

# Mestrado Próprio Semipresencial

## Radiojornalismo



**tech** universidade  
tecnológica

## Mestrado Próprio Semipresencial

### Radiojornalismo

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-radiojornalismo](http://www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-radiojornalismo)

# Índice

01	02	03	04
Apresentação	Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?	Objetivos	Competências
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
pág. 4	pág. 8	pág. 12	pág. 18
	05	06	07
	Conteúdo programático	Estágio	Onde posso realizar o Estágio?
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	pág. 22	pág. 36	pág. 42
		08	09
		Metodologia	Certificado
		<hr/>	<hr/>
		pág. 46	pág. 54

# 01

# Apresentação

O rádio, por ser uma mídia que não exige atenção visual, permite que o público consuma informações enquanto realiza outras atividades, o que aumenta sua versatilidade e conveniência. Além disso, sua capacidade de transmitir notícias em tempo real proporciona um imediatismo inigualável, mantendo as pessoas informadas à medida que os eventos acontecem. Na verdade, essa forma de jornalismo tem um alcance massivo, atingindo regiões isoladas onde outras mídias podem enfrentar dificuldades para chegar. Por isso, a TECH desenvolveu este programa que combina teoria, 100% online, com um estágio prático presencial de 3 semanas, para que os alunos tenham a oportunidade de expandir suas habilidades ao lado dos melhores especialistas.



“

*Conheça o radiojornalismo como uma ferramenta útil para a divulgação de notícias e a construção de narrativas profundas e cativantes, enfatizando o poder da voz e do som para gerar emoções”*

A abordagem sonora e narrativa do radiojornalismo permite que o público sintonize e receba notícias a qualquer hora e em qualquer lugar, oferecendo flexibilidade para aqueles que buscam informações durante o deslocamento diário. Além disso, essa natureza auditiva aprimora a capacidade de contar histórias de forma vívida e imersiva, permitindo que os jornalistas usem o tom, a entonação e os efeitos sonoros para adicionar profundidade e emoção às notícias. Também estimula a imaginação do ouvinte, permitindo que os eventos sejam imaginados por meio de uma descrição detalhada.

Neste contexto, a TECH desenvolveu este Mestrado Próprio Semipresencial em Radiojornalismo, abordando, em primeiro lugar, os princípios éticos e teóricos que orientam a prática jornalística, através da narrativa audiovisual, que permite compreender como estruturar e apresentar histórias de forma eficaz através da mídia sonora. A documentação da informação também é fundamental para que o aluno possa adquirir habilidades na pesquisa, coleta e verificação rigorosa dos dados.

Além disso, será analisada a forma como a publicidade é inserida nesse tipo de mídia, fornecendo uma visão de como essas mensagens são entrelaçadas com a narrativa radiofônica. Além disso, você estudará em profundidade as técnicas de locução, produção e uso de equipamentos técnicos para a produção de conteúdo jornalístico de alta qualidade, abrangendo gêneros como esportes e jornalismo cultural. Por último, o jornalista irá se aprofundar na gestão do setor de notícias, bem como na compreensão da opinião pública para entender como a audiência recebe e entende as informações.

A TECH apresenta um programa revolucionário com uma abordagem educacional exclusiva. A abordagem deste Mestrado Próprio Semipresencial foi dividida em duas fases distintas. Na primeira, o curso se concentrará na teoria e será ministrado por meio de uma plataforma 100% online. Na segunda, por outro lado, o profissional passará por uma experiência prática intensiva de três semanas em uma emissora de rádio de prestígio.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Radiojornalismo** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de mais de 100 casos práticos apresentados por profissionais do radiojornalismo e professores universitários com ampla experiência neste campo
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente prático fornece informações essenciais sobre as ferramentas e técnicas indispensáveis para a prática profissional
- ♦ Apresentação de workshops práticos sobre as técnicas e ferramentas mais usadas no radiojornalismo
- ♦ Sistema interativo de aprendizagem baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações apresentadas
- ♦ Guias práticos sobre a comunicação jornalística por meio do rádio
- ♦ Aulas teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet
- ♦ Além disso, você poderá realizar um estágio em um das melhores empresas da área



*Especialize-se como radiojornalista, para informar, ensinar e se conectar com o público de uma forma única"*

“

*Você irá realizar um estágio intensivo de 3 semanas em uma emissora de rádio de prestígio e irá adquirir o conhecimento necessário para crescer pessoal e profissionalmente”*

Esta proposta de Mestrado Próprio Semipresencial, de caráter profissionalizante, tem como objetivo atualizar os profissionais de jornalismo que atuam no meio radiofônico e que precisam de uma qualificação de alto nível. O conteúdo é orientado de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática jornalística, e os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização do conhecimento.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional de jornalismo uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma prática imersiva programada para capacitar através de situações reais. A concepção deste programa se concentra na aprendizagem baseada em problemas, por meio da qual os estudantes devem tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem ao longo do programa. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

*Você irá se aprofundar na importância de criar imagens mentais e no uso de elementos sonoros para gerar impacto no meio radiofônico.*

*Você irá adquirir novos conhecimentos e aperfeiçoar suas habilidades por meio do Mestrado Próprio Semipresencial forma prática e adaptada às suas necessidades.*



# 02

## Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Em muitas áreas de trabalho e conhecimento, a teoria não é suficiente para alcançar o desenvolvimento ou o progresso real. No caso do Radiojornalismo, o curso permitirá que o aluno analise as complexidades da teoria e da prática do rádio, desde a narrativa audiovisual até os diferentes gêneros jornalísticos, como o esportivo e o cultural. Por isso, a TECH criou um curso pioneiro que oferece a flexibilidade necessária para equilibrar os compromissos pessoais e profissionais, contando com uma equipe de professores especialista na área do radiojornalismo.





“

*Este Mestrado Próprio Semipresencial oferece não só o conhecimento teórico fundamental, mas também as habilidades práticas necessárias para se destacar no radiojornalismo”*

### **1. Atualizar-se a partir da tecnologia mais recente disponível**

A evolução tecnológica no radiojornalismo desempenha um papel fundamental na criação de conteúdo dinâmico e relevante. A tecnologia mais recente disponível permite não só uma produção mais ágil e sofisticada, mas também a captura de notícias em tempo real, a melhoria da qualidade do som e da transmissão e a expansão de plataformas para atingir um público mais amplo. Essa inovação tecnológica transformou a maneira como as informações são apresentadas, enriquecendo a experiência auditiva dos ouvintes e oferecendo um radiojornalismo mais envolvente e atualizado.

### **2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas**

A grande equipe de profissionais que acompanhará o especialista durante todo o período de estágio é a garantia de uma atualização de alto nível e sem precedentes. Com um orientador dedicado especificamente ao aluno, será possível trabalhar em um meio de comunicação de rádio real, em um ambiente de última geração, o que possibilitará a incorporação das técnicas e ferramentas mais inovadoras do radiojornalismo na prática diária.

### **3. Entrar em ambientes profissionais de primeira classe**

A TECH seleciona minuciosamente todas as empresas disponíveis para a Capacitação Prática. Como resultado, o especialista terá acesso garantido a uma prestigiosa emissora de rádio para desenvolver seu estágio na área jornalística. Dessa forma, será possível conhecer o dia a dia de uma área exigente, rigorosa e abrangente, sempre aplicando as técnicas e ferramentas mais recentes na metodologia de trabalho.





#### **4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada**

O mercado acadêmico é afetado por programas de ensino mal adaptados ao trabalho diário dos jornalistas, que exigem muitas horas de dedicação e, muitas vezes, são incompatíveis com a vida pessoal e profissional. A TECH oferece um novo modelo de aprendizagem, 100% prático, que permite que o aluno protagonize projetos inovadores na área de Radiojornalismo e, o melhor de tudo, que os coloque em prática de forma profissional em apenas 3 semanas.

#### **5. Abrir portas para novas oportunidades**

A expansão das plataformas online, podcasts e aplicativos móveis democratizou a produção de conteúdo radiofônico, permitindo que os jornalistas alcancem uma audiência global com relativa facilidade. Essas novas oportunidades ampliaram não só o alcance do radiojornalismo, mas também incentivaram experimentar formatos inovadores, criar conteúdo personalizado e estabelecer conexões diretas com públicos específicos. Além disso, a interatividade e a possibilidade de explorar assuntos mais especializados criaram um terreno fértil para o desenvolvimento de narrativas exclusivas.



*Você irá vivenciar uma imersão prática completa na clínica que escolher"*

# 03

## Objetivos

Este programa foi desenvolvido para aprimorar as habilidades narrativas dos jornalistas, aperfeiçoando as técnicas de rádio e proporcionando uma compreensão abrangente da teoria e da prática jornalística. Assim, o objetivo deste curso é formar profissionais versáteis e competentes, capazes de abordar desde as informações mais atuais até as histórias mais chocantes, orientados por princípios éticos e pelo domínio das novas tecnologias.



“

*Você irá se destacar na criação de conteúdo de rádio, munido das ferramentas essenciais para cativar o público e se tornar um ícone da transmissão de notícias”*



## Objetivo geral

---

- ♦ O objetivo geral do Mestrado Próprio Semipresencial em Radiojornalismo é impulsionar a carreira dos alunos, fornecendo o conhecimento e as habilidades necessárias para se destacarem no mundo do radiojornalismo. Por meio do conteúdo curricular, os jornalistas irão estimular sua criatividade, aprimorar suas habilidades técnicas e ampliar sua compreensão teórica. O programa permitirá que os profissionais se capacitem na produção de conteúdo de rádio de qualidade e também que se adaptem às últimas tendências e tecnologias que definem o setor



*Este programa irá proporcionar uma sensação de segurança na prática jornalística, o que irá ajudá-lo a crescer pessoal e profissionalmente"*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Teoria do Jornalismo

- ♦ Dominar a tradição jornalística desde suas origens até os dias de hoje, com foco nos principais meios de comunicação, jornalistas e grande cobertura jornalística
- ♦ Analisar os tipos de jornais que existem e seu conteúdo
- ♦ Conhecer as principais ferramentas jornalísticas e seus critérios de seleção
- ♦ Conhecer e analisar os elementos do jornal

### Módulo 2. Narrativa audiovisual

- ♦ Compreender a importância da narrativa audiovisual na esfera comunicativa atual
- ♦ Dominar as diretrizes básicas que regem a comunicação do audiovisual para a produção dos diferentes gêneros de rádio
- ♦ Conhecer as particularidades do discurso audiovisual
- ♦ Conhecer os conceitos fundamentais da narração visual de histórias

### Módulo 3. Documentação informativa

- ♦ Identificar os perfis profissionais dos jornalistas, bem como as principais habilidades exigidas a eles em sua prática profissional
- ♦ Localizar, recuperar e utilizar informações, bem como fornecer uma visão geral do estado atual da documentação em suas diferentes facetas
- ♦ Documentar processos de informação e lidar com novas tecnologias relacionadas ao processamento de documentos
- ♦ Fornecer uma visão prática do trabalho de um documentarista na mídia
- ♦ Dominar os elementos da sociedade da informação e do conhecimento

#### **Módulo 4. Teoria da Publicidade**

- ♦ Compreender as teorias da publicidade, marketing, relações públicas e comunicação corporativa
- ♦ Compreender a origem, a evolução e o impacto econômico e social da publicidade.
- ♦ Saber como descrever a estrutura das agências de publicidade
- ♦ Conhecer as noções básicas de publicidade e marketing
- ♦ Delimitar cada uma das funções para a gestão da empresa informativa, destacando suas principais aplicações

#### **Módulo 5. Comunicação por rádio**

- ♦ Usar tecnologias e técnicas de informação e comunicação nos vários meios ou sistemas midiáticos interativos
- ♦ Levar conhecimento, ideias e debates de conteúdo informativo à sociedade através de diferentes formas de jornalismo e diferentes mídias
- ♦ Conhecer a história da radiodifusão em nível nacional e internacional e seu impacto na sociedade
- ♦ Conhecer e compreender a estrutura do cenário do rádio e suas particularidades no ambiente atual
- ♦ Dominar as diretrizes básicas que regem a comunicação do rádio para a produção dos diferentes gêneros de rádio
- ♦ Conhecer os principais marcos da história da radiodifusão

#### **Módulo 6. Radiojornalismo**

- ♦ Compreender a estrutura da mídia e seus principais formatos, como expressões dos modos de vida e culturas das sociedades em que desempenham sua função pública
- ♦ Conhecer a evolução histórica dos modos e tradições jornalísticas contemporâneas espanholas, europeias e internacionais, analisando e pesquisando as mensagens que transmitem e seu impacto social
- ♦ Atuar como profissional de comunicação de acordo com as regras legais e éticas da profissão
- ♦ Distinguir os elementos envolvidos na elaboração da mensagem de rádio
- ♦ Distinguir os tipos de programas de rádio e sua composição
- ♦ Conhecer a evolução das informações de rádio

#### **Módulo 7. Jornalismo Esportivo**

- ♦ Redigir textos jornalísticos na área do esporte de acordo com as especificações dos diferentes gêneros informativos (notícia), interpretativos (crônica, entrevista e reportagem) e de opinião (editorial, coluna, artigo, etc.)
- ♦ Conhecer os meandros da imprensa esportiva
- ♦ Analisar a programação esportiva no rádio
- ♦ Analisar as tendências da programação esportiva no rádio





### **Módulo 8. Jornalismo Cultural**

- ♦ Entender a importância da cultura no campo jornalístico
- ♦ Análise de textos jornalísticos relacionados com a esfera cultural e artística
- ♦ Analisar o conteúdo cultural nos diversos canais de comunicação
- ♦ Escrever textos de acordo com os vários gêneros jornalísticos de informação, interpretação e opinião, intimamente relacionados com a difusão da cultura

### **Módulo 9. Empresa de informação**

- ♦ Identificar as funções e estratégias implementadas pelas organizações para estar presentes na mídia ou para promover uma melhor comunicação com seus clientes, fornecedores e funcionários.
- ♦ Entender os mecanismos organizacionais necessários para desenvolver os diferentes aspectos de uma empresa de comunicação e seu desempenho em um contexto globalizado
- ♦ Conhecer os tipos de empresas informativas que existem
- ♦ Saber como uma empresa informativa é estruturada

### **Módulo 10. Opinião Pública**

- ♦ Situar a função pública do jornalista como um guia da opinião pública e em relação ao papel do jornal como ator político e mediador social
- ♦ Conhecer e identificar as múltiplas expressões, fenômenos e processos da opinião pública
- ♦ Refletir, com solidez teórica e rigor empírico, sobre os processos através dos quais a profissão jornalística ajuda a construir e expressar a opinião pública
- ♦ Expressar e atuar sobre a opinião pública, utilizando todos os métodos, idiomas e suportes tecnológicos disponíveis atualmente para o jornalismo
- ♦ Conhecer o conceito de opinião pública

# 04

# Competências

Ao aprovar as avaliações do Mestrado Próprio Semipreencial em Radiojornalismo, o profissional terá adquirido as habilidades necessárias para escrever, dar voz e realizar trabalhos de produção para o meio radiofônico. Além disso, a prática do jornalismo esportivo e cultural e a compreensão da opinião pública irão torná-lo um profissional versátil, preparado para enfrentar os desafios e as oportunidades oferecidas pelo atual universo do rádio.





“

*Graças a este inovador programa de estudos, você será capaz de criar narrativas cativantes e envolventes, além de dominar a produção e a edição de conteúdo de áudio. Matricule-se já!"*



## Competência geral

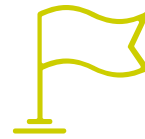
---

- ♦ Escrever, anunciar e transmitir informações via rádio

“

*Você irá desenvolver uma perspectiva abrangente que aumentará sua capacidade de informar, tudo isso por meio da exploração da teoria do jornalismo e da análise crítica da comunicação via rádio”*





### Competências específicas

---

- ♦ Identificar as principais ferramentas jornalísticas e utilizá-las na redação de matérias jornalísticas
- ♦ Redigir e fazer a locução de peças jornalísticas de diferentes gêneros
- ♦ Conhecer as origens e a evolução histórica do jornalismo a nível internacional
- ♦ Conhecer a história mundial e como ela foi relatada
- ♦ Utilizar o discurso e a narrativa audiovisual nas criações jornalísticas
- ♦ Pesquisar para compilar suas próprias informações

“

*Você irá unir teoria e prática profissional de maneira harmoniosa, através de uma abordagem educativa desafiadora e gratificante”*

# 05

## Conteúdo programático

O Mestrado Próprio Semipresencial em Radiojornalismo foi cuidadosamente desenvolvido para proporcionar uma experiência educacional completa e enriquecedora. Assim, o jornalista abordará tudo, desde a teoria do jornalismo até a prática da comunicação via rádio, incluindo a narrativa audiovisual e a documentação de notícias. A partir do módulo 1, o aluno verá seu conhecimento e suas habilidades ampliados, o que permitirá o desenvolvimento profissional no meio radiofônico. Além disso, o estágio prático de três semanas permitirá uma experiência real de trabalho, com o apoio de uma equipe de especialistas.



“

*Aproveite esta oportunidade única de expandir seus horizontes e transformar sua paixão pelo radiojornalismo em uma carreira de realização e sucesso”*

## Módulo 1. Teoria do Jornalismo

- 1.1. Definição e tipos de jornais
  - 1.1.1. Introdução: O estudo da comunicação como ciência social
  - 1.1.2. Conceitos fundamentais: Comunicação, informação e jornalismo
  - 1.1.3. Os meios de comunicação e sua relação com a comunidade
  - 1.1.4. Jornais e sua relação com outros meios de comunicação
  - 1.1.5. Definição e características do jornal
    - 1.1.5.1. História
    - 1.1.5.2. Temáticas
    - 1.1.5.3. Preço de venda
    - 1.1.5.4. Formato
  - 1.1.6. O conteúdo do jornal
    - 1.1.6.1. Seções
- 1.2. Principais ferramentas jornalísticas
  - 1.2.1. Introdução
  - 1.2.2. Principais ferramentas jornalísticas
  - 1.2.3. Critérios de seleção
    - 1.2.3.1. O que são?
    - 1.2.3.2. Classificações
    - 1.2.3.3. Relação com os dias atuais
- 1.3. Elementos do jornal
  - 1.3.1. Introdução
  - 1.3.2. Elementos do jornal
  - 1.3.3. Diferentes elementos
- 1.4. O jornalista e suas habilidades jornalísticas
  - 1.4.1. Introdução
  - 1.4.2. O jornalista e suas capacidades jornalísticas
  - 1.4.3. Debate sobre a profissão jornalística
  - 1.4.4. Atitudes
    - 1.4.4.1. Atitudes práticas
    - 1.4.4.2. Atitudes intelectuais e morais
- 1.5. A organização de um jornal
  - 1.5.1. Introdução
  - 1.5.2. Duas estruturas em uma: A empresa e a equipe editorial
  - 1.5.3. Princípios editoriais
  - 1.5.4. Normas de redação
    - 1.5.4.1. Funções na redação
  - 1.5.5. Epílogo: d versão digital à edição digital
- 1.6. O trabalho jornalístico
  - 1.6.1. Introdução
  - 1.6.2. O trabalho jornalístico
  - 1.6.3. O que é uma redação e como ela está organizada?
  - 1.6.4. No dia a dia
  - 1.6.5. Planejamento a longo prazo
  - 1.6.6. Trabalho individual e coletivo
    - 1.6.6.1. Trabalhos individuais
    - 1.6.6.2. Trabalhos coletivos
    - 1.6.6.3. Guias de estilo
- 1.7. Ética jornalística
  - 1.7.1. Introdução
  - 1.7.2. Origem e evolução histórica
    - 1.7.2.1. O relatório Hutchins
    - 1.7.2.2. O relatório McBride
  - 1.7.3. Uma maneira de regular a profissão
  - 1.7.4. Funções da autorregulação
  - 1.7.5. Códigos de ética
- 1.8. Tipos de jornalismo
  - 1.8.1. Introdução
  - 1.8.2. Jornalismo investigativo
    - 1.8.2.1. Qualidades do jornalista investigativo
    - 1.8.2.2. Esquema Williams
    - 1.8.2.3. Técnicas de pesquisa-inovação
  - 1.8.3. Jornalismo de precisão
    - 1.8.3.1. Especializações de jornalismo de precisão



- 1.8.4. Jornalismo de serviço
  - 1.8.4.1. Características temáticas
- 1.8.5. Especialização jornalística
- 1.8.6. Desenvolvimento de informações especializadas
- 1.9. Jornalismo e retórica
  - 1.9.1. Introdução
  - 1.9.2. Separação de informações e opiniões
  - 1.9.3. Teorias de gêneros jornalísticos
  - 1.9.4. Contribuições da retórica
  - 1.9.5. Elocução
- 1.10. O jornalismo como um ator político
  - 1.10.1. Introdução
  - 1.10.2. O jornal de acordo com os teóricos
  - 1.10.3. O jornal: um ator em conflito
    - 1.10.3.1. O jornal como comunicação
    - 1.10.3.2. O jornal nos níveis extra, inter, intra
  - 1.10.4. O jornal como pacificador
    - 1.10.4.1. Mecanismo de alarme
    - 1.10.4.2. Criador de atmosfera, mobilizador para a paz
  - 1.10.5. O jornal como um sistema complexo de criação e solução de problemas
  - 1.10.6. O jornal como uma instituição missionária
  - 1.10.7. O jornal como o ápice de um triângulo de relações amor e ódio
  - 1.10.8. O jornal como narrador e participante em conflitos
- 1.11. O jornalismo como ator social
  - 1.11.1. Introdução
  - 1.11.2. O jornal como intérprete e mediador
  - 1.11.3. O jornal como membro do sistema político e como um sistema parapolítico
  - 1.11.4. O jornal como um informante e pseudo comunicador político
  - 1.11.5. O jornal como destinatário das políticas de comunicação de outros atores sociais

## Módulo 2. Narrativa audiovisual

- 2.1. Narrativa audiovisual
  - 2.1.1. Introdução
  - 2.1.2. Conceitos fundamentais da narrativa audiovisual
  - 2.1.3. Uma abordagem metodológica
  - 2.1.4. Particularidades do discurso audiovisual
  - 2.1.5. Linguagem audiovisual
  - 2.1.6. A imagem
  - 2.1.7. O som
- 2.2. O discurso e os espaços de enunciação
  - 2.2.1. Introdução
  - 2.2.2. As funções do relato
  - 2.2.3. A construção do texto narrativo
  - 2.2.4. As instâncias de enunciação
  - 2.2.5. Tipologias de narradores
  - 2.2.6. A focalização
  - 2.2.7. A narrativa
- 2.3. A história e os eixos da narração
  - 2.3.1. Introdução
  - 2.3.2. A história
  - 2.3.3. Ação narrativa
  - 2.3.4. O tempo
  - 2.3.5. Espaço
  - 2.3.6. O som
- 2.4. A construção do discurso audiovisual: O roteiro
  - 2.4.1. Introdução
  - 2.4.2. O roteiro
  - 2.4.3. A ideia
  - 2.4.4. Os gêneros
    - 2.4.4.1. Cinema de fantasia e terror
    - 2.4.4.2. O cinema bélico
    - 2.4.4.3. Comédia
    - 2.4.4.4. O musical
    - 2.4.4.5. O documentário

- 2.4.5. Personagens e diálogo
- 2.4.6. O roteiro literário x o roteiro técnico
- 2.5. Teoria e análise da edição de filmes
  - 2.5.1. Introdução
  - 2.5.2. Definição da montagem
  - 2.5.3. As unidades básicas da narrativa de filmes
  - 2.5.4. Primeiras abordagens teóricas
  - 2.5.5. Tipos de montagem
  - 2.5.6. A edição invisível Glossário sobre montagem
- 2.6. Narrativa cinematográfica: Das origens à pós-modernidade
  - 2.6.1. Introdução
  - 2.6.2. As origens do cinema
  - 2.6.3. O cinema das origens: A articulação espaço-temporal
  - 2.6.4. A vanguarda e o cinema
  - 2.6.5. O cinema de Hollywood
  - 2.6.6. O cinema de arte e o ensaio
  - 2.6.7. Cinema contemporâneo
- 2.7. O cinema informativo: Dos noticiários aos documentários
  - 2.7.1. Introdução
  - 2.7.2. Cinema informativo
  - 2.7.3. Noticiários cinematográficos
  - 2.7.4. O documentário
  - 2.7.5. Cinema informativo de ficção
  - 2.7.6. O valor dos informativos como fonte histórica
- 2.8. O discurso televisivo: Informação e entretenimento
  - 2.8.1. Introdução
  - 2.8.2. Discurso televisivo
  - 2.8.3. Narratologia da informação audiovisual
  - 2.8.4. Os gêneros de informação audiovisual
  - 2.8.5. O infoentretenimento
  - 2.8.6. Programas de entretenimento
  - 2.8.7. O relato televisivo de ficção



- 2.9. Discurso publicitário audiovisual: *Spot*, trailer e *videoclipe*
  - 2.9.1. Introdução
  - 2.9.2. Narrativa publicitária nos meios audiovisuais
    - 2.9.2.1. *Spot*
    - 2.9.2.2. Trailer
    - 2.9.2.3. *Videoclipe*
- 2.10. Novas mídias e estruturas narrativas na era digital
  - 2.10.1. Introdução
  - 2.10.2. O paradigma digital
  - 2.10.3. Os novos meios de comunicação do século XXI
  - 2.10.4. Novas práticas de mídia
  - 2.10.5. A condição pós-mídia

### Módulo 3. Documentação informativa

- 3.1. Introdução à documentação como uma ciência
  - 3.1.1. Introdução
  - 3.1.2. A sociedade da informação e o conhecimento
  - 3.1.3. Informação e documentação
  - 3.1.4. Definição da documentação
  - 3.1.5. O nascimento da documentação como uma ciência
  - 3.1.6. Centros de documentação
- 3.2. Histórico e características da documentação informativa
  - 3.2.1. Introdução
  - 3.2.2. Histórico da documentação informativa
  - 3.2.3. Características gerais da documentação informativa
  - 3.2.4. Princípios da documentação informativa
  - 3.2.5. Funções da documentação informativa
- 3.3. As fontes e o documento
  - 3.3.1. Introdução
  - 3.3.2. Principais fontes de informação
  - 3.3.3. Os documentos
  - 3.3.4. Tipos de fontes documentais

- 3.4. Análise de documento I
  - 3.4.1. Introdução
  - 3.4.2. A cadeia de documentos
  - 3.4.3. Seleção de documentos
  - 3.4.4. Análise de documentos
  - 3.4.5. A categorização
  - 3.4.6. Descrição de documentos e registro bibliográfico
- 3.5. Análise de documento II
  - 3.5.1. Introdução
  - 3.5.2. A classificação
  - 3.5.3. A indexação
  - 3.5.4. O resumo
  - 3.5.5. A referência de documento
  - 3.5.6. As linguagens do documento
- 3.6. Recuperação de informações e bancos de dados
  - 3.6.1. Introdução
  - 3.6.2. Recuperação de informações
  - 3.6.3. Sistemas de gerenciamento de banco de dados
  - 3.6.4. Linguagens de interrogação e equações de busca
  - 3.6.5. Avaliação da recuperação de informação
  - 3.6.6. As bases de dados
- 3.7. A documentação fotográfica
  - 3.7.1. Introdução
  - 3.7.2. Fotografia
  - 3.7.3. O documento fotográfico
  - 3.7.4. Critérios de seleção fotográfica
  - 3.7.5. Análise de documento das fotografias
- 3.8. Documentação radiofônica
  - 3.8.1. Introdução
  - 3.8.2. Características do documento sonoro
  - 3.8.3. Tipos de documentos de rádio
  - 3.8.4. Os arquivos de rádio
  - 3.8.5. Análise de documentação de informação sonora
  - 3.8.6. Documentação de informações no rádio

- 3.9. Documentação audiovisual
  - 3.9.1. Introdução
  - 3.9.2. Documento audiovisual
  - 3.9.3. Documentação televisiva
  - 3.9.4. Análise de documentos da imagem em movimento
  - 3.9.5. Documentação cinematográfica
- 3.10. Documentação na imprensa escrita e digital e em escritórios de comunicação
  - 3.10.1. Introdução
  - 3.10.2. O serviço básico de documentação em mídia impressa
  - 3.10.3. O processo de documentos na mídia digital
  - 3.10.4. O serviço de documentação na redação digital
  - 3.10.5. Documentação nos escritórios de comunicação

## Módulo 4. Teoria da Publicidade

- 4.1. Fundamentos da Propaganda
  - 4.1.1. Introdução
  - 4.1.2. Noções básicas de publicidade e marketing
    - 4.1.2.1. A mercadotecnia
    - 4.1.2.2. Publicidade
  - 4.1.3. Publicidade, relações públicas e propaganda
  - 4.1.4. Dimensões e alcance social da publicidade contemporânea
  - 4.1.5. Publicidade bem sucedida: KFC
- 4.2. História da publicidade
  - 4.2.1. Introdução
  - 4.2.2. Origem
  - 4.2.3. A revolução industrial e a publicidade
  - 4.2.4. O desenvolvimento da indústria publicitária
  - 4.2.5. Publicidade no mundo da Internet
  - 4.2.6. Publicidade bem sucedida: Estudo de caso da Coca-Cola
- 4.3. Publicidade e seus protagonistas I: O anunciante
  - 4.3.1. Introdução
  - 4.3.2. O Funcionamento da indústria publicitária
  - 4.3.3. Tipos de anunciantes
  - 4.3.4. Propaganda no organograma empresa
  - 4.3.5. Publicidade bem sucedida: Estudo de caso do Facebook

- 4.4. Publicidade e seus protagonistas II: Agências de publicidade
  - 4.4.1. Introdução
  - 4.4.2. Agências de publicidade: Profissionais de comunicação publicitária
  - 4.4.3. A estrutura organizacional das agências de publicidade
  - 4.4.4. Tipos de agências de publicidade
  - 4.4.5. Gestão de tarifas em agências de publicidade
  - 4.4.6. Publicidade bem sucedida: Nike
- 4.5. Publicidade e seus protagonistas III: O destinatário da publicidade
  - 4.5.1. Introdução
  - 4.5.2. O destinatário da publicidade e seu contexto
  - 4.5.3. O destinatário da publicidade como consumidor
  - 4.5.4. Necessidades e desejos na publicidade
  - 4.5.5. Publicidade e memória: Sobre a eficácia da publicidade
  - 4.5.6. Publicidade bem sucedida: Estudo de caso Ikea
- 4.6. O processo de criação publicitária I: do anunciante aos meios
  - 4.6.1. Introdução
  - 4.6.2. Aspectos preliminares do processo de publicidade criativa
  - 4.6.3. O *briefing* de publicidade ou *briefing* de comunicação
  - 4.6.4. Estratégia criativa
  - 4.6.5. Estratégia de mídia
    - 4.6.5.1. Publicidade bem sucedida: Apple
- 4.7. O processo de criação publicitária II: Criatividade e publicidade
  - 4.7.1. Introdução
  - 4.7.2. Fundamentos do trabalho criativo publicitário
  - 4.7.3. A criatividade publicitária e seu status comunicativo
  - 4.7.4. Trabalho criativo em publicidade
  - 4.7.5. Publicidade bem sucedida: Estudo de caso do Real Madrid
- 4.8. O processo de criação publicitária III: idealização e desenvolvimento do manifesto publicitário
  - 4.8.1. Introdução
  - 4.8.2. Projeto e estratégia criativa
  - 4.8.3. O processo de design criativo
  - 4.8.4. Os dez caminhos básicos da criatividade de acordo com Lluís Bassat: Gêneros publicitários
  - 4.8.5. Formatos publicitários
  - 4.8.6. Publicidade bem sucedida: McDonald's

- 4.9. Planejamento da mídia publicitária
  - 4.9.1. Introdução
  - 4.9.2. Meios e planejamento
  - 4.9.3. Meios publicitários e sua classificação
  - 4.9.4. Ferramentas para a Planejamento do Meios
  - 4.9.5. Publicidade bem sucedida: Pepsi
- 4.10. Publicidade, sociedade e cultura
  - 4.10.1. Introdução
  - 4.10.2. A relação entre a Propaganda e a sociedade
  - 4.10.3. Publicidade e emoções
  - 4.10.4. Publicidade, assuntos e coisas
  - 4.10.5. Publicidade bem sucedida: Burger King

## Módulo 5. Comunicação por rádio

- 5.1. História da radiodifusão
  - 5.1.1. Introdução
  - 5.1.2. Origens
  - 5.1.3. Orson Welles e "A Guerra dos Mundos"
  - 5.1.4. O rádio no mundo
  - 5.1.5. O novo rádio
- 5.2. Panorama atual do rádio na América Latina
  - 5.2.1. Introdução
  - 5.2.2. História do rádio na América Latina
  - 5.2.3. Atualidade
- 5.3. A linguagem do rádio
  - 5.3.1. Introdução
  - 5.3.2. Características da comunicação por rádio
  - 5.3.3. Elementos que compõem a linguagem do rádio
  - 5.3.4. Características da construção de textos de rádio
  - 5.3.5. Características da escrita de texto de rádio
  - 5.3.6. Glossário de termos usados em linguagem de rádio

- 5.4. O roteiro do rádio. Criatividade e expressão
  - 5.4.1. Introdução
  - 5.4.2. O roteiro do rádio
  - 5.4.3. Princípios básicos de escrita de roteiro
- 5.5. Produção, realização e locução em radiodifusão
  - 5.5.1. Introdução
  - 5.5.2. Produção e realização
  - 5.5.3. Locução por rádio
  - 5.5.4. Peculiaridades da transmissão de rádio
  - 5.5.5. Exercícios práticos de respiração e locução
- 5.6. Improvisação na radiodifusão
  - 5.6.1. Introdução
  - 5.6.2. Peculiaridades do meio de rádio
  - 5.6.3. O que é improvisação?
  - 5.6.4. Como acontece a improvisação?
  - 5.6.5. Informações esportivas no rádio. Características e linguagem
  - 5.6.6. Recomendações lexicais
- 5.7. Gêneros de rádio
  - 5.7.1. Introdução
  - 5.7.2. Gêneros de rádio
    - 5.7.2.1. As notícias
    - 5.7.2.2. A crônica
    - 5.7.2.3. A reportagem
    - 5.7.2.4. A entrevista
  - 5.7.3. A mesa redonda e o debate
- 5.8. Pesquisa de audiência na rádio
  - 5.8.1. Introdução
  - 5.8.2. Pesquisa de rádio e investimento publicitário
  - 5.8.3. Principais métodos de pesquisa
  - 5.8.4. Pesquisa geral da mídia
  - 5.8.5. Resumo da pesquisa geral da mídia
  - 5.8.6. Rádio tradicional vs. rádio online

- 5.9. Som digital
  - 5.9.1. Introdução
  - 5.9.2. Conceitos básicos de som digital
  - 5.9.3. História da gravação de som
  - 5.9.4. Principais formatos de som digital
  - 5.9.5. Edição de som digital. Audacity
- 5.10. O novo operador de rádio
  - 5.10.1. Introdução
  - 5.10.2. O novo operador de rádio
  - 5.10.3. A organização formal das emissoras
  - 5.10.4. A tarefa do redator
  - 5.10.5. Juntando conteúdos
  - 5.10.6. Imediatismo ou qualidade?

## Módulo 6. Radiojornalismo

- 6.1. História do rádio
  - 6.1.1. História das informações de rádio no mundo
  - 6.1.2. Origem
  - 6.1.3. Evolução das informações de rádio
- 6.2. Dos gêneros literários aos radiofônicos
  - 6.2.1. Introdução
  - 6.2.2. A razão de ser dos gêneros
  - 6.2.3. Dos gêneros literários aos gêneros radiofônicos e jornalísticos
  - 6.2.4. Classificação dos gêneros de rádio
- 6.3. Informativos
  - 6.3.1. Introdução
  - 6.3.2. A notícia como matéria-prima
  - 6.3.3. Tipos de programas informativos

- 6.4. O esporte como um gênero de rádio
  - 6.4.1. Introdução
  - 6.4.2. História
  - 6.4.3. Formatos esportivos
  - 6.4.4. O futuro do esporte no rádio
- 6.5. Programas de participação do público
  - 6.5.1. Introdução
  - 6.5.2. Razões para o sucesso da participação como gênero de rádio
  - 6.5.3. Tipologia de gênero de participação
- 6.6. Dramáticos
  - 6.6.1. Introdução
  - 6.6.2. Os subgêneros
  - 6.6.3. A técnica
- 6.7. Musicais
  - 6.7.1. Introdução
  - 6.7.2. História do gênero musical
  - 6.7.3. Os subgêneros
- 6.8. O programa de variedades
  - 6.8.1. Introdução
  - 6.8.2. O programa de variedades
  - 6.8.3. O programa de variedades especializado
- 6.9. História da publicidade
  - 6.9.1. Introdução
  - 6.9.2. História da publicidade
  - 6.9.3. Tipos de publicidade
- 6.10. Publicidade como gênero de rádio
  - 6.10.1. Introdução
  - 6.10.2. Publicidade no rádio
  - 6.10.3. Publicidade como gênero de rádio
  - 6.10.4. O fenômeno publicitário do rádio no processo de comunicação

## Módulo 7. Jornalismo Esportivo

- 7.1. A imprensa esportiva
  - 7.1.1. Introdução
  - 7.1.2. Atualidade
  - 7.1.3. Qualidade na informação esportiva
    - 7.1.3.1. Fontes
    - 7.1.3.2. Linguagem
  - 7.1.4. A imprensa esportiva local:
    - 7.1.4.1. Credibilidade da informação local
    - 7.1.4.2. Temática esportiva
- 7.2. Gêneros publicitários
  - 7.2.1. Introdução
    - 7.2.1.1. Do papel aos sites
    - 7.2.1.2. Do analógico ao digital
    - 7.2.1.3. Da Informação à opinião
  - 7.2.2. Estrutura e linguagem
    - 7.2.2.1. Titulares:
    - 7.2.2.2. Introduções
    - 7.2.2.3. Declarações e alojamentos
  - 7.2.3. Elementos das peças interpretativas
    - 7.2.3.1. Crônicas
    - 7.2.3.2. Reportagens
    - 7.2.3.3. Entrevistas
  - 7.2.4. Habilidades do jornalismo esportivo
- 7.3. A programação esportiva na televisão
  - 7.3.1. Introdução
  - 7.3.2. Evolução dos programas esportivos na televisão
    - 7.3.2.1. O esporte nas televisões públicas
    - 7.3.2.2. O esporte nos canais a cabo
  - 7.3.3. Programação esportiva na televisão
    - 7.3.3.1. As retransmissões
    - 7.3.3.2. O espetáculo como estratégia
    - 7.3.3.3. A tecnologia

- 7.4. Tendências do rádio
  - 7.4.1. Introdução
  - 7.4.2. O rádio
  - 7.4.3. Tendências do radiojornalismo
    - 7.4.3.1. Conteúdos.
    - 7.4.3.2. Arquivo sonoro
    - 7.4.3.3. Reportagens para um rádio sob encomenda
- 7.5. Imagens no jornalismo esportivos
  - 7.5.1. Introdução
  - 7.5.2. O esporte e as imagens
    - 7.5.2.1. Conceito de esporte
    - 7.5.2.2. Mediatização do esporte
    - 7.5.2.3. Conceito de imagem
  - 7.5.3. Imagens no jornalismo esportivo
    - 7.5.3.1. Conceito de jornalismo esportivo
    - 7.5.3.2. Fotojornalismo esportivo
    - 7.5.3.3. A imagem em movimento
  - 7.5.4. A espetacularização midiática no esporte
- 7.6. Novas narrativas digitais no jornalismo esportivo
  - 7.6.1. Introdução
  - 7.6.2. Novas narrativas multimídias
    - 7.6.2.1. Imagens
    - 7.6.2.2. A mutação do rádio e do vídeo
  - 7.6.3. O jornalismo de dados
    - 7.6.3.1. Pesquisa
    - 7.6.3.2. Análise
  - 7.6.4. O relato interativo
  - 7.6.5. A realidade virtual aumentada
- 7.7. A linguagem dos jornalistas esportivos
  - 7.7.1. Introdução
  - 7.7.2. Características
    - 7.7.2.1. Liberdade estilística e criatividade
    - 7.7.2.2. Erros
  - 7.7.3. Trabalhos de referência para seu estudo
  - 7.7.4. Responsabilidade do jornalista
- 7.8. O esporte feminino e os meios de comunicação
  - 7.8.1. Introdução
  - 7.8.2. Esporte e gênero: Esporte geralmente praticado por mulheres e homens
  - 7.8.3. Mulher e esporte: O esporte feminino
    - 7.8.3.1. Idade do esporte feminino
    - 7.8.3.2. Esportes mistos
  - 7.8.4. Mulher no jornalismo esportivo
  - 7.8.5. Linguagem sexista
  - 7.8.6. Importância das novas mídias para o esporte feminino
- 7.9. Redes sociais no esporte
  - 7.9.1. Introdução
  - 7.9.2. O uso das redes sociais no esporte
  - 7.9.3. Consequências para jornalistas e profissionais dos meios de comunicação
  - 7.9.4. Consequências para atletas e torcedores
    - 7.9.4.1. Marca pessoal
    - 7.9.4.2. Gestão de crises
- 7.10. Rumo a um novo modelo de gestão da comunicação nas organizações esportivas
  - 7.10.1. Introdução
  - 7.10.2. O papel da comunicação corporativa no esporte
  - 7.10.3. Atores na gestão da comunicação esportiva
  - 7.10.4. A evolução do modelo de comunicação influenciado pelas TIC



## Módulo 8. Jornalismo Cultural

- 8.1. O jornalismo cultural na mídia convencional e sua integração no mundo digital
  - 8.1.1. Objetivos e fontes do jornalismo cultural no meios audiovisuais
  - 8.1.2. Conhecer seu público e onde encontrá-los
  - 8.1.3. Programas e gêneros de jornalismo cultural em mídias de rádio e televisão lineares e não lineares
- 8.2. A arte de contar histórias
  - 8.2.1. A perspectiva da narratologia
  - 8.2.2. Autoconhecimento, motivação e objetivos pessoais na prática do jornalismo cultural
  - 8.2.3. Criatividade e o ponto de vista da narração dos relatos jornalísticos
  - 8.2.4. Rigor na informação cultural
  - 8.2.5. Identidade e estilo pessoal da marca pessoal
- 8.3. Guias essenciais para a documentação jornalística cultural
  - 8.3.1. Documentação histórica
  - 8.3.2. Documentação atual
  - 8.3.3. A furiosa atualidade
- 8.4. A filosofia de comunicação 3.0
  - 8.4.1. A web 3.0: Definição e características
  - 8.4.2. Jornalismo cultural na web 3.0
  - 8.4.3. Características da redação jornalística a partir da convergência
- 8.5. Gestão da mídia e das redes sociais
  - 8.5.1. Facebook
  - 8.5.2. Twitter
  - 8.5.3. Instagram
  - 8.5.4. LinkedIn
  - 8.5.5. Outras redes
- 8.6. Conteúdo jornalístico interativo
  - 8.6.1. O papel do jornalista profissional
  - 8.6.2. Informar ou entreter
  - 8.6.3. Mais mídias digitais
  - 8.6.4. Conteúdo de jornalismo interativo

- 8.7. Paradigmas de comunicação
  - 8.7.1. A audiência e o usuário
  - 8.7.2. O meio e o conteúdo
  - 8.7.3. O suporte
  - 8.7.4. O tempo
  - 8.7.5. Desinformação
- 8.8. Posicionamento na web: SEO, SEM, SMO, SMM e SERM. Conteúdo jornalístico especializados
  - 8.8.1. SEO
  - 8.8.2. SEM
  - 8.8.3. SMO
  - 8.8.4. SMM
  - 8.8.5. SERM

## Módulo 9. Empresa de informação


- 9.1. Conceito e evolução da empresa de informação
  - 9.1.1. O que é uma empresa de informação?
  - 9.1.2. Características da empresa jornalística
  - 9.1.3. Tipos de empresas informativas
- 9.2. Organização de empresas informativas
  - 9.2.1. Introdução
  - 9.2.2. O que é organizar uma empresa
  - 9.2.3. Como uma empresa informativa é estruturada?
  - 9.2.4. Modelos de estrutura organizativa
- 9.3. Estrutura de multimídia da empresa informativa
  - 9.3.1. Introdução
  - 9.3.2. Estrutura de multimídia da empresa informativa
  - 9.3.3. De empresa de notícias a conglomerado multimídia
  - 9.3.4. Concentração da mídia: Causas e consequências
  - 9.3.5. Grandes grupos da mídia

- 9.4. Comercialização de produto da empresa de informação
  - 9.4.1. Introdução
  - 9.4.2. Características do marketing na empresa de informação
  - 9.4.3. Comercialização por canal de distribuição
  - 9.4.4. Marketing na empresa digital
- 9.5. Ingressos e evolução da empresa de informação
  - 9.5.1. Introdução
  - 9.5.2. A empresa de notícias no ambiente econômico
  - 9.5.3. Ciclo do marketing na empresa de informação
  - 9.5.4. Estrutura econômica da empresa informativa
- 9.6. O plano de empresas informativas
  - 9.6.1. Introdução
  - 9.6.2. Circunstâncias do empreendedorismo e do autoemprego no mercado da informação
  - 9.6.3. A criação de uma empresa de informação
  - 9.6.4. O plano de empresas informativas
  - 9.6.5. Possibilidades comerciais da empresa de informação
- 9.7. Marketing de informação e planejamento estratégico
  - 9.7.1. Introdução
  - 9.7.2. O que é marketing?
  - 9.7.3. Marketing operacional
  - 9.7.4. Os 4 Ps do marketing
- 9.8. Distribuição e promoção do produto informativo.
  - 9.8.1. Introdução
  - 9.8.2. A distribuição
  - 9.8.3. Promoção de produtos informativos: Promoção de vendas e promoção de publicidade
- 9.9. Radiodifusão e audiências
  - 9.9.1. Introdução
  - 9.9.2. O que queremos dizer com divulgação de informações
  - 9.9.3. Qual é a finalidade da difusão informativa
  - 9.9.4. Indicadores de difusão e audiência

- 9.10. Recursos humanos e gestão empresarial
  - 9.10.1. Introdução
  - 9.10.2. A responsabilidade da empresa de informação na gestão de pessoal
  - 9.10.3. Motivação para o trabalho
  - 9.10.4. A direção da empresa de informação

## Módulo 10. Opinião Pública

- 10.1. O conceito de opinião pública
  - 10.1.1. Introdução
  - 10.1.2. Definição
  - 10.1.3. A opinião pública como um fenômeno racional e como uma forma de controle social
  - 10.1.4. Fases do crescimento da opinião pública como disciplina
  - 10.1.5. O século XX
- 10.2. Quadro teórico da opinião pública
  - 10.2.1. Introdução
  - 10.2.2. Perspectivas sobre a disciplina da opinião pública no século XX
  - 10.2.3. Autores do século XX
  - 10.2.4. Walter Lippmann: Opinião pública tendenciosa
  - 10.2.5. Jürgen Habermas: A perspectiva político-avaliativa
  - 10.2.6. Niklas Luhmann: A opinião pública como modalidade comunicativa
- 10.3. Psicologia social e opinião pública
  - 10.3.1. Introdução
  - 10.3.2. Variáveis psicossociais na relação de entidades persuasivas com seus públicos
  - 10.3.3. Nome
  - 10.3.4. Conformismo
- 10.4. Modelos de influência da mídia
  - 10.4.1. Introdução
  - 10.4.2. Modelos de influência da mídia
  - 10.4.3. Tipos de efeitos nos meios de comunicação
  - 10.4.4. A pesquisa dos efeitos da mídia
  - 10.4.5. O poder dos meios

- 
- 10.5. Opinião pública e comunicação política
    - 10.5.1. Introdução
    - 10.5.2. Comunicação política eleitoral. A propaganda
    - 10.5.3. Comunicação política dos governos
  - 10.6. Opinião pública e eleições
    - 10.6.1. Introdução
    - 10.6.2. As campanhas eleitorais influenciam a opinião pública?
    - 10.6.3. O efeito da mídia nas campanhas eleitorais como um reforço das opiniões
    - 10.6.4. Os efeitos de opinião pública
  - 10.7. Governo e opinião pública
    - 10.7.1. Introdução
    - 10.7.2. Representantes e seus representados
    - 10.7.3. Partidos políticos e opinião pública
    - 10.7.4. As políticas públicas como expressão da ação do governo
  - 10.8. A mediação política da imprensa
    - 10.8.1. Introdução
    - 10.8.2. Jornalistas como mediadores políticos
    - 10.8.3. Disfunções de mediação jornalística
    - 10.8.4. Confiança nos jornalistas como intermediários
  - 10.9. A esfera pública e os modelos emergentes de democracia
    - 10.9.1. Introdução
    - 10.9.2. A esfera pública na sociedade da informação
    - 10.9.3. A esfera pública na sociedade da informação
    - 10.9.4. Modelos emergentes de democracia
  - 10.10. Métodos e técnicas de pesquisa da opinião pública
    - 10.10.1. Introdução
    - 10.10.2. Enquetes de opinião
    - 10.10.3. Tipos de enquete
    - 10.10.4. Análise

# 06

## Estágio

Ao concluir o período teórico online, o programa contempla um período de estágio prático em uma importante emissora de rádio. O aluno terá à sua disposição o apoio de um orientador que irá acompanhá-lo durante todo o processo, tanto na preparação quanto no desenvolvimento do estágio.





“

*Faça seu estágio jornalístico em uma das melhores emissoras de rádio"*

O período de capacitação prática deste programa em Radiojornalismo consiste em um estágio intensivo em uma emissora de rádio, com duração de 3 semanas, de segunda a sexta-feira e com carga horária de 8 horas consecutivas, junto a um especialista adjunto. Esse estágio permitirá que o aluno trabalhe em um meio de comunicação real, ao lado de uma equipe de profissionais de referência em jornalismo de rádio. Dessa forma, você irá aplicar de forma ideal as técnicas mais inovadoras e dominar o uso das ferramentas mais usadas para gravação e edição de áudio.

Nessa proposta de capacitação totalmente prática, as atividades têm o objetivo de desenvolver e aperfeiçoar as habilidades necessárias para o desenvolvimento de projetos de radiojornalismo que exigem um alto nível de qualificação. De fato, os estágios serão orientados para a capacitação específica do exercício da atividade em qualquer mídia de rádio.

Portanto, este programa é uma oportunidade única de aprender trabalhando. Trata-se de uma nova maneira de entender e integrar os procedimentos do jornalismo, em cenários ideais de ensino, para essa experiência inovadora visando o desenvolvimento das habilidades profissionais.

A parte prática será realizada com a participação ativa do aluno executando as atividades e os procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e a orientação de professores e outros colegas da capacitação que irão favorecer o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática do Radiojornalismo (aprender a ser e aprender a se relacionar).





Os procedimentos descritos abaixo constituirão a base da parte prática da capacitação, e sua implementação estará sujeita à disponibilidade e carga de trabalho do próprio centro, sendo as atividades propostas as seguintes:

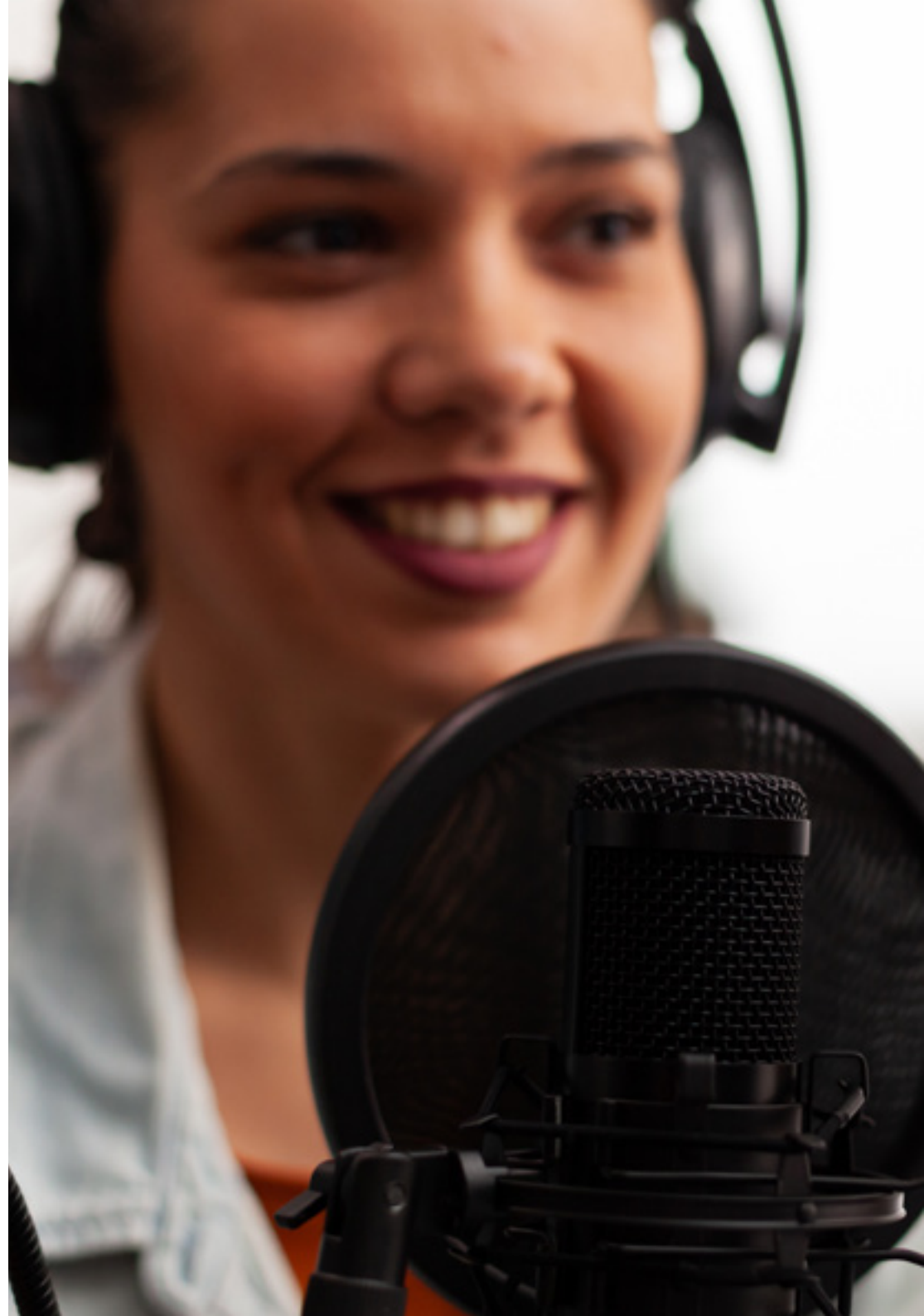
Módulo	Atividade Prática
Redação e locução	Redigir e editar roteiros para programas de rádio
	Participar da redação e da locução de notícias para boletins informativos
	Escrever artigos para o site da mídia
	Conduzir entrevistas com diversas personalidades
	Coberturas ao vivo
Produção	Produzir conteúdo para programas de rádio
	Aplicar técnicas de produção de rádio
	Coordenar a programação de conteúdo
	Colaborar com outras equipes para produzir conteúdo.
	Participar da criação de <i>podcasts</i> ou programas especiais
	Gerenciar as redes sociais e as plataformas digitais da emissora de rádio
Pesquisa	Coletar informações para relatórios e recursos
	Monitorar notícias e tendências para atualizar informações
	Manter contato com fontes de informação e especialistas de diferentes áreas
Uso de equipamentos técnicos e ferramentas	Edição de material de áudio para transmissão com programas como o Adobe Audition e Audacity
	Usar equipamento técnico de som específico para rádio
	Gravar reportagens e fazer cobertura no local

## Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de capacitação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para isso, esta entidade educacional se compromete a contratar um seguro de responsabilidade civil para cobrir qualquer eventualidade que possa surgir durante o desenvolvimento da estadia no centro de práticas.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da capacitação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa prático no centro.





## Condições da Capacitação Prática

As condições gerais do contrato de estágio para o programa são as seguintes:

**1. ORIENTAÇÃO:** durante o Mestrado Próprio Semipresencial o aluno contará com dois orientadores que irão acompanhá-lo durante todo o processo, esclarecendo as dúvidas e respondendo perguntas que possam surgir. Por um lado, contará com um orientador profissional, pertencente ao centro onde é realizado o estágio, que terá o objetivo de orientar e dar suporte ao aluno a todo momento. E por outro, contará com um orientador acadêmico cuja missão será coordenar e ajudar o aluno durante todo o processo, esclarecendo dúvidas e viabilizando o que for necessário. Assim, o aluno estará sempre acompanhado e poderá resolver as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática quanto acadêmica.

**2. DURAÇÃO:** o programa de estágio terá uma duração de três semanas contínuas de capacitação prática, distribuídas em jornadas de 8 horas, cinco dias por semana. Os dias e horários do programa serão de responsabilidade do centro e o profissional será informado com antecedência suficiente para que possa se organizar.

**3. NÃO COMPARECIMENTO:** em caso de não comparecimento no dia de início do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno perderá o direito de realizá-la sem que haja a possibilidade de reembolso ou mudança das datas estabelecidas. A ausência por mais de dois dias sem causa justificada/médica resultará na renúncia ao estágio e, conseqüentemente, em seu cancelamento automático. Qualquer problema que possa surgir durante a realização do estágio, deverá ser devidamente comunicado ao orientador acadêmico com caráter de urgência.

**4. CERTIFICAÇÃO:** ao passar nas provas do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

**5. RELAÇÃO DE EMPREGO:** o Mestrado Próprio Semipresencial não constitui relação de emprego de nenhum tipo.

**6. ESTUDOS PRÉVIOS:** alguns centros podem exigir um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Próprio Semipresencial. Nestes casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágio da TECH para que seja confirmada a atribuição do centro escolhido.

**7. NÃO INCLUÍDO:** o Mestrado Próprio Semipresencial não incluirá nenhum elemento não descrito nas presentes condições. Portanto, não inclui acomodação, transporte para a cidade onde o estágio será realizado, vistos ou qualquer outro serviço não mencionado anteriormente.

Entretanto, em caso de dúvidas ou recomendações a respeito, o aluno poderá consultar seu orientador acadêmico. Este lhe proporcionará as informações necessárias para facilitar os procedimentos.

# 07

## Onde posso realizar o Estágio?

Este Mestrado Próprio Semipresencial contempla um estágio prático em uma emissora de rádio de prestígio, onde os alunos colocarão em prática tudo o que aprenderam sobre Radiojornalismo. Assim, para chegar a mais profissionais, a TECH oferece aos alunos a possibilidade de fazer o curso à distância, em diferentes locais do país. Dessa forma, esta instituição fortalece seu compromisso com a educação de qualidade e acessível para todos.





“

*Complete seu estudo teórico com o melhor estágio prático do mercado. Assim você alcançará o sucesso em sua carreira!”*

## tech 44 | Onde posso realizar o Estágio?



Os alunos poderão realizar a parte prática deste Mestrado Próprio Semipresencial nos seguintes centros:



**Jornalismo e Comunicação**

### Radio Intercoruña

País	Cidade
Espanha	La Coruña

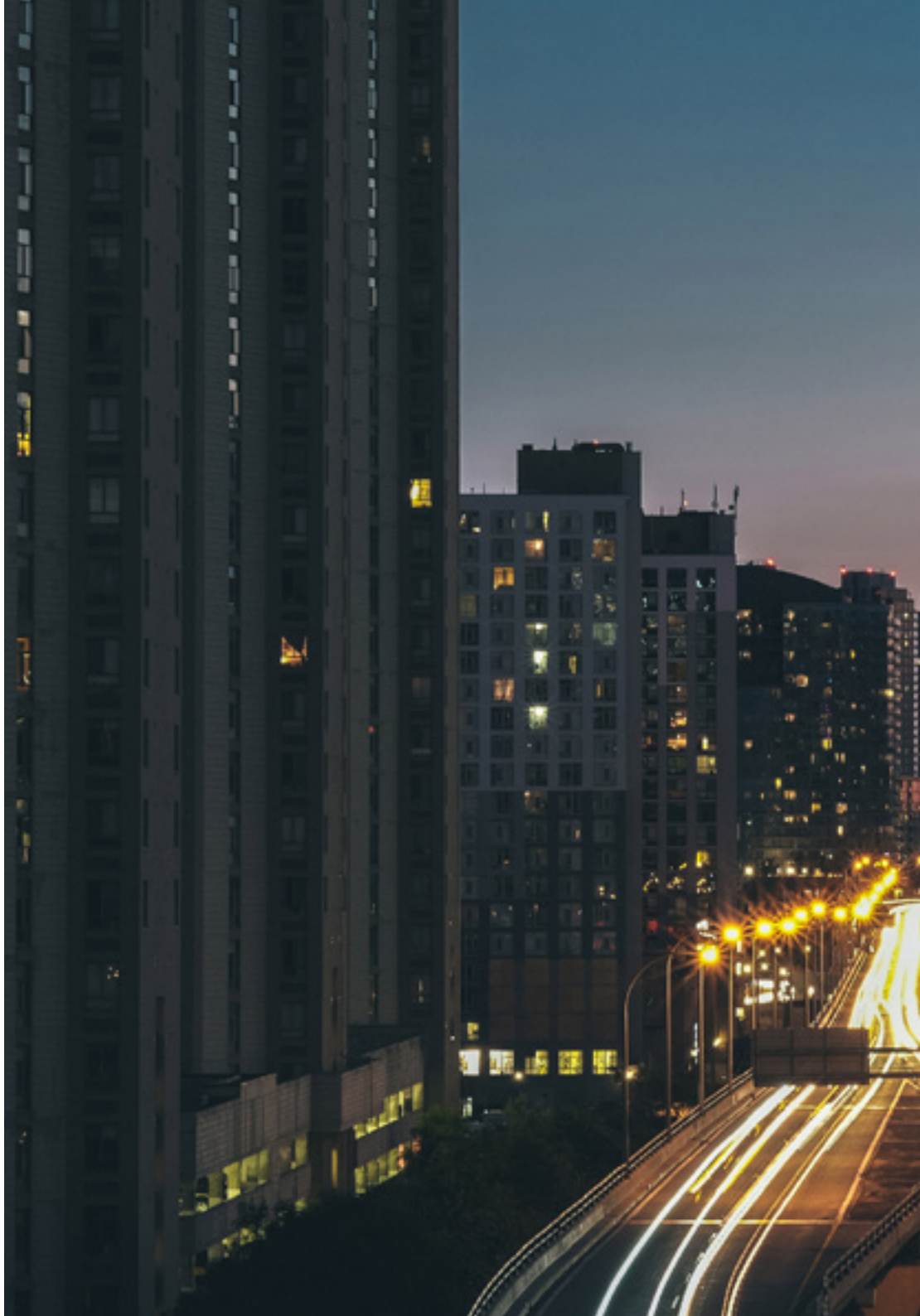
Endereço: Centro Comercial Los Rosales. Local 13A. Ronda de Outeiro 419. 15011-A Coruña

Um projeto de comunicação local multimídia que inclui televisão e rádio

---

**Capacitações práticas relacionadas:**

- Radiojornalismo
- Jornalismo Esportivo





“

*Dominar todos os métodos mais avançados de avaliação do rendimento esportivo”*

08

# Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"*

## Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”*



*Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.*





## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

*O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.*

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

## Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.*

Na TECH o aluno aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os diretores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

*O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.*

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



#### Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



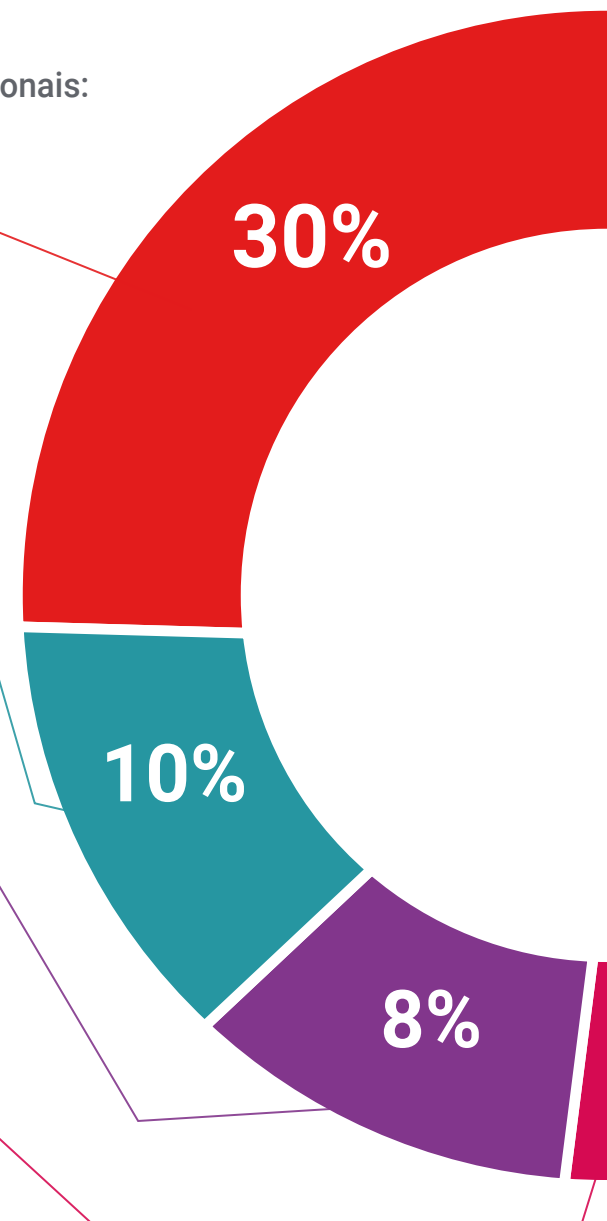
#### Práticas de habilidades e competências

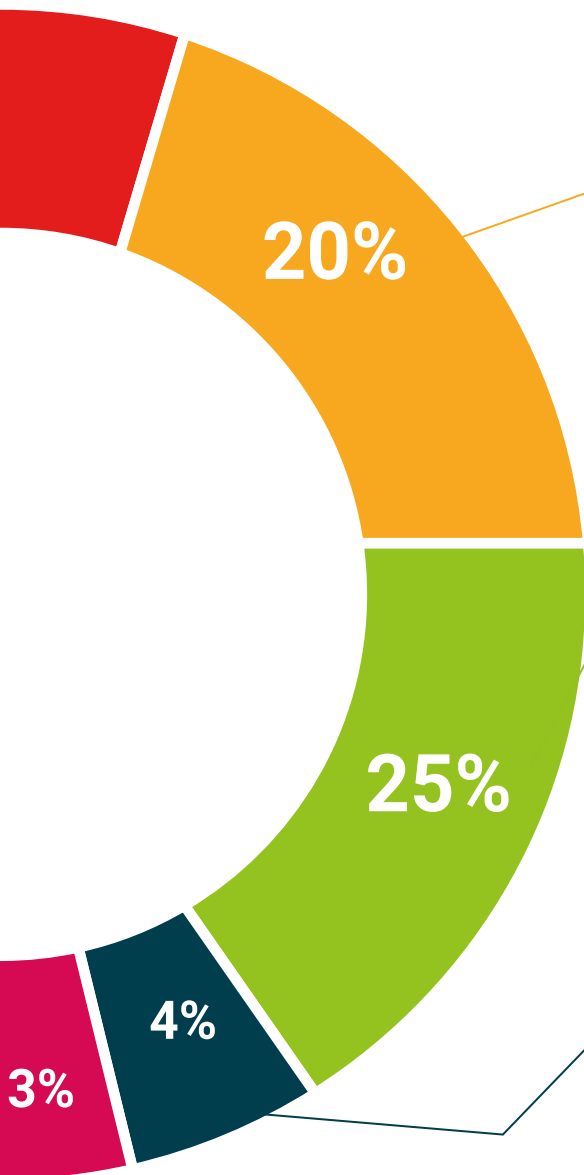
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





**Estudos de caso**

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



**Resumos interativos**

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



**Testing & Retesting**

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



09

# Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em Radiojornalismo garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Radiojornalismo** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

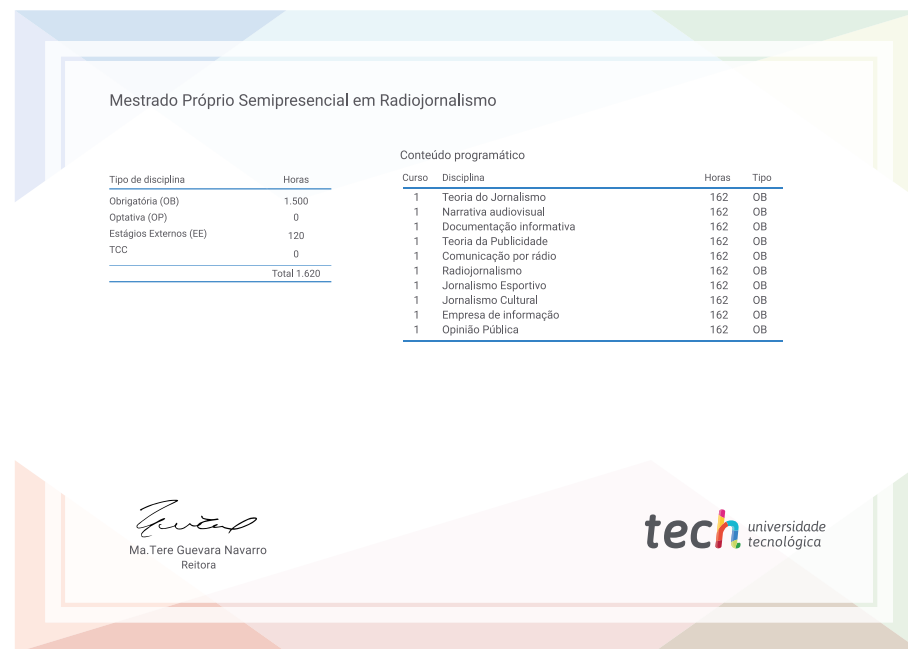
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em Radiojornalismo**

Modalidade: **Semipresencial (Online + Estágio)**

Duração: **12 meses**



\*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



futuro  
saúde confiança pessoas  
informação orientadores  
educação certificação ensino  
garantia aprendizagem  
instituições tecnologia  
comunidade compromisso  
atenção personalizada  
conhecimento inovação  
presente qualidade  
desenvolvimento

**tech** universidade  
tecnológica

Mestrado Próprio Semipresencial  
Radiojornalismo

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

# Mestrado Próprio Semipresencial

## Radiojornalismo



**tech** universidade  
tecnológica