primitivo, entende-se que houve evolução significativa do ponto de vista científico e produtivo. Até então fazia-se necessário o atendimento a critérios de noticiabilidade para que um determinado material jornalístico representasse potencial de veiculação, independentemente do tipo de mídia a que se referisse. Quando um assunto estava na mídia há algum tempo, só era notícia quando havia um fato novo.

Na prática cotidiana do jornalismo, os valores-notícia a novidade, a imprevisibilidade, o peso social, a proximidade geográfica do fato, a hierarquia social dos personagens implicados, a quantidade de pessoas e lugares envolvidos, o provável impacto sobre o público-leitor e as perspectivas de evolução do acontecimento são destaques irrefutáveis. (SODRÉ; PAIVA, 2005).

Atualmente o conceito de notícia tem sofrido mudanças. O estudo de Dejavite (2006) aponta que até a década de 60 informar significava não só fornecer a descrição precisa e comprovada de um fato jornalístico, mas também explicar contextos que permitam ao receptor compreender sua significação mais profunda. Hoje há um novo tipo de seleção e hierarquização. A autora destaca que a decisão do mercado em determinar o que é notícia está em voga e os veículos estão mais preocupados em satisfazer o interesse do receptor (DEJAVITE, 2006).

Dejavite (2006) alerta que para evitar o desgaste do processo jornalístico e sua consequente deterioração conteudista, é preciso levar em consideração que o público participa cada vez mais na deliberação do que se veicula na mídia. "Agora, as empresas jornalísticas estão mais atentas ao que é solicitado pelo consumidor e tem transformado a dinâmica da criação da notícia". (p 68).

Essa constatação pode ser verificada no cotidiano das rádios locais, nas quais a presença do ouvinte é cada vez mais constante, com participação através de telefone,

mensagens em redes sociais, e-mail e twitter. Um exemplo é a formatação da pauta com base em informações cedidas pelo público, como notícias informais em torno da situação do trânsito, que culmina para a sinalização de uma informação com potencial veiculador.

O ouvinte passa a ser protagonista no processo de apuração da notícia, conceito que hoje intitula-se como “jornalismo participativo”, porém esse não seja de fato o foco da proposta discursiva no presente relatório.

A intenção neste, é traçar paralelos entre a inovação no critério de noticiabilidade e a flexibilidade no processo informativo proposta pelos novos formatos de programação já praticados por veículos distintos.

O jornalismo contemporâneo abriu novas possibilidades pra o âmbito da comunicação. Hoje faz-se possível a combinação de quadros que aludem tanto à noticiabilidade quanto ao humor, compondo uma nova vertente do âmbito comunicacional.

Observa-se que estes dois elementos da comunicação social – informação e entretenimento- estão inerentes ao processo de produção, emissão e recepção das programações radiofônicas das FMs. De acordo com Barbosa Filho (2003, p.74 apud Faus Belau, 1973), a informação tem finalidade noticiosa mantendo o “ouvinte a par do que acontece de interessante e atual no mundo; e o entretenimento tem a finalidade de “proporcionar uma companhia, uma distração ao ouvinte”. Porém, no âmbito do universo jovem e adulto contemporâneo das FMs, não há como negar que o entretenimento tem espaço de tempo significativo na programação diária.

Ainda de acordo com Barbosa Filho (2003), os formatos de entretenimento têm características como por exemplo, a capacidade de se combinar com outros formatos de outros gêneros e de servir de ferramenta para informação, o anúncio, a prestação de serviços, para a educação e até mesmo, para o próprio entretenimento.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da experiência foi possível identificar de maneira empírica a necessidade da inserção criativa que promova novas vertentes e possibilidades para radiofonia no âmbito brasileiro, e mais especificamente na Paraíba.

É notória a carência de novas perspectivas e combinações de programação na vertente radiofônica, já que se entende hoje um conceito diferente para a veiculação de programas de rádio, tal qual a necessidade de entender e executar a formatação do novo fazer jornalístico.

A notícia enquanto produto engessado e segmentada a partir de diretrizes retilíneas, hoje traça novos caminhos, e no nicho da radiofonia especificamente, tende a ganhar novos entornos, fazendo-se adaptável e flexível às novas tendências do mercado da comunicação.

A partir da mescla e da intercalação entre blocos distintos e complementares, ficou clara a possibilidade e o sucesso de novas práticas no âmbito da comunicação veiculada através do rádio.

Os entraves antes formulados e concebidos no tocante à relação entre jornalismo e entretenimento, conhece aqui uma nova realidade que consiste na subsistência de duas vertentes até então opostas e completamente isoladas.

O Frequência 101 é em suma, uma quebra de paradigmas mesmo nos tempos hodiernos, nos quais já é possível experienciar novas combinações, possibilidades e rompimentos de barreiras pré-existentes no âmbito da comunicação.

A possibilidade de atrelamento de uma programação diversificada unida à interatividade e a aproximação do ouvinte com o produto midiático, torna o jornalismo mais abrangente e passível de aceitação e adaptação às novas exigências sociais como um todo.

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

DEJAVITE, F.A. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

DEL BIANCO, N.R. **Remediação do jornalismo na era da informação. II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da SBPJor**, Salvador-Ba, 2004.

FERRARETTO, L.A. **Rádio: veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

MEDITSCH, E. **A rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornal**. Coimbra. Minerva, 1999.

PRATA, N. **Tecnologias, um divisor de águas na historia do rádio**. Intercom. 2007. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0138-1.pdf>

Jornalismo ou entretenimento?. **Caminhos do Jornalismo**. Disponível em: <<https://caminhosdojornalismo.wordpress.com/producao-em-tv/jornalismo-ou-entretenimento/>> Acesso em: 25/05/2018 às 19:17 h.

MAGALHÃES BRIGLIA, Tcharly. Os limites entre o jornalismo e o entretenimento. **Observatório da Imprensa**, 31 mar. 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/ed844-os-limites-entre-jornalismo-e-entretenimento/>> Acesso em 25/05/2018 às 19:53 h.

PAIXÃO FERRIERA, Andréa. **A invenção do rádio: um importante instrumento no contexto da disseminação da informação e do entretenimento**, mar. 2013. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/1967/1237>> Acesso em: 26/05/2018 às 20 h.

DE PAULA PINTO, Carolina; GAETA, Tiago; ROLFSEN BELDA, Francisco. **Núcleo Artístico da Rádio Unesp Virtual: da programação ao conteúdo.** Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1106-1.pdf>> Acesso em: 26/05/2018 às 21:35 h.

Pesquisa de mídia 2016. Disponível em: <<http://pesquisademidia.gov.br/>> Acesso em 19 de abril às 16:30 h.

ANEXO A – Script

➤ 1º Bloco

Vinheta de abertura

Saudação

Quadro “Fala Sério”

Quadro Musical

Intervalo

➤ 2º Bloco

Vinheta de passagem

Quadro “Você sabia?”

Breve comentário

Quadro musical

Intervalo

➤ 3º Bloco

Vinheta de passagem

Quadro humorístico

Comentário humorístico

Quadro Musical

Intervalo

➤ 4º Bloco

Vinheta de passagem

Quadro “Fala sério”

Link ao vivo (Réporter Jéssica Costa)

Comentário Locutores

Quadro Musical

Intervalo

➤ 5º Bloco

Vinheta de passagem

Quadro “Participação do ouvinte” (Comentário do ouvinte Erivaldo)

Quadro Musical

Intervalo

➤ 6º Bloco

Vinheta de passagem

Registro da participação do ouvinte (via redes sociais)

Quadro musical

Intervalo

➤ 7º Bloco

Vinheta de passagem

Quadro “Fala Sério” (giro de notícias da internet)

Quadro Musical

Intervalo

➤ 8º Bloco

Vinheta de passagem

Quadro humorístico

Comentário de humor

Encerramento do programa