REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

A TELA COMO ELEMENTO EXTENSIVO DA COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

RESUMO

Há muito a conexão homem-tecnologia percorre um caminho cada vez mais profundo, possivelmente sem volta e, cuja velocidade parece acelerar cada vez mais. Neste cenário, já presente há anos na sociedade, a tela e suas possibilidades tem desdobrado-se em potencialidades e ambientes ímpares. O que antes encontrava-se na sala de uma residência, à exemplo de uma televisão, hoje, já figura no pulso, no bolso e até mesmo à frente dos olhos dos indivíduos sociais. E nela, conteúdos diversos, para além do audiovisual, tem se aproveitado para coexistir e fazer-se presente na sociedade contemporânea. Este artigo científico intenta apresentar um olhar sobre o uso das telas pelas emissoras radiofônicas como recurso de extensão de sua comunicação, essencialmente sonora. Por método, opta-se pelo qualitativo comparativo com aplicação da técnica de pesquisa de observação não-participante cuja proposta visa observar e apontar elementos da possibilidade dessa extensão comunicacional. Este artigo aborda, como corpus de pesquisa, três programas radiofônicos distintos, de emissoras diferentes e, transmitidos em seus devidos canais na plataforma YouTube. Responder tal intento é o percurso a que este trabalho se propõe.

Palavras-chave: Audiovisual; Comunicação radiofônica; Hipermídia; Tela.

ABSTRACT

The human-technology connection has long been on an increasingly deep path, possibly with no return, and whose speed seems to be accelerating more and more. In this scenario, which has been present in society for years, the screen and its possibilities have unfolded into unique potentialities and environments. What used to be found in the living room of a home, such as a television, is now on the wrist, in the pocket and even in front of the eyes of social individuals. And on it, diverse content, beyond audiovisual, has been taken advantage of to coexist and be present in contemporary society. This scientific article intends to present a look at the use of screens by radio stations as a resource for extending their communication, essentially audio. The method chosen is a qualitative comparative study with the application of the non-participant observation research technique, whose proposal aims to observe and point out elements of the possibility of this communicational extension. This article addresses, as a research corpus, three different radio programs, from different stations and broadcast on their respective channels on the YouTube platform. Responding to this intent is the path that this work proposes.

Keywords: Audiovisual; Radio communication; Hypermedia; Screen.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

A TELA COMO ELEMENTO EXTENSIVO DA COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

1. INTRODUÇÃO

Da madrugada para a proximidade de um amanhecer, inúmeros olhos se abrem, corpos se levantam, madrugam, se aprontam e partem para mais um dia de atuações entre discursos, afazeres, gestos, realizações e, conexões. É possível observar cabeças baixas e olhares fixos em seus conectores de mundo perfeitamente encaixados em suas mãos ou corpos nas muitas praças de transpiração humana, sentados ou de pé, clicando e digitando longos signos e significados. Uma simples observação atual de uma cena num metrô ou no caminhar da calçada por uma quadra aponta – por exemplo –, a quantidade de smartphones 'vivos', alimentados e alimentando a rede local e global gerada pelos zumbis[1] que os manipulam. A sociedade contemporânea se vê permeada de computadores, notebooks e tantos outros gadgets[2] constituintes do cotidiano midiático atual. O que Castells (2005, p. 40) apontava como interação em rede por meio dos computadores num crescente, em sua visão de 'sociedade em rede' antes dos anos 2000, indicando "novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela", parece apresentar-se hoje como a mais pura realidade social.

O avanço tecnológico vem proporcionando transformação social tão profunda que já não se enxerga o homem sem a interação tecnológica e midiática (NEGROPONTE, 1995; LÉVY, 1999; JENKINS, 2009). Bem observou Lévy (1999, p. 22) essa impossibilidade de separação do homem com tudo o que o cerca ou o material, relacionando também os signos e as imagens em que o homem "atribui sentido à vida e ao mundo". Essa interação homem, tecnologia e meios, fruto, possivelmente, da convergência apontada por Jenkins (2009) em que a forma de produção e de consumo dos meios de comunicação seriam afetados, especialmente na usabilidade da internet, proporcionou ao rádio e sua comunicação, uma certa reconfiguração em seu modelo existencial. Movimento que permitiu, além de transformações nas estruturas componentes do veículo, o agregar de ferramentas com a possibilidade de um maior crescimento em sua abrangência comunicacional sonora, talvez, melhorando sua sobrevida social.

No campo digital já se enxergava, como uma das perspectivas, a produção de conteúdo, a programação, a distribuição e o consumo, elementos componentes da cadeia de valores do rádio (MAGNONI, 2010, p. 136), num caminho de descentralização, expandindo o poder de ação e, consequentemente, obtendo tal crescimento. E uma das ferramentas agregadas pelo veículo neste novo modelo de se fazer rádio, no sentido amplo da palavra, foi a tela ou, mais propriamente, a possibilidade de transmissão do conteúdo radiofônico, essencialmente sonoro (CÉSAR, 2009; BIANCO, 2012; PRATA, 2012), também pelo meio do audiovisual. Para além da multimídia, agregando elementos como textos, imagens e vídeos (LEÃO, 1999, p. 16), a realidade de criar e transmitir conteúdo radiofônico na internet, no atual universo hipermidiático por entre formas lineares e não

1 - Ver em DEUZE, Mark. Viver como um Zumbi na Mídia (é o único meio de sobreviver). Matrizes, v.7, n. 2, p. 113-129, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/69409/71980>. Acesso em: 02 mar. 2024.
2 - Traduz-se por aparelho, dispositivo. (DICTIONARY OXFORD, 2009, p. 482).

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova
ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

lineares, podendo ser acessado por qualquer gadget ao redor do mundo, permite valorizar e construir relações antes impensadas ao veículo.

Precisamente neste percurso, este estudo pretende investigar a usabilidade da tela como possibilidade extensiva da comunicação radiofônica. Intenta traçar aspectos de entendimento sobre o contexto atual da presença do rádio no campo audiovisual, o que possivelmente possibilitará apontamentos que favoreçam maior eficácia na comunicação do veículo no universo hipermidiático presente. Para tanto, como desenvolvimento da pesquisa, o quadro conceitual proposto consta do entendimento de linguagem audiovisual em Rodríguez (2006), a visão de linguagem radiofônica em Ferraretto (2014) em referência à mensagem própria do rádio, o conceito de hipermídia explanado por Santaella (2007) e a teoria das hipermediações em Scolari (2008).

Como metodologia, optou-se pelo qualitativo comparativo com aplicação da técnica de pesquisa de observação não-participante (LAKATOS, 2003), delimitando a investigação, como corpus da pesquisa, à três programas radiofônicos, um por emissora, vinculados em seus devidos canais do *YouTube*. A observação e análise realizou-se no período diurno (manhã e tarde) no primeiro semestre de 2024, com acesso livre aos canais e programas de cada emissora via computador. O objetivo centrou-se em analisar a linguagem radiofônica no audiovisual e, as demais – possíveis – linguagens hipermidiáticas presentes/agregadas pelo veículo na tentativa de entender seu modo comunicacional no novo campo de atuação.

O recorte e/ou corpus da pesquisa foi idealizado a partir de pesquisa de ranking[3] das emissoras FM mais acessadas no estado de São Paulo, um dos principais polos radiofônicos do país, gerada pelo site radios.com.br, cujo foco centrou-se no entretenimento e público jovem, visando a publicação destes programas na plataforma YouTube. As emissoras escolhidas são Rádio Transamérica no programa Conectados, Rádio Mix FM no programa Agora o Bicho vai Pegar e, Rádio Metropolitana no Programa do Chupim.

A tela, na proposta de objeto de acesso do conteúdo radiofônico ao formato audiovisual, parece apresenta-se na possibilidade de agregar tal valor. Em 2006, Íris Paternostro (2006, p. 68) já vislumbrara o "acessar" o rádio, a televisão, os jornais, os livros, os filmes, de forma digital, com um único display, que pode ser a tela de um PC, um personal computer, ou de um celular, ao mesmo tempo receptor e transmissor de informações". A autora (2006, p. 68) recorda o quanto a internet permitiu todo este processo de "ouvir música, ler jornal e revista, ver TV, tudo ao mesmo tempo, na mesma hora, no mesmo lugar" além de que, com "velocidade, mobilidade e interatividade: você tem o que quer, onde estiver, disponível no aparelho que preferir". Este cenário hipermidiático, tão discutido e estudado na atualidade, "englobando o universo fluido e sempre mutável [...], gerados no seio do computador para serem visualizados na tela" (SANTAELLA, 2007, p. 392), tem sido campo de assimilação e atuação do rádio, agregando a constante construção de seu processo de "radiomorfose". (PRATA, 2012, p. 79).

3 - Acesso à pesquisa de ranking no primeiro semestre de 2024.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

2. CAMINHOS PARA... ASSISTIR RÁDIO?

Até alguns anos atrás era comum ter um rádio e uma TV, uma calculadora, um relógio de parede e tantos outros 'um' numa casa, escolher a hora e o momento de utilização. Hoje, a avançada tecnologia agregou num único *device*[4] as funcionalidades da grande maioria dos aparelhos da época. Neste processo de constante evolução da pós-modernidade, a sociedade, parece, vê-se cercada ou mesmo cerca-se, quase que de maneira natural, de toda tecnologia possível que possibilite atuar em suas diversas ações diárias. Observando o cotidiano de uma capital, por exemplo, é possível reparar o quanto a sociedade caminha numa verdadeira "inflação de telas". (LIPOVETSKY, 2009, p. 255). O ator social desperta, recebe seus alertas diários, ouve suas músicas preferidas, acompanha seu programa de TV, notícias em textos, fotos ou vídeos, fotografa, cria vídeos, joga games e comunica-se com os demais atores sociais por meio de um único aparelho. Elementos que denotam um processo de evolução tecnológico.

Lipovetsky (2009, p. 256) apontou que o homem do futuro se veria ligado aos inúmeros "conjunto das telas", nomeando este indivíduo de "Homo ecranis", indicando esta interconexão do homem com as telas e, consequentemente, com o mundo. O autor (2009, p. 257) escreve que esta "rede telânica transformou nossos modos de vida, nossa relação com a informação, o espaço-tempo, as viagens e o consumo" relacionando a existência do indivíduo a esta ligação com a tela e a conexão nas redes. A tela que antes servia de objeto para a transmissão do audiovisual, amadureceu.

Na contemporaneidade telânica, no constante emaranhado de (r)evolução cultural, digital e midiático (CANCLINI, 1997; LEMOS, 2013; SANTAELLA, 2003), no qual perpassa as muitas linguagens dos meios, distintas e ao mesmo interconectadas, fluidas, integrada numa linguagem maior – a saber, a linguagem digital –, cabe anotar as características de uma importante linguagem que contribui em parte dessa ascensão comunicacional atual, identificada na diversidade das telas, como linguagem audiovisual.

A linguagem audiovisual é entendida por Rodríguez (2006, p. 27) como o "conjunto das formas de organização artificial da imagem e do som que utilizamos para transmitir ideias ou sensações, ajustando-nos à capacidade humana de percebê-las e compreendê-las". Embora se assemelhe com a informação natural – que é "gerada pelo ambiente sem nenhuma intervenção consciente do homem" (RODRÍGUEZ, 2006, p. 28) – o audiovisual apenas simula a informação artificialmente, ou seja, procura reproduzir elementos característicos da realidade e/ou ambiente natural.

Tal linguagem tem por principais características, partir como vontade prévia de um emissor visando o estimular no receptor "séries organizadas de percepções naturalistas simuladas"; a informação criada artificialmente parecer-se, na interpretação do receptor, semelhante ao natural e, a "capacidade de articular dentre de si mesma qualquer outra linguagem baseada na percepção humana". (RODRÍGUEZ, 2006, p. 29). O que permite intuir que, independente do meio físico 'tela', toda ideia, informação, expressão que for narrada/transmitida sob o emprego dos elementos essenciais da

4 - "Aparelho, dispositivo[...]" (DICTIONARY OXFORD, 2009, p. 432).

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

linguagem audiovisual, poderá ser vista, compreendida, assimilada e sentida pelo receptor, de forma a gerar algum tipo de resposta que tenha sido pretendida pelo meio emissor.

Visando sobrevivência, um meio emissor participa, insere-se por inteiro no processo pelo qual Santaella (2007, p. 293) chama de "grande hibridização", referindo-se ao que a digitalização e a linguagem hipermidiática vem proporcionando aos "processos de comunicação inteiramente novos, interativos e dialógicos". Abordando a linguagem digital, a autora (2007, p. 293-294) indica sua capacidade de "transcodificar quaisquer códigos, linguagens e sinais, sejam estes textos, imagens de todos os tipos, gráficos, sons e ruídos". Além de processar e devolver aos "sentidos na sua forma original[...]", colocando-a como princípio da hipermídia, elencando a habilidade de inserir "todas as linguagens dentro de uma raiz comum", a linguagem digital propicia, assim, uma mistura no ato de sua própria formação, criando "sintaxes híbridas, miscigenadas". (SANTAELLA, 2007, p. 293-294).

Tecnologia e fonte de informação visual, sonora, de animação, de vídeo, realidade virtual, de banco de dados, o englobar e superar o hipertexto e a multimídia pela navegabilidade na rede e interatividade, a liberdade de acessar novas janelas e links em conteúdos etc. são alguns dos diversos conceituais descritos sobre a hipermídia (CAPISANI, 1999; GOSCIOLA, 2010; LEÃO, 1999; NEGROPONTE, 1995). Tais apontamentos, conforme Santaella (2007, p. 294), "passam a se co-engendrar em estruturas fluidas, cartografias líquidas para a navegação com as quais os usuários aprendem a interagir, pormeio de ações participativas, como num jogo". Nesse ambiente, a tela parece ganhar vida muy além da 'tela' em si.

Em 2006, Paternostro (2006, p. 68) já vislumbrara os diversos meios como rádio, televisão, jornais, livros, filmes etc. serem acessados, "de forma digital, com um único display, que pode ser a tela de um PC, um *personal computer*, ou de um celular, ao mesmo tempo receptor e transmissor de informações". A autora (2006, p. 68) recorda o quanto a internet permitiu todo este processo de "ouvir música, ler jornal e revista, ver TV, tudo ao mesmo tempo, na mesma hora, no mesmo lugar" além de que, com "velocidade, mobilidade e interatividade: você tem o que quer, onde estiver, disponível no aparelho que preferir".

Neste cenário hipermidiático – alinear, reticular nas inúmeras conexões (os *links*) pelas unidades de informação ou os nós –, de elementar discussão e estudos, "englobando o universo fluido e sempre mutável [...], gerados no seio do computador para serem visualizados na tela" (SANTAELLA, 2007, p. 392), também se encontra o rádio contemporâneo em seu constante processo de "radiomorfose". (PRATA, 2012, p. 79). E é por este sistema, influenciado, moldado, reconfigurado, que o veículo já é tido como um rádio hipermidiático, ou seja, que "fala em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco". (LOPEZ, 2010, p. 119).

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

3. A BASE DA COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA

O rádio, enquanto meio de comunicação, há muito vem agregando ferramentas diversas tais como de hipertexto, da multimídia e da hipermídia, visando – acredita-se – ampliar seu poder comunicacional para além de sua essência sonora, uma vez que "seu conteúdo também poderá ser lido na tela do cristal líquido do aparelho receptor digital (...) ou em outras plataformas de mídia convergentes". (BIANCO, 2006, p. 7-8). Nesse modelo diferencial de rádio conforme Kischinhevsky (2012, p. 63) já não há sentido discutir seus "limites do radiofônico". O autor (2012, p. 63) aponta as modalidades, interfaces e uma atenção maior para as alterações na "linguagem, práticas interacionais, rotinas produtivas, emergência de novos atores no mercado, estratégia de circulação e hábitos de escuta" como os elementos de estudos deste rádio que se apresenta na atualidade.

Em termos de sua comunicação, o rádio a constrói em sua linguagem específica, qual é sabido que envolve "elementos além da oralidade" e que "se prestam a diversas variações, podendo (...) estabelecer articulações entre si". (FERRARETTO, 2014, p. 30). Embora diversos autores apontem o sonoro (oral e auditivo) como características chave da linguagem do rádio (BIANCO, 2012; CÉSAR, 2009; MAGNONI, 2010; MEDITCH, 2001), há elementos mais detalhados constituintes da mesma. São eles, a palavra ou a voz (a fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio "atuando isoladamente ou combinados entre si" (FERRARETTO, 2014, p. 30).

A voz ou a palavra para Ferraretto (2014, p. 32-33) importa com grande significado no "conteúdo da mensagem". A palavra pode adquirir variadas funções nos discursos proferidos como enunciado, narrativo, emotivo etc., além portar atributos ou características importantes para a compreensão do ouvinte, tais como a altura, intensidade e o timbre.

A música por si só tem o dom de trazer um brilho ímpar, especial, à programação e mensagem radiofônica. De acordo com Ferraretto (2014, p. 33) ela contribui como "conteúdo da programação", dada a possibilidade de compor a programação da emissora, e também como linguagem nos termos de compor a própria mensagem do rádio.

Os efeitos sonoros propiciam a "construção de imagens sensoriais pela associação do som à sua fonte geradora" (FERRARETTO, 2014, p. 33), podendo conceder interpretação de realidades do ambiente natural ou servir para indicar algum tipo de informação pretendido pela emissora, como por exemplo o sinal de hora.

Por fim, o silêncio, quando de uma "ausência do som planejada" (FERRARETTO, 2014, p. 34) seja pelo locutor, na música ou nalgum momento específico da programação, o que contribui na construção própria da mensagem radiofônica. Esse elemento pode proporcionar a interpretação de variadas expressões, um dramatização, distanciamento e reflexão.

Todos esses elementos fundamentais da linguagem, permitem o construir da mensagem radiofônica com equilíbrio. A "mensagem (mescla de forma e conteúdo) é o objeto da comunicação". (FERRARETTO, 2014, p. 35). Devido esse cenário de "acoplamento aos novos hábitos de consumo de informação e também aos novos ouvintes que podem navegar em águas mais conhecidas pela

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova
ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

sua geração", a atualização desta linguagem é vista como um processo dentre os mais importantes na história do rádio, segundo Nunes et al. (2012, p. 86).

4. POR UM PERCURSO METODOLÓGICO

Intentando observar esta relação rádio e tela, e a possibilidade extensiva de sua comunicação, abordar-se-á aqui a teoria norteadora e o método pelo qual este trabalho será submetido em análise. Contribuirá a teoria das hipermediações de Scolari (2008) associado ao método qualitativo comparativo com aplicação da técnica de pesquisa de observação não- participante proposto por Lakatos (2003).

A partir da observação/entendimento do espaço como ciberespaço, ou seja, o campo em que os atores sociais ou usuários utilizam para inúmeras atividades como conversações, navegabilidade, jogos, receber e enviar e-mails etc., Carlos Scolari (2008, p. 277. Tradução nossa)[5] desenvolve a teoria das hipermediações entendendo-a como "uma trama de processos de troca, produção e consumo simbólico que engloba um grande número de assuntos, mídias e linguagens interconectados tecnologicamente de maneira reticular". Todo esse processo desenvolvendo-se em redes, é algo particular, como um buraco negro, observa o autor (2008, p. 277. Tradução nossa)[6], indicando o movimento de atrair os "meios de comunicação de massa" absorvendo-os e integrando-os em si próprio no "dispositivo de contaminação intertextual".

Anota-se ainda como elementos das hipermediações, o tempo como sendo policrônico, ou seja, várias coisas sendo feitas ao mesmo tempo; reticular (forma de rede) e, descontínuo, considerando-se como fragmentário, com lacunas, interrupções etc. Além do tempo, a onipresença, compreendendo-a como a possibilidade de estar sempre disponível, a qualquer hora e lugar necessário.

Diante dessas considerações, o traçado de Scolari (2008) para a teoria das hipermediações aponta: dado por meio de suportes digitais; a filosofia de código aberto com a distribuição muitos-para-muitos; novos perfis profissionais partindo de uma comunicação interativa e multimídia; a interface como meio de interatividade entre os sujeitos e dispositivos; a geração/produção de metaprodutos combinando linguagens e mídias tendo a hipertextualidade, multimídia e interatividade como base; a convergência de diferentes linguagens e mídias num único ambiente; a digitalização promovendo a integração de todas as telas, permitindo ao conteúdo multimídia diferentes formatos; o consumo deste conteúdo como sendo assíncrono e o usuário podendo criar e distribuir o seu próprio e, por fim, o poder que, por conta das hierarquias, gera conflitos e acordos modificando os relacionamentos nas redes constantemente.

Dada a teoria de base investigativa desta pesquisa, registra-se ainda o método e a técnica

5 - (...) una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular (...) (SCOLARI, 2008, p. 277).

6 - (...) el espacio de las hipermediaciones es particular: se presenta como un agujero negro que atrae a los medios masivos, los absorbe e integra dentro de su propio dispositivo intertextual de contaminación. (SCOLARI, 2008, p. 277).

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

que caminharão juntos na aplicação e suporte da investigação. Lakatos (2003, p. 107) apresenta o método comparativo como um estudo dos elementos semelhanças e diferenças, permitindo realizar comparações cuja finalidade é "verificar similitudes e explicar divergências" possibilitando, assim, "analisar o dado concreto, deduzindo do mesmo os elementos constantes, abstratos e gerais".

A autora (2003, p. 107-108) afirma que aplicando-o como estudo descritivo, pode-se "averiguar a analogia entre ou analisar os elementos de uma estrutura"; se abordado como classificação, "permite a construção de tipologias" e, por fim, se o estudo for ao termo de explicação, "pode, até certo ponto, apontar vínculos causais, entre os fatores presentes e ausentes".

Complementando o método, auxiliará a técnica de pesquisa de observação não- participante que, para Lakatos (2003, p. 193), consiste no pesquisador ter a ciência da realidade investigada, porém, "sem integrar-se a ela", pondo-se de fora. O pesquisador "presencia o fato, mas não participa dele; não se deixa envolver pelas situações; faz mais o papel de espectador". (LAKATOS, 2003, p. 193).

Visto a exploração geral dos conceitos, métodos e técnicas descritos até aqui, se parece possível a elaboração de um quadro visual-conceitual que possibilite melhor compreensão na análise final do projeto.

Tabela 1: Conceitos e características

Conceitos	Características/elementos contutivos
Linguagem Audiovisual	Vontade prévia do emissor; estímulo ao receptor; mensagem assemelhando-se ao natural; articulação de outras linguagens com base na percepção humana.
Hipermídia	Textos; imagens (fotos, animações, vídeos); gráficos; sons e ruídos; interatividade; links; hipertextos; multimídia. Conexão fluida e assíncrona entre todos elementos.
Linguagem radiofônica	Palavra ou a voz (a fala); música; efeitos sonoros; e o silêncio.
Teoria das hipermediações	Suportes digitais; distribuição muitos-para-muitos; comunicação interativa e multimídia; interface como meio de interatividade; metaprodutos combinando linguagens e mídias baseada na hipertextualidade, multimídia e interatividade; convergência de linguagens e mídias num único ambiente; integração de todas as telas; consumo do conteúdo assíncrono; usuário criador e distribuidor do próprio conteúdo; poder: conflitos e acordos modificando os relacionamentos nas redes.

Fonte: autoria própria.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

Munido de tais informações, caminha-se para a descrição dos programas selecionados, a observação das estruturas constitutivas de cada programa e, por fim, de posse dos dados colhidos, apresentação dos elementos como possíveis resultados obtidos.observação das estruturas constitutivas de cada programa e, por fim, de posse dos dados colhidos, apresentação dos elementos como possíveis resultados obtidos.

5. OS PROGRAMAS RADIOFÔNICOS NA PLATAFORMA YOUTUBE

Como destacado anteriormente, utilizou-se do site[7] radios.com.br para a pesquisa das emissoras mais acessadas de São Paulo, chegando-se às rádios Transamérica no programa Conectados, Rádio Mix FM no programa Agora o Bicho vai Pegar e, Rádio Metropolitana no Programa do Chupim, por selecionadas. Na página principal do site, na aba 'estatística' é possível escolher as categorias para efetuar uma pesquisa. A categoria escolhida para este trabalho de pesquisa foi 'Rádios FM mais ouvidas por Estado'. A partir dela, configurou-se os campos 'País', 'Estado' e 'Mês' para obter o resultado prévio desejado. Em seguida, focalizando emissoras voltadas para o entretenimento e público jovem, efetuou-se pesquisa manual de acesso aos portais de cada emissora e, posteriormente, a seus devidos canais do YouTube (rede social escolhida para estudos e obtenção/percepção dos programas transmitidos/gerados).

A primeira investigação deu-se no Programa Conectados[8] da rádio Transamérica. O programa disponibilizado no canal da emissora data de 26/06/2023 e, em meados de março de 2024, já contava com mais de 600 visualizações, 3 curtidas como 'Gostei' e 0 como 'Não gostei' e, entre 3 comentários na time do canal. Com tempo total de vídeo de 01:57:32. A emissora divulga-o com o título: Programa Conectados #59 com Cléber Machado - 26/06/2023. De início, as imagens recortam cada locutor apresentando como característica visual de preenchimento de fundo, uma tela animada com cores vivas entre laranja, vermelho e amarelo e o símbolo tipo de conexão de internet. Há, portanto, uma câmera para cada locutor. Todo o programa, devido sua transmissão no canal do YouTube, tem sua edição (corte de imagens, tipo ao vivo) com o jogo entre as câmeras 1, 2 e 3 e, em determinados momentos ao longo do programa, apresentação das três câmeras em recuo, acrescido da inserção de outras imagens/vídeos etc. Não há imagem em plano aberto. O programa foca, dentro do estúdio, em cada locutor/entrevistado no plano 3x4. Neste quesito, no estúdio, é visível cada microfone dos locutores/entrevistados com seus devidos suportes, diferentes uns dos outros, provavelmente fixados na mesa do estúdio, distribuídos entre lateral e centro à frente dos indivíduos. Todos presentes portam fones de ouvidos. Os locutores/apresentadores do programa são três, Román Laurito – aparentemente – como âncora principal, Dani Mel e Renato Tortorelli como locutores adjuntos. Os locutores usam, ao longo do programa, aparelhos smartphones como fonte de informações e visualização das participações.

7 - Radios.com.br, Site. Radios.com.br. Disponível em: <https://www.radios.com.br/>. Acesso em: 04 mar. 2024.
8 - TRANSAMÉRICA, Rádio. Programa Conectados. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=teqUZHDW-FU4>. Acesso em: 07 mar. 2024.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

No minuto 00:16:51 os locutores chamam um primeiro intervalo que, por sua vez, é preenchido com vinhetas audiovisuais da emissora e do programa e, câmera livre e/ou aberta com conversações dos locutores. Pelo que se percebe, somente para a transmissão no canal. É momento de interação dos locutores com os participantes (ouvintes/internautas) abordando assuntos diversos. Na virada para o minuto 00:22:00 a locutora confirma estarem abertos – em transmissão – somente para o canal do YouTube, enquanto que no sonoro da emissora veicula-se intervalo seguido de música. Retornam na sincronia rádio/canal YouTube no minuto 00:24:38. Músicas e notícias diversas, parece, norteiam o programa distribuídos ao longo da programação por entre as locuções, entretanto, não se veiculam na mesma transmissão, ou seja, no canal do YouTube. Durante todo o programa traz-se convite ao ouvinte para a participação respondendo perguntas lançadas pelos locutores. A participação do ouvinte ocorre principalmente pelas redes sociais da emissora como WhatsApp, Instagram e o próprio chat do canal no YouTube. Na transmissão, é disponibilizado número de WhatsApp para participação via inserção de símbolo/ícone conectados e faixa contendo o número. Essa mesma abordagem de inserção é utilizada para trazer os nomes de todos participantes. No minuto 00:30:18 entra vinheta intitulada 'Diz aí' e, após, participação de ouvintes/internautas. Ato que repete-se no último bloco com pergunta voltada ao entrevistado. No minuto 00:39:34 os locutores chamam um segundo intervalo com a mesma configuração de transmissão que o anterior. Retornam no minuto 00:48:30 com a sincronia entre rádio e canal YouTube. Praticamente na metade do programa, por volta de 01:01:50, os locutores trazem ao público a participação do Cleber Machado. Presença esta que estende-se por todo o restante do programa. Aí apresenta-se, portanto, um 4o microfone com imagem em mesmo plano, tendo em vista a participação especial. O programa gira em torno da conversação com o entrevistado Cleber M. até seu encerramento no tempo de 01:57:32 com vinheta audiovisual do programa e emissora. Ao longo de todo o programa, os locutores se demonstram bem irreverentes, se divertem por qualquer coisa/assunto e falam todas as participações/ocorrências. Em determinados momentos e, de acordo com o assunto discutido, os telões de fundo de cada locutor/entrevistado, parecem interagir trazendo recursos imagéticos como fotos, vídeos etc., diferindo-se do padrão do programa. Diferentemente de um programa especificamente televisivo ou mesmo para a internet, praticamente todo o programa mantém a característica do radiofônico – com vocal, microfones, fones de ouvidos etc. no comum de um estúdio de rádio – e, somente nos intervalos se voltam mais para 'frente à tela' tendo em vista o potencial ouvinte-internauta. Ainda assim, de forma livre, despojada e sem perder as características radiofônicas que o formatam.

A segunda pesquisa foi realizada na emissora Mix FM no programa Agora o Bicho vai Pegar[9]. Em seu canal da rede social, o último programa data de 26/04/2019, contudo, pela ocorrência de queda na transmissão do programa e, procurando evitar falhas na investigação, optou-se pelo programa anterior, de 25/04/2019, como objeto do estudo, uma vez sua inteireza do vídeo no canal. Explicado o fator, o programa até aproximadamente a metade do mês de outubro, já contava com mais de 5.1

9 - MIX FM, Rádio. Programa Agora o bicho vai pegar. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=I- kp-Qx0w76A&list=PLU4t7hmb5_IBqwhBwQD1oZ-rVQ2Z-k3u9&index=3>. Acesso em: 28 abril 2024.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

mil visualizações, 284 curtidas como 'Gostei' e 0 como 'Não gostei' e, entre 11 comentários na time do canal. Com tempo de vídeo de 01:06:28, uma câmera em plano aberto apresenta a característica visual do estúdio, totalmente diferente de um estúdio de rádio comum. O linguajar, talvez, permitiria chamá-lo de 'descolado'. Provavelmente foi pensado e desenhado com direcionamento para o vídeo, o audiovisual. Pela câmera aberta, é possível ver, da esquerda para a direita, uma mesa retangular abrigando um console, fones de ouvido e pequenas câmeras instaladas direcionadas a outra ponta do estúdio. Há também um fundo com diversos aparelhos instalados na parede, como equalizadores e TVs. Na parede de frente, aparentando tijolos, há um sofá com alguns adereços e almofadas e, na parede da direita, poltrona, criado mudo com adereços e outro estiloso sofá, já a parede de fundo, foi criada com a colagem de variadas fitas k7. O estúdio segue a linha de criação de estúdios de televisão. No vídeo, se apresenta o local desde o minuto zero e é exibido uma tarja verde na lateral esquerda da tela informando "Em Instantes" sobre o início do programa e, a logo da emissora em forma de ícone encontra-se no canto inferior direito (desaparecendo a partir da vinheta de abertura, ficando apenas uma outra em tipo marca d´água no canto inferior direito [utilizada como ferramenta de interação. Com o mouse por cima do ícone aparece a função inscrever-se no canal do YouTube da emissora]). Uma logo tipo marca d´água da emissora também é posta em diferentes momentos do programa no canto superior direito. Uma espécie de logo do programa é exibida junto a tarja verde na parte inferior do programa quando necessário divulgar algum assunto. Há pelo menos quatro câmeras no estúdio, uma em plano aberto no estúdio em geral e outras três em planos médios focando cada apresentador/participante. Há, em determinados tempos do programa, operações das câmeras focando detalhes dos apresentadores, demonstrando possibilidade de não estaticidade dos planos. Aos 00:09:02 os participantes e locutores começam a entrar e portam-se bem descontraídos no estúdio (ainda sem transmissão do áudio). O programa tem início com uma vinheta diferencial no vídeo aos 00:10:25 minutos. Na sequência é aberto o áudio com entrada do âncora Román Laurito e demais apresentadores Guilherme Pallesi e Renato Tortorelli, além da presença da Babi (Bárbara Ferrareze), produtora do programa que, interage e auxilia de forma geral durante o ao vivo. A temática do programa é discussão de futebol. Um detalhe descoberto durante a audição do programa é que a edição seguinte era a última, encerrando um ciclo de dois anos no ar. Não há convite, por parte dos apresentadores, aos ouvintes para participarem, porém, verifica-se a presença de alguns no chat do canal no YouTube antes mesmo do início do programa. Como o programa discute futebol, ao longo dos comentários é colocado vídeo dos melhores momentos dos jogos – comentados no programa – na tela, enquanto que a tela do apresentador é fixada em tamanho menor no canto inferior direito tendo logo acima a logo do programa. Aos 00:19:26 minutos, enquanto é discutido um dos jogos daquela semana, é posto na tela, lado esquerdo, propaganda de uma marca de cerveja e, aos 00:33:13 minutos, é posto no lado direito da tela propaganda da Vivo. A participação do ouvinte ocorre principalmente pela live no canal do YouTube e, no decorrer do programa é aberta a participação por meio do WhatsApp em que os ouvintes enviam mensagens de voz no qual o âncora Román coloca no ar. O chat do YouTube demonstra as participações em que os locutores interagem. Os locutores são bem irreverentes,

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

dinâmicos nas bate-papos e de conversação livre. Ao longo do programa interagem respondendo alguns dos comentários da live e as mensagens do Whats. Devido término do programa na emissora, os apresentadores divulgam o Instagram (@agoraobicho) como forma dos ouvintes acompanharem maiores informações acerca do que viria pela frente. Aos 1:06:05, após rápida despedida do âncora, é inserido vinheta (áudio) de encerramento do programa e, em seguida, o áudio é suprimido, restando as imagens de todos no estúdio em aparente conversação e despedida. A transmissão se encerra em seguida com figura lembrando parte de um campo de futebol contendo a logo do programa no centro.

O terceiro estudo centrou-se na rádio Metropolitana no programa do Chupim11[10]. No canal do YouTube, a última edição data de 07/05/2019, apresentando entrevista com uma dupla sertaneja feminina. O programa em sua inteireza não é, pelo averiguado, disponibilizado no canal, havendo apenas as principais entrevistas de cada edição. Desta entrevista serviu-se o estudo para desenvolvimento geral sobre a abordagem da emissora. Até aproximadamente a metade do mês de outubro, mais de 12 mil visualizações, 427 curtidas como 'Gostei' e 0 como 'Não gostei' e 21 comentários na time do canal. Com tempo de vídeo de 00:17:45, a transmissão começa com uma vinheta audiovisual contendo a figura/logo do programa e áudio informando o retorno à Metropolitana (provavelmente retorno após intervalo da programação). Tal retorno é dado por uma câmera (não fixa [uma pessoa da equipe opera em todo programa, enquadrando todos os participantes]) em primeiro plano direto no apresentador principal Marcelo Barbur. Na sequência, a mesma câmera faz passagem ao vivo para uma das entrevistadas. Há outra câmera focada na segunda entrevistada, outra direcionada para um dos apresentadores na mesa e uma outra em plano aberto acima do âncora principal apresentando a característica visual do estúdio. Visual que assemelha-se ao rádio comum. Há uma grande mesa azul em formato triangular (recordando um bumerangue), quatro microfones com seus suportes instalados e distribuídos ao redor da mesa, outro microfone num tripé ao lado da mesa, fones de ouvidos, dois notebooks e um console na mesa e as cadeiras. Ao fundo, na parede, dois grandes logos da emissora, duas telas de TV utilizadas como monitores para o software do ao vivo da emissora e caixas de som. Por conta da entrevista é possível notar que o estúdio se encontra repleto de participantes e/ou convidados. Na tela do canal há duas logos da emissora no canto inferior direito, uma maior que a outra, sobrepostas, prejudicando a interpretação visual. A logo menor como ferramenta/função inscrever-se no canal do YouTube da emissora. Logo no início da entrevista o âncora divulga número de telefone para que o ouvinte possa ligar e deixar sua pergunta às participantes. As participações do ouvinte são constantes e postas ao vivo em conversação com o locutor e entrevistados. O programa apresenta possíveis edições havendo cortes entre um momento e outro da transmissão. Não há, na transmissão, um encerramento (no momento, com a fala dos apresentadores e convidados), sugerindo edição do programa ou, da entrevista, num ponto que se entendeu por melhor. Em seguida entra vinheta audiovisual com a logo da emissora e voz carimbando a rádio. apresenta possíveis edições havendo cortes entre um momento e outro da transmissão. Não há, na transmissão, um encerramento

10 - Metropolitana, Rádio. Programa do Chupim. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9nx3AOjgbiA&list=PLb-Gdtzr5hYh3VEyTmdXdd_ckJJY_H5D2>. Acesso em: 21 abril 2024.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

(no momento, com a fala dos apresentadores e convidados), sugerindo edição do programa ou, da entrevista, num ponto que se entendeu por melhor. Em seguida entra vinheta audiovisual com a logo da emissora e voz carimbando a rádio.

6. OBSERVAÇÕES E POSSÍVEIS RESULTADOS

O esquema de tabela disposto na metodologia, utilizado para apresentar classificação dos conceitos abordados como aplicação neste estudo, se crê, será útil para classificação e análise dos dados levantados sobre as emissoras investigadas, possibilitando o comparativo necessário para se achegar aos prováveis resultados. Portanto, para cada emissora investigada, será aplicado a tabela considerando a aba central 'características/elementos constitutivos' como referencial para os dados captados das emissoras na aba seguinte.

Após cada tabela, seguir-se-á abordagem sobre os possíveis resultados obtidos da observação dentre os elementos gerais levantados.

Tabela 02: Rádio Transamérica – Programa Conectados. Conceitos e características.

Conceitos	Características/elementos contutivos	Características/elementos constitutivos constitutivos na Emissora
Linguagem Audiovisual	Vontade prévia do emissor; estímulo ao receptor; mensagem assemelhando-se ao natural; articulação de outras linguagens com base na percepção humana.	Vontade prévia do emissor; estímulo ao receptor; mensagem assemelhando-se ao natural.
Hipermídia	Textos; imagens (fotos, animações, vídeos); gráficos; sons e ruídos; interatividade; *links*; hipertextos; multimídia. Conexão fluida e assíncrona entre todos elementos.	Textos; imagens (fotos, animações, vídeos); sons e ruídos; interatividade.
Linguagem radiofônica	Palavra ou a voz (a fala); a música; os efeitos sonoros; silêncio.	Palavra ou a voz (a fala); a música; os efeitos sonoros; silêncio.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

Teoria das hipermediações	Suportes digitais; distribuição muitos-para-muitos; comunicação interativa e multimídia; interface como meio de interatividade; metaprodutos combinando linguagens e mídias baseada na hipertextualidade, multimídia e interatividade; convergência de linguagens e mídias num único ambiente; integração de todas as telas; consumo do conteúdo assíncrono; usuário criador e distribuidor do próprio conteúdo; poder: conflitos e acordos modificando os relacionamentos nas redes.	Suportes digitais; distribuição muitos-para-muitos; comunicação interativa e multimídia; interface como meio de interatividade; convergência de linguagens e mídias num único ambiente; consumo do conteúdo assíncrono; poder: conflitos e acordos modificando os relacionamentos nas redes.

Fonte: autoria própria.

O programa Conectados apresenta, no campo da linguagem audiovisual, vontade prévia do emissor a partir do momento que decide se expor na internet sob a utilização do recurso de vídeo e, estimula o receptor nos momentos da programação convidando-o à participação, a enviar sua mensagem de texto, áudio, enfim, corresponde utilizando do vídeo como resposta ao receptor. Mensagem assemelhando-se ao natural quando da veiculação das mensagens em áudio de participações de ouvintes, além das próprias falas irreverentes dos locutores. Quanto aos recursos de hipermídia, há o texto na forma de nomes e números na tela, mesmo que tal elemento não esteja com ferramenta/função de interação direta ao telespectador tal qual numa interface. Há a imagem própria da transmissão do vídeo, algo diferente para o comum do ambiente de uma rádio, porém, sem a utilização de demais imagens ao longo da transmissão. Os sons e ruídos se representam nas conversações, locuções e músicas e, a interatividade é estimulada pelos locutores pelos canais do WhatsApp, Instagram, e chat do YouTube da Emissora. Da linguagem radiofônica, todas características são encontradas, inclusive o silêncio na atribuição de buraco, um som mortificante, muitas das vezes inesperado, imprevisto e indesejado numa programação radiofônica. (VIGIL, 2003, p. 56). Neste caso, aparenta-se não haver tal presença no dial da emissora, mas, na transmissão do vídeo em cada momento em que músicas/intervalos etc. são vinculadas e, na tela, o preenchimento de vinhetas do programa/emissora. É uma forma de buraco de programação audiovisual e que, pode não ser bem-vinda pelos ouvintes-internautas. Em relação aos elementos da teoria das hipermediações, a tela já é dada como um meio de suporte digital na questão de possibilitar a transmissão do programa radiofônico, o conteúdo é distribuído além do *dial* da emissora para o canal do *YouTube*, tornando-se muitos-para-muitos na cadeia de multimidialidade, assim como também acessível na interatividade proporcionada pelos canais das Redes Sociais da emissora. A interface como meio de interatividade não é cem por cento aplicável na tela uma vez que o conjunto do todo do canal apresenta algum

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

elemento no momento em que o ouvinte pode, por meio do chat do canal, interagir com os locutores no estúdio. É notada uma convergência de linguagens ao se reconhecer a linguagem audiovisual, já absorvida pela hipermídia, e a linguagem radiofônica presente na transmissão audiovisual, num mesmo ambiente. E o consumo de conteúdo é dado como assíncrono no momento em que se permite o ouvinte/usuário decidir ouvir o programa pelo *dial* ou pela tela do canal. Por fim, o poder é, aparentemente, observado no momento em que um dos locutores fala que, 'no programa o ouvinte não pede, ele manda', veiculando à seguir, a participação de um destes.

Tabela 03: Rádio Mix FM, Programa Agora o Bicho vai Pegar. Conceitos e características.

Conceitos	Características/elementos contutivos	Características/elementos constitutivos constitutivos na Emissora
Linguagem Audiovisual	Vontade prévia do emissor; estímulo ao receptor; mensagem assemelhando-se ao natural; articulação de outras linguagens com base na percepção humana.	Vontade prévia do emissor; estímulo ao receptor; articulação de outras linguagens com base na percepção humana.
Hipermídia	Textos; imagens (fotos, animações, vídeos); gráficos; sons e ruídos; interatividade; links; hipertextos; multimídia. Conexão fluida e assíncrona entre todos elementos.	Textos; imagens (fotos, animações, vídeos); sons e ruídos; interatividade; multimídia. Conexão fluida e assíncrona entre todos elementos.
Linguagem radiofônica	Palavra ou a voz (a fala); a música; os efeitos sonoros; silêncio.	Palavra ou a voz (a fala); a música; os efeitos sonoros; silêncio.
Teoria das hipermediações	Suportes digitais; distribuição muitos-para-muitos; comunicação interativa e multimídia; interface como meio de interatividade; metaprodutos combinando linguagens e mídias baseada na hipertextualidade, multimídia e interatividade; convergência de linguagens e mídias num único ambiente; integração de todas as telas; consumo do conteúdo assíncrono; usuário criador e distribuidor do próprio conteúdo; poder: conflitos e acordos modificando os relacionamentos nas redes.	Suportes digitais; distribuição muitos-para-muitos; comunicação interativa e multimídia; interface como meio de interatividade; convergência de linguagens e mídias num único ambiente; consumo do conteúdo assíncrono.

Fonte: autoria própria.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

Quanto ao programa Agora o bicho vai pegar, da Mix FM, aparenta-se haver sido pensado e estruturado para além do *dial* hertziano, visando ampla aplicação audiovisual. É, dos três programas investigados, o que mais apresenta foco e desenvolvimento voltados para esta área. No tocante à linguagem audiovisual, a vontade do emissor e estimulo ao receptor é detectada desde os elementos constituintes do estúdio no campo visual como nas falas dos apresentadores. Compondo os elementos da hipermídia, estão presentes textos na tela, imagens como fotos, animações sobre o programa e vídeos como os jogos de futebol vinculados em modo de divisão de telas, além da própria transmissão em si. Sons como as trilhas de fundo e os efeitos diversos dinamizam a programação. A interatividade é estimulada por meio da participação do ouvinte nas mídias *YouTube* por meio do *chat* e o *WhatsApp* no envio de textos e, principalmente áudios no qual o âncora dispõe ao vivo e interage com respostas. Os elementos da linguagem radiofônica contribuem na programação, ainda que a música não esteja como recurso em sua totalidade, pois, não há momento ou espaço de programação musical nas 01:06:28 de tempo do programa. O recurso é utilizado como suporte/complemento dentre algumas palavras destaques na conversação dos apresentadores. Novamente, no início e no final do programa, na transmissão audiovisual, nota-se a presença do silêncio, contudo, para o início, as tarjas verdes na tela informando o começo do programa em instantes, contribui como recurso visual de ânimo ao espectador que apenas observa a estrutura do estúdio. Relacionando as possibilidades das hipermediações, novamente a tela por si é meio de suporte digital ao permitir a geração do programa de rádio, o conteúdo, além da presença no dial da emissora, é disponibilizado ao vivo no canal do *YouTube* configurando-se em muitos-para-muitos, a comunicação é dinâmica e interage com os espectadores pelo chat do canal e a mídia social *WhatsApp*, a interface, na questão tela do *YouTube*, novamente só é interativa pela logo da emissora que permite a inscrição do usuário ao canal da rádio, porém, no conjunto ofertado pelo *YouTube*, apresenta-se o chat permitindo interatividade do público com os participantes do programa. Quanto a convergência de linguagens, da mesma forma, os elementos da linguagem audiovisual, da hipermídia e da linguagem radiofônica se misturam no mesmo ambiente e, o fato de haver a possibilidade de escolha em ouvir o programa pelo *dial* ou pela *live* em *real time*, torna o consumo do conteúdo assíncrono.

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

Tabela 04: Rádio Metropolitana, Programa do Chupim. Conceitos e características.

Conceitos	Características/elementos contutivos	Características/elementos constitutivos constitutivos na Emissora
Linguagem Audiovisual	Vontade prévia do emissor; estímulo ao receptor; mensagem assemelhando-se ao natural; articulação de outras linguagens com base na percepção humana.	Vontade prévia do emissor; estímulo ao receptor.
Hipermídia	Textos; imagens (fotos, animações, vídeos); gráficos; sons e ruídos; interatividade; links; hipertextos; multimídia. Conexão fluida e assíncrona entre todos elementos.	Imagens (vídeos); sons e ruídos; interatividade; multimídia.
Linguagem radiofônica	Palavra ou a voz (a fala); a música; os efeitos sonoros; silêncio.	Palavra ou a voz (a fala); a música; os efeitos sonoros; silêncio.
Teoria das hipermediações	Suportes digitais; distribuição muitos-para-muitos; comunicação interativa e multimídia; interface como meio de interatividade; metaprodutos combinando linguagens e mídias baseada na hipertextualidade, multimídia e interatividade; convergência de linguagens e mídias num único ambiente; integração de todas as telas; consumo do conteúdo assíncrono; usuário criador e distribuidor do próprio conteúdo; poder: conflitos e acordos modificando os relacionamentos nas redes.	Suportes digitais; distribuição muitos-para-muitos; interface como meio de interatividade; convergência de linguagens (...) num único ambiente.

Fonte: autoria própria.

No tocante ao programa do Chupim da Metropolitana, averígua-se a vontade prévia do emissor na utilização do recurso audiovisual na própria transmissão em si. Contudo, o fato da emissora divulgar apenas o conteúdo das entrevistas, sublinha tal quesito como de valor, podendo diminuir o restante do programa. Já o receptor é estimulado pela fala do âncora do programa no ato de convite à participação e pela audição e/ou visualização quanto às pessoas entrevistadas do dia. Das características hipermidiáticas, a imagem é dada na própria transmissão do programa, os sons e ruídos estão presentes nas conversações de todos presentes no estúdio, a interatividade, além da própria interação entre o locutor, entrevistas e demais participantes, ocorre pelos ouvintes que são postos

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

ao vivo no canal de telefone e, a multimídia é presente por esta união audiovisual, mídias sociais e interação dos ouvintes. Da linguagem radiofônica verificam-se quase todos os elementos com exceção da música, porém, pelo fato de a entrevista ser com uma dupla sertaneja, dá para intuir que músicas ao vivo ou mesmo em mídias da dupla tenha sido veiculada ao longo do programa. Finalizando com os dados da teoria das hipermediações, a tela como suporte para a transmissão do programa é caracterizada como suporte digital e, uma vez sendo o programa divulgado no canal do *YouTube* além do *dial*, torna-o como distribuição muitos-para-muitos. A tela como interface novamente esbarra apenas no logo do programa ao permitir inscrição no canal da emissora e, desta vez, não havendo interação por meio do *chat* do canal. Fora isso, não há exploração de nenhum outro recurso na tela durante o período do programa pesquisado. É possível verificar recursos das linguagens audiovisual, hipermidiática e radiofônica no mesmo ambiente indicando o elemento convergência de linguagens apenas.

Constata-se neste recorte de pesquisa que, a exploração de outros recursos, possíveis de soma e aplicação na estrutura da programação radiofônica, não é realizada. Nas emissoras, umas mais outras menos, diversos são os elementos dos conceitos abordados que não se encontram aplicados. Textos, hipertextos, *links*, fotos dentre outras possibilidades que poderiam compor as estratégias das emissoras na usabilidade das telas, não são presentes.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes de desenvolver quaisquer palavras numa consideração final, cabe esclarecer que, as palavras aqui não expressarão uma finalização em si, mas, apenas apontarão uma visão singular sobre o objeto da pesquisa e as prováveis possibilidades de continuação às investigações, visando contribuição no processo de amadurecimento das emissoras do país.

Os resultados obtidos no presente estudo não demonstram necessariamente o panorama geral de todas emissoras de São Paulo e do Brasil, mas, tão somente algumas características presentes que, podem ou não se assimilarem às realidades de tantas outras.

Da mesma forma, tais resultados não devem ser apontados como uma problemática ou até mesmo uma catástrofe radiofônica, tampouco, os apontamentos que se farão no intuito de favorecer maior eficácia da comunicação do veículo no universo hipermidiático presente, não necessariamente são a 'salvação da pátria radialística', mas apenas contribuições desejosas de voos cada vez mais altos do rádio brasileiro.

Está claro que, aproveitando eficazmente de toda tecnologia que o contexto social e mercadológico vem apresentando, o veículo rádio pode expandir território e crescer em seu processo comunicacional. Contudo, de qual rádio se fala? Estamos assistindo o rádio? Um novo rádio? Perguntas que permeiam o cotidiano de muitos pesquisadores. Há quem indique que, se o som não estiver presente, se houver imagens e a transmissão não for em *real time*, não é rádio (MEDITSCH, 1999). Por outro lado, há quem entenda que o rádio comum ou hertziano na atualidade participa de "uma teia mais complexa de circulação de conteúdos, que busca criar camadas narrativas complementares

REVISTA ACADÊMICA DA Faculdade Canção Nova

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

e interconectadas, que dialogam com o perfil de consumo de mídia do ouvinte-internauta". (LOPEZ; FREIRE, 2018, p. 7).

Nesta investigação, abordando conceitos e pesquisando um mínimo de três emissoras em seus canais no *YouTube*, averiguou-se a sonoridade – elemento chave da existência radiofônica – com forte presença e dinâmica, um atributo que, no mínimo, bons locutores precisam dominar para fazer um bom rádio. Para além da sonoridade, percebeu-se também a tentativa das emissoras em explorar as possibilidades de transmissão, abrangência e criação que o audiovisual permite. Ainda que esse processo tenha demonstrado certa limitação ou o não aproveitamento do todo da ferramenta por parte das emissoras. Recursos como textos, hipertextos, *links* e imagens inseridas nas telas, direcionando a outros caminhos como *blogs*, publicações em outras plataformas etc., não foram bem ou mesmo exploradas.

De qualquer forma, não se pode negar os efeitos tecnológicos e suas capacidades de alavancar o potencial comunicativo do rádio, mesmo que o veículo ainda tenha muito a manipular, colocando a 'mão na massa', para absorver e aplicar em suas veredas. O rádio hipermidiático é uma realidade palpável/presente, porém, parecendo-se ainda em processo de experimentação, adequamento dos empregos corretos de toda tecnologia disponível. Se as emissoras investirem nesse trilho, a possível tendência é de crescimento em outras esferas mais.

Um potencial de aplicabilidade no rádio pode ser encontrado no *storytelling transmídia*, ou seja, "a arte de contar histórias por diversas mídias" (MASSAROLO, 2013, p. 337), contribuindo diretamente no processo de expansão comunicacional do veículo em diferentes plataformas. Esse modelo de comunicação, embora traga complexidade em suas formas de criação, não deixa de ser uma possível via, proporcionando a criação de histórias, temas, universos expandidos em cada plataforma, de forma que, a soma do todo de uma produção ou lauda, possa trazer maior interatividade com o ouvinte/usuário e, consequentemente, fidelização do mesmo devido ao valor de conteúdo disponibilizado.

Para exemplificar esse modelo de comunicação, após definição do tema de um determinado programa a ser produzido e a construção da lauda, é interessante pensar nos tópicos mais importantes da lauda que possam ter suas principais ideias suprimidas no texto e construídas em pequenas produções divulgadas nas plataformas midiáticas da emissora, de forma a complementar a lauda principal durante o programa. Esse processo no storytelling transmídia é conhecido como lacunas ou espaços cuja função é servir de ganchos para a narração fornecendo pistas aos ouvintes/usuários no qual, ao serem visualizados e interpretados, além do envolvimento com o enredo, valorizam a temática principal do programa. No caso, deve-se pensar nas plataformas e/ou canais de mídias que a emissora está presente como o *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* etc. e tantos outros possíveis e, alinhar cada tópico e sua pequena história a ser publicada à plataforma possível. Assim, é possível explorar no dial da emissora, o sonoro como principal foco radiofônico e, por exemplo, no canal do *Facebook*, lançar um vídeo com alguma entrevista complementar cujo final direcione para a plataforma do Instagram com uma publicação como uma charada ou um caça-palavras que, cuja resposta deverá ser publicada pelo ouvinte/espectador em sua plataforma do *Twitter* marcando, por uma *hashtag*, a emissora, recebendo depois a resposta ao vivo no *dial* e, as palavra/frases publicadas reconduzam o participante à acessar o *YouTube* da emissora no qual na tela, por meio de textos, hipertextos e

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

links por um clique, se direcionará para um *blog* específico ou um canal de *podcast* para que, no final do áudio do arquivo haja mensagem que o usuário deverá responder por mensagem no canal do *WhatsApp* da emissora que o colocará no ar e, no final do programa será contemplado com algum tipo de premiação. As possibilidades de criação utilizando das diversas plataformas atuais na tentativa de entreter e envolver o ouvinte/internauta, gerando interatividade e fidelização, são muitas.

Olhar para a dinâmica de criação e aplicabilidade por meio dos produtores de rádio nesse conectar da emissora e ouvinte/usuário, pode ser um bom contributo. Além de poder embutir em toda essa trama, os devidos comerciais necessários para o captar financeiro que o veículo necessita para sobreviver. O rádio é comunicador por excelência, é exímio contador de histórias e perito em mexer com o imaginário das pessoas, seus ouvintes. Enxerga-se a tela como uma possibilidade de extensão da linguagem radiofônica, porém, ao mesmo tempo, percebe-se a necessidade de um mergulho mais profundo do veículo rádio nas possibilidades que a tecnologia atual disponibiliza. Esse, inclusive, é o convite que se configura ao final deste estudo.

8. REFERÊNCIAS

BIANCO, Nélia R. Del. **As forças do passado moldam o futuro**. Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão e Telecomunicações, São Paulo, p. 12-18, 1 abr. 2006.

BIANCO, Nélia R. Del. **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: INTERCOM, 2012.

BRANDÃO, Helena H. N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Unicamp, 2007. CANCLINI, Nestor G. Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo, Edusp, 1997.

CAPISANI, Dulcimira. **Nas Ondas da Hipermídia**. In: BENTES, Ivana; ZAREMBA, Lilian (orgs). Constelações da radiofonia contemporânea (3). Rio de Janeiro: Publique/UFRJ, 1999.

CASTELLS, Manuel, 1942- **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM**. São Paulo : Summus, 2009.

DICTIONARY OXFORD, **Dicionário escolar para estudantes brasileiros**. Oxford: Oxford University Press, 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio : teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014. GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas. São Paulo: SENAC São Paulo, 2003.

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, Macelo. **Rádio social – Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas**. In: BIANCO, Nélia R. Del. O Rádio Brasileiro na Era da Convergência. São Paulo: INTERCOM, 2012.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas 2003.

LEÃO, Lucia. **O labirinto da hipermídia: Arquitetura e navegação no ciberespaço**. São Paulo: FAPESP/ Iluminuras, 1999.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010.

LOPEZ, Debora Cristina; FREIRE, Marcelo. **Métodos digitais aplicados às pesquisas de rádio expandido: desafios metodológicos**. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1439-1.pdf>. Acesso em: 21 out. 2019.

LÓPEZ VIGIL, José Ignácio. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.

MAGNONI, Antonio Francisco. **Projeções sobre o rádio digital brasileiro**. In: MAGNONI, Antonio Francisco. CARVALHO, Juliano Mauricio de. **O Novo Rádio, cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora SENAC, 2010.

MASSAROLO, João Carlos. **Storytelling Transmídia: Narrativa para multiplataformas**. In: **Dossiê o que é mídia afinal**. São Paulo: Tríade, 2013. P. 335-34.

MEDITSCH, Eduardo. O ensino do radiojornalismo em tempos de internet. Artigo apresentado no

ISSN 3085-8291 v. 1 | n. 1 | 2025

Danielson de Oliveira Freire
Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Faculdade Canção Nova nos Cursos de Comunicação Social, Rádio e Televisão, e Jornalismo.

XXIV Congresso da INTERCOM – Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Campo Grande/MS: 2001

METROPOLITANA, Rádio. Programa do Chupim. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9nx3AOjgbiA&list=PLb- Gdtzr5hYh3VEyTmdXdd_ckJJY_H5D2>. Acesso em: 21 abril 2024.

MIX FM, Rádio. Programa Agora o bicho vai pegar. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l-kpQx0w76A&list=PLU4t7hmb5_lBqwhBwQD1oZ- rVQ2Z-k3u9&index=3>. Acesso em: 28 abril 2024.

NEGROPONTE, Nicholas. Vida Digital. Companhia das Letras, Brasil. 1995.

NUNES, Ana Cecília Bisso. et al. As linguagens radiofônicas em um cenário de múltiplas telas e mobilidade. In: BIANCO, Nélia R. Del. O Rádio Brasileiro na Era da Convergência. São Paulo: INTERCOM, 2012.

PATERNOSTRO, Vera Iris. O Texto na TV: Manual de Telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRATA, Nair. Webradio: novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis; Insular, 2012.
Radios.com.br, Site. Rádios.com.br. Disponível em: <https://www.radios.com.br/>. Acesso em: 04 mar. 2024.

RODRÍGUEZ, Ángel. A dimensão sonora da linguagem audiovisual. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

SANTAELLA, Lucia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à Cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007

SCOLARI, C. A. Hipermediaciones: Elementos para una teoría de La Comunicación Digital Interactiva. Gedisa 2008.

TRANSAMÉRICA, Rádio. Programa Conectados. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=teqUZHDWFU4 >. Acesso em: 07 mar. 2024.