

# **Material de apoio:**

**Guia básico para redes sociais  
da rádio e da TV**



# SUMÁRIO

- 01. Por que rádio e tv precisam estar nas redes sociais?**
- 02. Quais redes sociais fazem mais sentido para a rádio e a TV?**
- 03. O que postar? Tipos de conteúdo essenciais**
- 04. Linguagem: como rádio e TV devem falar nas redes?**
- 05. Frequência e constância**
- 06. Locutor também é criador de conteúdo**
- 07. Redes sociais também geram receita**
- 08. Erros comuns que rádio e tv devem evitar**
- 09. Rádio e TV são multiplataforma**
- 10. Inteligência artificial como aliada para rádio e TV**
- 11. Conclusão**

Este guia foi criado para ajudar rádios e TVs a usarem as redes sociais de forma estratégica, profissional e alinhada com a essência da radiodifusão: proximidade, serviço, credibilidade e conexão com as pessoas.



# Por que rádio e tv precisam estar nas redes sociais?

**"As redes sociais não substituem rádio e tv. Elas ampliam o alcance, fortalecem a marca e criam novos pontos de contato com o ouvinte."**

Estar nas redes significa:

- Estar onde o público já está;
- Levar o conteúdo da rádio e tv para outros formatos;
- Fortalecer a relação com a comunidade;
- Gerar novas oportunidades comerciais;



# Quais redes sociais fazem mais sentido para a rádio e a TV?

**“Nem toda rádio ou tv precisa estar em todas as plataformas. O ideal é começar com poucas e fazer bem.”**



- Bastidores do estúdio e da redação;
- Cortes de programas e entrevistas;
- Reels com locutores, apresentadores e repórteres;
- Divulgação de campanhas e coberturas especiais.



- Notícias locais;
- Programação do dia;
- Transmissões ao vivo;
- Conteúdos institucionais.



- Programas completos ou quadros;
- Entrevistas e debates;
- Podcasts e videocast;
- Conteúdos especiais e documentais.



- Conteúdos rápidos e leves;
- Bastidores;
- Momentos espontâneos;
- Tendências adaptadas ao universo do rádio.

# O que postar? Tipos de conteúdo essenciais para rádio e TV

**“Uma emissora não deve postar apenas chamadas de programação.”**

## Conteúdo de bastidor

- Rotina do estúdio, redação e gravações;
- Preparação de apresentadores e equipes técnicas;
- Making of de reportagens e programas;
- Dia a dia do estúdio;
- Rotina dos locutores;
- Preparação dos programas.

## Conteúdo de corte

- Trechos impactantes de programas, jornais e entrevistas;
- Momentos emocionantes, informativos ou curiosos;
- Opiniões que geram identificação e debate;
- Trechos interessantes de entrevistas;
- Momentos emocionantes ou informativos;
- Opiniões que geram identificação.

## Conteúdo de serviço

- Informações úteis para a comunidade;
- Trânsito, clima, utilidade pública e alertas;
- Coberturas locais e campanhas sociais;
- Informações úteis para a comunidade;
- Trânsito, clima, utilidade pública
- Campanhas sociais.

## Conteúdo institucional

- História da rádio ou TV;
- Datas comemorativas e campanhas;
- Projetos especiais e ações comunitárias;
- História da rádio;
- Datas comemorativas;
- Ações e projetos especiais.

# Linguagem: como rádio e TV devem falar nas redes?

- Linguagem próxima e humana;
- Textos simples e diretos;
- Evitar excesso de formalidade;
- Manter a identidade da rádio.

Para a TV, lembre-se:

- Valorize a imagem, mas mantenha proximidade;
- Prefira vídeos curtos, diretos e com legenda;
- A linguagem deve ser clara, acessível e humana.

**A REGRA É CLARA:**

Se parece com rádio e  
TV, está certo.



# Frequência e constância

**“Não é sobre postar muito. É sobre postar sempre e com intenção.”**

A constância ajuda:

- O público a criar的习惯;
- O algoritmo a entregar melhor o conteúdo;
- A rádio a ser lembrada diariamente.

Sugestão básica de frequência

- Feed: 3 a 5 postagens por semana;
- Vídeos curtos (Reels / Shorts / TikTok): 1 a 3 por semana;
- Stories: sempre que houver algo acontecendo na rádio.

## DICA PRÁTICA:

**Crie uma rotina simples**

- Segunda: agenda da semana / programação;
- Quarta: corte de programa ou bastidor;
- Sexta: conteúdo leve, humano ou institucional.



# Locutor também é criador de conteúdo

**“Os comunicadores são o maior ativo da rádio, no ar e fora dele.**

**Hoje, o público não se conecta apenas com a emissora, mas com as pessoas que dão voz a ela.”**

Como envolver os locutores?

- Aparecer em vídeos curtos;
- Dar opiniões e comentários;
- Gravar chamadas espontâneas;
- Interagir nos comentários.

Quando o locutor participa,  
o conteúdo ganha:

- Mais alcance;
- Mais credibilidade;
- Mais identificação.

## IMPORTANTE

Não é sobre virar influenciador. É sobre ser humano, acessível e verdadeiro.



# Redes sociais também geram receita

**"As redes sociais da rádio não são apenas institucionais. Elas também são ativos comerciais."**

Formas de monetização:

- Publiposts com anunciantes;
- Ações integradas (rádio + redes);
- Quadros patrocinados;
- Projetos especiais e campanhas locais.

Boas práticas

- Deixar claro quando o conteúdo é publicitário;
- Manter coerência com o perfil da rádio;
- Não exagerar na quantidade de anúncios.



**"Conteúdo gera audiência.  
Audiência gera valor comercial."**

# Erros comuns que rádio e tv devem evitar

**"Alguns erros atrapalham muito o crescimento nas redes."**

Evite:

- Postar apenas artes prontas e frias;
- Usar as redes só como mural de anúncios;
- Copiar conteúdo de outras rádios e tvs;
- Ignorar comentários e mensagens;
- Ficar semanas ou meses sem postar.

## ALERTA

Redes sociais exigem presença.

Silêncio constante comunica  
abandono. "Quem não é visto,  
não é lembrado".



# Rádio e TV são multiplataforma

**“Hoje, a rádio não vive em um único lugar.”**

Elas estão:

- No dial (FM/AM);
- No canal de TV;
- No site;
- No aplicativo;
- No streaming;
- No podcast;
- Nas redes sociais.

**Cada plataforma tem sua função,  
mas todas precisam conversar entre si.**

Exemplo:

Um programa de rádio ou TV pode virar:

- Corte para redes;
- Podcast;
- Matéria no site;
- Chamada institucional.

**Isso é pensar radiodifusão  
como ecossistema:** no FM/AM,  
site, aplicativo, streaming,  
podcast e redes sociais.



# Inteligência artificial como aliada para rádio e TV

**"A inteligência artificial pode ajudar a rádio a ganhar tempo e eficiência."**

Usos práticos:

- Sugestão de legendas e títulos;
- Ideias de pautas e roteiros;
- Organização de calendário editorial;
- Transcrição de entrevistas;
- Apoio na edição de vídeos curtos;
- Sugestão de legendas;
- Ideias de pautas;
- Organização de calendário;
- Transcrição de entrevistas;



**"A tecnologia apoia, mas não substitui a essência humana do rádio."**

# Conclusão

A presença da rádio e da tv nas redes sociais não precisa ser perfeita. Ela precisa ser verdadeira, estratégica e constante.

Quando a rádio e a tv entende que redes sociais são extensão do estúdio, ela fortalece sua marca, amplia sua audiência e cria novas oportunidades.

