UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

ESMERALDA VILLEGAS URIBE

RADIOMORFOSES:
UM DEBATE ALÉM DA TECNOLOGIA

São Paulo

2018

ESMERALDA VILLEGAS URIBE

**RADIOMORFOSES:
UM DEBATE ALÉM DA TECNOLOGIA**

Versão corrigida

(Versão original disponível na Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da USP)

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações
e Artes da Universidade de São Paulo.

Área de Concentração: Estudo dos Meios e da Produção
Mediática.

Linha de pesquisa: Informação e Mediações nas
Práticas Sociais.

Orientação: Prof. Dra. Roseli A. Fígaro Paulino.

São Paulo
2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Villegas Uribe, Esmeralda

Radiomorfoses: Um Debate Além da Tecnologia. / Esmeralda Villegas Uribe. --
São Paulo: E. Villegas Uribe, 2018.
337 p.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação
Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Orientadora: Roseli A. Fígaro Paulino.

Bibliografia

1. Convergência midiática. 2. Cibercultura. 3. Rádio na internet.
4. Mediações comunicacionais. 5. Ciberespaço.

CDD 21. ed. -302.2

VILLEGAS, URIBE, ESMERALDA. Radiomorfoses: um debate além da tecnologia. Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Doutora em Ciências da Comunicação.

Aprovado em: _____/_____/_____

Banca Examinadora:

Prof. Dra.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dra.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi possível graças ao apoio de pessoas e instituições, às quais agradeço muito:

Ao Programa de Alianças para a Educação e a Capacitação – PAEC OEA/GCUB (2014) e à Universidade de São Paulo pela concessão da bolsa de estudos.

Ao Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho, pelas orientações sempre certas, sua generosidade com o conhecimento e sua bondade;

À Profa. Dra. Roseli Fígaro, pelo apoio na finalização do processo;

Aos funcionários do PPGCOM da ECA- USP, em especial ao Bruno e Miriam;

À Eliane e ao Robinson, funcionários da diretoria da ECA, por sua amizade;

Aos funcionários da biblioteca da ECA, sempre dispostos a ajudar na pesquisa, especialmente o Walber, Francisco e Gilberto;

À Rosângela, Valdinete e Vânia, da Secretaria de Cursos de Especialização no CRP da ECA por seu ouvido amigo e por aqueles cafezinhos;

Ao Antônio, da Contabilidade da ECA, por sua atenção com os alunos estrangeiros;

À Juliana Gobbi Betti, excelente interlocutora de temas de rádio e da vida;

À Teresa Patricia de Sá Teixeira Santoro pela correção do meu “portunhol”;

À Nádia Satie, companheira nas horas de biblioteca.

E deixei a última linha para quem guardo sempre “do lado esquerdo do peito”, para quem me acompanha em todos os momentos, sejam felizes ou nem tanto. Um obrigada, mais que especial, para minha filha Fabiana, estímulo constante e alegria da vida.

Para todas e todos, “aquele abraço”.

RESUMO

VILLEGAS, Esmeralda. Radiomorfoses: Um Debate Além da Tecnologia. 2018. 450 p. Tese (Doutorado) em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes-ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

A pesquisa estuda as inter-relações entre as transformações tecnológicas, comunicativas e socioculturais do rádio, dinamizadas pela cultura digital e a convergência da mídia no rádio na internet e as transformações (comunicacionais, socioculturais e tecnológicas) das sociedades no contexto da cibercultura. Interessa-se por identificar as mudanças na natureza e características do meio; na sua linguagem e formas de narrar; em seus polos de produção, difusão, e consumo, em seus novos usos culturais, interações e interatividades, hipoteticamente surgidas entre os atores do processo. Analisa as metamorfoses nas premissas clássicas do rádio e as dimensões de seu percurso, que não tem sido só de dispositivo senão de caráter estrutural e relacional, entre objeto técnico, tecnicidade, mediação comunicacional e sociedade; para interpretar suas configurações históricas de sentido. Trata-se de uma pesquisa mista: bibliográfica, com revisão de textos teóricos relacionados com o tema, e de pesquisa de campo, com o seguimento de cinco casos de programas de rádio com existência em suportes multiplataforma. O método de pesquisa, implica em uma perspectiva fenomenológica, que considera a observação atenta dos programas de rádio selecionados. São exemplos de fenômenos de imagens sonoras e imagens visuais, em transmissões por sinais hertzianas e via Internet, para posteriormente realizar sua descrição e análise. Seguiram-se pautas Netnográficas já que os sites das emissoras envolvem componentes de cibercultura.

Palavras-chave: Convergência mediática; Webrádio; Cibercultura; Ciberespaço; Interatividade; Mediações Comunicacionais.

ABSTRACT

VILLEGAS, Esmeralda. Radiomorphoses: **A Debate Beyond Technology** 2018. 350 p. Tese (Doutorado)em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes-ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

This research studies the interrelations between technological, communicational and sociocultural transformations in the rádio-- stimulated by the digital culture and the media convergence in the internet-- and in societies, in a context of cyberculture. The intention is to identify changes in the nature and characteristics of that media, in its language and ways of narrating and its poles of production, diffusion, and consumption. At the same time, the work aims to identify changes in cultural uses of the rádio and in interactions and interactivities among actors in the process. Metamorphoses of classical premises of the rádio are also analyzed, as well as the dimensions of its course, in order to interpret their historical configurations of meaning. The work presents a review of theoretical texts related to the subject and a field research consisting in the follow-up of five cases of rádio programs with existence in multi-platform supports. The research method implies a phenomenological perspective, which considers the attentive observation of the selected rádio programs. They are examples of phenomena of sound and visual images, transmitted by hertzian signals and via Internet. A description and analysis of them are carried out. Netnographic guidelines are followed due to the fact that the sites of the stations involve components of cyberculture.

Keywords: Mediatic convergence; Webrádio; Cyberculture; Cyberspace, Interactivity; Mediations Communicational.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Amostra de rádios selecionadas	134
Quadro 2 - Programa “Morning Show”	136
Quadro 3 - Programa “Som Retro”.	136
Quadro 4 -Programa “Comunidade Latina”.	137
Quadro 5 - Programa “The Brazilian Show”.	137
Quadro 6 - Programa “O Jornal da USP”.	138
Quadro 7 - Grade de programação da emissora – de segunda a domingo	141
Quadro 8 - Programação da Emissora	163
Quadro 9 - Grade de Programação da Rádio USP – segunda a sexta-feira	192
Quadro 10 - Grade de Programação da Rádio USP – sábados e domingos	194
Quadro 11 - Uso de Imagens no “Morning Show” via Internet	216

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma Geral de Interações Comunicacionais entre Cenários, Fluxos e Atores do processo.	25
Figura 2 - Fluxograma de Interações entre cenários e atores	27
Figura 3 - Logotipo de identificação da Jovem Pan	139
Figura 4 - Imagem visual do Programa no YouTube	142
Figura 5 - Página do Morning Show no site da Jovem Pan	143
Figura 6 - Página do programa no Facebook	143
Figura 7 - Canal do YouTube	143
Figura 8 - Imagem do aplicativo	144
Figura 9 - Exemplo de chat “Morning Show”	146
Figura 10 - Exemplo de chat “Morning Show”	146
Figura 11 - Lista de reprodução do “Morning Show”	148
Figura 12 - Identificação visual “Som Retrô”	149
Figura 13 - Página do Facebook “Som Retrô”	152
Figura 14 - Canal de YouTube “Som Retrô”	152
Figura 15 - Perfil do Instagram “Som Retrô”	153
Figura 16 - Chamada para o Aplicativo para o celular	153
Figura 17 - Exemplo de chat do programa “Som Retrô”	154
Figura 18 - Exemplo de solicitação de música no <i>WhatsApp</i> .	155
Figura 19 - Mensagens de <i>WhatsApp</i> sobre o programa do dia	157
Figura 20 - Avisos por mensagem no <i>WhatsApp</i>	157
Figura 21 - Aviso no Facebook do programa sobre solicitação de músicas	157
Figura 22 - Mensagem via <i>WhatsApp</i> , tradução “Som Retrô”	158
Figura 23 - Vídeo concurso de passinho “Som Retrô”	158
Figura 24 - Cartaz do luau da rádio “Som Retrô” realizado em 7/09/2017	159
Figura 25 - Promoção primeira festa fantasiada Rádio “Som Retrô” do 7/09/2017	160
Figura 26 - Promoção da festa fantasia da Rádio “Som Retrô” no dia 7/04 2018.	160
Figuras 27 e 28 - Fotos da festa fantasia da Rádio “Som Retrô”, Cabo Frio, RJ, 7/04 2018.	161
Figura 29 - Identificação visual da emissora “Comunidade Latina”	162
Figura 30 - Página web da emissora “CidadãFM” -1	165
Figura 31 - Página web da emissora Cidadã FM-2	165
Figura 32 - Página Facebook do programa “Comunidade Latina”	167
Figura 33 - Transmissão ao vivo, da cabine da emissora	167
Figura 34 A - Aviso do programa do 23/07/2017	168
Figura 34 B - Aviso do programa de 18/02/2018	168

Figura 35 - Instagram do programa “Comunidade Latina”	169
Figura 36 - Aviso de chat, página web da emissora “Cidadã Rádio”	170
Figura 37 - Exemplo de chat do programa “Comunidade Latina” 22/02/2018	170
Figura 38 - <i>Messenger</i> , entre Esmeralda Villegas e Mariana Manetta, apresentadora do programa “Comunidade Latina”. 24/09/2017 e 16/02/2018.	171
Figura 39 - Foto da página web da emissora CJIQ 88.3	174
Figura 40 - Página de Facebook do programa “The Brazilian Show”.	176
Figura 41 - Web da emissora “Você no Canadá” que retransmite o programa “The Brazilian Show”.	178
Figura 42 - Foto de Bruno Sibella, Leandro Hassum e Izabel Sibella	179
Figura 43 - Entrevista com a Gaby no programa “The Brazilian Show”.	179
Figura 44 - Chat #1 do programa 03/03/2018, realizado com Gaby:	180
Figura 45 - Chat #2 do programa 03/03/2018, realizado com Gaby:	180
Figura 46 - Exemplo de aviso para a participação	183
Figura 47 - Cumprimentos no Chat de “The Brazilian Show”	184
Figura 48 - Chat de 17 de fevereiro de 2018	185
Figura 49 - Exemplo de chat do programa “The Brazilian Show”. 17/02/2018	185
Figura 50 - Perguntas no chat do programa “The Brazilian Show”. 03/02/2018	186
Figura 51 - Foto do evento <i>Conestoga Polar Plunge</i> em 2018	187
Figura 52 - o humorista Roberto Edson e a personagem Chico Lorota	187
Figura 53 - Identificação Visual da Rádio USP na Página web	191
Figura 54 - Logo da Rádio USP	191
Figura 55 - Colunas e Colunistas da Rádio USP FM	194
Figura 56 - Player da Rádio USP	195
Figura 57 - Página dos Sistemas Informativos da USP	195
Figura 58 - Página antiga da Rádio USP hoje em desuso	196
Figura 59 - Aviso de Podcast do programa “Diálogos USP”	196
Figura 60 – Página web do site rádios.com	200
Figura 61 - Perfil Pessoal da apresentadora Roxane Re	200
Figura 62 - Uso da #jornaldauspnoar no perfil @Usponline	201
Figura 63 - Primeiro registro do uso da #jornaldaUSPnoAr	201
Figura 64 - Exemplos do uso da #JornaldaUSPNoAr no Twitter	202
Figura 65 - Espaço do leitor	203
Figura 66 - Neymar chorando	214
Figura 67 - Repórter Trindade	214
Figura 68 - Notícia de Claudia Cunha	215
Figura 69 - Rodrigo Viga	215
Figura 70 - Will Smith	216

Figura 71 - Espaço de gravação original de “Som Retrô”	219
Figura 72 - Uso de playback de fundo	220
Figura 73 - Uso de vídeos musicais no “Som Retrô”.	221
Figura 74 - Fotografia de Edgar	227
Figura 75 - Chat sobre a barba de Edgar	227
Figura 76 - Chat Som Retrô	231
Figura 77 - Chat da Emissora Cidadã FM	233
Figura 78 - Chat “The Brazilian Show”, 17 de Fevereiro de 2018	234

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
I Hipótese e objetivos	20
II Percurso metodológico	21
III Diretrizes na coleta e análise da informação	28
IV Estrutura da pesquisa	31
 1 SOCIEDADES EM TEMPO DE REDE	35
1.1 A emergência das sociedades de caráter reticular	36
1.1.1 A chave técnica - tecnologia e sua incidência na sociedade reticular	38
1.1.2 Abordagens sobre conceito de Rede	40
1.2 Migrações tecnológicas e sociedade	42
1.3 Perspectivas tecnofílicas e tecnofóbicas da técnica e da tecnologia	43
1.4 Aproximação à cibercultura ou cultura digital	46
1.5 Ciberespaço e Linguagem hipermídia	54
1.6 A Convergência das Mídias	56
1.7 Convergência mediática: além do tecnológico	58
1.8 Linguagem hipermídia e o princípio da heterarquia	61
1.9 Linguagem hipermídia e reconfigurações do tempo e do espaço na comunicação rádiofônica	63
 2 O RÁDIO QUE SE VÊ: DA IMAGEM ACÚSTICA À IMAGEM HIPERMEDIÁTICA.....	69
2.1 Linguagem, oralidade e escritura	69
2.1.1 Oralidade primária, secundária (mediatizada no rádio) e terciária (na rede)	73
2.1.2. Rádio e “a cultura do ouvir”	76
2.1.3. Componentes da linguagem rádiofônica	78
2.1.4. Novas configurações da linguagem rádiofônica.....	80
2.2. O necessário olhar histórico sobre o rádio e sua natureza.....	82
2.3 Migrações tecnológicas no rádio: digital, internet e web rádio.....	85
2.3.1 O rádio digital.....	86
2.3.2 O rádio na internet.....	88
2.3.3 Classificações do rádio na internet.....	90
2.3.4 A Webrádio	94
2.4 Implicações técnicas da convergência midiática e da internet no rádio	95
2.5 A escorregadia participação e interação no rádio na internet.....	97
2.6 O rádio como fato cultural e prática significativa	99

3 O RÁDIO NA INTERNET: INTER-RELAÇÕES COMUNICACIONAIS, CULTURAIS E TECNOLÓGICAS	107
3.1 A reestruturação do perfil do ouvinte no rádio na internet e na web rádio.....	107
3.1.1 As habilidades e competências do web ouvinte.....	109
3.2 A ilusão mítica e a realidade da participação, da interação e da interatividade no rádio na internet.....	113
3.2.1. Emissor-receptor Vs interlocutores	115
3.2.2 Revisitando os conceitos de interatividade e de interação mediada	116
3.2.3 A perspectiva sistêmico-relacional de Alex Primo.....	119
3.2.4. Interação e interatividade mediadas em meios e no rádio na internet	120
3.3 Enunciação da produção, enunciação da recepção, e construção de sentido no rádio na internet.	123
3.3.1 Categorias espaço- tempo representadas no rádio na internet.	125
3.3.2 O polo da recepção do rádio na internet	126
3.3.3 A noção de consumo no rádio na internet	128
 4 DESCRIÇÃO GERAL DOS PROGRAMAS DO <i>CORPUS</i> SELECIONADO	133
4.1 Procedimentos para a seleção de casos para o estudo	133
4.2 A Amostra	134
4.3 Procedimento e tempo de duração da observação	135
4.4 Programa “Morning Show”- Emissora Jovem Pan	139
4.5 Programa “Som Retrô” (Programa independente, não se localiza em emissora).	148
4.6 Programa “Comunidade Latina” - Emissora Cidadã Fm 87.5 “A Voz do Butantã”.	162
4.7 Programa “The Brazilian Show-Cjiq 88.3 Fm”	173
4.8 Programa “Jornal da Usp no Ar” - Rádio USP 93.7 Fm	189
 5 ANÁLISE DOS PROGRAMAS DO <i>CORPUS</i> SELECIONADO	207
5.1 Considerações iniciais sobre as categorias de análise	207
5.1.1 Categorias selecionadas para a análise	208
5.2 Desenvolvimento das categorias nos programas	210
5.2.1 Metamorfoses nas origens (natureza e características) das rádios.....	210
5.2.2 Metamorfoses da produção e circulação dos suportes e na convergência de linguagens.....	213
5.2.2.1 No programa “Morning Show”	213
5.2.2.2 No Programa “Som Retro”	218
5.2.2.3 No Programa “Comunidade Latina”	221
5.2.2.4 No Programa “The Brazilian Show”	223
5.2.2.5 “No Programa “Jornal da USP”	225

5.3	Metamorfose nas interações e suas possibilidades	226
5.3.1	No Programa “Mornig Show”	226
5.3.2	No programa “Som Retrô”	229
5.3.3	No Programa “Comunidade Latina”	232
5.3.4	No Programa “The Brazilian Show”	233
5.3.5	No Programa “Jornal da USP”	234
CONSIDERAÇÕES FINAIS		241
REFERÊNCIAS		251
ANEXO A- ROTEIROS DOS PROGRAMAS DO CORPUS		261
ANEXO B - PROGRAMA “MORNIG SHOW”		262
ANEXO C - PROGRAMA “SOM RETRÔ”		273
ANEXO D - PROGRAMA “COMUNIDADE LATINA”		285
ANEXO E- PROGRAMA “THE BRAZILIAN SHOW’		297
ANEXO F- PROGRAMA “O JORNAL DA USP”		321

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Cibercultura, ciberespaço, convergência, hibridismo, fluxos, estrutura reticular, multiplataformas, interação, interatividade etc. são expressões que denotam um universo tecnológico e comunicativo construído, ou que se pretende construir a partir da lógica da cultura digital. O fenômeno é crescente nas sociedades contemporâneas tecnológicas e contrasta com a lógica que subjaz na cultura de caráter analógico. As radiomorfoses abordadas neste trabalho¹ emergem nesta cultura digital e envolvem transformações na produção, emissão, e consumo de conteúdos, entre outros aspectos. A rádio multiplataforma condiciona um meio que passou de unissensorial a multissensorial, modificando, supostamente, os modos tradicionais de ouvir e incidindo na reestruturação do perfil do ouvinte.

As transformações que aconteceram e que continuam acontecendo no rádio, no contexto da sociedade da informação e do conhecimento, com a ação da convergência da mídia, entre outros fatores, incidiram no aparecimento do rádio na internet. Essa nova expressão do rádio demandou revisar os conceitos tradicionais sobre sua natureza, características e suas formas narrativas. O panorama emergente mostrou também possibilidades de acesso ao meio, diferenciado dos sinais eletrônicos hertzianos, e assinalou a necessidade de ampliar o conceito de audição. Em consequência, expandiu-se o conceito de ouvinte para o de web-ouvinte e ciber-ouvinte, leitor de formas híbridas (signos acústicos, visuais, audiovisuais), já que o rádio na internet, além do som, contém imagens fixas e em movimento, gráficos e outros recursos misturados. É um processo que envolve multissensorialidade e que parece reestruturar o perfil do ouvinte tradicional. Este agora “navega pelas infovias do ciberespaço, povoadas de imagens, sinais, mapas, rotas, luzes, pistas, palavras, textos e sons” (SANTAELLA, 2004, p. 17). Ainda mais, com os recursos tecnológicos disponibilizados no rádio na internet são anunciadas maneiras de interação e proclama-se possibilidades para que se transforme em co-realizador de conteúdos para o meio.

As transformações no rádio não são só tecnológicas, mas também estruturais, contextuais, organizativas e de sentido. As técnicas estão também condicionadas por

¹ O conceito de Radiomorfose, referido aos processos de transformação e hibridismo no rádio, por conta da

outros fatores que incidem na modificação dos dispositivos. Como assinala Eduardo Meditsch:

A mediação técnica e tecnológica condiciona a evolução do meio, mas não o determina. A própria identidade da rádio é dada mais pelo uso social específico de um conjunto de técnicas do que por uma técnica em si. Por isso pode-se falar de sua existência, enquanto instituição, desde que a primeira emissora regular entrou em operação, embora as condições técnicas de produção, emissão e recepção naquele momento muito pouco tivessem em comum com as atuais. (MEDITSCH, 2001, p. 123).

O rádio na internet, apesar de possuir vários aspectos em comum com o rádio de caráter analógico, por obra da convergência da mídia, tem suas próprias especificidades. Mas a questão não é só de suporte midiático. Como bem alerta Stéphane Hugon, há uma tendência de reduzir a comunicação às tecnologias de comunicação:

Vê-se bem hoje uma fascinação e um reencantamento em torno da tecnologia pela tecnologia, uma capacidade em si, pretende-se reencantar o acontecimento da comunicação. E, paralelamente a isso, há um empobrecimento total da comunicação em termos de conteúdo quando se observa, hoje, o que passa na Internet. (HUGON, 2004, p.31)

A comunicação radiofônica, como prática comunicativa, está inter-relacionada com outras esferas do social e com diversos campos do conhecimento. Suas mudanças técnicas, expressivas e comunicativas exigem compreendê-las a partir da tríade comunicação – tecnicidade – sociedade, pois, como assinala Jesús Martín Barbero:

O sentido da tecnicidade não se relaciona à ideia de mero aparato tecnológico, senão às competências na linguagem, as materialidades no discurso que remetem à constituição de gramáticas que dá origem aos formatos midiáticos. A tecnicidade é da ordem do instrumento, mas da ordem da constituição de práticas produtoras de inovações discursivas, de modos de percepção social. (2003).

Por que estudar as transformações acontecidas no rádio e, especificamente, as migrações do sistema analógico ao digital e o rádio na internet? Com a introdução dos sistemas de produção digital no rádio e suas modificações tecnológicas e expressivas, chegaram também percepções instrumentais e reducionistas sob as quais o fenômeno considerava-se questão de dispositivo de gravação e edição, de recursos e aplicações quase mágicas para a solução dos problemas comunicacionais, estéticos e técnicos do rádio.

O contato com experiências de rádio na internet mostrou o contraste com rádios analógicas em aspectos de linguagem, e na não-linearidade e não-sequencialidade nos momentos de produção, emissão e recepção de conteúdo. Surgiram questionamentos sobre a influência das transformações tecnológicas na construção de outra narrativa radial e na superação da clássica condição de “fugacidade” do meio, devido à possibilidade de arquivar informação e música à maneira de “podcast”. A metamorfose aludia também à emergência de novas maneiras de interagir de ouvintes e produtores originais de conteúdo, e inclusive a de imitação com um papel semelhante graças ao potencial de interatividade “do meio”. A euforia era contagiante:

A transformação que vive o rádio é o resultado da convergência tecnológica que permite a digitalização, o armazenamento digital, a hipertextualidade, a compreensão do sinal e da automatização dos processos de produção e transmissão. De igual maneira, e à diferença dos meios tradicionais, abre-se um abanico de possibilidades de interação, de diálogo e participação da audiência. (RODRIGUEZ, 2005, p.11).

Porém, os questionamentos ganharam complexidade e surgiu a curiosidade de conhecer a forma em que estas transformações tecnológicas, expressivas e comunicacionais foram acontecendo e sua correspondência com cenários de sociedades inseridas, ou em vias de ser, na denominada cibercultura. As ideias de Humberto Abadia Jr e Murilo Cesar Ramos (2005, p. 142), que afirmam que as alterações tecnológicas não só devem ser isso e que se espera que aconteçam profundas mudanças sociais acompanhando as mudanças tecnológicas, animaram a caminhada.

Do interesse por conhecer o fenômeno perceptível, passou-se ao interesse por analisar o que subjaz e permeia o trânsito nas migrações dos sistemas analógicos aos digitais e a consolidação do rádio na internet. Nas palavras de Lidia Camacho (1999, p.13):

O rádio seguirá acolhendo-nos no mais recôndito de nosso ser; porém de maneira progressiva o rádio participará em um processo de construção de redes sociais, culturais e de conhecimento que determinará o rosto das sociedades contemporâneas nos próximos anos.

Articulado com o anterior, há o desejo de contribuir com a reflexão acadêmica da complexidade deste fenômeno e sua inter-relação com as mudanças nas sociedades, pois ditas transformações tecnológicas representam desafios não só tecnológicos senão sociais, comunicacionais, culturais e políticos. “Haveria uma espécie de intermediação como

experiência comunicativa, ou seja, de muitas interfaces entre os diferentes meios e destes nos diferentes espaços comunicativos do consumo e da criação” (LOPES VASSALLO, 2014, p.74). Nesta ordem de ideias, está a possibilidade de pensar as potencialidades do rádio na internet na projeção de sociedades verdadeiramente democráticas e equitativas. Um dos conceitos-chave da cibercultura é o conceito de interação e no qual a rede mostra novos e não tão novos padrões de interatividade e a formação de comunidades virtuais. Mas é preciso considerar que também está presente a racionalidade e as lógicas de realidade e de sujeito criadas a partir do discurso tecnológico na e para a sociedade. Francisco Rüdiger aborda o tema da seguinte forma:

A vida em rede nos cobra seu preço político ao nos posicionar em circuitos de interação que, além de efêmeros, fracionados e funcionais, costumam ser acionados ou tendem a se manter apenas no registro abstrato, anônimo e audiovisual dos aparatos tecnológicos. O sujeito, é certo, só se reduz às conexões que estabelece nas redes sociais como ideologia, mas isso não significa que o processo não esteja em curso e, com ele, se projete um mundo em que não haja mais lugar tanto para a relação viva e criadora com seu semelhante quanto para a construção colaborativa e concreta de instituições conscientemente revolucionárias” (2013 p. 127).

I Hipótese e objetivos

A hipótese fundamental que norteia esta pesquisa é a de que existe uma passagem do rádio de caráter analógico para o rádio na internet, que envolve transformações nas estruturas e polos de produção, difusão e consumo dos conteúdos. Envolve mudanças espaço-temporais e situacionais que incidem na sua natureza, características e linguagem; que se traduzem na superação do caráter fugaz da mensagem e dos limites geográficos de seu alcance. A construção e decodificação de seus conteúdos se faz desde uma lógica da não-linearidade, própria dos meandros da cibercultura e do ciberespaço. Também inclui modificações no sujeito e suas condições de ouvinte, suas competências sensoriais, perceptivas e cognitivas. Um web-ouvinte que, sob determinadas condições e circunstâncias, pode converter-se em co-gestor de sentidos e de conteúdo. Tal olhar permite reconhecer as implicações sobre os modos contemporâneos da presença da web rádio na vida dos seus receptores, melhor denominados como interagentes, dadas a potencialidades de interatividade propiciadas no relacionamento. Esta não é uma condição que pre-existe, senão que se constrói.

Objetivos:

Radiomorfoses: Um Debate Além da Tecnologia busca reconstruir e interpretar a discussão teórica em torno do percurso tecnológico, expressivo, comunicacional e sociocultural vivenciado no rádio, focado nas transformações do sistema analógico ao digital, e no rádio na internet, para estabelecer sua inter-relação com as mudanças comunicacionais, socioculturais e tecnológicas das sociedades inseridas no contexto da cibercultura e do ciberespaço.

Para tal fim, determinou-se estudar as transformações no rádio suscitadas pela convergência da mídia, tentando compreender a natureza do rádio na internet, a complexidade de suas mediações comunicacionais e a mudança da abordagem da comunicação eletrônica de massa por propostas de comunicação em rede. Outro propósito foi analisar as mudanças na oralidade mediatizada do rádio analógico para determinar os contrastes com a emergência da linguagem hipermediática, própria do ciberespaço, onde transita o rádio na internet. Desejou-se também observar os polos da produção, da difusão de conteúdos e do consumo em 5 casos de rádio multiplataforma, buscando determinar suas metamorfoses e avaliar o sentido e alcances de suas propostas de interação e interatividade com os ouvintes ou ciber-ouvintes. Finalmente, a indagação pela lógica do discurso tecnológico que subjaz nas propostas do rádio na internet teve como objetivo refletir sobre a sua incidência na construção de uma perspectiva de realidade e de sujeito.

II Percurso metodológico

Que caminho seguir para abordar o estudo do rádio que, pela convergência mediática, apresenta alterações nas suas formas de produção, difusão e consumo de conteúdos? A partir de onde interpretar as metamorfoses de suas práticas comunicativas? Como afirma Adriana Braga (2008, p.193), “as apropriações e usos concretos dos novos recursos técnicos disponíveis dão emergência a outras negociações e partilhas de sentidos, configurações identitárias e rearticulações de significados”. Esta afirmação demanda atenção do contexto e seus condicionamentos, dos atores envolvidos nas mudanças, dos processos comunicativos que ajudam a compreender que as migrações acontecidas vão além das transformações nos suportes tecnológicos.

O pesquisador Eneus Trindade Barreto Filho (2008, p. 73), preocupado com o tema da produção de sentido nas manifestações publicitárias, especialmente nos processos de recepção e nas práticas de consumo, alerta sobre a necessidade de considerar nas análises dos discursos duas instâncias: o polo enunciador/emissor e o enunciatário/receptor. Também propõe a identificação dos pontos de contato que unem ditas instâncias, compreendendo sua dimensão relacional e de construção de vínculos.

A exigência de ver um fenômeno comunicativo de maneira holística demanda novos desafios para as pesquisas relacionadas. Trindade assinala a importância de “(...) aprofundar as discussões sobre produção de sentido no âmbito da enunciação publicitária da recepção, já que os trabalhos anteriores deram conta das marcas do polo enunciador/emissor nas mensagens e dos aspectos gerais das representações de pessoa, tempo e espaço nas publicidades (...)”. (2008, p.74).

Ainda que esta pesquisa não se localize estritamente na análise do discurso (AD), preocupa-se com a produção de sentido nas práticas comunicativas do rádio na internet. Nelas, parafraseando Trindade, também é necessário transcender a restrição do estudo das mensagens disponibilizadas na rede e dos sinais intencionais do polo enunciador/emissor para atender também a instância do enunciatário/receptor, no caso, internauta ou web ouvinte.

Extrapolando para o rádio na internet as ideias formuladas por Trindade no campo publicitário (2008), pode-se definir eixos de observação e análise para o componente empírico desta pesquisa. Com a convergência mediática, o polo enunciador/emissor do rádio na internet apresenta seus conteúdos em diversas plataformas e linguagens, por exemplo, usando recursos visuais, audiovisuais, gráficos etc. Por outro lado, com os recursos tecnológicos disponibilizados no rádio na internet e nos aplicativos de celular, para a participação e interação com os programas, a instância do polo da recepção-consumo apresenta nuances em seu perfil.

O polo do receptor é, segundo Trindade (2008), também um lugar de produção de sentido, carregado de significações; ou seja, o receptor é co-enunciador dos discursos que recebe.²

Há vários autores que estão em sintonia com esta ideia de reivindicar o receptor com competências e autonomia para interpretar e re-semantizar as mensagens da comunicação de massa. A partir da teoria das mediações enunciada, entre outros, por Jesús

² Eneus Trindade assinala que, neste tópico, inspira-se nas ideias de Maingueneau, 2000, p. 22-24.

Martín Barbero;³ são consideradas as mediações da cultura nos processos de recepção mediática e na atribuição de sentido na apropriação dos produtos materiais e simbólicos da vida social.

Por extensão, pode-se considerar, nos estudos sobre cibercultura e sobre ciberespaço, o foco da teoria das mediações para interpretar a formação de um sujeito-receptor, copartícipe da criação e interpretação de conteúdos na rádio na internet.

Com a finalidade de compreender a informação empírica dos 5 casos selecionados para este estudo, e que mais adiante serão enunciados, retomam-se as duas instâncias indicadas por Trindade (2008): o polo enunciator/emissor e o enunciatário/receptor, lembrando que são considerados os pontos de contato que unem estas instâncias para compreender sua dimensão relacional e de construção de vínculos. Também objetiva observar o fenômeno comunicativo como um processo, mas identificando o que acontece em cada polo do mesmo.

É pertinente destacar que, nesta pesquisa, considera-se que o polo enunciatário/receptor busca dar conta da forma em que os web ouvintes percebem, interpretam, usam e interpelam as mensagens emitidas pelo rádio na internet. A recepção entende-se não como um momento, mas sim como um processo. Isto significa que a mensagem não termina nem se esgota na recepção. Ao contrário, a atividade interpretativa e recreativa dos web ouvintes dá lugar à permanente dinâmica e renovação das mensagens e sentidos. Em outras palavras, a recepção assim entendida é o consumo produtivo, pois o receptor é um sujeito atuante que modifica a mensagem, no momento da recepção e além dela. O sentido que é a essência das mensagens é permanentemente enriquecido, transformado ou ignorado. Para o caso do rádio, depende da utilidade ou interesse que represente dito sentido para os ouvintes em um momento determinado.⁴

Às duas instancias assinaladas por Trindade (2008), para o estudo dos casos abordados neste trabalho, adiciona-se a instância da difusão, que se relaciona com a circulação de conteúdo.⁵ Na amostra selecionada trata-se dos suportes utilizados, ou seja,

³ Cf. O libro de Jesús Martín Barbero: *De los medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonia*. México: Gustavo Gilli, 1987. No livro, “mediação” é usada para denominar a ação ou qualidade de algo que liga dois termos distintos, ou que, ao mesmo tempo, se liga a eles. (Lerner, 2005., p. 130). O tema das mediações também tem sido estudado profundamente por Guillermo Orozco (1994) e por Manuel Martín Serrano.

⁴ Estas ideias inspiram-se em aportes gerais de trabalhos de Nestor García Canclini (1995), Jesús Martín Barbero (1995), Guillermo Orozco (1996), Mauro Wilton de Souza, (2010).

⁵ Para Canclini (2007), os processos inter-culturais tecnologicamente mediados interferem nas condições de produção, circulação e consumo da cultura. O modelo de Canclini para práticas culturais foi adaptado por Esmeralda Villegas para um estudo de caso, de caráter intensivo. Cfr.: “A Rádio Popular da Vila Nossa

rádio analógico, rádio na internet e aplicativos. A difusão tem a ver com a disponibilização dos conteúdos para serem acessados pelo internauta ou ciber ouvinte. A forma em que se dá este processo determina as condições do consumo. Eis aqui a importância de conhecer e analisar aspectos como as características do suporte tecnológico utilizado (rádio de ondas eletromagnéticas ou hertzianas, sites das rádios, páginas do Facebook ou do Youtube das emissoras, e aplicativos para celular como o WhatsApp). Também envolve a utilização de recursos de hipertexto e hipermissão e mecanismos de participação disponibilizados: chat, mensagens em Twitter, Instagram, SMS etc.

Sobre a difusão/circulação, Braga adverte que (2012, p.33).

A rigor, não é ‘o produto’ que circula - mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta. O produto, entretanto, é um momento particularmente auspicioso da circulação – (...) por sua permanência e também porque se molda ao mesmo tempo em que busca moldar os ambientes em que se põe a circular, torna-se um especial objeto de observação para inferências sobre os processos mais gerais em que se inscreve. (Braga, 2012:41)” [cita dentro de cita].

Neste trabalho, as instâncias do polo enunciador/emissor, do polo enunciatário/receptor e da difusão são contextualizadas no universo do ciberespaço. O objetivo é compreender, em perspectiva de práticas dinâmicas de comunicação, as experiências de rádio do corpus selecionado.

A seguir, apresenta-se à maneira de figura, uma síntese dos componentes que se acredita inter-relaciona-se dinamicamente no processo de radiomorfose estudado nesta pesquisa. Estabelece-se como grande cenário, a Sociedade da Informação e do Conhecimento porque é dentro dela que compreende-se a migração dos sistemas analógicos aos digitais e aos hipermediáticos. Na figura, identificam-se dois grandes âmbitos. O macro está relacionado à cibercultura e ao ciberespaço, onde localiza-se o rádio na internet. No mesmo âmbito, identifica-se o fenômeno da convergência mediática, olhado desde a perspectiva da tecnicidade, procurando ir além da ideia de mero aparato tecnológico. No âmbito do micro, localizam-se tópicos referidos ao rádio seja de caráter analógico, digital ou na internet, determinando os aspectos nos quais focaliza-se o olhar, como também as interações entre seus momentos e fluxos. Entende-se o fenômeno desde uma perspectiva sistêmica e dinâmica, onde os diversos componentes estão em sinergia constante.

Senhora Aparecida: Uma proposta de Comunicação Popular.” Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo-UMESP, 1997, 502 p. Para a análise da difusão dos conteúdos dos casos de rádio na internet, abordados nesta tese, retoma-se o componente de “circulação”.

Figura 1 - Fluxograma Geral de Interações Comunicacionais entre Cenários, Fluxos e Atores do processo

Fonte: Elaborado pela autora.⁶

Para José Benedito Pinho, “(...) a sociedade do conhecimento é aquela na qual o conhecimento se torna, também, sua principal força criativa”. (PINHO, 2008, p.85). O autor assinala que mesmo sendo uma condição que acompanha a história da humanidade desde os inícios, há alguns fatores que lhe imprimem novidade, (2008, p. 86):

⁶ São retomadas as duas instâncias identificadas por Trindade (2008, p. 74): enunciatador/emissor e enunciatário/receptor. Porém, para dar a ideia de movimento, utiliza-se o termo “fluxo” e realiza-se uma adaptação terminológica. Também se retomam elementos da perspectiva dos Estudos Culturais, e seu olhar sobre a cultura.

- a) “Com o desenvolvimento das atuais tecnologias de informação e de comunicação, as sociedades do conhecimento não ficam mais circunscritas pela sua proximidade geográfica;
- b) As TIC’s oferecem, ainda possibilidades muito maiores para dividir, guardar e recuperar o conhecimento, que se tornou o mais importante capital da atualidade;
- c) Como o conhecimento tornou-se o mais importante capital dos tempos atuais, daqui por diante o sucesso de qualquer sociedade vai depender desse conhecimento e de tê-lo como sua base e fundamento primordial.

Estes fatores materializam-se nas experiências de rádio na internet, pois podem ser acessados a partir de qualquer ponto do planeta, chegando ao internauta ou web ouvinte. Por outro lado, o sistema digital, filho da sociedade da informação e do conhecimento, permite arquivar conteúdos no formato “*podcast*” ou em outros sistemas, guardando o material com as mesmas características do material original. Eduardo MEDITSCH, apresenta a definição de Sociedade da Informação definida na Conferência da Cúpula Mundial:⁷

A sociedade em que todos possam criar, acessar, utilizar e compartilhar a informação e o conhecimento, para fazer com que as pessoas, as comunidades e os povos possam desenvolver seu pleno potencial e melhorar a qualidade de vida de suas vidas de maneira sustentável.

Porém, assinala o próprio Meditsch, os indicadores, assinalados na Conferência para avaliar resultados, e a existência de equipamentos para viabilizar processos comunicativos e informativos não garantem as condições de acesso, participação e gestão, nem a melhoria integral nas qualidades de vida dos indivíduos e da sociedade. (MEDITSCH, 2008, p. 116).

Segue a figura 2 onde destacam-se os aspectos nos quais focaliza-se o olhar das experiências de rádio analisadas nesta pesquisa: polo enunciador/emissor; polo enunciatário/receptor; e polo de difusão-circulação através de plataformas analógicas, digitais ou de internet. Entende-se que os polos não são estáticos e que seu modelo comunicativo aproxima-se à circularidade e questiona a verticalidade nas práticas de comunicação.

⁷ Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, realizada em Genebra em 2003.

Figura 2 - Inter-relações entre instâncias dos polos e transformações no rádio

Fonte: Elaborado pela autora.⁸

As inter-relações se dão:

- Entre o polo enunciador/emissor (a instância de difusão de conteúdos e mensagens através do rádio na internet) e o polo enunciatário/receptor (os web ouvintes, situados em contextos específicos, com historicidades peculiares e que estabelecem vínculos sociais, interpretam, constroem e comunicam sentidos).
- Entre a comunicação como dimensão humana, prática social, prática mediática e hipermediática e as expressões da cibercultura e do ciberespaço. E, por fim, entre estas com uma sociedade marcada, cada vez mais, por um discurso tecnológico que gera determinado tipo de visão de mundo e de sujeito.
- Entre as mediações comunicacionais, mediações culturais e mediações tecnológicas.

⁸ São retomadas as duas instâncias identificadas por Trindade (2008, p. 74): enunciador/emissor e enunciatário/receptor.

III Diretrizes na coleta e análise da informação

Investigação documental e investigação de campo

A metodologia desta tese incluiu revisão de material bibliográfico e documental como um recurso para conhecer pesquisas prévias, relacionadas com o tema deste estudo. Selecionou-se informação com o intuito de conhecer o estado do objeto de pesquisa, extraindo sínteses sobre itens relacionados ao tema e que auxiliaram a observação e reflexão sobre os casos selecionados. A busca realizou-se em livros, revistas especializadas, bibliotecas virtuais, documentos, entre outros.

No trabalho, também optou-se pelo estudo de casos, com o intuito de realizar indagações acerca das rádios selecionadas como amostra. Considerou-se importante estudar as características das cinco experiências de rádio selecionadas e seus processos particulares de produção e circulação de conteúdos. Os itens selecionados para a observação e a análise encontram-se no capítulo 4 deste trabalho.

Corpus do Estudo, Técnicas e Instrumentos

O site www.rádios.com.br traz informação de milhares de rádios *online* não só do Brasil, mas do mundo todo, classificadas por país, estado, província, regiões e cidades.⁹ Porém, como assinala Nair Prata (2013, p. 5), esta informação disponibilizada deve ser observada com cautela, pois diariamente aparecem e desaparecem web rádios. Há um processo prévio de inscrição no portal com diversidade de planos de anúncio e valores, segundo o pagamento efetuado pelas emissoras. O portal disponibiliza o nome da emissora, número de acessos, estado onde localiza-se e os segmentos de programação. Em pesquisa realizada por Nair Prata, são apontados 87 segmentos diferentes das web rádios brasileiras (2013, p.10), esclarecendo que esta nomenclatura presente no portal é usada como sinônimo de gênero ou formato radial. Estes segmentos são organizados por ordem alfabética, porém, percebe-se que mistura gêneros de programas com tipologia de audiências.

⁹ Afirma Nair Prata, na sua análise do portal [rádios.com.br](http://www.rádios.com.br), que no primeiro semestre de 1997, nove estações transmitiam *online*. Já em setembro de 2000, 191 emissoras transmitiam pela web e, em 2013, existiam aproximadamente duas mil emissoras essencialmente on-line. Cfr. Nair Prata, “Panorama da web rádio no Brasil”, documento apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação-Manaus, AM – 4 a 7 /2013. Pg.4. No acesso feito ao mesmo portal, realizado por mim em 19/03/2017, aparece que no Brasil há 15.047 rádios ao vivo –não especifica se são exclusivamente *on line*. 2596 correspondem ao Estado de São Paulo. Destas, 907 se localizam na cidade de São Paulo. Cfr.www.rádios.com.br

O corpus no qual se aplica o processo de investigação desta pesquisa realizou-se após a revisão da informação do portal <http://rádios.com.br> na subcategoria destinada às web rádios. O portal foi indicado por pesquisadores e professores vinculados com este campo de estudo.¹⁰ Foram selecionadas emissoras com programação jornalística, musical, de entretenimento e conteúdos com perspectiva cidadã; além de casos identificáveis como emissoras culturais, educativas, comunitárias, comerciais, públicas e musicais.

A amostra das emissoras está composta por 5 experiências de rádio. Três destas têm sua base na cidade de São Paulo e veiculam sua programação nos sinais hertzianos e na internet. Outra experiência selecionada difunde seus conteúdos através do aplicativo WhatsApp, páginas do Facebook e do Youtube e não tem emissão analógica. Sua base está na cidade de Cabo Frio, R.J. E outra das experiências é um programa realizado por um casal brasileiro que mora no Canadá, e feito a partir de lá mesmo. É transmitido por várias plataformas: a emissora local de sinal hertziana, o *site* oficial da emissora, a retransmissão por outra rádio na internet e por um canal de televisão local na região de Waterloo (CA) com reprise na Tocantins TV, no Brasil.

Os critérios de seleção não consideraram que fossem as emissoras mais acessadas na cidade de São Paulo, segundo o ranking oferecido pelo portal <http://rádios.com.br>, apesar que duas das selecionadas aparecem em lugar destacado da lista.¹¹ Teve maior peso na seleção, sua classificação tipológica, segundo programação, a acessibilidade do *site*, a possibilidade de fazer *download* dos programas, a presença de elementos na página para interagir com os ouvintes, e que apresentassem traços úteis para abordar os aspectos determinados na hipótese desta pesquisa. Considerou-se também que seu conteúdo fosse difundido em suporte de internet e em suporte hertziano para perceber contrastes nas categorias de análise. Procurou-se que na mostra houvesse diversidade com relação à identidade institucional, objetivos, e públicos privilegiados.

No capítulo quatro “Descrição das emissoras e programas do corpus” apresenta-se os casos: Programa “Morning Show” - Rádio Jovem Pan; Programa “Som Retrô” - Rádio Som Retrô; “Comunidade Latina” – Emissora Cidadã 87.5 FM - A Voz de Butantã; Programa “The Brazilian Show” - Emissora CJIQ 88.3 FM e sua retransmissão na emissora em internet “Você no Canadá”; e o “Jornal da USP no ar”, do rádio USP FM.

¹⁰ No capítulo quatro, especificam-se as fontes consultadas. O texto “Panorama da web rádio no Brasil” de Nair Prata, apresentado no XXXVI Congresso de INTERCOM, Manaus, AM, 4 a 7/9/2013 e o texto de L.C. Galvão, (2015) “Considerações conjunturais sobre o rádio brasileiro, um flagrante temporal”; ofereceram informações para ter uma visão panorâmica do rádio em geral e das web rádios em particular.

¹¹ Os nomes das emissoras *online*, aparecem em 42 páginas da lista na página de internet. Rádio USP FM, 93.7, e Rádio Jovem Pan, SP 100.9 FM e aparecem na página 1 das 42 páginas assinaladas anteriormente.

Técnicas e Instrumentos de coleta

Observação e análise

Para a observação e análise dos *sites* das emissoras realizou-se uma pesquisa netnográfica que consiste na observação etnográfica¹² de práticas comunicacionais mediadas por computador, estendidas neste caso a internet e aplicativos de celular. Dessa maneira, a netnografia amplia o leque dos estudos em comunicação e cibercultura. Realizou-se observação participante, interagindo com os realizadores dos programas e outros ciber-ouvintes, no momento da emissão do programa em direto, através do chat na “live” dos programas, ou no Messenger do Facebook.

Os programas foram escutados e vistos ao vivo em diversas modalidades de transmissão: analógica, por internet - via Facebook, Youtube, pelos sites das emissoras ou por WhatsApp. Em muitas ocasiões, isso foi realizado nos diferentes suportes de maneira simultânea. Também foram assistidas as transmissões em *reprise*, ou em um dos casos, os conteúdos dispostos em “*podcast*”.

Para o registro das etapas de observação e descrição dos casos, optou-se pelo diário de campo onde foram consignados os diversos aspectos formais e de conteúdo identificados. Estes deram origem à descrição morfológica e aos roteiros do conteúdo dos programas, depositados no apêndice 1 deste trabalho. Definiu-se no diário de campo uma seção destinada para registrar observações úteis para formular, posteriormente, as categorias de análise do corpus e para as considerações finais. Foi utilizado também um Guia de Estudo para registrar as informações gerais sobre cada emissora e cada programa incluindo: ficha técnica do programa, temáticas abordadas, roteiro (inferido) do programa, recursos de convergência de mídia utilizados, relação estabelecida com os ouvintes, entre outros aspectos.

Algumas entrevistas com realizadores dos programas foram realizadas visitando as emissoras e outras, através do WhatsApp, e-mail ou Skype. Também foram realizadas algumas entrevistas pessoais com pesquisadores do campo.

Tentou-se mapear, nos casos selecionados, sua natureza e características, os recursos de linguagem (texto, voz, música efeitos sonoros, elementos visuais e

¹² “A etnografia é um método de investigação oriunda da Antropologia, que reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação a partir da inserção em comunidades para a pesquisa” (AMARAL, NATAL, VIANA, 2008, p.3).

audiovisuais), a estrutura e planejamento gráfico da página web, também as similitudes e diferenças entre os casos, o seguimento ou rompimento de padrões.

IV Estrutura da pesquisa

A tese foi dividida em cinco capítulos. No primeiro capítulo, apresenta-se os eixos teóricos e autores que mostram a relação histórica entre técnica, tecnologia e sociedade, e a tensão entre as perspectivas tecnofílicas e tecnofóbicas da técnica e da tecnologia. Mostra-se, em retrospectiva, a composição do conceito de rede, as formas da cibercultura e de ciberespaço nas sociedades contemporâneas e a constituição da linguagem de hipermídia caracterizada por a hibridação de linguagens, a digitalização, a hipertextualidade para finalizar, assinalando sua presença no rádio na internet.

No segundo capítulo são discutidos conceitos do campo do rádio, contextualizando as transformações da oralidade, da oralidade mediatizada e da ciber oralidade. Assinalam-se também as características da linguagem radiofônica e suas mutações por ação da convergência de mídia que transforma a natureza invisível do rádio de sinais hertzianos por um rádio que se vê. São explicadas as características do rádio digital e do rádio na internet, destacando a complexidade dos múltiplos fatores da radiomorfoses, suas condições de existências e a incidência na emissão, difusão e consumo hipermediático. Destaca-se, no final do capítulo, o significado de compreender o rádio na internet além do suporte, considerando-o como uma prática comunicativa.

O terceiro capítulo mostra as inter-relações culturais, comunicacionais e tecnológicas que envolvem o rádio na internet, explorando o tema das competências cognitivas e comunicativas dos ciber-ouvintes, e as alternativas de interação e interatividade dinamizadas nas experiências comunicativas de rádio na internet. Analisa aspectos de recepção e consumo de conteúdos no rádio na internet, além do tema da coprodução potencializada pela hipotética mudança do ouvinte-consumidor para um web ouvinte participante e coautor.

O quarto capítulo realiza uma descrição detalhada dos cinco casos de emissoras, selecionados como mostra para o trabalho de campo da pesquisa. De cada caso, apresentam-se itens referidos à sua história e aspectos institucionais, programação, recursos expressivos e modalidades de trabalho e de emissão, estrutura do programa, redes sociais virtuais, recursos de participação e atividades referidas à publicidade, propaganda e ações institucionais.

No quinto capítulo são desenvolvidas as categorias de análise para compreender em que aspectos se realizaram as metamorfoses nas experiências descritas no capítulo anterior.

Nas considerações finais, relacionam-se os aportes conceituais mais significativos sobre o fenômeno da radiomorfoses, com os resultados do trabalho de campo sobre as experiências analisadas.

No anexo do trabalho, aparecem os roteiros dos programas analisados, redigidos a partir da audição e visão dos programas selecionados com amostra.

CAPÍTULO 1

SOCIEDADES EM TEMPO DE REDE

1 SOCIEDADES EM TEMPO DE REDE

O capítulo se inicia com as diversas aproximações dadas aos conceitos de técnica e de tecnologia, e com a alerta de vários autores para não reduzir a cultura à tecnologia. Assinala-se depois a conexão entre técnica e sociedade, e seu engajamento com determinadas lógicas e formas de vida; para isso sintetiza-se o processo histórico da gênese e desenvolvimento dos conceitos de técnica e tecnologia, e sua incidência na configuração semântica do conceito de rede. A partir de dito conceito, explica-se a forma como se estrutura a sociedade contemporânea- denominada sociedade da informação e do conhecimento.

Da técnica e da tecnologia, identificam-se as denominadas posturas fáusticas e prometeicas e suas tendências de pessimismo e otimismo, onde os primeiros -os tecnófobos- culpam à técnica de todos os males da humanidade, e os segundos -os tecnofílicos- veem nela uma potencialidade emancipatória, concluindo que ambos compartilham a perspectiva do determinismo tecnológico.

Posteriormente, é abordado o tema da cibercultura, mostrando-se que é fruto de um processo histórico determinado, com propostas de um modelo de vida em coletividade. Articulado ao conceito de cibercultura, apresenta-se o conceito de ciberespaço, espaço informacional de caráter reticular, com sua linguagem característica- nomeada de hipermídia, caracterizada por a hibridação de linguagens, a digitalização, a hipertextualidade dos fluxos informacionais e a promessa de coautoria, nos processos comunicativos, dos chamados tradicionalmente receptores e agora interagentes. O capítulo é finalizado mostrando alguma das características da cultura digital e da linguagem hipermediática tais como descentralização da produção e circulação de conteúdo, participação dos ciber ouvintes, reconfigurações espaço-temporais, e outras; para expor sua incidência nas migrações tecnológicas acontecidas no rádio, no seu trânsito à digitalização e ao rádio na internet, e nas mudanças nos referentes imaginários da comunicação radiofônica.

1.1 A emergência das sociedades de caráter reticular

Manuel Castells afirma que, com o advento e a propagação do uso das tecnologias da informação e da comunicação-TIC, a sociedade mudou. Essa nova forma de sociedade, dinamizada em parte por a penetração da internet, é denominada pelo autor como sociedade rede, (2002 p.24) e o fenômeno, anunciaria a passagem de uma era, que poderia nomear-se de analógica para outra denominada digital.

A galáxia da internet é um novo ambiente de comunicação; como a comunicação é a essência da atividade humana, todos os domínios da vida social estão sendo modificados pelos usos disseminados da internet (...). Uma nova forma social, a sociedade de rede, está se constituindo em torno do planeta, embora sob uma diversidade de formas e com consideráveis diferenças em suas consequências para a vida das pessoas, dependendo de história, cultura e instituições. (2003, p.225).

A ideia formulada por Castells, de sociedade rede, aponta um complexo fenômeno tecnológico e de organização social.

Uma revolução tecnológica, centrada em torno às tecnologias da informação, está modificando a base material da sociedade a um ritmo acelerado. (...) Além do mais, um novo sistema de comunicação, que cada vez fala mais uma linguagem digital universal, está integrando globalmente a produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura e acomodando-as aos gostos das identidades e temperamentos dos indivíduos. As redes informáticas interativas crescem de modo exponencial, criando formas e canais de comunicação, e dando forma à vida pela sua vez que esta lhes da forma nelas. (CASTELLS, 2002, p. 1-2).

Sobre o conceito de rede, Erick Felinto assinala que:

Parece funcionar, como uma espécie de aglutinador teórico das grandes questões, que marcaram a sociedade nos últimos anos. Em torno dele articulam-se conceitos, epistemologias e até mesmo ontologias, que visam responder aos desafios da revolução tecnológica e cultural, atualmente, em curso. É, naturalmente, no campo da comunicação onde os impactos, dessa revolução, se fazem sentir mais nitidamente”. (2013, p.79).

O rosto da rede pode-se dizer que é a internet. Para alguns é protagonista no desencadeamento da chamada revolução tecnológica, e para outros cumpre um papel importante, mas não necessariamente constitui-se como eixo dos processos enunciados. Há

posições intermedias, prudentes em não refletir posturas circunscritas ao determinismo tecnológico.

Sobre a presença da internet nas diversas dimensões da vida contemporânea e a complexidade dos processos dinamizados, Maria Cristina Gobbi afirma que:

O avanço da internet nos impôs um novo ritmo, com novas linguagens, multiplicação da capacidade do mercado e da economia, outras formas de acesso e de produção de conteúdos e tem permitido distintas configurações e reconfigurações do tempo e do espaço. Sem possibilidades de retrocesso, as novas redes de comunicação, aliadas as tecnologias digitais têm demonstrado uma força muito intensa, comparável, somente, as suas antecessoras - as redes de transporte e de energia-, e esse cenário tem desempenhado um papel decisivo na atual sociedade globalizada, impondo um novo ritmo à comunicação e aos múltiplos processos advindos das relações midiáticas que estão-se estabelecendo. (2013, p. 157).

Enquanto que para Juan Luis Cebrián, a sociedade global da informação não deve sua existência só à internet, mas sim a diversos fatores entre os quais destaca a imersão numa sociedade mediática, gerada pela eclosão do fenômeno televisivo nos anos 60 e o crescimento vertiginoso dos sistemas informativos (CEBRIAN J., 1999, p. 57).

A sociedade global da informação começou a configurar-se conceitualmente com o desenvolvimento dos satélites artificiais que permitiram aproximar, no tempo e no espaço, os sistemas de distribuição dos sinais televisivos. A partir de então não só fomos capazes, graças as antenas parabólicas, de captar emissões de centenas de redes de todo o mundo, como ainda pudemos utilizar as novas tecnologias para imprimir os jornais diários em locais bastante distantes do lugar de produção. (...) São os satélites de comunicação-que entre outras coisas interconectam as redes – os verdadeiros responsáveis pelo mundo ter-se convertido aceleradamente na aldeia global preconizada por MacLuhan” (CEBRIAN J., 1999, p.59.)

Lorenzo Vilches afirma que a forma rede da informação inunda os aspectos da vida cultural, econômica e política e coloca-nos frente a uma grande narrativa. “A rede apresenta-se como uma interpretação do mundo, um estilo de pensamento, um modelo de razoamento em que a técnica e a tecnologia, têm uma história tão antiga como a linguagem (...)”. (VILCHES, 2005, p. 55). Antes de prosseguir com a ideia sobre a composição da sociedade rede e de mostrar como este conceito é abordado por estudiosos do tema, é pertinente deter-se na incidência dos conceitos de técnica e tecnologia nesta construção.

1.1.1 A chave técnica - tecnologia e sua incidência na sociedade reticular

André Lemos remonta à origem do conceito, iniciando com aquele formulado pelos gregos; “*tekhné grega*”, onde a técnica é sinónimo de arte. Referido especificamente às artes práticas, às habilidades requeridas, ao saber fazer humano, que se distingue do fazer da natureza (LEMOS, 2015, p. 27). Remontando-se também ao mundo dos antigos gregos, segundo Francisco Rüdiger, a expressão significa: “a forma de saber de que o homem se serve para produzir o que a natureza não lhe proporciona espontaneamente, mas sempre dentro de certos limites, sugeridos ao homem por essa própria natureza” (RÜDIGER, 2013, p.300). Já na perspectiva etnozoológica, “o fenómeno técnico aparece como uma relação artificializada (mediada por artefatos) entre a matéria viva ou orgânica e a matéria inanimada” (LEMOS, 2015, p. 29). Com o intuito de superar a perspectiva meramente biológica, antropológica e instrumental, que não revelam a essência da técnica, Martin Heidegger mostra que “a técnica não é somente um meio zoológico de evolução da espécie, nem apenas um modo de evolução originário de uma unidade mágica perdida. Ela é, segundo Heidegger, um modo de desvelamento, um modo de existência do homem no mundo (LEMOS 2015, p.35).

Para Lemos, o processo técnico tem passado por estádios que vão da intuição à investigação e demonstração. Para Rüdiger, “A técnica pode ser objeto de ciência e meio de dominar a natureza, (...): não há limites para a vontade humana, uma vez que essa se deixe conduzir pela pesquisa científica e a atividade técnica (tecnociência ou tecnologia)” (RÜDIGER, 2013, p.300 - 301).

Uma perspectiva histórica não meramente tecnicista da técnica e da tecnologia, preocupa-se com as inter-relações dos sistemas técnicos e sociais, como disse Lemos. “Cada sistema técnico é expressão de relações específicas entre a ciência, a filosofia, a sociologia, a economia e a política (LEMOS, 2015, p.39). O autor oferece uma detalhada descrição do processo vivenciado pela técnica.¹³ Aqui apresenta-se uma síntese de alguns marcos: nas civilizações antigas, o império romano e suas invenções em arquitetura, urbanização e máquinas de guerra; Idade Média (segunda metade do século XII até o século XIV) onde se instaura o germe da modernidade tecno-científica, e o empirismo se levanta como método de descrição e análise; a utilização das energias hidráulica e eólica, o maquinismo e o automatismo, o início da atividade industrial e o aprimoramento da

¹³ Cfr. André Lemos, *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2015, páginas 39 a 44.

indústria têxtil. Estas lacunas mostram como foi preparando-se a modernidade, e a técnica tornou-se laica e secularizada, e é considerada como “um instrumento de transformação radical do mundo, passando a ser mesmo a condição ontológica de uma escatologia do progresso”. (LEMOS, 2015, p.44).¹⁴

Sobre a evolução da técnica no Renascimento, Lemos assinala que se trata de uma época de consolidação:

O maquinismo do Renascimento será, então formador de um sistema técnico demandante de energia, fazendo do século XV o terreno de uma primeira revolução formada pela tríade bússola, pólvora e imprensa (...). No entanto, mais que uma revolução puramente técnica, o Renascimento vai caracterizar-se como uma radical revolução na razão, uma revolução epistemológica que prepara o imaginário social para o surgimento da modernidade. (LEMOS, 2015, p. 45).

O pensamento de Donald Brinkmann, trazido por Rüdiger, aborda que na técnica se manifesta certa concepção de mundo e de humanidade. Daí emergem os princípios que regem uma ou outra opção, como também as construções de certo tipo de sociedades e dos sujeitos que as habitam.¹⁵ Sobre a incidência da cosmovisão no quefazer humano e nas condições da produção de conhecimento, Rüdiger complementa:

Vendo bem, a técnica é, antes de tudo, uma forma de saber que, como tal, existe sempre encarnada e, por isso, não pode ser separada e seu uso concreto, mesmo no momento de sua origem, visto que essa origem, segundo a tradição, é sempre o homem em condições históricas e sociais determinadas. (2013, p.62)

Vale lembrar que durante o século XVII ainda se utilizava a palavra técnica como sinônimo de arte, e envolvia as várias atividades -objeto desta arte, e a aplicação de um saber em constante desenvolvimento. Relacionava-se então com a práxis criadora individual, e o aperfeiçoamento de habilidades humanas.

Já sobre tecnologia, Rüdiger (ibid. p.301) diz que é: “O conhecimento operacional que designamos pelo termo técnica enquanto se articula com a forma de saber que chamamos de ciência, através da mediação da máquina e, potencialmente, em todas as áreas passíveis de automatização, conforme o define o tempo que a criou, a Modernidade”.

¹⁴ O termo escatologia, próprio da teologia cristã, alude ao destino do ser humano ou ao fim do mundo, em sentido profético.

¹⁵ A obra referenciada por Rüdiger é do livro de Brinkmann :El hombre y la técnica. Buenos Aires: Nueva Visión,1955.

Em 1777, Johann Beckmann, propõe o termo tecnologia para designar e sistematizar o campo referente à técnica, ao seu conhecimento científico e seu componente teórico. E depois de 1800, a tecnologia passa a ser definida simultaneamente como “uma forma especial de técnica (uma técnica científica) e como um saber ‘que toma por objeto a técnica (trata-se de uma ciência da técnica)’” (GOFFI, 1996, p.25 apud RÜDIGER, 2013, p.74).¹⁶

Com o transcorrer do tempo, o conceito vai adquirindo novas compreensões até resumir-se como o conjunto formado por equipamentos e estruturas materiais. Este resultado confere razão às análises de Heidegger: (RÜDIGER, *ibid.*, p.75) “o conceito encontra-se agora reificado, confundindo-se com as máquinas e equipamentos que povoam nosso mundo. De forma de saber ele passou a ser designação de uma espécie de estrutura material dotada de funcionalidade operatória ao mesmo tempo constante e flexível”.

Segundo Vilches, técnica e tecnologia são conceitos -chave que intervêm na composição semântica de rede. A técnica aparece articulada com os modos de ser em que os seres humanos transformam as coisas naturais a través da manipulação das ferramentas e máquinas. “A tecnologia, pela sua vez, apresenta-nos a rede como uma disposição horizontal que pode fazer funcionar o mundo contemporâneo independentemente, ou sem que a materialidade das coisas seja o essencial” (VILCHES, 2005. p.55).

1.1.2 Abordagens sobre conceito de Rede

Para explicar o movimento acontecido no conceito de rede, Lorenzo Vilches mostra que passou de ser assumido -nas sociedades pré-industriais- como uma técnica artesanal para pescar ou fabricar tecidos, a uma noção de redes territoriais -na revolução industrial. Daí passou ser considerada -na revolução informática, na era da globalização, como redes de informação (VILCHES, 2005, *ibid.*). Esta passagem mostra uma mudança de uma compreensão fechada, rumo uma estrutura mais dinâmica, sempre em movimento. Também dita perspectiva realça a linguagem e seu papel mediador, a relevância do simbólico e a construção de sentidos. O tecido da rede se transforma, trata-se de algo imaterial que se constrói a través de interconexões entre circuitos de comunicações que formam uma rede.

¹⁶ A cita que referencia Rüdiger é de: Jean-Yves Goffi. *La Philosophie de la technique*. Paris:Puf,1996.

Diz Francisco Rüdiger que o emprego da palavra rede serve para designar as relações sociais que se estabelecem em e a partir de a informática da comunicação. “A expressão, efetivamente, fornece indício do aparecimento de novo e significativo elemento em toda essa situação, do surgimento de uma nova configuração ou sistema de relacionamento entre os seres humanos no mundo contemporâneo” (2013, p. 120-121). O sinal do tempo está dado pela transformação de grupos antes coesos, estáveis e territoriais; substituídos por redes de indivíduos móveis, com vínculos variáveis. Nessa medida para Rüdiger (2013, *ibid.*), “a figura matricial que representou a sociedade está dando lugar à rede”, impulsionada pelas novas tecnologias de comunicação; mais o autor alerta que não se pode reduzir o processo a esse aspecto. No âmbito das tecnologias de comunicação esta transição, se produz precisamente porque a rede não pode reduzir-se a uma única acepção técnica; inclui também todos os mitos e representações que lhe acompanham. Dentre os mitos se incluem maneiras de ver e fazer e os discursos que circulam na rede e nos sistemas sociais.

Sobre a relação realidade-tecnologia, Vilches lembra que assim como aconteceu com a invenção da eletricidade ou da informática, as mudanças tecnológicas afetam à realidade em toda sua complexidade. “Por isso a migração digital significa a visibilidade técnico-social da rede e suas consequências em internet, o ciberespaço, as comunidades virtuais, etc.” (2005, p.59). Sua ideia de materialidade, pode-se pôr em diálogo com o pensamento de Musso sobre sistema visível:

Hoje, o conceito de rede tornou-se uma espécie de chave-mestra ideológica, porque recobre três níveis misturados de significações: em seu ser, ela é uma estrutura composta de elementos em interação; em sua dinâmica, ela é uma estrutura de interconexão instável e transitória; e em sua relação com um sistema complexo, ela é uma estrutura escondida, cuja dinâmica supõe-se explicar o funcionamento do sistema visível (MUSSO, 2004, p.32 apud RÜDIGER, 2013, p.121).¹⁷

Já para Lucia Santaella: “na internet, a palavra ‘rede’ deve ser entendida em uma acepção muito especial, pois ela não se constrói segundo princípios hierárquicos, mas como se uma grande teia na forma do globo envolvesse a terra inteira, sem bordas nem centros” (2004, p. 38). Esta compreensão da rede, pelo menos em teoria, é a que está presente no ambiente da web rádio que circula no ambiente do ciberespaço, e expressa-se

¹⁷ A obra que referência Rüdiger é de Pierre Musso. *Critique des réseaux*. Paris, PUF, 2004.

em linguagem hipermediática, gerada pela convergência de meios. Este tema é abordado em capítulo posterior neste trabalho.

1.2 Migrações tecnológicas e sociedade

Lorenzo Vilches é enfático em afirmar que “não há migração tecnológica sem migração social”, (2005), ou seja, o autor vislumbra uma relação de interdependência entre mudanças sociais e mudanças tecnológicas. E acrescenta a ideia de que a migração representa a transição entre uma totalidade e outra; pode-se agregar, que por isso, no campo da informação e da comunicação, é frequente a coexistência de sistemas comunicativos de diferente natureza. Para Vilches, o fenômeno da migração tecnológica não é só de aparelhos senão de transformações estruturais (2005, p.59), sua postura teórica oferece elementos para questionar as tendências de caráter instrumental, que consideram as transformações nas tecnologias de informação e comunicação como mera conversão de artefatos analógicos para equivalentes digitalizados. Em seu reducionismo, ditas perspectivas, não estabelecem relações entre objetos técnicos e processos de produção e apropriação das tecnologias, nem localizam as mudanças em um contexto de transformações na esfera do social. Com este simplismo, parece que o percurso migratório tivesse acontecido no vazio, sem antecedentes históricos, e é ao contrário. Como destaca Luis Fernando Marin Ardila, é necessário estudar o impacto da tecnologia, a partir de um marco histórico-filosófico (2005, p.72). Só a partir desse olhar, pode-se assumir de maneira não instrumental a migração dos sistemas analógicos aos digitais, como também vislumbrar a complexidade da construção das sociedades reticulares.

Com relação às ideias anteriormente expostas, Castells assinala que para compreender o novo mundo emergente, a tecnologia deve ser levada a sério, sendo utilizada como ponto de partida da indagação e situado o processo de mudança tecnológica “no contexto social onde tem lugar e que lhe da forma” (2002, p. 3). O autor identifica como temas do debate a tríade: tecnologia, sociedade e mudança histórica e reitera que a revolução da tecnologia da informação é seu “ponto de entrada para analisar a complexidade da nova economia, sociedade e cultura em formação” (2002, *ibid.*). O autor questiona o fato de pensar que as novas formas e processos sociais sejam consequência das mudanças tecnológicas, pois a tecnologia não determina a sociedade. Adverte também que não é a sociedade quem determina o percurso das transformações tecnológicas, senão que

são muitos os fatores que “intervêm no processo da descoberta científica, a inovação tecnológica e as aplicações sociais, de modo que o resultado depende de um complexo modelo de interação” (CASTELLS, 2002, págs. 1 - 2).

Em adição ao anterior, o pensamento de Jesús Martín Barbero permite compreender o lugar estratégico da comunicação na configuração dos novos modelos de sociedade e a complexidade dos processos e meios de comunicação. O autor propõe a comunicação como ponto de encontro entre a tecnologia e a cultura, e afirma que a mediação tecnológica da comunicação não pode ser assumida de maneira instrumental:

Dois processos estão transformando radicalmente o lugar da cultura em nossas sociedades de fim de século: a revitalização das identidades e a revolução das tecnicidades. (...). Por sua parte, o que a revolução tecnológica de este fim de século introduz em nossas sociedades, não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas senão um novo modo de relação entre os processos simbólicos-que constituem o cultural-e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, inextricavelmente associado a um novo modo de comunicar, converte ao conhecimento em uma força produtiva direta. O lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica (ECHEVERRIA, 1999) da comunicação, deixa de ser meramente instrumental para converter-se em estrutural: a tecnologia refere-se hoje não a uns aparelhos senão a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escrituras. (MARTÍN BARBERO, 2005, p. 28).

Para uma compreensão não instrumental da migração dos sistemas analógicos aos digitais e para perceber a complexidade do rádio na internet e da web rádio propriamente dita, é importante identificar como se traduzem nestas modalidades de rádio, olhares de afeição e de rejeição referidas às migrações tecnológicas. A seguir se introduz o tema das perspectivas tecnofílicas e tecnofóbicas presentes na técnica e na tecnologia, para posteriormente identificá-las no universo da cibercultura, espaço onde localizam-se as migrações tecnológicas acontecidas no rádio no fim do século XX e no século presente.

1.3 Perspectivas tecnofílicas e tecnofóbicas da técnica e da tecnologia

Observa-se que, em geral, existe um efeito de pêndulo que oscila entre a fascinação e o encantamento da tecnologia, com discurso eufórico em relação a ela em contraste com posturas de niilismo intelectual e ceticismo social. Se por um lado, determinados autores destacam as repercussões das avançadas tecnologias nos processos cognitivos, estéticos e políticos dos sujeitos; outros vão além da preocupação pela incidência na construção nos

modos de pensar, sentir e narrar, e interessam-se sobre seu papel na construção de sociedades equitativas.

Marin Ardila (2005, p.72), explica a polarização da discussão entre tecnófilos e tecnófobos: para os primeiros, as tecnologias (velhas e novas) são a chave da igualdade e a libertação dos sujeitos frente às coações naturais e sociais, e os segundos veem na tecnologia a desestruturação de tecidos sociais, a causa do desemprego e o domínio das máquinas desenhadas para o poder dos tecnocratas. Para o autor, uma e outra posição representam mitos negativos ou positivos que pouco contribuem ilustrar o fenômeno.

Segundo Langdon Winner,¹⁸ em ambas atitudes, prometeicas e as fáusticas, está presente um determinismo tecnológico: “a crença de que a técnica é uma força autônoma, que não somente difunde novos fins a partir da intervenção de seus meios, mas tende a estabelecer-se como fim em si mesma, como finalidade transcendente e autônoma com relação à própria humanidade de onde se origina” (RÜDIGER, 2013, p.58-59). Ou seja, que nos pensadores catalogados de prometeicos e nos catalogados de fáusticos, subjaz a concepção da técnica como um poder autónomo, no disser de Rüdiger, cada equipe lhe outorga à técnica, poderes extraordinários: “O pensamento é tecnológico sempre que, pondo ou não sinal positivo na atitude, supõe, prega ou nos convence de que nossos problemas sempre ou somente comportam soluções em termos técnicos, sugerindo-nos, portanto, um entendimento determinista da mudança civilizatória”. (2013, p. 61).

Em parte da bibliografia referida às tecnologias de informação e à comunicação, é frequente encontrar as denominadas perspectivas fáustica e prometeica. A primeira alude ao olhar tecnófobo e a segunda ao olhar tecnófilo, que refletem a tensão entre perspectivas pessimistas e perspectivas otimistas das tecnologias. Adriano Rodrigues Duarte as resume assim:

(...)Alguns autores, com um otimismo talvez exagerado, veem, neste acesso generalizado às novas tecnologias, uma oportunidade acrescida para o desenvolvimento, para o avanço da participação das populações nas decisões políticas, para o desabrochar da economia e a promoção de seus valores culturais, enquanto outros autores, mais reservados, consideram as mutações tecnológicas de nosso tempo como a morte das culturas tradicionais, da diversidade de seus modos de vida, e a perda da espontaneidade das diversas experiências do mundo que fizeram a riqueza das civilizações. (RODRIGUEZ, 1994, p.56).

¹⁸ O texto de Winner, recuperado por F. Rüdiger se intitula “Autonomous technology: Cambridge (MA): MIT Press, 1977.

Pensadores considerados icônicos no campo da teoria da comunicação, são designados de caírem no determinismo tecnológico. Um destes é o próprio Castells, referência teórica da denominada sociedade-rede.

Castells afirma objetivamente que ‘a tecnologia não determina a sociedade’ e que a forma desta última depende de um ‘complexo padrão interativo entre descoberta científica, inovação tecnológica e aplicação social em condições determinadas’. Contudo sucumbe (...) quando afirma, (...) que ‘a tecnologia é a sociedade’, ao penetrar por toda a extensão das relações sociais e modificar nossos sistemas de poder e padrões de experiência. (RÜDIGER, 2013, p. 133).

A partir do termo “ecologia cognitiva”, que Marin Ardila retoma de Pierre Lévy; assume a tecnologia como uma dimensão “condensante” de sentidos para entender a história humana (2005, p.72). O conceito cunhado por Pierre Lévy, permite ir além das polêmicas inférteis que contrapõem humanismo *versus* desenvolvimento tecnológico. A ecologia cognitiva reconhece a tecnologia como uma dimensão humana, ou seja, inseparavelmente material e espiritual. De igual modo uma compreensão ecológica não localiza o discernimento sobre o aspecto técnico na dicotomia meio-fim, mas entende que o universo tecnológico, além da razão instrumental, configura sociedades, e aparatos coletivos de subjetivação (na ordem individual e coletiva). Para Marin Ardila (2005), a compreensão a partir da ecologia cognitiva enunciada por Pierre Lévy, possibilita uma visão integradora do natural, o social e o subjetivo e permite tecer interações e interdependências entre o mundo sociocultural, o técnico e o mundo dos conhecimentos. E à maneira de síntese, relembra como Lévy desenvolve seus trabalhos a partir das relações entre os processos cognitivos de estruturação do pensamento humano e as novas tecnologias e como focaliza-se na mediação das técnicas na estruturação e comunicação do pensamento. Complementa-se com a observação que, sobre Pierre Lévy, expressa Meditsch: “seu trabalho inscreve-se numa corrente de estudos que investiga a mediação das técnicas na estruturação e comunicação do pensamento e, em consequência, da construção social da realidade nas práxis humana” (MEDITSCH, 2008, págs. 120-121).

A importância de ter introduzido o tema das posturas tecnofílicas e tecnofóbicas, é que estão presentes nas interpretações de vários autores sobre o surgimento da cultura digital ou cibercultura, e no ciberespaço- ambientes do surgimento do rádio na internet e da web rádio propriamente dito. Postura fáusticas e prometeicas aparecem na reflexão teórica sobre a migração dos sistemas analógicos aos digitais, e inclusive se refletem nas práticas

de experiências concretas. A seguir, primeiro uma definição fundamental dos termos enunciados, e posteriormente a crítica de alguns autores sobre ditas posturas, identificadas nos entornos da cibercultura e do ciberespaço. Ambos elementos serão retomados no capítulo destinado ao rádio e suas migrações tecnológicas.

1.4 Aproximação à cibercultura ou cultura digital

Um olhar retrospectivo mostra que no final do século XX, começa-se a viver um novo ciclo de transformações tecnológicas e o decorrer da humanidade se vincula cada vez mais a processos eletrônicos de comunicação e automatização, antecedentes históricos da denominada cibercultura. Segundo Rüdiger, “a palavra cibercultura emerge nesse contexto para dar conta dos fenômenos que nascem à volta das novíssimas tecnologias de comunicação, da chamada informática de comunicação ou mídia digital interativa” (2013, p.13).

A cibercultura nasce atrelada a determinado momento histórico, e ao igual que qualquer “signo de época”, é interdependente com a realidade na que surge e à qual ajuda a moldar. Para Rüdiger, “o movimento de formação da cibercultura se articula reflexivamente no plano do pensamento teórico contemporâneo”. (2013 págs., 20 e 21). Esta nova cultura tecnológica planetária: a cibercultura, seria uma manifestação contemporânea que traz consigo novas formas de sociabilidade.

Para Claudio Prado e Francisco Caminati (2005, p.26) “as novas tecnologias de informação e comunicação devem ser compreendidas no atual contexto de transformações radicais na esfera social, a partir do surgimento do que se poderia chamar de cultura digital.” Os autores usam o termo cultura digital como sinónimo de cibercultura, e esclarecem que o fenómeno não é uma mera conversão de artefatos analógicos para equivalentes digitalizados, senão que representa um conjunto de transformações estruturais no campo ideológico e nas práxis social. De volta ao termo cibercultura, segue uma ampliação do significado:

Cibercultura é a expressão que serve à consciência mais ilustrada para designar o conjunto dos fenómenos agenciado ou promovido com o progresso das telemáticas e seus mecanismos. (...) Formação histórica, ao mesmo tempo prática e simbólica, de cunho cotidiano que se expande com base no desenvolvimento das novas tecnologias eletrônicas de comunicação” Nessa condição, o fenómeno seria explicado historicamente pela convergência do pensamento cibernético e da informática da comunicação, que aquele pensar agenciou

intelectualmente, com os esquemas de uma cultura popular que se articulam desde bom tempo de acordo com o que foi chamado de indústria cultural por Theodor Adorno (RÜDIGER, 2013, p. 11).

Na recapitulação do processo, é fundamental compreender o papel cumprido pelo pensamento cibernético. Lembra Rüdiger que o criador do termo cibernética foi Norbet Wiener, quem no fim da Segunda Guerra Mundial (1948) o usou para definir a ciência do controle das relações entre máquinas e seres vivos, e a comunicação entre elas e os humanos:

(...) destarte, a cibernética se definiria como o pensamento tecnológico de terceira fase, após a mecânica e a elétrica, e segundo o qual o mundo, em sua variedade, pode ser reduzido à informação, mas muito mais. (...) Para Wiener, a sociedade está constituída por uma série de circuitos e canais, mantidos pelas redes técnicas de informação e dos meios de transmissão, por onde circulam mensagens, e que definem padrões de interação e intercâmbio dessas informações distribuídas em um determinado espaço. (RÜDIGER, 2013, p. 106).

Vale um parêntese para lembrar que o conceito de informação do pensamento cibernético alimentou o modelo teórico dos ciberneticistas Shannon e Weaver, formulado em seu livro “A teoria matemática da comunicação” (1949). Este modelo, que provém do campo da engenharia e da matemática, orientou a perspectiva conceitual e profissional das nascentes escolas de comunicação e jornalismo no início da década dos 50s, e as décadas posteriores (e continua estando presente em muitas escolas de comunicação). O cunho mecânico, instrumental e reducionista do modelo que igualava o processo comunicativo com o processo de transferência de informação (códigos e sinais), gerou críticas contundentes em vários pontos do globo. Na América Latina foram destaque os questionamentos de pensadores icônicos como Antônio Paoli, Luis Ramiro Beltrán, Juan Diaz Bordenave, Mario Kaplun, Antonio Pascuali, Eliseo Verón, Jesús Martín Barbero, entre outros. Os questionamentos proferidos aparecem em textos referidos à gênese e desenvolvimento do pensamento comunicacional latino americano, apresentado em vários livros de José Marques de Melo.

Rüdiger classifica os intérpretes da cibercultura em três tendências ou linhas de abordagem da matéria (2013, p.26), como poderá perceber-se; a relação com os questionamentos levantados anteriormente sobre a técnica e a tecnologia são evidentes, mas em função de tecer uma aproximação ao campo da comunicação especificamente, se destacam:

1. Os populistas tecnocráticos representam a tendência tecnológica: reunindo os advogados de defesa das suas virtudes morais, políticas, e económicas (...).
2. Os conservadores midiáticos, em contraponto, formam grupo reunindo os promotores de acusação política e moral do fenómeno (...).
3. Os ciber criticistas constituíram uma terceira tendência, caracterizada pelo interesse em refletir sobre as conexões entre cibercultura e poder (político, social e económico), levando em conta os problemas e desafios que isso acarreta para o sujeito social, em especial a figura do indivíduo (...).

A seguir, desenvolve-se cada uma das tendências citadas:

Na abordagem denominada como “*populismo tecnófilo*”, Rüdiger localiza Marshall McLuhan para quem o progresso dos meios informáticos criaria um ambiente e cenário histórico no qual pensa-se, age-se e interage-se “de modo totalmente novo, mais livre, igualitário e expressivo”, (2013, p.27). Nesta tradição, o autor também localiza a Nicholas Negroponte, para quem “estamos atravessando de uma sociedade baseada nos átomos para outra, baseada nos bits”, e isso acarreta o nascimento de uma nova forma de vida muito mais do que uma mera revolução tecnológica (ibid. p.27). Na mesma linha de pensamento, segue Rüdiger, estaria Georges Gilder para quem a “informática de comunicação tem um sentido libertador para o indivíduo”, superando tiranias comunicativas e promovendo modelos democráticos de comunicação, que contribuíram com a transformação do mundo (ibid., p.28). Neste grupo adere Howard Rheingold, com a ideia de que as redes de computadores recuperariam o espírito comunitário nas sociedades, projetando um futuro esperançoso (ibid. p.30). Localiza-se também Dan Gilmor e sua perspectiva de que qualquer pessoa, com uma conexão à internet pode ser proprietária de um meio de comunicação.

Para os tecnófilos, a expansão das mídias digitais interativas e a instituição da cibercultura, outorgaria ao público o poder para determinar forma e conteúdo do meio como também permitiria que milhões de pessoas interatuassem livremente e se tornassem sujeitos ativos dos processos comunicativos. (RÜDIGER, ibid. p. 35). Porém, está premissa é relativa, pois muitos dos processos de interação nas redes, são de caráter reativo, fato questionado também por Alex Primo (2008).¹⁹

Na abordagem denominada de “conservadores mediáticos”, situa-se a crítica de Francisco Rüdiger referida à falácia do poder democratizado da internet. Para isto, retoma o pensamento de Evgeny Morozov, quem afirma que: “A internet está fadada a produzir

¹⁹ O pensamento de Primo sobre a participação reativa, aparece no capítulo três deste trabalho, e é relevante, para entender os mitos e realidades da participação nas rádios em internet ou nas webs rádio propriamente ditas.

distintos efeitos políticos conforme forem diferentes seus ambientes de inserção” (MOROZOV, 2011, p.320, apud RÜDIGER, 2013, p.37).²⁰ Morozov chama revisor criticamente ditos alcances, aparentemente transformadores, pois há variáveis- não necessariamente tecnológicas e sim de contextos institucionais, existentes. Como afirma Rüdiger:

O progresso trazido pela mídia digital interativa no tocante aos meios de participação pública no processo político não pode ser visto de modo linear ou unilateral (...) A internet não é neutra, porque seu uso, se não seu desenho, depende de condições sociais determinadas. Os cuidados que devemos ter com ela não podem ser separados da consideração das contingências políticas a que está submetida e dos seus usos sociais predominantes (2013, p. 37).

A ideia que destaca Morozov, é que com a internet podem existir qualidades estimuladoras da democracia e qualidades supressivas da democracia, como afirma Morozov (2011, p.298, apud Rüdiger, 2013, p.37). Assim, desprende-se a ideia da necessidade de superar a crença do poder emancipatória da mídia digital, atribuído não por poucos aos novos meios e à rede de informação.

Na terceira tendência referida aos intérpretes da cibercultura, denominada por Rüdiger de “cibercriticismo”, a tecnologia encontra-se em relação dialética com algo não técnico. “A comunicação por meio do computador e a cibercultura que ela enseja pertencem ao campo da atividade tecnológica tanto quanto a ação política e da criação cultural, posto que as fantasias e sonhos com esses grupos as cercaram e definiram os limites da sua inventividade. (RÜDIGER, 2013, p.42). Dentro deste enfoque, localizam-se autores como Julian Stallabrass,²¹ para quem “os processos de comunicação on-line estimulam um nivelamento da consciência, ao facilitar o acesso e colocar num mesmo plano e ritmo experiências muito distintas em relevância ou significado.” (ibid. 42). Stallabrass acredita nas potencialidades emancipatórias do pensamento fragmentado, e das experiências hipertextuais. Por outra parte, assinala Rüdiger (ibid., p. 44), para Kevin Robins,²² “o ciberespaço é objeto de uma apropriação privada e uma exploração mercadológica, cujo sentido é nos fazer felizes, passando tempo brincando com todo tipo de engenhoca”. Já no caso de Mark Andrejevic, que questiona a suposta “mão dupla” da

²⁰ O texto original está em inglês, *The Net delusion*. Nova York: Public Affairs, 2013. A tradução das citas é de F. Rüdiger.

²¹ Cfr. Stallabrass, Julian. *Gargantua, manufactured mass culture*. Londres: Verso, 1996.

²² Cfr. Robins, Kevin. *Into the image*. Londres: Routledge, 1996.

interatividade, o Rüdiger, foca na vulnerabilidade dos usuários de redes cujo dados são recolhidos, processados e exportados informaticamente por campanhas, o que representam um perigo a privacidade de cidadãos e consumidores.

O resultado pode ser descrito como uma perda assimétrica de privacidade: as pessoas estão se tornando cada vez mais transparentes para as agências de monitoramento públicas e privadas, enquanto suas ações continuam firmemente opacas diante das tecnologias que estão tornando a coleta, compartilhamento e análise de grandes quantidades de informação mais fáceis do que nunca o foram. (ANDREJEVIC, 2007, p. 7, apud RÜDIGER, 2013, p. 45).²³

No pensamento de Lee Siegel sobre a Cibercultura,²⁴, é ressaltada “a dependência desse processo à dinâmica do capitalismo em termo que se conectam com o programa da crítica à indústria cultural proposta pioneiramente por Adorno”. (RÜDIGER, 2013, p.48).

Siegel crítica a cibercultura como ideologia, visando mostrar os problemas contidos em umas categorias mais centrais (como interatividade e participação). Contrariamente aos populistas tecnocratas, mas também aos conservadores midiáticos, o autor percebe que a cibercultura, seja em plano que for, consiste essencialmente em um estágio mais avançado coletivamente de um processo de colonização da consciência pelo mercado que já opera no profissionalismo da mídia tradicional. (...) segundo o autor, os profetas da cibercultura defendem que, graças a ela, entramos em era de desmassificação, porque estaríamos passando a poder fazer nossas escolhas e construir livremente nossas personalidades. No entanto o que ‘ela está criando realmente é uma forma ainda mais potente de homogeneização’ (P.67). Trata-se de um abuso ideológico afirmar que estamos transitando da condição de receptores passivos para a de produtores de conteúdo independentes, só porque, agora podemos compartilhar nossas ideias e imagens através dos novos meios de comunicação. (ibid. p.48 - 49).

No capítulo 4 desta pesquisa, referido à descrição do corpus selecionado, e no capítulo 5 referido à análise desse corpus, os questionamentos de Siegel, ajudam a entender o real significado do uso dos recursos tecnológicos que atualmente o rádio oferece, procurando participação e interatividade do público. A partir de suas ideais poder-se-ia determinar nos casos, se tratasse da expansão da racionalidade mercantil e se se está na “procura de popularidade estruturada segundo os padrões mercadológicos de conquista de

²³Cfr. Andrejevic, Marc. Original em ingles “iSpy: surveillance and power in interactive era. Lawrence (KA): University of Kansas Press, 2007.

²⁴ Cfr. Lee Siegel, Against the machine. Nova York: Spiegel & Grau, 2008

audiência” (RÜDIGER, 2013, p.49); ou se há autenticidade e interesses altruístas nas convocatórias de participação e interatividade.

Após classificar os intérpretes da cibercultura em três tendências: os populistas tecnocráticos, os conservadores midiáticos, e os ciber criticistas; e em resposta às abordagens unilaterais, referidas à tecnologia e à cibercultura, oferecidas pelos tecnóforos e os tecnófilos; Rüdiger expõe uma abordagem neomarxista da cibercultura. O autor assinala que pensadores ingleses como A. Feenberg (1999), David Noble (1997), Langdon Winner (1977) e outros, têm enfatizado que a tecnologia não depende só de fins tecnológicos senão de muitos fatores e um conjunto de correlações, “Somos prisioneiros de um fetichismo tecnológico, que só pode ser superado via reflexão filosófica e ação política. A humanidade não tem porque se voltar contra a tecnologia, embora não tenha motivos para abraçá-la incondicionalmente” (RÜDIGER, 2013, p.64). O autor recupera o pensamento de Feenberg, para quem a sociedade contemporânea precisa ser entendida “como um terreno de luta entre diferentes tipos de atores, engajados de diferentes modos com o sentido da tecnologia”. (FEENBERG, 1999, p.Xiii, apud RÜDIGER, 2013, p.66). E afirma que “as tecnologias de informação não são função de um propósito pré-determinado: são parte do contexto histórico em meio ao qual a vida é articulada”. Nesta medida a cibercultura não pode ser nem condenada apocalipticamente, nem celebrada ingenuamente.

Nessa resignificação da cibercultura, tem valor recuperar as condições históricas que presidem a formação da cibercultura: “A cibercultura é o movimento histórico, a conexão dialética cotidiana entre os sujeitos sociais e suas expressões tecnológicas, através da qual transformamos o mundo e, assim nosso próprio modo de ser interior e material em dada direção”. (RÜDIGER, *ibid.* págs. 112-113). O autor desenha imaginariamente uma linha entre o decorrer do processo histórico e mediador da cibercultura, e a redefinição ontológica do ser humano, e assinala que:

A cibercultura é uma forma de processar nosso ingresso em uma civilização cibernética ou maquinística, articular suas pretensões, interpretar esse processo e suas implicações para o homem comum, de acordo com os esquemas da indústria cultural, embora vez por outra estimule a pensar diferente, a cogitar novos cenários, a enfrentar o futuro, a reestruturar-se para encarar os desafios que vem pela frente (...). (MATRIX 2006, S.P. Apud RÜDIGER, 2013, p. 292).²⁵.

²⁵ cf. Matrix, Sidney, Cyberpop. Nova York: Eoutledge, 2006. Original em inglês.

André Lemos aproxima-se a uma definição de cibercultura, mostrando a importância de conhecer a história de sua conformação onde é fundamental levar em conta suas dimensões sociais, culturais e filosóficas. Para o autor o ponto de partida é reconhecer que:

Existe uma relação simbiótica entre o homem, a natureza e a sociedade. A cada época da humanidade corresponde uma cultura técnica particular (...). A cultura contemporânea associada, às tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processos de virtualização etc.), vai criar uma relação entre técnica e vida social que chamaremos de cibercultura. (LEMOS, 2015, p.15).

Da mesma maneira em que Lorenzo Vilches reflete sobre a incidência dos conceitos de técnica e tecnologia na composição da sociedade rede, (apresentado no início do capítulo), André Lemos analisa qual tem sido a dinâmica entre a configuração das diversas etapas vividas pela humanidade, entorno à técnica e à tecnologia, assinalando a relação entre as novas tecnologias e a sociedade contemporânea. Ele mostra o surgimento da cibercultura e a complexidade do fenômeno, alertando contra reducionismos que enxergam só sua dimensão técnica.

Compreender os desafios da cibercultura nos obriga a buscar, nas raízes do fenômeno técnico, a compreensão da cultura contemporânea. Não podemos compreender os paradoxos, as potencialidades e os conflitos da tecnologia na atualidade sem uma visão da história da tecnologia e de seus simbolismos respectivos, sem ter percorrido as principais correntes da filosofia da técnica. (LEMOS, 2015, p. 26).

Para André Lemos a cibercultura é a forma cultural da tecnologia contemporânea:

Lemos afirma que a cibercultura é o resultado de uma reunificação da ciência com a cultura, e vice-versa, conforme as separou o projeto tecnocrático moderno. Para ele, naquele cenário, a tecnologia se torna uma emanção da cultura, coisa que não seria bem na etapa anterior, na era da cultura burguesa. Destarte, a cibercultura é uma reversão da lógica mortífera que havia nos impostos a padronização tecnológica oriunda da Revolução Industrial. (RÜDIGER, *ibid.* p. 187).

Segundo Lemos (2002, p. 90), as tecnologias de comunicação contemporânea, potencializam a cibercultura e nesta, convergem o social e o técnico. O fenômeno se dá em umas condições históricas objetivadas.

Não se trata obviamente de nenhum determinismo social ou tecnológico, e sim de um processo sim-biótico, no qual nenhuma das partes determina impiedosamente a outra. Da mesma forma que a socialidade pós-moderna distingue-se da sociabilidade moderna, as tecnologias microeletrônicas (digitais) diferenciam-se (em forma e conteúdo) das tecnologias eletromecânicas (analógicas). Todo o desafio sócio técnico da cultura contemporânea está na passagem da sociabilidade moderna à socialidade pós-moderna e na substituição das tecnologias analógicas pelas numéricas. (...) Mesmo que a cibernética (do grego Kubernetes) signifique controle e pilotagem, a cibercultura não é o resultado linear e determinista de uma “programação” técnica do social. Ela parece ser, ao contrário, o resultado de uma apropriação simbólica e social da técnica. O que vai caracterizar a cibercultura nascente não é um determinismo tecnocrático, mas uma sinergia entre a socialidade contemporânea e a técnica, em que a primeira não rejeita mais a segunda. Não se trata mais de excluir a socialidade, e tudo o que ela tem de trágico (violento, erótico, lúdico), como inimiga de uma sociedade racional, técnica e objetiva. A sociedade contemporânea se auto organiza a partir da introdução da socialidade na técnica (...).” (LE MOS, 1997, p. 4-5).

Fiel ao seu pensamento crítico sobre a vida social, as tecnologias digitais e a cultura, entre outros tópicos que Eugenio Trivinho aborda; sua aproximação conceitual à cibercultura mostra as tensões que confluem nessa categoria:

Simultaneamente à dilatação absoluta do mercado da cultura massificada e à irradiação da cultura pós-moderna, a intensa produção, circulação e consumo de produtos infotecnológicos (hardwares e softwares) e a progressiva expansão da WWW nos últimos anos urdiram, para além do *modus operandi* da Indústria Cultural, o advento de um fenômeno de longevidade indeterminada: a cibercultura. consolidada internacionalmente no último quartel do século XX, trata-se de um modelo tecnológico de cultura que se estende e se ramifica de maneira avassaladora. Pelo arco de abrangência que granjeou na década de 90, a cibercultura se tornou o próprio mundo, a sua materialidade e o seu simbólico, a sua atmosfera integral, com uma nuance fundamental: ela não só se insere, hoje, no rol dos fenômenos globais, como também radica na base de todos eles”. (TRIVINHO, 2001, p.59).

Pierre Lévy é contundente em afirmar que: “não se deve confundir a cibercultura com uma cultura particular, a cultura de uma ou algumas ‘tribos’. Ao contrário, a cibercultura é a nova forma da cultura. Entramos hoje na cibercultura como entramos na cultura alfabética há alguns séculos” (2015, p.12).²⁶

Na conceitualização que Lévy faz sobre a cibercultura, introduz o termo de ciberespaço. Em quanto que para alguns autores, trata-se de diferentes expressões para

²⁶ A cita é da apresentação que Lévy faz do livro de André Lemos, Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Coleção Cibercultura. 7ª edição Porto Alegre: Sulina, 2015.

falar do mesmo fenômeno, para o autor, se bem que estão relacionados, não são sinônimos: a cibercultura é “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p.17). Nesta pesquisa, assume-se a consideração do autor, pois amplia a compreensão das transformações da linguagem no rádio, acontecidas pelas migrações tecnológicas e sua inserção (ou propostas de inserção) na cibercultura. O termo refere-se também, às qualidades morfológicas e funcionais que da linguagem digital das experiências de comunicação radiofônica. A seguir desenvolve-se o conceito de ciberespaço.

1.5 Ciberespaço e Linguagem hipermídia

O sentido de falar de ciberespaço nesta pesquisa, obedece ao fato de que a amostra selecionada de rádios atua, parcialmente, na rede de internet, em consequência; seu ambiente não é o mesmo dos sinais hertzianos senão que é o do ciberespaço.

O ciberespaço representa o mais recente desenvolvimento da evolução da linguagem. Os signos da cultura, textos, música, imagens, mundos virtuais, simulações, softwares, moedas, atingem o último estágio da digitalização. Eles tornam-se ubiquitários na rede –no momento em que eles estão em algum lugar, eles estão em toda parte – e interconectam-se em um tecido multicolor, fractal, volátil, inflacionista, que é, de toda forma o metatexto englobante da cultura humana (LÉVY, 2015, p. 13).²⁷

Lucia Santaella também desenvolve o conceito de ciberespaço:

O ciberespaço se refere a um sistema de comunicação eletrônica global que reúne os humanos e os computadores em uma relação simbiótica que cresce exponencialmente graças à comunicação interativa. Trata-se, portanto, de um espaço informacional, no qual os dados são configurados de tal modo que o usuário pode acessar, movimentar e trocar informação com um incontável número de outros usuários. O ciberespaço inclui, portanto, todas as modalidades de uso que as redes possibilitam, de modo que a RV (realidade virtual) é apenas a extensão última desse processo até o ponto de produzir um grau de imersão sensória total no ambiente simulado (2004, p.45).

²⁷ A cita faz parte da apresentação que Lévy faz do livro de André Lemos, Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Coleção Cibercultura. 7ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2015.

Na opinião de Santaella, “falar em ciberespaço implica defini-lo, caracterizar seus traços constituintes, muito especialmente a nova linguagem que está à espera daqueles que nele navegam: a hipermídia.” (2004, p.13). A linguagem do ciberespaço é a linguagem hipermediática, expressada em estrutura reticular e nodal como diz a autora. Na sua perspectiva, os seguintes traços definem a linguagem hipermídia (2004, p. 47-48):²⁸

- 1) Hibridização de linguagens, processos sígnicos, códigos e mídias que a hipermídia aciona (...). A hipermídia mescla textos, imagens fixas e animadas, vídeos sons, ruídos em um todo complexo. É essa mescla de vários setores tecnológicos e várias mídias anteriormente separadas e agora convergentes em um único aparelho, o computador, que é comumente referida como convergência das mídias. (...), sem essa convergência, a hipermídia, como linguagem híbrida, prototípica do mundo digital, não seria possível.
- 2) A digitalização também permite a organização reticular dos fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais. “(...) o segundo traço da linguagem hipermídia está na sua capacidade de armazenar informação e, por meio da interação do receptor, transmutar-se em incontáveis versões virtuais que vão brotando na medida mesma em que o receptor se coloca em posição de coautor. Isso só é possível devido à estrutura de caráter *hiper*, não sequencial, multidimensional que dá suporte às infinitas opções de um leitor imersivo”. (SANTAELLA, 2004, p. 48-49).

Dois conceitos para destacar, são hipermídias e hipertexto; estão relacionados, mas não são a mesma coisa:

O Hipertexto é definido em computação como um sistema para a visualização de informação cujos documentos contêm referências internas para outros documentos, que são conhecidos como Hiperlinks ou apenas links.(...) A Hipermídia é uma evolução do hipertexto, segue a estrutura do mesmo, no entanto, através dela o usuário além de navegar livremente por textos, numa leitura que não segue uma ordem imposta pelo emissor, poderá, além disso, ter acesso a fotos, ilustrações, vídeos, animações, arquivos sonoros e de vídeo com a possibilidade de acioná-los de qualquer ponto. (MARQUES DE CARVALHO, 2007, p.2).

Na linguagem analógica, a construção é de caráter linear; quando o conteúdo se apresenta, tem início, desenvolvimento e fim e sua narrativa é sequencial. Na web, a informação não tem caráter lineal. “Isto permite que o internauta navegue pela estrutura

²⁸ Lucia Santaella desenvolve no livro “Navegar no Ciberespaço- O perfil cognitivo do leitor imersivo” editado em 2004, quatro traços caracterizadores da hipermídia, aqui se retomam dois.

do hipertexto sem uma sequência predeterminada, saltando de um ponto ao outro, de uma página a outra, de um site a outro” (PINHO, 2007, p. 117).

Para dimensionar o que significa os processos de digitalização no rádio, que são pré-requisito para o rádio na internet; é oportuna a explicação geral que oferece Lucia Santaella sobre o tema do digital:

O aspecto sem dúvida mais espetacular naquilo que vem sendo chamado de “era digital”, na entrada do século XXI, está no poder dos dígitos para tratar toda e qualquer informação-som, imagem, texto, programas informáticos-com a mesma linguagem universal, bites de 0 e 1, uma espécie de esperanto das máquinas. Graças à digitalização e à compressão dos dados, todo e qualquer tipo de signo pode ser recebido, estocado, tratado e difundido, via computador. Aliada à telecomunicação, a informática permite que esses dados cruzem oceanos, continentes, hemisférios, conectando numa mesma rede gigantesca de transmissão e aces

so, potencialmente qualquer ser humano no globo. Tendo na multimídia seu suporte e na hipermídia sua linguagem, esses signos de todos os signos estão disponíveis ao mais leve dos toques, no clique de um mouse”. (SANTAELLA, 2004, págs. 31-32).

As versões digitais de rádio e a web rádio se localizam dentre da convergência das mídias, isso significa que elas podem utilizar multiplataformas e ter diversas linguagens. Ainda mais, o ouvinte, ou melhor, web ouvinte, ciber ouvinte ou internauta, vai além da escuta de sinais eletroacústicas; desde a internet navega por circuitos informacionais híbridos: sonoros, textuais e de imagens- que são próprios da hipermídia. A seguir alguns conceitos sobre a convergência midiática.

1.6 A Convergência das Mídias

Em perspectiva histórica, o conceito de convergência tem estes antecedentes:

Nos estudos relacionados à Comunicação, o conceito de convergência ganhou contornos particulares a partir dos estudos de McLuhan. Em 1964, na obra *Understanding Media: The Extension of Man*, o pesquisador canadense tratou da combinação e do reprocessamento dos meios de comunicação que viviam aquilo que ele denominou de *era eletrônica*, marcada principalmente pelo apogeu do rádio e da televisão. No capítulo três, que tem por título a expressão *o médio é a mensagem*, McLuhan diz que ‘toda tecnologia gradualmente cria um ambiente

humano novo. Ambientes não são envoltórios passivos, mas processos ativos.²⁹ (GALVÃO, 2015, p.38).

Mesmo que seja questionado por ter em sua perspectiva certo determinismo tecnológico, o aporte de McLuhan é fundamental. Como assinala Meditsch, “McLuhan ajudou a perceber as diferenças entre os diversos meios e a importância dessa diferenciação para avaliação de seus efeitos. (2008, p. 120). Para McLuhan, cada nova tecnologia cria uma ambiência onde as tecnologias anteriores são reprocessadas, adaptadas e recondicionadas a uma nova situação. “As novas tecnologias que despontaram na década de 1960 eram vistas por McLuhan como integradoras de linguagens, condição que hoje se estabelece como realidade concreta devido à convergência das mídias que é estabelecida pela rede mundial de computadores” (GALVÃO, 2015, p. 44). O processo vivido mostra que:

O termo *Convergência das mídias* apareceu com maior ênfase no final dos anos 1970 e referiu-se à aproximação entre os setores de computação e de telecomunicações. A partir de 1990, a intensificação da transposição do analógico para o digital, seguida da *digitalização* das formas de produção, de distribuição e de consumo dos serviços de comunicações, fez com que a convergência midiática indicasse um fenômeno de aproximação e integração entre os setores de comunicação de massa, de telecomunicações e de informática (GALVÃO, *ibid.*, p. 50).

A história da comunicação demonstrou-nos que os meios se complementam: nem o rádio acabou com os jornais, nem a televisão com o rádio ou cinema que, por sua vez, tampouco decretou a morte do teatro. Porém não apenas os meios, mas também as tecnologias se complementam – na verdade, não é a tecnologia mais um meio de comunicação? Mesmo sendo elas convergentes (1999, p.41-42).

Na opinião de J. Cebrián é mais sensato pensar no caráter complementar dos meios de comunicação e nas potencialidades que tem cada meio para adaptar-se aos novos tempos e cenários.

No pensamento de Henry Jenkins (2008), a circulação integrada de conteúdos por meio de diferentes sistemas midiáticos, constitui a “cultura da convergência”, que seria a marca que identifica a contemporaneidade. O conceito que o autor formula é este:

CONVERGENCIA: palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Algumas das ideias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de vários suportes midiáticos, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias, e o comportamento migratório de audiência que vai quase a qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que deseja. Tal vez, num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas midiáticos, coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente. Convergência é entendida aqui como um processo contínuo ou uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas midiáticos, não uma relação fixa. (JENKINS, 2008, págs. 332-333).

1.7 Convergência mediática: além do tecnológico

O fenômeno da convergência não trata só de unir mídias que cumprem diversas funções. Trata de algo mais profundo que envolve transformações culturais que incluem circulação de conteúdos e interações entre indivíduos que interagem no ciberespaço.

A convergência de mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. (JENKINS, 2008, p. 41).

Para Jenkins, a cultura da convergência possibilita novas formas de participação que podem beneficiar à comunidade:

A cultura da convergência estrutura-se socialmente, qualificando-se como estratégia multitarefa de consumidores que navegam conectados entre diversos dispositivos de informação. Trata-se de uma transformação tanto na forma de produzir quanto na maneira de consumir a mídia, uma vez que a convergência é construída, na visão de Jenkins, no cérebro de cada consumidor e em suas interações sociais com outras pessoas. Devido às ferramentas de produção, de arquivamento, de apropriação e circulação de conteúdos disponíveis na Web, cada indivíduo forma e estabelece suas convicções mediante fragmentos extraídos do fluxo mediático que são transformados em novos recursos a serem agregados aos produzidos por outros consumidores. Constitui-se, assim, uma cultura participativa que concentra, numa mesma ambiência de virtualidade, caracterizações humanas que se somam às demais. (GALVÃO 2015, p.39-40).

O conceito de convergência como fenômeno que vincula as diversas tecnologias de comunicação no ambiente digital é imputado por Jenkins ao Prof. e diretor do laboratório de Mídia do MIT, Nicholas Negroponte.³⁰

Em 1995, Negroponte descrevia como seria o desenvolvimento dos meios interativos e projetou uma sociedade inserida num contexto marcado pela digitalização, ‘onde as relações existentes no mundo contemporâneo decorreriam da inserção digital no cotidiano social, gerando mudanças significativas nas relações humanas por conta do papel mediador da tecnologia’. (...) Para Negroponte, a *digitalização* transforma *átomos em bits*, ou seja, converte o que é material em um elemento de conformação virtual que, devido às novas tecnologias, flui por vários canais diferentes e assume formas distintas nos pontos de recepção. Essa metamorfose não se refere apenas ao desenvolvimento e convergência material dos aparatos ou sistemas tecnológicos, mas especialmente à alteração dos hábitos e condutas sociais estabelecidas a partir do momento em que as pessoas se apropriam dos novos recursos que se tornam disponíveis (JENKINS, 2006, apud GALVÃO, 2015, p. 42).

Outro estudioso do tema é Roger Fidler, quem considera a convergência como um dos conceitos formadores da *Midiamorfose* e para quem a mutação na mídia não acontece de maneira instantânea senão que emerge gradualmente da metamorfose dos meios existentes:

Fidler não categoriza sua *Midiamorfose* como teoria, mas como forma unificada de pensar a evolução tecnológica dos meios de comunicação. Ele considera ainda que os meios não devem ser vistos de maneira individualizada, mas como participantes de um sistema interdependente onde podem ser observadas relações existentes entre formas do passado, do presente e as emergentes (...) O estabelecimento de uma linguagem digital decorrente da ação de aparatos tecnológicos que mediam à comunicação entre indivíduos, é indicada por Fidler como a *Terceira Grande Midiamorfose*, precedida na história do desenvolvimento da comunicação humana apenas pela fala e a escrita.” (GALVÃO, 2015, p. 43).

Galvão, seguindo a Bolter e Grusin (1999, p.224)³¹ assinala que estes autores consideram a possibilidade de reformulação dos meios; não se trataria da destruição ou substituição de um meio antigo por um novo, senão sua adequação a uma nova condição. (2015, p. 45).

³⁰ Pode-se ver a informação de Negroponte em: www.web.media.mit.edu/nicholas/

³¹ O texto citado é Bolter, J. David e Grusin, Richard. *Remediation: understanding New Media*. Cambridge, Massachussets: The MIT Press, 1999.

De acordo com a linha do tempo, encontra-se que no final do século XX com o “boom” de internet, os meios de comunicação vivenciaram novas formas de configuração na produção, distribuição e consumo de conteúdo. Os suportes de caráter analógico, caracterizados de estáticos, em virtude da migração para sistemas digitais, começaram a operar de maneira integrada e convergente, e ganharam em versatilidade e possibilidades de acesso. Como explica Galvão, a convergência tecnológica relaciona-se com modos de produção, modos de distribuição, mercados e modos de consumo, práticas de regulamento e financiamento (2015. p.37). Esta consideração sobre o fenômeno tecnológico revela que nesse trânsito, há muito de ações estratégicas empresariais com novos e mais serviços para satisfazer às demandas dos consumidores e ampliar ou manter o mercado como enuncia Galvão (ibid.).³² Nesta ordem de ideias, compreende-se o interesse das grandes empresas de comunicação na distribuição dos conteúdos por vários canais, em vez de usar um único suporte midiático. “Esse modelo de convergência das mídias baseia-se também em três grandes círculos sobrepostos em intersecção, que representam as indústrias dos meios eletrônicos (televisão, rádio e cinema), dos meios impressos (jornais, revistas) e dos computadores (tecnologias digitais). (ibid. p. 43). Ou seja, que no processo de convergência não se pode desconhecer os interesses das indústrias de mídia na proliferação de suportes tecnológicos. Se bem que dita afluência e confluência representam bens e serviços, que envolvem, entre outros aspectos, trabalho e ócio, natureza e cultura, arte e ciência; representam também controle da produção, distribuição e consumo de conteúdos.

Mauro Wilton de Souza, referindo-se às interpretações que corriqueiramente se faz das bondades que oferecem muitas práticas com as novas mídias, alerta sobre seu real sentido:

Muitas dessas posturas teóricas interpretativas do lugar dos usuários das novas tecnologias se ressentem dessa maximização antecipatória dos benefícios das novas tecnologias. Na verdade, a través dos blogs, do SMS, da web, reproduzem-se com ferramentas novas e dispersas discursos de ontem buscando desde o advento dessas ferramentas os usuários consumidores e os interesses do emissor. Uma lógica que reproduz práticas de controle social do consumo. (SOUZA, 2010, p.68).

Abrindo o leque do questionamento dos interesses que subjazem nas propostas da convergência mediática, é oportuno o chamado de Eugenio Trivinho sobre a necessária reflexão sobre “a lógica da civilização gestada pelas tecnologias digitais e do virtual”

³² O Galvão retoma as ideias consignadas na Enciclopédia Intercom 2010, p.334

(2001, p.13). Mesmo caracterizado por alguns, como tecnofóbico, sua crítica ao fazer teórico despreocupado com a despolitização de uma realidade- onde prioriza-se o viés tecnológico na organização e funcionamento das sociedades, e o questionamento a adesão irrestrita à lógica da cibercultura e à sua maneira de ser e estar no mundo- continuam sendo vigentes.³³

É o que sói acontecer hoje em dia. Quase toda a produção teórica sobre a lógica da sociedade organizada pela cibercultura e pelo *cyberspace*, tendo por demais suspenso categorias da crítica, já não tem como parâmetro precípua nenhuma produção de tensão com o universo infotecnológico e virtual vigente. Na pior das hipóteses, camuflam-se até as tensões em jogo” (TRIVINHO, 2001, p.17).

O questionamento de Trivinho, referindo-se aos mitos sobre o potencial democratizador, libertador e emancipador das tendências tecnológicas contemporâneas, inseridas na cibercultura servem para refletir sobre certa euforia que impregna muitas propostas de rádio na internet, nas que se presume das bondades referidas ao acesso, participação e interatividade que estas modalidades de rádio propiciariam “*per se*”; como se fossem qualidades intrínsecas da convergência mediática e de suas plataformas.

1.8 Linguagem hipermídia e o princípio da heterarquia

Com o intuito de compreender melhor a maneira como o rádio está se desenvolvendo numa época caracterizada por ambientes digitais, comunicação não lineal e descentralizada, apresentam-se outros conceitos, próprios da cultura digital e reticular. A obra do filósofo alemão Sloterdijk “Esferas (Bolha, Globo e Espumas)”,³⁴ “pode ser lida como uma compreensão da comunicação contemporânea, resultado do encontro entre os seguintes princípios: a historicidade multifocal, a linguagem hipermidiática, a comunicação heterárquica e o diálogo multiperspectivista” (BAIRON: 2010, p. 20). Dos anteriores princípios aqui desenvolve-se o de heterarquia por sua pertinência para a hipótese proposta nesta esta pesquisa. O conceito de heterarquia, que significa “**organização social descentralizada**” entre iguais (ressaltado do autor), e é o oposto da

³³ Este pensamento de Trivinho pode relacionar-se com a preocupação de Armand Mattelard que via com preocupação desde mediado dos anos 90s, a suplantação nas sociedades contemporâneas do discurso político pelo discurso tecnológico.

³⁴ A obra do Sloterdijk aludida, consta de três volumes consecutivos (1998,1999,2004). O volume referido neste trabalho é *Esferas III- Espumas* (2004).

hierarquia, um sistema centralizado e vertical. (CASTILHO, 2008, p.1). Dentre das características da heterarquia assinala-se que:

Procura definir uma forma de **trabalho coletivo** (sublinhado do autor) onde não há um superior e nem uma agenda ou método imposto de cima para baixo, por meio de chefias hierarquizadas. No sistema heterárquico existe uma ordem, decidida pela maioria, ao contrário da anarquia, onde não existe ordem alguma (CASTILHO, 2008, p.1).

A heterarquia, sob determinadas condições, aplica-se à produção e circulação de conteúdos em rádios que funcionam em suportes de internet. O conceito, interpreta a promessa das novas modalidades de produção de conteúdo com a participação de ouvintes ciber ouvintes ou internautas. Em teoria, estes poderiam utilizar os recursos que oferecem as tecnologias de informação atuais e os aplicativos das redes virtuais tais como WhatsApp, Twitter, Instagram e outros dispostos para tal fim. Esta característica significa que é possível uma redefinição do princípio de hierarquia das sociedades conservadoras, e dos sujeitos e fontes que tradicionalmente produzem os conteúdos na mídia. A ideia anterior relaciona-se com as características identificáveis em algumas webs rádios, seu interesse por criar ambientes interativos (seja pelo reconhecimento aos outros como sujeitos comunicantes, seja como estratégia de mercado para ganhar o manter audiências). “A construção, a fabricação e o uso de um ambiente interativo podem tanto estar comprometidos pela técnica como revelados e possibilitados por ela” (SLOTEDIJK, apud BAIRON, 2010, p.22). Esta possibilidade questiona a rigidez na produção de conteúdo, não necessariamente por “vontade democrática” dos meios e seus emissores tradicionais; senão pelo princípio da própria hierarquia. O importante é saber que esta reconfiguração nos papéis dos atores do processo comunicativo não oferece mecanicamente atributos de horizontalidade nas relações entre os atores envolvidos, nem significa que interação é sinônimo de interatividade. No intuito de não confundir interatividade com interação, está o questionamento de Eduardo Meditsch apresentado por Trigo (2002, p.38):

Mas, se todos concordam que esse papel mais ativo do receptor frente à possibilidade bidirecional pode ser visto como uma evolução dos meios de comunicação proporcionada pela tecnologia, a questão da multiplicação dos produtores de conteúdo como caminho de democratização da mídia é vista com ressalvas por Meditsch. Para ele, a maioria veiculará seus conteúdos para audiências baixíssimas, em quanto os grandes fluxos de público continuarão concentrados nos mesmos emissores de sempre, os que detêm os meios sofisticados de produção.

No capítulo três, reflete-se sobre as possibilidades e limitações das propostas comunicacionais de participação e interatividade do rádio na internet ou no web rádio propriamente dito, como também o referente à descentralização da produção e circulação de conteúdos.

1.9 Linguagem hipermídia e reconfigurações do tempo e do espaço na comunicação rádiofônica

Roberto Aguirre estabelece uma relação entre a compreensão filosófica do tempo e a compreensão científica da comunicação humana, e assim, propõe a temporalidade como um esquema organizador da situação comunicativa.

(..) de princípio, a reflexão cosmológica da filosofia clássica não inclui à Comunicação como um fenômeno da Natureza e a localiza no âmbito da Retórica, ou seja, no âmbito da Linguagem. (...) em contraparte, o tempo tem estado desde cedo na reflexão cosmológica da filosofia clássica junto a categorias como quantidade, número, continuidade, movimento, espaço, matéria, massa, energia; todos eles rasgos que explicam às entidades físicas e biológicas. (2012, p.104).

Não é competência deste texto, nem as tem quem escreve, aprofundar em reflexões sobre como são abordadas categorias de espaço ou tempo em Kant,³⁵ ou debater sobre como a noção de tempo tem sido de fundamental interesse para a filosofia; do complexo pensamento filosófico, humildemente se extrai, seguindo a Aguirre, “(...) a reflexão sobre a experiencia subjetiva do tempo como condição organizadora e criadora do mundo da experiencia humana” (2012, p.106) e tenta-se construir uma relação entre esta reflexão e o rádio.

A noção de tempo pode-se aplicar à noção de sucessão e organização sequencial e ao conceito de duração aplicado ao intervalo entre dois eventos sucessivos. Diz Aguirre que não há duração sem sucessão e vice-versa (2012, p.,110). Assinala também, que o Tempo, considerado como esquema organizativo, tem componentes que projetam, em outros âmbitos experienciais seu padrão de organização. O esquema envolve interações

³⁵ Para Immanuel Kant (1724-1804), espaço e tempo são firmas puras de sensibilidade. (Aguirre, 2012, p. 105).

participativas, experiências corporais e operações cognitivas. (ibid., págs.111-112). Entre os princípios, referidos à representação cognitiva o autor apresenta a linguagem, como sistemas de estrutura mento conceitual.

Dado o caráter semiótico-social da linguagem, a representação linguístico-cognitiva do tempo não só organiza o acontecimento observado, senão todo o evento de fala, ou seja, é relativa à temporalidade de uma atividade de escritura por parte do enunciante; a uma temporalidade do discurso, e a uma temporalidade da atividade leitora dos intérpretes. (AGUIRRE, 2012, p.112).

Pode-se perceber que o autor seguido, em suas reflexões, está se referindo à linguagem em geral, à estrutura da língua e seus componentes de linguagem verbal (escrita ou oral). Porém, extrapolados seus aportes ao campo do rádio e à linguagem de hipermídia-própria do ciberespaço, compreende-se que uma coisa é o tempo organizado dentro de sistemas de caráter analógico, e outra coisa é que seja organizado no interior de sistemas digitais e reticulares. Por outro lado, permite identificar o contraste entre o que ele denomina “entidades físicas e biológicas”, e as que se denominam, na cibercultura, de entidades virtuais. Além disso, pode-se estabelecer outros contrastes dos elementos enunciados, tais como velocidade do movimento, materialidade de sua natureza, volume da massa, e o espaço no qual localizam-se, seja território geográfico ou virtual. Aplicado ao universo do rádio permite estabelecer contrastes entre a produção e circulação de conteúdos no rádio de ondas hertzianas e o rádio na internet.

As ideias de Aguirre, trasladadas ao campo do rádio, mostram que no sistema analógico, a organização sequencial é uma condição de existência; no caso do digital e do hipermediático não é, devido à própria estrutura da rede nas que se albergam. Igualmente sua reflexão sobre o caráter semiótico-social da linguagem, é sugestivo para refletir sobre as representações que se constroem nos âmbitos de produção, circulação e consumo no rádio na internet, e sobre a noção de sujeito que subjaz em experiências comunicativas mediadas pela cibercultura.

Referindo-se às formas que adquire a organização social no mundo contemporâneo, Trivinho assinala que a lógica da velocidade e da aceleração no tempo, explica como funciona e se estrutura a cibercultura (2001). Na cibercultura se concretiza um novo regime de poder, trans político, o qual Trivinho denomina de dromocracia (2001, p. 220).³⁶

³⁶ “O conceito de dromocracia, pretende dar conta, portanto, da superação da forma política pela tecnológica de existência que subjaz na cibercultura” (RÜDIGER, 2013, p. 202).

No que tange ao binômio espaço/tempo, os longos e habituais transcurso da história, bem como a geografia do planeta são submetidos à lógica da instantaneidade: desaparecem. Tudo se dobra à tutela da imediatez. Ao mesmo tempo que o planeta é sacudido pela desterritorialização, ele se reterritorializa na e a través das redes. No compasso da ‘temporalização’ do espaço urbano efetuada pelo tempo real da velocidade da luz, processa-se também a socio espacialização do tempo na forma de imagem mediática da tela como o novo contexto da atuação humana”. (TRIVINHO, 2001, p. 64).

A linguagem hipermediática, própria da cibercultura, manifesta as formas que adquire o mundo contemporâneo. A lógica que subjaz e que impregna suas expressões, é a da velocidade e a descentralização. Como assinala também Rüdiger, seguindo a Nicholas Carr,³⁷ trata-se, por efeito da internet, da transição de um modo de pensar concentrado, linear e focal, para outro superficial, disjuntivo e veloz (2013, p. 55).

Referindo-se ao contexto de desenvolvimento tecnológico de estrutura de rede e da configuração contemporânea da comunicação que se dá na pós-modernidade, Mauro Wilton de Souza assinala que:

Esse novo universo também denominado de ciberespaço, rompe paradigmas do tempo e do espaço marcados pela modernidade, rearticula identidades e fronteiras criando como que um mundo paralelo, agora estruturado em redes e em ambientes mediados por computador (2010, págs. 70-71).

No ambiente do ciberespaço, onde localiza-se o rádio via internet, imprime-lhe o caráter de desterritorializado. Sua modalidade de difusão, permite a recepção a partir de pontos remotos do globo, isto representa, superação fronteiras geográficas e possibilita certa aproximação, de caráter virtual, de indivíduos, de conteúdos, de realidades e distantes.

O ingresso do rádio ao ciberespaço ampliou seu alcance além do aparelho tradicional de sinais de antena. Fez possível, a partir de qualquer computador conectado à rede, acessas as rádios na internet. Isto significou ampliação de circulação de conteúdos, atingir locais geograficamente distantes e aumento nas possibilidades de recepção de suas mensagens.

Os últimos tópicos abordados neste capítulo mostraram que o rádio localizado em ambientes de ciberespaço, tem outras espacialidades e temporalidades. Também que, com a convergência midiática, apresenta processos de produção, circulação e consumo que

³⁷ Nicholas Carr. *The Shallows*, Nova York, Norton, 2010, p.2

divergem em muitos aspectos do rádio de caráter analógico. Porém, à luz dos conceitos de vários autores abordados neste capítulo, infere-se que as transformações não são só tecnológicas, senão estruturais, contextuais, e de sentido. As técnicas estão também condicionadas por outros fatores que incidem na modificação dos dispositivos. Como Jesus Martin Barbero diz, “a mediação deixou de ser instrumental para se converter em estrutural, pois a tecnologia remete hoje não aos aparelhos, senão aos novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escrituras (...)” (MARTIN BARBERO, 2005, p.14).

Como é assinalado por Eduardo Meditsch:

A mediação técnica e tecnológica condiciona a evolução do meio, mas não o determina. A própria identidade da rádio é dada mais pelo uso social específico de um conjunto de técnicas do que por uma técnica em si. Por isso pode-se falar de sua existência, enquanto instituição, desde que a primeira emissora regular entrou em operação, embora as condições técnicas de produção, emissão e recepção naquele momento muito pouco tivessem em comum com as atuais. (MEDITSCH, 2001, p.123).

Trata-se então de ir além da pergunta pelos instrumentos e aparelhos e reconhecer que junto às transformações tecnológicas, sucedem transformações expressivas, comunicacionais e socioculturais e compreender as inter-relações entre as mudanças no rádio e as transformações comunicacionais, socioculturais e tecnológicas das sociedades inseridas, ou em via de inserção, na cibercultura.

CAPÍTULO 2

*O rádio que se vê: da imagem acústica à
imagem hipermidiática*

2 O RÁDIO QUE SE VÊ: DA IMAGEM ACÚSTICA À IMAGEM HIPERMIDIÁTICA

Este capítulo está dedicado ao tema do rádio. A partir da revisão dos princípios da linguagem escrita e oral, analisa-se a presença desta última na linguagem radiofônica e as propriedades que lhe são atribuídas em cenários de cultura analógica. Posteriormente, aborda-se o tema da oralidade mediatizada e da “cultura do ouvir”, e depois assinalam-se os contrastes que surgem quando os processos de produção, circulação e consumo de conteúdos radiofônicos se situam no contexto da convergência midiática e da linguagem hipermidiática, próprias da contemporaneidade. Para cumprir este propósito, descrevem-se as migrações tecnológicas acontecidas no rádio, e o trânsito dos sistemas analógicos aos digitais e o rádio na internet; indo além do fenômeno tecnológico do meio, para identificar suas transformações como prática comunicativa e cultural. Pretende-se mostrar as reconfigurações na estrutura e narrativa da linguagem, nascidas no cenário da cibercultura e da convergência midiática.

Assim, aproxima-se às formas contemporâneas de fazer rádio e seus múltiplos recursos, evitando irrestritas adesões ou condenações que não expressam a complexidade do fenômeno vivenciado. Interessa mais ver como ditas formas da comunicação radiofônica expressam tempos, espaços e ritmos históricos das sociedades.

Neste capítulo não podia faltar o tema da relação rádio e públicos, a partir das propostas de participação e a interatividade mediadas pelos novos recursos tecnológicos, porém o tema será expandido no próximo capítulo. Em qualquer dos dois momentos, sempre olhado criticamente, enunciando seu real alcance ou os mitos sobre o tópico da coautoria dos chamados antigamente receptores, e hoje denominados interagentes.

2.1 Linguagem, oralidade e escritura

O contexto imediato para compreender a natureza do rádio e sua construção como campo do saber, disciplina e atividade, tem sua genealogia na linguagem oral. De maneira general pode-se compreender como linguagem, um sistema de signos para a informação e a comunicação, este nos manifesta como seres no mundo, disse Walter Ong (1987).

Luis Fernando Marin (2005, págs. 74-75) aponta que as relações que estabelecem os seres humanos com a natureza, outros seres, e a sociedade em conjunto; são mediadas a

través da linguagem. O ser humano é um animal simbólico que interpreta e constrói sentidos.

As ações humanas, as percepções e a linguagem são estruturas configuradas e configuradoras da realidade. A estruturação da realidade é uma interpretação, uma construção compreensiva da mesma, compreendemo-la através da linguagem, da ação e da tradição.

A linguagem é gerada no seio da comunidade primitiva para satisfazer as necessidades básicas de sobrevivência e de vinculação, e vai se transformando ao longo do tempo. Existe cada vez que o ser humano se expressa, valendo-se de signos de diversa índole (visuais, auditivos, mímicos, pictóricos, musicais, etc.), que servem para decodificar determinadas mensagens. Porém fundamentalmente a linguagem gera sentido.

Sentido é o que se constrói na abertura da compreensão. Há sempre uma visão prévia que possibilita que algo se torne compreensível como algo (...). Ser e linguagem são a mesma coisa. Não há como instrumentalizar os signos para entendermos sua essência, assim como não podemos pensar sem signos (...) (SLOTERDIJK, apud BAIRON, 2010, págs. 25-26).

Segundo Walter Ong, os seres humanos se comunicam de inumeráveis maneiras usando todos seus sentidos: o tacto, o gosto, o olfato, a visão e o ouvido. Porém, deve-se reconhecer que a sociedade humana se formou primeiro com a ajuda da linguagem oral.

Onde quer que há seres humanos, terão uma linguagem, e em cada caso um que existe basicamente como falado e escutado no mundo do som (...) Ainda mais, dentre muitas milhes de línguas, três mil aproximadamente, só se tem plasmado em linguagem escrito, cerca de 80; centos de línguas em uso ativo, não se escrevem nunca. (ONG, 1987, págs. 16- 17).

Para Ong, todos os textos escritos devem estar relacionados de alguma maneira, direta ou indiretamente, com o mundo do som, o ambiente natural da linguagem, para transmitir seus significados. “A escritura não pode prescindir da oralidade. A expressão oral pode existir sem escritura, pero nunca há havido escritura sem oralidade” (1987 p.17).

A opinião de Ong, é que a concentração da própria cultura nos textos, trouxe consequências ideológicas. Estendeu-se a impressão de que, aparte do discurso escrito, as formas orais eram indignas de um exame sério. “Se bem as palavras estão fundadas na fala oral, a escritura as encerra tiranicamente para sempre em um campo visual” (1987 p. 21).

Para Ong, as culturas orais produzem, efetivamente, representações verbais de grande valor artístico e humano, as quais perdem a possibilidade de existir uma vez que a escritura toma posseção da psique. Não obstante, afirma que sem a escritura, a consciência humana não pode alcançar seu potencial mais pleno, não pode produzir outras criações. “Neste sentido, a oralidade deve e está destinada a produzir a escrita. Isto permite o desenvolvimento da humanidade”. (1987, págs. 23 - 24). A palavra sonora não tem presença visual mesmo que os objetos que represente sejam visuais. As palavras são sons e para “vê-as” ou representá-las dependem da escritura. (ibid., p.38). Por outra parte, o domínio de sistemas de escritura pressupõe a atividade da escritura.

A atividade da escritura deve definir-se em termos de comunicação humana, a qual pressupõe pela sua vez a noção de significado e de sensações visuais, devido a que a escritura é uma comunicação que opera através da percepção visual de inscrições, e não a través da percepção de som e de gestos” (CROFT E CRUSE, apud DOMINGUEZ, 2011, p.15).

Mesmo assim, Ong afirma que o som guarda uma relação especial com o tempo, diferente dos demais campos que se registram na percepção humana. “Não existe maneira de deter o som e contê-lo (...). Se paralisar-se o movimento do som, não se tem nada: só o silêncio, nenhum som em absoluto” (ONG, 1987 p. 38). O som se resiste a uma ação imobilizadora. Todo som, e em especial a enunciação oral, é dinâmico, conclui o autor.³⁸

Trata-se de experiências sensoriais que obedecem à natureza diversa, com materialidades específicas, e percebidas de distinta maneira. Neste sentido poder-se-ia falar de tipologias nas quais se enquadrariam as diversas linguagens.

Mostrando as relações entre o olho e o ouvido, Wulf lembra que enquanto o primeiro reduz o mundo a uma imagem bidimensional, o segundo capta tridimensionalidade do espaço. Enquanto o olho, altamente centrado, percebe objetos que se encontram à sua frente, de forma estática, o ouvido permite o senso do equilíbrio, o sentido de localização no espaço e a percepção da sucessão dos sons na perspectiva do tempo. (MENEZES, 2012, p. 22).

Na linguagem escrita (pelo menos na de caráter científico), a expressão de ideias é mais lineal, organizada e exata. Em contraste, a linguagem oral coloquial, tem outros

³⁸ Posteriormente se introduz uma reflexão sobre o tema dos arquivos sonoros denominados “podcast” onde de alguma maneira há congelamento do som, mas Ong não teria como saber, pois, esta tecnologia desenvolve-se quando ele já tinha idade avançada e estava retirado do mundo acadêmico. Morre aos 90 anos, em 2003.

percursos, não necessariamente sequenciais e articulados;³⁹ requer da memória e de estratégias para que as lembranças permaneçam. Um dos recursos que ajuda é o ritmo; há um nexo entre as normas orais e o ritmo, daí a importância da repetição de frases, da musicalidade, da cadência. Mesmo indo um passo em frente do tema tratado, a seguinte reflexão sobre a relação do ritmo e do rádio, é oportuna:

O ritmo presente no corpo e nas enunciações orais, tão explorados pelas comunidades de oralidades primárias a partir de sua linguagem versificada e rimada com objetivos de memorização, ainda surge para o meio rádio como potencialidade a ser explorada tanto pelo texto a ser oralizado, como pela voz na ativação de seu encantamento oral, persuasão e sedução da escuta do ouvinte. (SILVA, 2012, p.85-86).

Roberto Dominguez, referindo-se ao livro de Walter Ong *“Oralidade e Escritura: as tecnologias da palavra”*, assinala que o autor convida para “pensar no fenômeno da gestação, a criação, a transmissão e circulação da palavra como logos e como signo, como marca no tempo e como consciência do conhecimento (DOMINGUEZ, 2011, p.2). A preocupação de Ong, afirma, é pela relação entre a forma do procedimento de pensar e a maneira em que os conteúdos são colocados em determinados formatos. Refere-se à pergunta pelos suportes da informação, seja oral ou escrita, e de sua relação com o pensamento, estabelecendo a relação entre estruturação de pensamento e materialidades. “Havelock (1963) demonstrou como os inícios da filosofia grega estiveram relacionados com a estruturação do pensamento originado pela escritura” (DOMINGUEZ, 2011, p.8). A reflexão de Dominguez, mostra a maneira como Ong consegue definir as fracas fronteiras entre o oral e o escrito, e dissipa qualquer ideia sobre aparentes contradições no pensamento do Ong:

(...) os estudiosos da linguagem, podem fazer considerações sobre o conceito da escrita como uma forma em diálogo com o oral, sem supeditar este último aspecto ao primeiro. Ong promove uma releitura das tradicionais concepções errôneas acerca do oral como um subsistema do escrito ou vice-versa, de uma oralidade primária e causa de uma escritura em linha reta. Pelo contrário acreditamos que os aportes principais desta obra estão no sentido da discussão, o questionamento e a pesquisa das correspondências entre um sistema e outro. (DOMINGUEZ, 2011, p.15.)

³⁹ Com esta condição, está próximo à produção e consumo de maneira não linear, próprio da rádio na internet.

2.1.1 Oralidade primária, secundária (mediatizada no rádio) e terciária (na rede)

Entende-se como **oralidade primária** aquela própria das comunidades que não tiveram contato com a escrita. É típica das culturas que não foram expostas aos processos de alfabetização tradicional e que transmitem seu conhecimento e cosmogonias através da oralidade. Nas culturas orais privilegia-se e estimula a descrição, a verborreia, a redundância, a espontaneidade, a vivência quotidiana, e certa “desordem” na expressão das ideias; é o que se denomina “a linguagem coloquial”⁴⁰. A oralidade primária também se caracteriza pela ausência de mediação tecnológica; com o aparecimento das tecnologias de informação, deu-se o seguinte processo:

Passou-se de uma oralidade primária (oralidade de uma cultura que carece de todo conhecimento da escritura ou da impressão) a uma secundária, na que se mantém uma nova oralidade mediante o telefone, o rádio, a televisão, internet e outros aparatos eletrônicos que para sua existência e funcionamento dependem da escritura e a impressão (ONG, 1987 p. 20).

O fato de que a oralidade primária transforme-se pela ação da escritura, não significa que desapareça. Segundo Ong (1971), uma tecnologia de pensamento emergente raras vezes aniquila as que a antecederam. ((BOTERO; DUQUE, 2016. Documento eletrônico). Neste movimento é que emerge a **oralidade secundária**:

A oralidade secundária é própria de sociedades que conhecem e usam a escritura, mas que não prescindem da oralidade para se comunicar.(...) As diferenças radicam nas formas de produção e reprodução do conhecimento, e na maneira como o remanescente oral manifesta-se na quotidianidade (Ong, 1977) e na mediação mecânica ou eletrônica que se dá neste tipo de oralidade. A situação torna-se complexa com o aparecimento dos meios de comunicação e a introdução de novas formas de representação e narração. (BOTERO E DUQUE, 2016. Documento eletrônico).

Dentre esses meios de comunicação que inauguram uma nova oralidade, afirma Ong, estão “o telefone, o rádio, a televisão, internet e outros aparatos eletrônicos que, para sua existência e funcionamento, dependem da escritura e da impressão (ONG, 1987 p. 20).

Lembra-nos Meditsch que Walter Ong, “investigou as diferenças -na produção e distribuição de conhecimento- entre as sociedades com base tecnológica oral e escrita e, a partir disso, definiu características específicas da nova forma de oralidade criada pela tecnologia eletrônica (2008, p.121). Um olhar diacrônico da linguagem mostra o trânsito

⁴⁰ Em contraste com isto, a linguagem mediatizada na rádio analógica, é mais sintética, direta, não sinuosa. E os conteúdos na web rádio, costumam ser mais curtos e se estruturam em linguagem coloquial.

de uma cultura oral a uma cultura letrada e a escritura como uma tecnologia que permite a conservação e o traslado dos enunciados, além das circunstâncias de sua enunciação, disse Meditsch (2008). “(...) a escrita, ainda mais quando potencializada pela imprensa, representou, também, uma nova tecnologia intelectual, permitindo a acumulação e o processamento de informações e conhecimentos muito além da memória biológica dos seres humanos” (2008, p.121).

Em síntese, o percurso da linguagem mostra que, com o advento da escrita, há alteração da forma de enunciação verbal e, com o advento da tecnologia eletrônica, há alteração da escrita. Com o advento do complexo informático digital e de internet chegam transformações na tecnologia eletrônica e se institui uma **oralidade terciária**:

As novidades narrativas e ecológicas que trazem os novos médios e plataformas de comunicação criam o termo *oralidade terciária* para definir a oralidade própria dos meios digitais. Segundo Logan (2010), este é o ‘território da oralidade digital, ou seja, a oralidade dos correios eletrônicos, blogs, listas de servidores ou mensagens de texto mediados, paradoxalmente, pelos textos escritos transmitidos por internet’ (p.103). A inclusão deste terceiro tipo de oralidade assinala o complexo e enriquecido ambiente de produção e escuta do rádio digital, que incorpora diversas tecnologias de maneira simultânea. (BOTERO; DUQUE, 2016. Documento eletrônico).

No caso do rádio de caráter analógico, sua natureza e estruturação narrativa têm como base a oralidade da palavra. E desta deriva-se uma particular forma de perceber e interpretar o mundo. Porém, o fato de que, em muita de sua produção, se escrevem roteiros para serem lidos, envolve uma oralidade secundária, com sua particular configuração de mundo. Já no caso de emissoras na internet, está-se perante uma oralidade terciária, onde há conjunção de linguagens e suportes.

Afirma Eugênio Menezes (2010, p. 217) que “a oralidade no rádio não é a oralidade comum das experiências de comunicação face a face; expressa uma mistura da oralidade com um ‘mundo da escrita e um modo eletrônico por trás de sua produção’ (MEDITSCH, 2003),⁴¹ impõe-se como oralidade mediatizada (ZUNTHOR, 1993; SILVA, 1999)”. Para Menezes, a oralidade, por ação dos equipamentos eletrônicos; geraria uma oralidade mista onde articular-se-ia o oral e o escrito (2010, p.218).

⁴¹ O livro referenciado é: MEDITSCH, Eduardo. Meias verdades que continuamos ensinando sobre o rádio jornalismo na era eletrônica. **Conexão** – Comunicação e Cultura. Caxias do Sul. Vol. 2, n. 3, 2003. p. 99-110.

Para Fernando Vasquez, (1998, p. 21), a palavra rádio, significa som:

Falar de rádio é, dizer oralidade. O rádio e a voz se juntam, se conjugam. E disser oralidade, hoje (sic) sobre todo, significa instaurar ou reconquistar o espaço do diálogo, da conversa, do colóquio. O rádio a diferença da escritura, resgata para nós o calor da voz, a certeza da palavra que se torna companhia.

O rádio localiza-se cronologicamente entre o aparecimento do cinema e da televisão. Estes últimos estão envolvidos com a imagem visual e têm seus antecedentes na fotografia, enquanto o rádio como meio acústico; prescinde da imagem visual, têm sua expressão na palavra sonora, na língua viva. No rádio “o som é um todo sobre quem criar uma linguagem que tem como centro tudo o que for escutado” (ELDANI; RIFAAT, 2011 p.11).

O rádio de sinais hertzianos é o meio que mais utiliza a palavra para enviar suas mensagens. É um meio de comunicação com um único suporte comunicativo: o som, por tanto as mensagens que comunica são de natureza oral para serem percebidas por via auditiva; esta é a principal referência das peculiaridades da linguagem rádiofônica e do rádio transmitido por via analógica. (ORTIZ; MARCHAMALO, 1994 p.23). Sendo diferente sua natureza à da imagem, o rádio desenvolve sua própria forma narrativa. Enquanto que no rádio de caráter analógico a essência é o som, no cinema e na televisão este é um complemento narrativo e expressivo. Cumpre seu objetivo a partir da funcionalidade que representa para o roteiro, pelo tanto, a presença do áudio e do sonoro no cinema e na televisão, não se pode considerar em nenhum momento como um fenômeno de radiodifusão.

Muitos dos interrogantes que hoje surgem no estudo das redes sociais, para Dominguez (2011), nasceram também perante a mudança da tecnologia oral à escrita; Ong “nos faz lembrar que a tecnologia não é mais importante que o usuário, quem lhe dá o valor agregado” (2011). Daí que as ideias de Walter Ong acerca da oralidade e sua relação com a escritura e as imagens, ajudam a compreender o percurso vivido no rádio, e não só nas suas peculiaridades tecnológicas, senão em seus traços socioculturais. O anterior significa que o rádio não pode esgotar-se nas técnicas de produção, distribuição e consumo de conteúdos; senão que devesse entender a partir do momento histórico e dos contextos nos que a comunicação rádiofônica surge.

À maneira de fechamento do título desde item (porem presente nos próximos), vale a pena ter presente o pensamento de Menezes sobre o trânsito ou mobilidade da linguagem em distintas materialidades (2010, p. 219):

As experiências das diversas oralidades mencionadas lembram os processos de abstração, no sentido de subtração de partes, presentes no que o filósofo tcheco-brasileiro Vilém Flusser chamou de ‘escalada da abstração’. Flusser observou a dimensão subtraída na passagem da comunicação tridimensional, com o corpo todo e todos os sentidos, para a comunicação bidimensional, a das imagens registradas em pedras ou outros suportes. Observou ainda a passagem para a comunicação unidimensional, a do traço e da escrita linear e, enfim, a simplificação da comunicação nulodimensional presente no universo digital calcado em números e fórmulas abstratas (Menezes, 2009).⁴² [o autor cita-se dentro da cita].

2.1.2. Rádio e “a cultura do ouvir”⁴³

Os itens descritos anteriormente, “linguagem, oralidade, e escritura”, e “oralidade primaria e oralidade midiaticizada no rádio”; alinham-se com a observação de Menezes, (2012) referida a que humanidade tem passado por diversas fases históricas nas quais, algum, dentre dos órgãos dos sentidos, foi privilegiado em ambientes culturais diversos. Posteriormente vai se expor no decorrer do capítulo, que no cenário da convergência midiática, se faz uma “orquestração de sentidos”, e no capítulo terceiro há um aprofundamento a partir da reflexão sobre as competências perceptivas do sujeito que navega no ciberespaço. Por enquanto vale a pena deter-se no que significa “a cultura do ouvir”:

Quando nos referimos à cultura do ouvir advogamos a necessidade de pesquisarmos com maior profundidade as relações entre a visão e a audição nos processos comunicativos. Se, como já observamos, por uma perspectiva temos o olho que reduz o mundo a uma imagem bidimensional, em outra temos o ouvir e a percepção da tridimensionalidade do espaço (MENEZES, 2012, p. 23).

São os sentidos que possibilitam que os seres percebam o mundo exterior e o interior; o seu próprio, seu conforto ou desconforto. É a partir deles que se dá a

⁴² O texto é: FLUSSER, Vilém. El gesto de oír música. In: **Los gestos**. Fenomenología y Comunicación. Barcelona: Herder, 1994.

⁴³ O título deste capítulo inspira-se no título do livro de Eugênio Menezes: “A cultura de ouvir- Os vínculos sonoros na contemporaneidade”. São Paulo, Plêiade, 2012.

aproximação à natureza, ao mundo das coisas e aos outros seres; tudo em um processo de mediação que envolve representações da realidade, da cultura e dos imaginários individuais e sociais. Referindo-se ao fenômeno do ouvir, Menezes remete à fenomenologia da percepção exposta por o pensador Merleau-Ponty.

Analizando a percepção do universo sonoro no contexto da cultura do ouvir, percebemos, também como Merleau-Ponty, a circularidade entre falar e escutar, entre ver e ser visto. Para ele, ‘o quiasma, a reversibilidade, é a ideia de que toda percepção é forrada por uma contra percepção’, ‘é ato de duas faces, onde não mais se sabe quem fala e quem escuta’.⁴⁴ (MENEZES, 2012, p. 29 - 30).

O rádio de caráter hertziano, reivindica fundamentalmente o sentido do ouvido (num mundo donde a imagem visual impera). Ele desenvolve outro tipo de “visão”; imagens orais-acústicas que se transformam em visuais. São imagens próprias do mundo da imaginação; porque se trata de um meio “cego”, daí a expressão de Walter Alves quando afirma que o rádio “é a maior tela do mundo”.⁴⁵ No rádio análogo quando a literatura se funde com as transmissões radiofônicas, se tecem ficções que, graças à magia do som, impactam às massas. Ficções que se confundem com a realidade como foi o caso gerado pela transmissão de “a invasão desde Marte”, adaptação da obra de H.G. Wells “A Guerra dos Mundos”, cuja montagem e direção foram realizadas por Orson Wells. Ali encontra-se uma literatura viva, fundada na palavra falada ante um microfone, e enriquecida a través das possibilidades expressivas, descritivas e ambientais da música y dos efeitos de som; é que o rádio analógico, é o reino da imaginação.

Relacionado com o anterior, vêm a reflexão de Vasquez (1998, p.22): “Antes de sermos escritores fomos falantes. A voz vem a nós como um dom ou como uma conquista; a voz é seguirá sendo a primeira criação. O verbo é o gestor do mundo. A palavra, a oralidade, o rádio, segue sendo a voz que anima quaisquer gênesis”. Pelo menos por enquanto; de fato, ainda nas modalidades de rádio na internet, mesmo com a convergência mediática, a voz ocupa a maior porcentagem dos recursos utilizados para apresentar os conteúdos. Mas ninguém, têm certeza que será assim no futuro distante.⁴⁶ É nessa

⁴⁴ O livro do qual vêm a citação é “O visível e o invisível”. São Paulo: Perspectiva, 2003, p. 238.

⁴⁵ A expressão vem do título do livro: “La rádio, la mayor pantalla del mundo” (1983) do radialista brasileiro Walter Alves, quem foi por aproximadamente duas décadas treinador dos cursos de rádio oferecidos por Rádio Netherland.

⁴⁶ Alguns futurólogos afirmam que o humano do futuro vai se comunicar a través de chips implantados no cérebro que vão operar de maneira semelhante à comunicação telepática e que as cordas vocais e todo o aparato de fonação de palavras e sons, terá drásticas transformações.

perspectiva que vêm à tona a sugestão de Menezes: “Entendemos que o cultivo do ouvir pode enriquecer os processos comunicativos hoje muito limitados à visão e nos ajudar a viver melhor num mundo marcado pela abstração (MENEZES, 2012, p. 33); e faz um chamado para que seja avaliado o que ganhou-se e o que perdeu-se no trânsito entre os diferentes processos de abstração.

Eugénio Menezes, delimitando as mudanças no universo do rádio, adverte que as transformações técnicas e culturais em andamento na cultura digital alteram hábitos estabelecidos nas formas de criação e apropriação da voz e do áudio. Também questiona o fato de que as formas de transmissão sonoras não mereceram ainda a mesma dedicação das formas de transmissão visual (2012, p.27), crítica oportuna perante o protagonismo da cultura das imagens nas sociedades contemporâneas.

Já Schafer (2011), em seu estudo sobre as paisagens sonoras⁴⁷, afirma que não é possível falar em prioridade do ouvir, pois “no Ocidente, o ouvido cedeu lugar ao olho, considerado uma das mais importantes fontes de informação desde a Renascença, com o desenvolvimento da imprensa e da pintura em perspectiva” (SCHAFER, 2011, p. 27).

As observações de Schafer e de Menezes, suscitam perguntas sobre a sobrevivência da “cultura do ouvir” nas sociedades caracterizadas como de cibercultura, e inversas: como pôde interpelar, a ideia da “cultura de ouvir” os processos comunicativos que se dão na internet, onde há visão e som passam por reconfigurações perceptivas e narrativas?

Finaliza-se este item com a afirmação de que falar da rádio, quando a imagem e a letra aparecem em destaque, não deixa de ser um ato irreverente. E falar de rádio via sinais hertzianos, em tempos de redes e ciberespaço, parece uma heresia. Porém, há algo na oralidade, em sua viveza, que ainda assombra; o rádio parece ser uma evidência da condição de seres humanos. A ideia vai no sentido da reflexão de Francisco Rüdiger (2013, p.20), abordada no primeiro capítulo, referente à visão orgânica do homem e a sua visão tecnológica, gerada pela integração do ser humano em redes de comunicação cada vez mais complexas.

2.1.3. Componentes da linguagem rádiofônica

Com o intuito de oferecer insumos para contrastar a linguagem rádiofônica própria do rádio de caráter analógico, com a linguagem híbrida, própria do rádio na

⁴⁷ Schafer (2011) define paisagens sonoras como o ambiente sonoro, qualquer porção do ambiente sonoro vista como um campo de estudo.

internet; apresentam-se, sucintamente, os componentes clássicos da linguagem rádiofônica analógica.

Segundo a literatura sobre o tema, (KAPLUN, 1978, BALSEBRE, 1994) o rádio fundamenta sua capacidade de comunicar em quatro tipos de recursos: a palavra (texto falado), a música, (linguagem das emoções e sensações), os sons e efeitos (linguagem das coisas), e o silêncio, este último fundamental nas pausas radiofônicas.

Para Ballsebre trata-se de:

(...) o conjunto de formas sonoras e não sonoras, representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto de recursos técnico-expressivos de reprodução sonora e pelo conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos radiouvintes. (BALLSEBRE, 1994, p. 27).

Para Mario Kaplún, (1978, p.197):⁴⁸

O rádio – ainda o falado-não é só palavra. É também música e sons. (...) o rádio é um meio particularmente sugestivo (...), para compensar a unisensorialidade do meio, se requer suscitar nas nossas emissões uma variada gama de imagens auditivas. A través do ouvido temos que fazer ver e sentir as coisas ao ouvinte. Pois bem, na produção dessas imagens auditivas, a música e os sons serão nossos dois preciosos auxiliares. Os sons ajudarão para que o ouvinte “veja” com sua imaginação o que nós desejamos descrever; a música, ajudará sentir as emoções que nós tratamos de comunicar-lhe.

Acerca dos sons em geral, a descrição de Menezes é oportuna:

Os sons permitem a localização dos corpos dentro do ventre materno, dentro de uma caverna ou em movimento pelo planeta. O ouvido, além de captar sons, isto é, perceber ondas de compressão e rarefação, propagadas através de um meio, também é responsável pelo sentido do equilíbrio. O ouvido, também é de fundamental importância para o homem perceber a distância entre as coisas, delimitar o espaço, localizar-se nesse intervalo entre coisas ou indivíduos. (2007, p.34).

Os recursos expressivos anteriores aparecem nas emissões dos programas, com maior a menor frequência, dependendo do tipo de programa e da intencionalidade que tenham seus produtores; seja o que for, eles contribuem com o aspecto estético e artístico

⁴⁸ O texto original do livro “Producción de Programas de Rádio-El Guión y la Realización”, está em espanhol. A tradução do fragmento é minha.

da produção rádiofónica. A articulação dos componentes da linguagem rádiofónica é denominada por alguns de sonoplastia e seu objetivo é compor um ambiente acústico para o texto falado -no caso dos programas denominados por Mario Kaplún, (1978) “de conteúdo”.

A sonoplastia pode ser entendida como o conjunto de elementos sonoros disponíveis para a composição da Paisagem Sonora; esse conjunto de elementos equivale -se a qualquer outro conjunto de sinais que, originariamente, são dotados da capacidade de funcionar como suporte material, isto é, como material signifiante da comunicação sonora. (JOSÉ e SERGL, s.d., p.8).

O rádio desde a perspectiva da estética, é semelhante a uma orquestra sinfônica, onde cada instrumento tem sua funcionalidade e onde todos são coadjuvantes de um produto único e de qualidade. Por isso um programa de rádio, onde o valor estético seja vigente, pode ser chamado de obra rádiofônica.

A obra rádiofônica é capaz de criar um mundo próprio com o material sensível de que dispõe, partilha o estado de ânimo do narrador e das personagens, descreve a personalidade o carácter dos protagonistas, exibe a desenvoltura e a amabilidade do repórter, cria com suas próprias leis um universo acústico da realidade, e, por isso, tem o poder de seduzir os ouvintes. (MENEZES, 2007b, p. 116).

2.1.4. Novas configurações da linguagem rádiofônica

Os teóricos, analistas e realizadores de rádio hertziana sempre assinalaram que o som era seu suporte comunicativo, e que suas mensagens só podiam perceber-se por via auditiva. Porém, é sabido que devido às inovações tecnológicas suscitadas pelas hibridações mediáticas, atualmente, envolvem-se outros suportes e materialidades e a audição não é só unisensorial, senão também multissensorial. Na atualidade, a partir das linguagens emergentes, mediadas pela convergência midiática, os tradicionais elementos da linguagem rádiofônica têm modificações devido a que a própria oralidade e a oralidade mediatizada altera-se quando o conteúdo se veicula no rádio na internet e na web rádio. A ciber oralidade pode ser acompanhada de música, sons e silêncios; mas as imagens -com a que acostumasse apresentar conteúdos, ao terem uma materialidade diferente, estruturam-se sob uma narrativa audiovisual onde o carácter sugestivo do meio passa por outras vias.

O rádio essencialmente sonoro, aquele com a ‘ausência de encarnação e onipresença de uma voz pura’ de que falava Charaudeau (1997, p. 119)⁴⁹, está sendo profundamente reconfigurado no atual ecossistema midiático, deixando de ser centrado apenas na oralidade e transitando entre áudio e imagens, com circulação em redes. (PRATA; CALDAS; AVELAR, 2017, p.1)

Ainda que a convergência mediática interpela as bases da natureza da linguagem rádiofônica, não significa que o sonoro e o verbal sejam subsumidos pela imagem:

A linguagem rádiofônica e o áudio das linguagens híbridas são derivados de apropriações e misturas realizadas no interior dos códigos matrizes, mais especificamente os códigos sonoro e verbal; por isso, é possível afirmar que a natureza da Radiofonia se define através dos efeitos produzidos por toda e qualquer vibração que atinge o órgão da audição, isto é, por tudo aquilo que impressiona o ouvido. Daí, também ser possível indicar a Oralidade e a Sonoridade como os dois fatores constituintes das peças radiofônicas e das peças comunicacionais em audiovisual”. (JOSÉ; SERGL, s.d. p.8).

O rádio que nasce no colo da convergência mediática, apresenta, na sua difusão, uma natureza diferente à rádio de sinais hertzianas.

Essas modificações provocam tensionamentos no rádio não apenas nos modos como as transmissões propriamente ditas são realizadas, mas nas inter-relações entre esses modos de transmitir, de programar e de se fazer ouvir e ver rádio. Podemos dizer de uma ressignificação que está para além desse conjunto de ações e que se dá de modo concreto, mas também abstrato nos modos de negociar o novo rádio. (PRATA; CALDAS; AVELAR, 2017, p.1)

Mesmo que o rádio de caráter analógico ainda tenha uma presença importante no cenário mediático, prolifera a produção e circulação de conteúdos a través de sites de internet, páginas de Facebook e de Youtube, e por aplicativos como o WhatsApp, por exemplo. As perguntas sobre como os modos em que circula o rádio nas redes, transforma sua linguagem, mas sua tradicional natureza hertziana segue vigente. Também é necessária uma reflexão sobre como o chat, o WhatsApp, o Twitter, e outros aplicativos próprios do rádio na internet criam vínculos de sentido com os web ouvintes ou cibernautas, e meditar acerca da existência ou não do sentimento poético das novas formas de fazer rádio

⁴⁹ O livro que as autoras mencionam é: CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours d’information médiatique: la construction du miroir social**. Paris: Nathan, 1997.

A discussão que nos parece surgir com intensidade, a partir desta perspectiva, é como o ouvinte contemporâneo se relaciona com o universo sonoro ou a paisagem sonora na qual o rádio é um dos aparatos que emitem predominantemente som. Quais são as alterações no processo de percepção sonora deste cidadão contemporâneo misturado em sociedade coordenadas pela fragmentação do tempo, dos espaços e pela velocidade de transmissão das imagens? (SILVA, 2012, p. 87).

Já se sabe amplamente que as características identificadas na linguagem oral definem a natureza da linguagem rádiofônica, suas especificidades, possibilidades e limitações- pelo menos em seu caráter analógico. Sobre o caráter digital e hipermediático há muitos estudos avançados, porém ainda há caminho por percorrer referido aos recursos de linguagem com os quais opera. Os movimentos de transformação de caráter tecnológico, sígnico, comunicacional, institucional e organizacional, não se detêm; as perguntas também não.

(...)de qual rádio estamos falando? Qual rádio estamos ouvindo? Qual rádio estamos vendo? Diante desta experiência de rádio para além da sonoridade, caminhamos para uma experiência de rádio expandido, no sentido do conceito desenvolvido pelo teórico alemão Bernhard Siegert, que trata da incerteza e da permanente adaptabilidade dos modos de se fazer rádio. Para o autor, “nunca houve nem haverá uma definição conclusiva do que o rádio é exatamente, sendo o rádio impossível de se definir em função da evolução permanente do meio” (MAURUSCHAT, 2014, p. 17. apud PRATA; CALDAS ; AVELAR, 2017, p.16).

2.2. O necessário olhar histórico sobre o rádio e sua natureza.

As iniciativas de institucionalização da invenção do rádio podem ser localizadas entre 1850 e 1900 com o desenvolvimento da telegrafia por fio, da telegrafia sem fio e da radiocomunicação em geral. Localiza-se mais precisamente, segundo a história tradicional, em 1896 com a primeira transmissão sem fio, emitida em código Morse (BOAVITA, 1982, p.11). Utilizando primeiro a linguagem telegráfica, a radiotelefonia se desenvolve rapidamente ao serviço da marina mercante, da aviação e, sobre todo, do exército, onde encontra numerosas aplicações. É oportuno lembrar que o surgimento da radiodifusão se deu justamente no intervalo entre as duas guerras mundiais (BOAVITA, *ibid.* p.13).

Com o desenvolvimento técnico, aumentou a potência e o alcance do sinal das emissoras e se multiplicaram as estações de radiodifusão sonora em amplitude modulada

(A.M) e em frequência Modulada (F.M.).⁵⁰ No umbral dos anos sessenta, faz sua aparição o transistor, rapidamente passou a ser, junto com os toca-discos, um objeto fetiche da sociedade de consumo, e seu baixo custo permitiu uma produção em grande escala. Em opinião de Bourgues (2011, p. 12): “É então quando o rádio se torna móvel: tinha chegado o tempo do auto rádio”. Pronto à modulação da frequência adiciona-se a multiplicação dos programas, a proximidade dos emissores, e a segmentação da audiência. (ibid. p. 13). O processo vivenciado é visto por Francisco De Paula assim:

O rádio convencional, caracterizado por emissoras de transmissão por meio de amplitude modulada (AM) e frequência modulada (FM), vem evoluindo juntamente com os avanços tecnológicos., com destaque à internet e ao surgimento de novas plataformas. Nesta última década, as principais emissoras radiofônicas se basearam na rede mundial de computadores, de modo a produzirem aplicativos para plataformas móveis. O objetivo desta ação é fazer com que as produções não percam audiências, de forma as se aproximarem dos ouvintes por diferentes meios e estratégias (DE PAULA, 2012, p.476).

O rádio que transmite o som por ondas eletromagnéticas, que viajam de uma antena a outra - através do espaço; registra-o por médios eletromagnéticos e suportes para gravar em áudio - em épocas pretéritas, em acetato e cinta de carrete aberto, posteriormente em disco compacto, minidisco, Dat, etc. O minidisco não teve muita acolhida, e o Dat teve um uso limitado. O que se quer destacar é que nesta modalidade, a materialidade sonora do rádio particulariza seus processos de produção, gravação e difusão, em sistemas analógicos. O rádio no mundo analógico tem sua estrutura autônoma na medida em que está construído de uma materialidade que particulariza seus processos de produção, circulação e consumo. Sua especificidade possibilita-lhe elaborar suas próprias gramáticas e narrativas, chegando a criar sistemas radiofônicos específicos.

Gêneros e Formatos

Como fenômeno comunicativo, o rádio desenvolveu ao longo do tempo múltiplos gêneros narrativos e formatos radiofônicos. No caso do rádio, “ao falar de gêneros e de formatos, geralmente referimo-nos a uma maneira de classificar os conteúdos da

⁵⁰ “Se denomina frequência modulada, às ondas que viajam no céu, sua longitude se mede em hertz e podem cobrir amplas zonas por refletir-se ao transmitir as ondas na ionosfera” (GAIDO, 1981, págs157 - 158).

programação, às determinadas formas para utilizar esses conteúdos.”⁵¹ (DAVILA, LÓPEZ, PINILLA, 1996, p. 135). Os géneros, “seriam os tipos, áreas ou categorias gerais que existem para agrupar e ordenar a produção radial; e os formatos, as expressões concretas e particulares de concretizar, em produtos radiofônicos, ditas tipologias. (ibid.). Os formatos, de acordo a esta perspectiva definem-se “como estruturas particulares próprias de cada género” (DAVILA, LÓPEZ, PINILLA, ibid.).

Outra conceitualização aponta que o género é uma “força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras” (MACHADO, 2000, p.68).

Os formatos são subcategorias inseridas dentro dos géneros, depositários de seus padrões e que pela sua vez objetivam os géneros. Estes, devido à sua estrutura, fazem que o ouvinte entre em contato com a palavra midiaticizada, e a través das imagens acústicas criadas, evocadoras de imagens visuais; perceber e representar a realidade.

É importante destacar aqui, assim seja brevemente, o que acontece com os géneros e formatos no rádio na internet: “a web hibridiza o rádio, que passa a apresentar tantos novos géneros e formas de interação, quanto os antigos, no formato original e reconfigurados que mesclam os formatos analógicos e digitais. (PRATA, 2009, p. 213).

Como se disse no início do capítulo, o rádio surge como um meio acústico no qual a palavra sonora é sua principal referência e seus conteúdos percebidos exclusivamente por via auditiva. Porém, estas condições atualmente coexistem com outras características próprias das sociedades inseridas em entornos digitais, de cibercultura e convergência mediática. As contribuições culturais, comunicacionais, sociais, e políticas do rádio de carácter analógico são inegáveis na construção simbólica das sociedades, mas atualmente, dita construção, passa também por outras modalidades como a do rádio na internet. Com a emergência destas transformações, no início da década dos 90s, dinamizaram-se estudos práticas referidas à convergência mediática e suas linguagens e narrativas, às legislações e normativas, aos direitos autorais, ao mercado laboral e às formas de negócio, aos perfis profissionais em formação, à participação dos públicos na produção de conteúdo, entre outros temas. Junto ao anterior, dinamizou-se o interesse por os processos culturais que se originam na interação e interatividade entre produtores (primários) e os públicos.

⁵¹ Original em espanhol, tradução libre da autora deste texto.

2.3 Migrações tecnológicas no rádio: digital, internet e web rádio

Desde sua invenção, a transformação nas tecnologias no rádio não param de acontecer, como dizem Mota e Takashi (2005, p.59), “no final do século XIX. Edison inventa o telefone e Marconi, o rádio. De lá para cá, as tecnologias de comunicação eletrônica vêm evoluindo constantemente (...)”. Dentre desse processo incluem-se as transformações na materialidade e características do rádio, na sua linguagem e narrativas, nos fluxos de produção, circulação e consumo, na construção de vínculos sociais, e de sentidos.

As migrações tecnológicas dos sistemas analógicos aos digitais, como também a irrupção do rádio na internet, não aconteceram de improviso:

A aproximação entre rádio e internet foi posterior ao aparecimento do jornalismo *online*, já que necessitou de tecnologia e softwares mais avançados. No entanto, tão logo as primeiras experiências foram sendo registradas, o fenômeno virou uma febre entre os internautas. E, é claro, assim que as emissoras foram percebendo o interesse, passaram imediatamente para a rede, expandindo incrivelmente a presença do meio na internet. Esta expansão é reflexo, num primeiro momento, do desenvolvimento dos softwares de transmissão/recepção, como o próprio Real Áudio (...)” (TRIGO, 2002, p.50).

No caso das migrações tecnológicas no rádio, a transição do sistema analógico ao digital e sua difusão na web pressupõe a “ruptura de fronteiras” locais, regionais e nacionais para ter acesso ao meio desde qualquer parte do mundo. O rádio no ciberespaço ampliou seu alcance e os canais para a circulação da mensagem, além do aparelho receptor tradicional de sinais de antena, desde qualquer computador- com conexão à rede pode-se aceder ao meio. Isto significou para os processos de circulação de conteúdos, uma ampliação de locais de atingimento e supostamente, um aumento em possibilidades de audição de suas mensagens.⁵² O casamento entre rádio e internet, deu seus frutos, tal e como argumenta Trigo:

Mas não é só o desenvolvimento tecnológico o responsável pela expansão. São vários os fatores determinantes desse sucesso, entre eles, a possibilidade de quebrar as barreiras de alcance das emissoras tradicionais. Assim, o casamento entre dois meios aparentemente tão distintos está relacionado à possibilidade de alcance e captação de novos

⁵² Teria que considerar-se o nível de acesso à internet nas diversas localidades e o desenvolvimento de habilidades para conectar-se e procurar a informação.

públicos, antes excluídos por limites geográficos (...) Essa possibilidade de agregação (...), é particularmente importante para emissoras que possuem programações voltadas a determinados segmentos de público que podem ser reduzidos localmente, mas não globalmente (TRIGO, 2002, p. 51).

Estes fatores se veem materializados nas experiências, no fato de que as rádios com transmissão pela internet, podem ser acessadas de qualquer ponto do planeta e levam ao internauta a percorrer o mundo virtual. A seguir, desenvolve-se tópicos referidos às transformações nos modos de fazer rádio. Para abordar ditas transformações, é necessário deter-se em conceitos como o de rádio digital, rádio na internet e web rádio.

2.3.1 O rádio digital

A mudança para o digital é um fenômeno presente em todas as modalidades e serviços de telecomunicações, incluindo naturalmente a comunicação rádiofônica.⁵³ O rádio digital caracteriza-se por colocar a informação em sistemas computarizados, usar o sistema binário, e codificar a informação em uns e zeros.

Seu nome provém do método que utiliza: “um transmissor de rádio digital processa os sons em padrões de números, ou dígitos - daí o termo “rádio digital”. Ao contrário, o rádio analógico tradicional processa os sons em padrões de sinais elétricos que semelham ondas de som. Como afirma Carlos Eduardo Cortés (2005, p.70):

O rádio digital é um produto da chamada convergência digital. Desde a década de 1990, novos dispositivos eletrônicos de recepção e reprodução digital, incluindo certos telefones celulares, se comunicam entre si, nos entornos de redes, a través de simples interfaces. Por esta razão, oferecem vantagens antes inexistentes nos meios analógicos.

Este sistema de rádio, como produto da convergência digital e das tecnologias interconectadas oferece vantagens, não propiciados pelos sistemas analógicos AM e FM, referidas à qualidade do sinal, à edição não lineal e a flexibilidade dos dados digitais, entre outros benefícios.

A digitalização do rádio começa quando as emissoras aos poucos descartam os sistemas tradicionais-físicos- de gravação, edição, transmissão e arquivamento de conteúdos. O salto dos mecanismos de gravadores abertos aos atuais mecanismos digitais

⁵³ A transmissão digital opera com um *delay* de oito segundos, em relação à analógica

tem sido enorme. Afirma De Paula (2012), que com o advento dos computadores-servidores digitais e sua enorme capacidade de armazenamento e automatização de programações das emissoras, parece assunto do passado ou de colecionistas de antiguidades as fitas-cassetes, os vinis, os CDs e minidiscos.

Tendo em vista esta extensão da transmissão convencional do meio rádio para o contexto da internet, que hoje graças ao Wi-Fi e ao 3G atinge a portabilidade, nos cabe aqui, apontar e/ou considerar três pontos: o contexto no qual ocorre a audição de programas de rádio convencionais pela internet e em tempo real; a possibilidade da escuta de programas em *podcasts*; a necessidade de se criar uma experiência de rádio original para a rede de computadores e seus derivados, ou web rádio. (DE PAULA, 2012, p.477).

Na opinião de Debora Lopez os processos digitais no rádio, devem levar em conta os ouvintes:

É preciso repensar o rádio, compreender sua inserção neste novo ambiente, assim como as novas relações estabelecidas com o ouvinte, com as fontes, com as ferramentas de construção da informação. Trata-se de um novo desafio, que leva a uma revisão, mas que não deve levar ao abandono, ao esquecimento ou à ruptura do rádio com sua conceituação fundamental. Ainda se constrói, ainda que neste ambiente multitarefa, informação sonora para o público ouvinte. Mas o rádio não se restringe mais a isso (LOPEZ, 2010, p. 409).

A mudança para o digital é algo mais que uma alteração tecnológica e uma convergência de meios; também é questão de novas linguagens, da produção de conteúdo e de construção de sentido. Alguns referem-se às mudanças em termos de revolução: “E é exatamente o que se espera: uma verdadeira revolução na construção dos conteúdos sonoros, aliando novas possibilidades de conjugação de seus elementos ao lado da melhoria da qualidade de informação (...) e a criatividade que explore, na montagem, os recursos tecnológicos disponíveis” (CORTES, 2005, p. 74).

A respeito das concepções de rádio digital, Mota e Tome, questionam o olhar restrito que entende como rádio digital uma mera digitalização do áudio, que ainda que representa uma melhor qualidade do som e aumenta o número de opções de programação; não muda a essência da rádio analógica. (2005, p.61). Nesta mesma direção crítica, deve-se dizer que ainda que há uma incidência da digitalização do rádio no desaparecimento do

rádio analógico; a transição para o digital não tem acontecido em todos os lugares pois além de outros fatores, a troca de receptores analógicos por digitais é custosa.

Sobre as novas funcionalidades que direciona a rádio digital, é fundamental uma perspectiva não instrumental da tecnologia. Como lembra Jesús Martín Barbero,⁵⁴, o que a revolução tecnológica introduziu nas sociedades, vai além de uma quantidade de novos aparelhos. Tem que ver “(...) com o modo de relação entre os processos simbólicos, suporte do cultural, e das formas de produção e distribuição dos bens e serviços”.

2.3.2 O rádio na internet

“Foi nos anos 90 que apareceu internet com o carácter de rede mundial de redes interconectadas; três anos depois o *World Wide Web* ocupar-se-ia de projetar seu carácter de “vitrine mundial”, desatando um boom expansivo inédito”. (LEON; BURCH; TAMAYO, 2001, p.36). O impacto da internet nos diversos meios de comunicação, é visto por alguns como um processo previsível, Pinho (2007, p. 113) comenta que:

A história é antiga e repete-se com o nascimento de cada meio novo. O rádio, o cinema e a televisão, cada um em seu momento, eles vieram com os conteúdos dos meios que os precedem. Na medida que os meios foram amadurecendo, os conteúdos foram-se adequando aos formatos do novo meio. O caso de Internet, é semelhante. Na sua parte multimídia, a *World Wide Web*, oferece amplas possibilidades do uso do áudio e da imagem.

Assinala Ligia Trigo que “(...) quando falamos de internet, falamos de duas situações de naturezas distintas: a de um novo meio de comunicação e a de um novo suporte para mídias já tradicionais” (TRIGO, 2003, p.33). No fundo desta observação, pode entender-se o debate entre aqueles que consideram que o rádio veiculado pela internet, mesmo que tendo os componentes da linguagem rádiofônica; texto (reproduzido pela voz humana), música, efeitos sonoros e silêncio; não é e mais rádio, tal e como tem sido conhecido tradicionalmente, pois deixa de ser essencialmente sonora e junta-se com outros meios e linguagens, fruto da convergência mediática.

Como suporte, a internet serve para um novo tipo de distribuição dos produtos iniciais da imprensa, do rádio ou da televisão, processados em

⁵⁴ Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. <http://www.comminit.com/la/node/150555> Disponível em junho 8 de 2003. Acesso: 05/02/2016

linguagem digital. Trata-se, por tanto, de transplantar um produto já existente de seu suporte tradicional (papel, ondas eletromagnéticas etc.) para a *World Wide Web*, o suporte multimídia da Internet, criando assim uma versão digital. O objetivo é a exploração do potencial de conexão global e imediata da rede, agregando novos públicos e acelerando a distribuição da informação. (TRIGO, 2002, p.34).

No entendimento da internet como meio de comunicação, Salazar Espinoza afirma que “(...) a internet pressupõe a produção, transmissão, armazenagem e exposição de conteúdos, diferindo dos outros meios pela descentralização da informação, alto grau de interatividade e pela flexibilidade de forma, conteúdo e uso”. (2000, págs. 21- 23).

O rádio na internet não transmite a través das ondas eletromagnéticas, como se faz na radiodifusão tradicional. Este tipo de médio apresenta os conteúdos em direto, mediante o streaming que é um processador de arquivos comprimidos.⁵⁵ Este software responde a uma estratégia para a distribuição de conteúdo multimídia pela rede. Permite a descarga, compressão e reprodução de arquivos simultaneamente; o que significa poupança de tempo de descarga e espaço no disco duro do PC. Organiza e trata a informação a través de bits que são unidades de medida informática que se traduzem em códigos digitais (dígitos binários). Os reprodutores utilizados são *software* requerido para a leitura de *streams* de áudio comprimido, por exemplo: Windows Media Player, Real, Player, etc.

Com esta fusão dos meios, os realizadores buscam ampliar cobertura, atingir ouvintes geograficamente afastados e brindar alternativas de informação. Pela possibilidade de arquivar conteúdos a transmissão de suas mensagens não está sujeita a um horário e podem-se transmitir em direto, ou a través de arquivos de programação, acessíveis aos visitantes da página web.

Para Mariano Cebrián (2001, p.25),⁵⁶ “até faz pouco tempo, cada médio e cada suporte centravam-se em conteúdo específicos com suas correspondentes linguagens. Agora a tendência é às sinergias, intercâmbios e combinações dos conteúdos de uns médios com outros”. O anterior, é denominado por vários autores como linguagem hipermídia, na qual se conjugam as possibilidades narrativas das linguagens impressas, audiovisuais e sonoras.

O rádio na internet não é somente som (como na emissão hertziana), senão que tem uma interface gráfica e multimídia.

⁵⁵ <http://www.comunica.org/tampa/docs/girardespanol.doc> Original em espanhol, tradução livre da autora desta pesquisa. Acesso 15/01/2016

⁵⁶ Original em espanhol, tradução livre da autora desta tese.

No geral, é possível notar que nos websites oficiais das emissoras de rádio os conteúdos sonoros são amparados por textos, fotografias e vídeos, destacando a programação e os comunicadores. Estes sites, não raro, costumam alimentar conteúdos de blogs relacionados aos programas, assim como propor a participação do ouvinte de maneira interativa, como o ouvinte -repórter e até mesmo o ouvinte-programador. A intenção é personalizar e assim fidelizar a audiência. Vale ressaltar que as rádios convencionais retransmitem sua programação em tempo real por *streaming*⁵⁷ e, em muitos casos disponibilizam seus programas na web para em forma de *podcast*. (DE PAULA, 2012, p.476).

O “*podcast*” é um elemento diferenciador dos sistemas analógicos e os digitais, pois estes últimos, produto da sociedade da informação e do conhecimento, permite arquivar conteúdos sem detrimento da qualidade original do material.

Em síntese:

O rádio na internet comporta igualmente profundas alterações do que temos vindo a entender por rádio. A digitalização permite o desenvolvimento de novas técnicas, que vêm modificar os procedimentos de produção e transmissão da mensagem rádiofónica, ao mesmo tempo que resulta num novo esquema organizacional para o meio” (CORDEIRO 2006 apud DE PAULA, 2012, p.485).⁵⁸

Mesmo assim, não pode pensar-se que o processo é geral para todas as localidades e setores da sociedade. Ainda com as condições anteriormente descritas, o rádio por ondas hertzianas continua ocupando um lugar importante na comunicação de massa e atinge grande porcentagem de locais e ouvintes.

2.3.3 Classificações do rádio na internet

Anteriormente foram introduzidos os termos de rádio digital e rádio na internet, explicou-se brevemente o que inclui o termo “rádio digital”, e se enunciaram algumas características referidas ao termo “rádio na internet”. Ligia Maria Trigo-de-Souza na sua dissertação de mestrado “rádios@internet o desafio do áudio na rede”,⁵⁹ desenvolve uma

⁵⁷ Streaming no rádio se refere à transmissão que se faz ao vivo e em tempo real.

⁵⁸ O documento de referência é: Cordeiro, Paula. Instrumentos digitais: a tecnologia na Rádio.2006

⁵⁹ Defendida na ECA-USP no ano 2002. A dissertação inclui a revisão de 620 páginas de rádio na web, visitadas de outubro de 2001 a fevereiro de 2002. A autora determinou três grupos principais de emissoras brasileiras na Internet: 1-rádios off-line (229 registros) -. 2. -rádios online (301 registros). 3-Net rádios (90 registros).

conceituação e uma classificação do rádio na internet. No trabalho, analisa também as mudanças introduzidas pela migração para a rede e as alterações provocadas na natureza básica do meio radiofônico, transformando-o, na sua opinião, em uma nova mídia. (TRIGO, 2002, p.11).

A primeira aclaração que faz Trigo, e que não há uma nomenclatura padronizada para os termos relacionados à radiodifusão na web. Daí a contribuição da autora ao tentar estruturar as expressões materiais do rádio na rede e que ela classifica em: **Rádios off-line**, **Rádios online** e **Net Rádios**. Dita classificação é assumida neste trabalho, já que possibilita organizar as ideias referidas às alterações provocadas na natureza básica do meio radiofônico, na sua linguagem e nos fluxos de produção, de circulação de conteúdos e no seu consumo. A seguir, se apresenta, a classificação de Trigo, à maneira de transcrição direta.⁶⁰

Rádios Offline

São as que migraram para a rede com o objetivo de marcar uma presença institucional, divulgando suas atividades e propostas. Tem, necessariamente, existência fora da internet (no dial), já que não poderíamos considerar como rádio se não há som (na rede ou no dial. (...) emissoras totalmente virtuais (Netrádios)) que mantenham seus sites em funcionamento, mas que estejam com seu sinal fora do ar, podem ser consideradas off-line, ainda que temporariamente. Em geral oferecem poucos recursos interativos e serviços e, quando oferecem, esses recursos podem ser vistos como adaptações do que ocorre no dial (pedidos musicais, participação em programas, letras e traduções de músicas, etc.) Essas emissoras estão, por tanto totalmente voltadas para o mundo não virtual. A internet surge apenas como um meio de comunicação capaz de divulgar suas emissões para outros públicos, não há a preocupação efetiva de se fazer rádio na ou para a internet. (TRIGO, 2002, págs. 173-174).

Rádios Online

São as que disponibilizam programações radiofônicas na internet. Incluem rádios que transplantaram seus sinais do dial para a web e as que desenvolvem programações específicas para a rede. Estas últimas são as NetRádios, ou rádios virtuais. Então, nesse grupo, encontramos basicamente as emissoras que se deslocaram do dial para a rede. Não existem adaptações no sinal transmitido: ele é mantido integralmente como foi criado para o mundo não virtual. No entanto, os recursos adicionais de áudio oferecidos (ainda que não sejam frequentes) por serem, em sua maioria, veiculações *on demand* de produtos utilizados no dial, alteram a característica a instantaneidade, uma das estruturais do meio radiofônico até sua migração para internet”. A Internet funciona

⁶⁰ Transcrição das páginas 173 a 175 da dissertação de mestrado de Ligia Maria Trigo-de-Souza. “rádios@internet o desafio do áudio na rede”, *ibid*.

para captar novos públicos (antes inacessíveis geograficamente) e para oferecer-nos ao público da emissora NÃO VIRTUAL VIA INTERNET. Falamos de rádio na internet. (TRIGO, 2002, p.174).

NetRádios

São emissoras online virtuais. Elas foram criadas especificamente para internet, não tendo existência fora do mundo virtual. São aquelas nas quais podemos observar melhor os fenômenos de alteração das características do rádio e incorporação das características da internet em suas propostas radiofônicas”. (...) No que se refere à interatividade e serviços, oferece inovações como a possibilidade de programação pelo próprio internauta e incorpora os recursos desenvolvidos pela rede, como chat e downloads. Algumas chegam a tentar incorporar a hipertextualidade às programações radiofônicas. (TRIGO, 2002, p.174-175).

A classificação que faz Tavares refere-se a emissoras que já disponibilizam seus conteúdos na Internet:

Destacam-se dois modelos distintos de transmissão de áudio pelas rádio webs: 1. transmissão linear da programação, tal qual acontece no rádio tradicional, onde basta clicar no link da transmissão "ao vivo" e escutar o programa que sai do estúdio e entra no computador, seja através do sítio de uma rádio tradicional (que também transmite via AM ou FM) ou de uma rádio exclusivamente online (que só existe na web); 2) o áudio *on-demand* (ou sob demanda), onde não se tem uma programação linear e ao vivo. A rádio coloca à disposição toda sua programação (ou parte dela) em seu sítio e o ouvinte/internauta só escuta o conteúdo que ele quer, na hora em que ele quer, clicando nos links das reportagens, entrevistas ou programas de seu interesse (TAVARES, 2009, p. 180).

Neste trabalho se usa a expressão “rádio na internet” para assumir as experiências que se localizam em rádio offline e rádio online, segundo as categorias definidas por Ligia Maria Trigo. Ao respeito do terceiro termo, na classificação de Trigo: “NetRádios” (sic); se encontram na bibliografia do tema, escrita por vários autores, palavras relacionadas com a categoria, tais como: web rádio, rádio web, hiper rádio, rádio expandido, e ciber rádio, este último formulado por Mariano Cebrián (2003). Neste trabalho opta-se pelo termo **web rádio**, pela universalidade da palavra web.

Antes de continuar com o tema da web rádio, é imprescindível deter-se em dois dos termos citados anteriormente; se trata do “rádio expandido” e do “rádio hipermediático”:

Em um texto intitulado “La rádio expandida”, Zimmermann (2006, p. 241) aprofunda o conceito de Siegart, que nos é caro nestas reflexões aplicadas: O rádio expandido não é uma nova tecnologia, mas um conceito que se refere ao rádio, à sua história e ao seu presente, a partir de

uma abordagem multi-perspectiva. O conceito de rádio expandido baseia-se na observação de que o rádio contorna qualquer tentativa de definição precisa, seja histórica, técnica ou epistemológica. (PRATA; CALDAS; AVELAR, 2017, p.17).

E sobre o rádio hipermediático, Debora Cristina Lopez afirma:

Trata-se do rádio hipermediático, que fala em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco. [...] O áudio precisa ser independente e, ao mesmo tempo, complementar. Nem todo ouvinte pode – ou quer – buscar um aprofundamento, uma multiplicidade de linguagens – seja através do rádio digital ou do suporte web da emissora. Este áudio é a ferramenta narrativa essencial do rádio digital e deve ser independente das demais estratégias e plataformas nas quais ele se apresenta. Isso porque a característica multiplataforma e hipermediática, como dito, deve agir como complementar – embora importante – mas não como imprescindível. O ouvinte ainda é ouvinte. Ele ainda consome rádio no carro, por exemplo, e pode demandar a informação exclusivamente via áudio e, caso queira e possa, buscará a ampliação via dispositivos móveis (LOPEZ, 2010, p.414).

O que seria a característica multiplataforma? Maria del Pilar Martínez-Costa e Nair Prata (2017) assinalam modelos de escuta e de consumo do rádio a partir do contraste entre o que denominam velhos cenários e os novos cenários de plataformas de comunicação. As autoras comparam as características do modelo tradicional (o analógico ou de sinais hertzianos) e o modelo convergente e digital de comunicação radiofônica. Segundo Martínez-Costa e Prata (2017, p. 115), o modelo de escuta e consumo radiofônico que emerge “mistura estrategicamente as características dos entornos de comunicação tradicional e digital para dar resposta aos diferentes tipos de escuta da atualidade” (tradução de quem escreve).

Dentre as diversas modalidades identificadas por Martínez-Costa e Prata (2017, p.116), para esta pesquisa são fundamentais duas: a “visualização da informação” e “as novas plataformas sociais de emissão”. A primeira refere-se à utilização da linguagem que oferecem outros suportes e a construção de conteúdos para as audiências das novas plataformas de comunicação. Exemplo disso é agregar conteúdo visual à informação de rádio que é acedida a partir de internet, em notebooks e semelhantes, e de aplicativos para *smartphones*. Trata-se de “rádio com imagem”, como dizem as autoras.

Sobre as novas plataformas sociais de emissão, “o rádio encontra agora novas plataformas de transmissão em espaços originalmente pensados para a comunicação interpessoal ou para as redes sociais” (MARTINEZ-COSTA E PRATA 2017, p. 117).

As autoras referem-se às emissões de rádio por *WhatsApp* e ao *Facebook* também transformado em plataforma de transmissão radiofônica.

Em síntese, o que as autoras assinalam é a emergência de novos modos de escuta e de consumo de áudio na diversidade de plataformas existentes nas quais se misturam formas tradicionais de produção e emissão, com possibilidades da convergência digital.

2.3.4 A Webrádio

A web rádio entra dentre das classificações de rádio na internet, só que se coloca de maneira separada para destacar alguns aspectos. Como se escreveu linhas acima e agora repete-se, “são emissoras online virtuais. Elas foram criadas especificamente para internet, não tendo existência fora do mundo virtual”, disse Ligia Trigos (2002). Nair Prata (2013, p. 3) a descreve assim:

A web rádio é um modelo de radiofonia genuinamente digital, não mais acessado por um aparelho de rádio, mas pelo computador ou smartphone; não mais sintonizado por uma frequência no *dial*, mas por um endereço na internet; não mais explorado por uma concessão governamental, mas nascido a partir da livre iniciativa de seus proprietários; não mais de alcance geograficamente limitado, mas com abrangência universal.

Sem desconhecer que há centenas de emissoras que respondem à caracterização anterior, e que são criadas para a transmissão exclusiva via internet, prevalece a mistura de modelos:

Hoje praticamente todas as emissoras possuem um site, ainda que muito básico na internet. As operadoras convencionais que exploram a rede em paralelo à sua emissão regular, assumem a internet como mais um canal de difusão, e (...) transformam o rádio num modelo de comunicação multimídia. A pluralidade de emissoras na web amplia infinitamente as possibilidades de expressão para comunidades, segmentos da sociedade, organizações não-governamentais e instituições culturais (DE PAULA, 2012, págs.478-479).

O panorama mostra emissoras que transmitem na FM e retransmitem por internet, por meio de um site estruturado para tal fim, e através do streaming reproduzem os conteúdos na internet. Outras tem arquivos dos programas, à maneira de *podcasts*. Neste

espectro se vem experiências de toda índole, mas deve -se chamar a atenção que na maioria delas, o tipo de conteúdo acaba reproduzindo o modelo convencional das rádios comerciais de sinais hertzianas. Na conclusão que Nair Prata faz de sua pesquisa sobre o panorama da web rádio no Brasil, apresentada no XXXVI Congresso da Intercom em Manaus, em 2013, apontou o seguinte:

A radiofonia na internet repete os modelos existentes no meio tradicional, não sendo possível verificar, por meio da pesquisa, qualquer novidade que se configure como uma web rádio em que os usos sonoros, textuais e imagéticos estejam sendo feitos de maneira absolutamente inédita (PRATA, 2013, p.13).

Como adverte De Paula (2012), os formatos de apresentação, as expressões e gírias são bastante semelhantes às reconhecidas tradicionalmente no rádio transmitida por sistemas analógicos. “Se hoje o conteúdo é quase o mesmo, o que muda é a plataforma, a tecnologia ou o equipamento, e, tal vez, a condição da escuta” disse De Paula, assinalando que dita diferença na escuta ocorre social e culturalmente. ((2012, p. 480).

Mesmo assim, devido a que no modo de web rádio há presença de multiplataformas, os realizadores precisam desenvolver competências e habilidades:

Entre os movimentos constantes de adaptação dos profissionais de rádio, é importante destacar a descoberta de narrativas que se localizam em um entre lugar, não é somente sonoro, não é somente visual, tampouco não se trata do audiovisual previsto para ser categorizado como tal em redes de televisão. Trata-se de um conjunto de modos de narrar que se constituem cotidianamente a partir das próprias experiências de cada um dos sujeitos envolvidos nas transmissões (PRATA; CALDAS; AVELAR, 2017, p.18).

2.4 Implicações técnicas da convergência midiática e da internet no rádio

A história e evolução do rádio não só como instrumento tecnológico senão como produção cultural, mostra que como meio de comunicação gerou sua própria narrativa com códigos diferenciáveis de outras expressões midiáticas. Porém, com a prominência alcançada pela linguagem visual, sempre surgiu a pergunta sobre a manutenção da narração rádiofônica tradicional, em essência composta, de sinais sonoros.

Com a convergência midiática, que outorga mobilidade às linguagens dos médios, terminou-se propiciando uma hibridação onde o rádio adquiriu uma dinâmica e

funcionamento diferencial do tradicionalmente conhecido. Seu antecedente foi o processo de transição da tecnologia analógica à digital que marcou o surgimento de meios digitais que expandiram as possibilidades dos meios analógicos tradicionais. O rádio diversificou seus serviços, seus conteúdos e suas emissões; apareceram novos formatos de programação; obteve-se um ritmo de produção e distribuição diferente ao modo linear conhecido que transmite em tempo real e ao vivo. O caráter uniforme do médio transformou-se em multifuncional, a través de uma diversidade de recursos sonoros e visuais o que mostra um rádio com um sistema expressivo diferente ao de sinais hertzianas: a hipermídia.

A questão da revolução informática, a convergência tecnológica e a digitalização são percebidas por José Marques de Melo assim:

(...), a revolução informática adquiriu tremenda velocidade, impulsionando a convergência tecnológica, eliminando as fronteiras entre os meios tradicionais de comunicação e criando oportunidades interativas entre os agentes midiáticos. Mas sem dúvida a mais importante mudança no panorama vem ocorrendo pelo avanço da digitalização, gerando novíssimos meios e articulando-os simultaneamente com os velhos transmissores de conteúdos. (2005, p.13).

O rádio que se está produzindo em boa parte dos cenários atuais, é um rádio que não só se ouve. Por ação da convergência mediática, do acesso online, e de aplicativos específicos para computadores ou para celulares, tem imagem e se pode ver. Vale clarificar que não todas as experiências de rádio na internet utilizam *webcams*, às razões podem ser de caráter econômico ou administrativo, ou mesmo por questões institucionais. Porém, as tecnologias digitais trazem transformações na natureza tradicional do rádio, neste caso a “invisibilidade” do meio:

Hoje, com a possibilidade de as emissoras transmitirem online suas programações, há o recurso de câmeras de vídeo dentro dos estúdios permitindo ao ouvinte-internauta acompanhar a transmissão do programa; com o rádio digital, outras informações além da voz já estão ao alcance deste interlocutor (SILVA, 2012, p. 84).

Os aspectos anteriormente colocados mostram as novas dimensões do rádio e a necessidade de estudar as transformações produzidas. Como assinala Mariano Cebrián:

É um novo conceito de rádio: se vê, se escuta, se intervém por escrito, oralmente, participa-se, se chateia. (...) O importante agora é não insistir nos instrumentos técnicos requeridos para esta ciber rádio senão nos elementos que modificam sua

concepção tradicional e sua dimensão comunicativa e expressiva. (CEBRIAN, M. 2003, p, 1).

No rádio estas migrações materializam-se nos fluxos de produção, de circulação e de consumo de seus conteúdos, e nos vínculos de sentido e nas representações que têm, como instituição mediática e social.

Em síntese, em termos tecnológicos, na atualidade, o rádio circula em diversidade de suportes e sistemas: na agonizante AM., na FM., por celular -com aplicativos como WhatsApp, por páginas de Internet, Facebook, Youtube, ao vivo ou mediante *podcast* - este último recurso, oferece a possibilidade de consultar posteriormente o conteúdo que foi escutado em direto. Aos conteúdos pode-se aceder desde qualquer computador ou celular-com acesso às rádios analógicas, ou digitais. Os aplicativos nos celulares, facilitam a mobilidade e mantêm ao usuário conectado praticamente em qualquer lugar do planeta e em qualquer instante. E os automóveis modernos, já trazem incorporados sistemas de áudio a través de USB ou conexões por internet ou GPS, acessadas desde uma tela instalada no painel frontal do auto.

2.5 A escorregadia participação e interação no rádio na internet

Além das novas possibilidades de realização, distribuição e consumo de conteúdos de rádio, dinamizados pela convergência mediática, surgem particulares maneiras de relacionamento com os públicos; algumas são novas -em termos abordagem e de recursos, e outras só reciclam tradicionais formas de aproximação. A participação dos internautas se dá através das visitas às homepages, páginas de Facebook ou YouTube das emissoras, através dos aplicativos de celular e de outros recursos. Pode-se participar com opiniões, chats, blogs, foros, mensagens instantâneas- escritas e gravadas- em áudio ou vídeo por meio do WhatsApp, etc. Algumas emissoras a través de suas páginas web animam à participação na programação, e as mais vanguardistas, tem propostas de descentralização da informação, onde os ciberouvintes podem ser co-criadores de conteúdos.

A rede em internet oferece ao rádio um novo espaço que além de ampliar a cobertura de sua audiência, está gerando profundas e irreversíveis transformações, tanto nos conteúdos das emissões radiais, como na forma de acessar. Internet está contribuindo conformar o rádio pessoal. Um rádio onde o usuário poderá definir os conteúdos, e desta maneira, ‘construir’ sua própria programação. Além, internet materializa a possibilidade de fazer um rádio interativo, no qual os grupos minoritários,

geralmente excluídos do rádio comercial, tenham acesso a ele sem nenhum tipo de censura. As possibilidades que lhe oferece internet ao rádio, estão obrigando repensar a forma de fazer rádio. (GIL RAMÍREZ, 1998, p.1)

A participação e interação dos públicos no rádio na internet, pode ser interpretado de maneiras diferentes. Há quem outorga-lhe às tecnologias digitais e à convergência tecnológica a capacidade de transformar aos “receptores passivos” de informação, em “agentes ativos” no processo comunicacional. Este fato remete ao debate, abordado no primeiro capítulo deste trabalho, sobre o determinismo tecnológico - seja de cunho tecnofílico ou tecnofóbico, não é possível adjudicar atributos participativos e de interação aos suportes e plataformas. É fundamental ir além das perguntas pelas migrações nos suportes tecnológicos do rádio e compreender que junto às transformações do médio, sucedem transformações técnico-expressivas, comunicacionais e socioculturais nas sociedades. Estas acontecem não por força de um determinismo tecnológico ou social; senão porque entre o trinômio sociedade-tecnologia-comunicação, há relações interdependentes.

Através do pensamento de vários autores mostrou-se, no primeiro capítulo deste trabalho, a importância da crítica perante as “euforias tecnológicas” ou as “posturas tecnofóbicas”. Para o caso do rádio, não se trata de provar a primazia do sistema digital sobre o analógico, ou de exaltar suas bondades ou limitações; senão, a partir do conhecimento das migrações operadas - que seguem e seguirão se dando, compreender sua inter-relação com as transformações nas sociedades inseridas na denominada cibercultura. Ninguém nega que a telefonia móvel possibilita a participação dos ouvintes na produção de conteúdos no rádio, mas não se pode acreditar que a convergência midiática e a internet, “moldam novos receptores” e criam automaticamente, relações de horizontalidade entre os sujeitos.

No chamado para não cair na louvação ou na oposição sobre os avanços tecnológicos e para não repetir o esquema dos fáusticos e dos prometeicos, Rüdiger adverte:

(...) precisamos, antes de mais nada, evitar a crença de que as novidades tecnológicas são positivas apenas por serem novas, ou são negativas apenas por serem tecnológicas. (GRAHAM, 1999, p.14-16. Apud RÜDIGER, 2013, p.254).⁶¹ (...) As transformações por que a cultura tem

⁶¹ Cf. Graham Gordon. The internet: a philosophical Inquiry. Londres: Routledge, 1999. Original em inglês.”

sido levada a passar pelo progresso das tecnologias de informação, e que ninguém pretende negar, precisam ser examinadas sem idealismo ou prevenção, através de uma reflexão na qual vem surgindo um entendimento provisório e supostamente equilibrado sobre seu sentido, ao permanecer aberta a seus eventuais benefícios e vantagens, sem aceitar ingenuamente, isto é, sem pensar acriticamente, todos os avanços tecnológicos apenas por provirem da pesquisa científica ou serem adotados pela sociedade” (RÜDIGER, 2013, p.254),

Desde a perspectiva de mediações complexas, assunto do próximo capítulo, é possível ponderar a incidência de fatores, como o da convergência mediática, na transformação ou na rotatividade dos roles dos agentes do processo comunicativo.

São processos de comunicação via redes informáticas, com processos de interação onde as personas se relacionam por meios digitais de uso pessoal, processos comunicativos que se abrem a uma nova sociabilidade onde “o sujeito social se insere em uma teia de relações abertas ao infinito, em contínuo estado de alteração, (...) (RÜDIGER, 2013, p.126).

A questão da participação e da interação, também se refere a questões éticas, de direito à comunicação, ao livre acesso à produção, circulação, uso e consumo da informação e da comunicação. Como dizem Prado e Caminati:

Trata-se de pensar o impacto que as novas possibilidades interativas, em que todos se podem comunicar com todos, como na internet, trazem para a sociedade informatizada, nas quais o surgimento de novos códigos éticos acompanha novas relações entre humanos e máquinas, e passa a regular tanto a produção como a circulação veloz da informação entre diversos grupos e atores sociais (PRADO e CAMINATI, 2005, p.26).

Ilusão ou possibilidade? A reinvenção do rádio envolve só sistemas tecnológicos e plataformas? E da relação entre os sujeitos que? O tema desenvolve-se no próximo capítulo.

2.6 O rádio como fato cultural e prática significativa

Seja em seu caráter analógico ou em internet, o rádio é uma prática significativa, que envolve processos complexos no nível estrutural e na produção e circulação de conteúdos e sentidos. No âmbito da recepção e do consumo- desde uma perspectiva não

reducionista nem mecânica, inclui apropriação dos gêneros narrativos, ressignificação dos conteúdos, construção de sentidos e vínculos sociais.

Como sistema analógico o rádio desenvolveu estruturas comunicativas diferenciadas de outros meios e linguagens. A través destas, reproduz a dimensão acústica da realidade; hoje, pela convergência de meios, envolve outras dimensões além da acústica. Ao ser uma prática comunicativa inserida em sociedades reticulares, se lhe atribuem características pensadas para as sociedades contemporâneas: hipermediática, mobilidade incessante, heterárquica (SLOTTERDIJK, 2004).⁶²

A migração dos sistemas analógicos aos digitais, e a configuração da rádio na internet, não são singelas transformações tecnológicas de aparelhos e sistemas de produção e difusão de conteúdos. O questionamento que Walter Ong fez em “Oralidade e Escritura” (1987), referido à relação entre estruturação de pensamento e materialidade, manifestada nos suportes da informação oral e escrita; é vigente para pensar a relação entre estruturação de pensamento e a materialidade que tem o rádio no cenário da cibercultura.

O rádio e suas novas escrituras e oralidades -para usar a expressão de Jesus Martin Barbero-, nascidas no contexto de convergência mediática, têm desafios múltiplos em seus âmbitos de produção, distribuição e consumo de conteúdos sonoro-textuais-visuais; nas suas estéticas emergentes; e nas propostas de participação e interatividade. É preciso refletir sobre a própria razão de ser do rádio em ambientes de cibercultura, pois como afirma Rüdiger, “o sentido não é só técnico, mas de ordem social, espiritual e histórico” (2013, p. 13).

Extrapolando para o campo do rádio a ideia de Rüdiger acerca de que “as práticas de cibercultura, apesar de conservarem uma abertura, são parte de um processo histórico bem determinado, cujo fundamento é econômico (...) (2013, p.119), não pode ignorar-se que sistemas como o rádio na internet não são só técnicos, senão que estão articulados a elementos e estruturas não tecnológicas. Entre essas, as estruturas capitalistas de mercado e as estatais - da tendência que sejam. O desafio é não abandonar, nas práticas radiofônicas que circulam no ciberespaço, a crítica sobre a lógica do pensamento tecnológico, suas propostas de como estruturar a sociedade contemporânea, e a ordem social que justifica explícita ou tacitamente.

⁶² Estes conceitos aparecem no volume Esferas III- Espumas (2004).

O rádio é um fenómeno relacionado com o espaço público que constantemente se reconfigura; espaço público que, como afirma Eugenio Bucci, trata-se de um espaço comunicacional (2009, págs. 2 -3). Lembra Bucci, como com o aparecimento da TV, adicionado a outras variáveis, o espaço público transformou-se e como este fato incidiu na transformação nas relações sociais.

É nessa caracterização de espaço público, seja físico ou de realidade virtual, que o rádio constrói sua configuração e representação. O rádio, que precedeu à televisão, vivenciou as transformações da sociedade e pela sua vez animou, junto com outros fatores, mudanças no espaço público.⁶³ Através de seus modos particulares de registro dos fatos, com uma narrativa específica e uma prática discursiva radial, seja no âmbito do sistema analógico, seja no âmbito da internet; o rádio traz formas de representação da realidade e dos sujeitos que a habitam.

O rádio, olhado não só desde o aspecto meramente técnico senão histórico; rememora seu passado- não remoto, construído com uma linguagem de imagens acústicas, que representam um tempo e um espaço determinado. No mundo contemporâneo presente, se deslizam outras sonoridades; muda a sociedade, muda o rádio; é uma dinâmica onde o fenómeno constrói sua própria configuração e representação.

Qualquer proposta sobre a comunicação rádiofónica deve interrogar-se sobre como estão compreendendo o fenómeno do rádio. Como disse Maria Cristina Mata, deve-se revisar a concepção do meio que, necessariamente vincula-se com uma concepção da comunicação e de cultura. A autora identifica dois olhares sobre o rádio: “de um lado o rádio, instrumento de comunicação. De outro, o rádio, fato cultural, cristalização e espaço de produção da sociedade mediática” (MATA, 1993, p. 12). Para atualizar os termos, pode-se agregar, sociedade hipermediática.

É fundamental revisar as bases conceituais sobre as quais se fundamenta o pensamento e o ato comunicativo. No caso específico do rádio, a preocupação de Mata está “sobre a possibilidade de restituir-lhe sua unidade como objeto completo e complexo, no qual o pensar e o fazer, não sejam categorias e momentos dissociados, antagónicos, ou simplesmente vinculados pelo nexo de a aplicabilidade de certas teorias na ação; senão momentos diferentes, mas convergentes”. (MATA, 1993, p. 12).

⁶³ É importante lembrar os acontecimentos do 9 de abril de 1948 em Bogotá, Colômbia onde foi assassinado o líder popular Jorge Eliecer Gaitán. As transmissões do rádio nesse dia, e nos seguintes, animaram a população para tomar o espaço público restringido às elites. Houve um processo de dupla via, onde o rádio representava e refletia os sucessos e pela sua vez configurava a nova face de uma sociedade convulsionada. O tema sobre o rádio e o espaço público ou sobre o rádio como arma política pode ser encontrado em textos como o de Ricardo Hale “a rádio como arma política”.

O rádio é um meio complexo. “O primeiro requisito para não violentar a complexidade do rádio consiste em restituir-lhe sua condição de prática comunicativa, que como prática social, é uma das variadas atividades a través das quais os seres humanos construímos a realidade sempre baixo condições determinadas”. (MATA, *ibid.*). O rádio como prática comunicativa está impregnada de significação; nela atuam um conjunto de pressupostos, noções e tradições que a modelam e desenham seu uso social.

Entendida como prática comunicativa, o rádio produz uma “uma rede de vínculos e intercâmbios” que não se esgota no modelo mecânico e transmissionista de emissor-ouvinte ou emissor-web ouvinte, senão que se compreende como um espaço de socialização, no qual, “se processam identidades; é disser se acede ao reconhecimento de um mesmo em virtude do reconhecimento das similitudes, distancias e diferencias com outros” (MATA, *ibid.*). Olhada desde uma ótica integral o rádio originalmente considerado canal tecnológico -seja em versões analógica ou digital, transforma-se em prática comunicativa, e em espaço de encontro e diálogo onde pode-se contribuir à constituição de espaço público.

A respeito do tema financeiro e de regulamentação, as exigências para ter um rádio na internet são menores que para o modelo analógico. Tal vez por isso abundam experiencias independentes na web rádio. Porém, também se expandem como modelo de negócio. Daí que a seguinte reflexão de Mata, mesmo que referida ao rádio de sinais hertzianas, encontra aplicação na web rádio:

“No rádio também se jogam os novos modelos de desenvolvimento económico e social. Integrada hoje em complexos multimídias (...), o rádio é impensável por fora das lógicas mercantis mais globais. (...) No rádio se joga um modo de falar e de ouvir que é um modo de perceber o real; um modo de organizar a percepção do real e que não é só um fato de linguagem senão basicamente um fato técnico. Esse fato técnico é muito mais que as características materiais dos artefatos de transmissão e recepção; é substancialmente o que neles está inscrito prescritiva mente como uso devido e o que se inscreve culturalmente neles como uso adquirido”. (MATA, 1993, *ibid.*)

No rádio multiplataforma, se jogam modos de falar, ouvir, ver, parecer e aparecer. E tal vez por seu caráter hipermediático, desterritorializado, global e assíncrono; as representações e a significação social, sejam ainda mais complexas e exigem superar um olhar reducionista e instrumental que em nada favorece os processos de compreensão das práticas comunicativas como fatos sociais.

Os diferentes olhares sobre o rádio analógico ou em internet, deriva das diferentes concepções acerca da comunicação em sociedades reticulares. Ao igual que na comunicação massiva, há finalidades ideológicas ou institucionais, que determinam características nos modos de gestão e produção rádiofónica, de circulação de conteúdos, de compreensão sobre os públicos. Significa que se pode pensar a comunicação rádiofónica, localizada no ciberespaço, desde uma perspectiva instrumental, ou pensara-a como um fato sociocultural.

No primeiro caso, considerar-se-ia as emissoras em internet, como um médio de difusão, para transmitir conteúdos; corresponde à concepção instrumental da comunicação, de sesgo informacional ou transmissor. Pensada como um fato sociocultural, envolve modificações substanciais no modo de pensar a comunicação, com aportes da semiótica textual e de diferentes versões da teoria do discurso. Um dos câmbios relaciona-se com o modo em que começam a se pensar os processos de construção de sentido. (MATA, *ibid.*).

A mudança significativa consiste, segundo Mata, em afirmar que o sentido não circula ou se transmite de uns sujeitos a outros senão que um processo comunicativo é uma relação ou uma prática significante na que emissores e receptores produzem o sentido, que pode ser unânime ou dissonante, mas que, em todo caso, não pode ser julgado em termos de decodificação óptima o aberrante (como acontecia desde as ópticas informacionais). Ambos os tipos de sujeitos- emissores e receptores- cumprem a mesma função de produtores de sentido ainda quando ocupem posições ou lugares diferentes e não simétricos dentro do processo.

Outra mudança proposta por Mata, (1993,) refere-se a compreender que as mensagens radiofônicas estão insertas em conjuntos textuais; em uma trama intertextual ou interdiscursiva. Uma atualização do conceito da autora, pensado para emissora que atuam no ciberespaço, falaria de conjuntos hipertextuais.

Como consequência do anterior, o rádio na internet não considerar-se-ia só como um veículo, senão como um espaço de negociação, contrato, e pugna pôr o sentido; “os receptores já não são só término de um processo iniciado em outro lado, senão parte ativa dele, seja como produtores de sentido, ou porque estão presentes no discurso do emissor” (MATA, *ibid.*). Deslocando a ideia ao presente, supostamente, os recursos oferecidos pelas tecnologias atuais e pelas redes sociais, facilitariam a participação do público no rádio na internet, e o potenciariam como interlocutor, em igualdade de condições, para ser agente produtor de conteúdos e sentido.

Desta forma, o rádio, além de dispositivo hipermediático, se constitui em uma prática comunicativa que se instala no cenário público, oferecendo diversas propostas de intercâmbio comunicativo: informativa, musical, educativa, cultural, política e de entretenimento; propostas que simultaneamente desenvolvem complexas relações com seus interlocutores, que se constituem como tais a partir de processos culturais e sociais.

CAPÍTULO 3

O rádio na internet: inter-relações comunicacionais, culturais e tecnológicas

3 O RÁDIO NA INTERNET: INTER-RELAÇÕES COMUNICACIONAIS, CULTURAIS E TECNOLÓGICAS

Com as hibridações decorrentes da convergência mediática, o rádio de caráter analógico mudou. Transformações tecnológicas, expressivas, comunicacionais e socioculturais, materializam-se no rádio na internet, onde além do som- palavra falada e música; coexistem imagens visuais- fixas ou em movimento. Afetou-se um meio historicamente irradiado através de sinais hertzianas, de produção linear e difusão analógica, de recepção uni sensorial, e com um relacionamento - tecnicamente falando, limitado com seus ouvintes.

Neste capítulo são exploradas as possíveis transformações nas competências cognitivas e comunicativas do ouvinte de rádio analógico, quando atua como internauta ou ciber ouvinte de rádios em internet ou em web rádios propriamente ditas.⁶⁴

Um segundo tema refere-se às possibilidades de participação, interação e interatividade dos públicos no rádio na internet e na web rádio, e à hipotética mudança do ouvinte-consumidor a um web ouvinte, considerado coprodutor de conteúdos e de sentidos.

Um terceiro tema aborda a construção do sentido e as transformações na enunciação da produção, na enunciação da recepção e o consumo,⁶⁵ todo o anterior, aplicado ao universo do rádio na internet.

3.1 A reestruturação do perfil do ouvinte no rádio na internet e na web rádio.

O ambiente do rádio na internet, não é o ambiente de sinais hertzianos; é o do ciberespaço com sua linguagem hipermidiática que surge na cultura digital devido à convergência das mídias. Seu usuário não é ouvinte de sinais eletroacústicas, navega a partir da internet por circuitos informacionais híbridos: sonoros, textuais e de imagens- próprios da hipermídia, porém não significa que na sua nova condição deixe completamente a de ouvinte analógico. É preciso esclarecer que a prática da audição em rádio de sinais hertzianas, nem constituiu no passado, nem constitui no presente, um ato monolítico; há havido em cada época histórica, práticas paradigmáticas do ato de ouvir, e

⁶⁴ Lembre-se que a web rádio é uma subcategoria inserida dentro da classificação de rádios em internet, e refere-se a que são emissoras online virtuais. “Elas foram criadas especificamente para internet, não tendo existência fora do mundo virtual”, disse Ligia Trigos (2002).

⁶⁵ Eneus Trindade Barreto Filho tem publicado diversos trabalhos referidos ao polo enunciatário/emissor e ao polo enunciatário/receptor, também sobre recepção e práticas de consumo (cfr. 2003, 2008b, 2014). No trabalho divulgado em 2008b, realiza uma leitura crítica das teorias da enunciação de base linguística e propõe um levantamento sobre as teorias da recepção aplicadas nos estudos da comunicação.

no mundo contemporâneo, se dão particulares maneiras de ouvir, estruturadas segundo as condições da paisagem sonora nos mundo urbano e rural , segundo os elementos que confluem em dita estruturação, e os ritmos próprios de suas categorizações.⁶⁶

É um cenário de mutações nos suportes, nos sistemas organizativos e expressivos, no decorrer de seus fluxos informativos e comunicativos, nas funções atribuídas aos atores do processo, entre outros aspectos. Em teoria, estas metamorfoses incidem na constituição dos sujeitos outorgando-lhes ou exigindo-lhes habilidades e competências para compreender e atuar em uma nova forma de cultura, a cultura digital ou cibercultura. O anterior obriga a ampliar o conceito de audição, e a expandir o conceito de ouvinte para o de web ouvinte, ciber ouvinte ou internauta. um “leitor” de formas híbridas (de signos acústicos, visuais, audiovisuais). O rádio na internet, como se disse anteriormente, além do som e texto, contém imagens fixas e em movimento, gráficos, e outros recursos visuais, dispostos não necessariamente de maneira linear. O fenômeno envolve multisensorialidade que demanda habilidades perceptivas e cognitivas e reestruturação do perfil tradicional. Agora este ouvinte, “navega pelas infovias do ciberespaço, povoadas de imagens, sinais, mapas, rotas, luzes, pistas, palavras, textos e sons” (SANTAELLA, 2004, p. 17). Além das reconfigurações das dimensões expressivas e comunicativas do rádio, está a reconfiguração do espaço, que vai além do geográfico e físico, como também, inclui-se o desenvolvimento de competências para navegar nas emissoras em internet.

Com a radiomorfose, se ampliou o conceito de audição sonora. As mensagens híbridas passam por processos de composição, exposição e percepção medianamente diferentes dos processos analógicos. A decifração não é só de conteúdos verbais senão de um universo simbólico, emparentado com o ciberespaço e sua linguagem hipermidiática. É a inter-relação de linguagem escrita, linguagem visual (imagens fixas e em movimento), e linguagem sonora. A mistura de códigos (escritos, visuais, sonoros) e o hibridismo de suportes tecnológicos, materializam-se em páginas de internet que albergam conteúdos de programas de rádio, ou programações completas de emissoras.

Os fatores anteriores e outros adicionais, incidem no ato de ouvir; enquanto o ouvinte de rádio analógica está relacionando-se com a linguagem verbal oral, mediatizada pelo rádio; o web ouvinte interage com uma linguagem verbal oral, midiaticizada pela internet, e simultaneamente é um espectador de imagens fixas e/ou em movimento. Além disso, há um modo distinto de ouvir um programa de rádio, não necessariamente de forma

⁶⁶ Cfr. O conceito nos textos de M. Shiffer, Eugénio Menezes, Norival Batelho entre outros.

sequencial, pois pode-se romper o percurso linear da exposição de conteúdo, e a audição não tem que ser obrigatoriamente em tempo real senão a través da consulta, à vontade, de arquivos disponibilizados em *podcast*.

No ato de audição no rádio analógico, se tem uma panorâmica dos conteúdos que se veiculam, a través do “zapping”.⁶⁷ No rádio na internet, com um “clique” no computador ou no celular, acede-se aos links de emissoras *on line* e suas programações, albergadas em sites próprios, páginas de Youtube e Facebook, e aplicativos -por exemplo WhatsApp. O web ouvinte “navega” na teia, tem múltiplas possibilidades de conexão e pode programar seus conteúdos de interesse para escutar-nos na hora ou posteriormente. Têm também opção de interatuar com outros web ouvintes e incluso com os produtores “originais” dos programas, e intervir na construção de conteúdos com comentários, imagens fixas, vídeos, músicas e outros recursos. Vale fazer uma pausa para explicar o conceito de “navegar”:

A capacidade de navegar não se assemelha às habilidades de ler ou de escrever. Implica outro tipo de alfabetização, mais propriamente semiótica, pois o alfabeto das interfaces é semioticamente complexo implicando uma compreensão geral do modo de operação do computador- Essa semiose, ou seja, a ação dos signos nesse ambiente implica mais do que a simples capacidade do usuário para acioná-los (...). (SANTAELLA, 2004, p 101).

3.1.1 As habilidades e competências do web ouvinte

Pode-se dizer que o web ouvinte que navega em emissoras através da rede, tem uma “alfabetização” para compreender a maneira em que se estruturam os conteúdos de caráter não linear. Quais são então as habilidades perceptivas e cognitivas envolvidas? Lúcia Santaella destaca da multiplicidade de leitores classificáveis, três tipos principais: o leitor contemplativo, o leitor movente e o leitor imersivo (SANTAELLA, 2004, p.19):

Contemplativo: da idade pré-industrial, da era do livro impresso, e da imagem expositiva. ‘Nasce no renascimento e perdura até meados do século XIX. **Movente**, leitor do mundo em movimento, dinâmico, filho da revolução industrial e do aparecimento dos grandes centros urbanos. “Nasce com a explosão do jornal e com o universo reprodutivo da fotografia e do cinema”, vigente ainda no advento da revolução eletrônica, e do apogeu da

⁶⁷ *Zapping* é o ato de percorrer os diversos canais das estações de televisão, ou percorrer o dial das diversas emissoras de rádio, na procura de um programa em específico ou de uma estação de rádio em particular.

televisão. **Imersivo**: “é aquele que começa a emergir nos novos espaços incorpóreos da virtualidade”.

A autora enfatiza que há uma sequencialidade histórica no aparecimento de cada um desses tipos de leitores, mas não são excludentes entre si; o emergir de um não leva ao desaparecimento do anterior. Existe “(...) uma convivência e reciprocidade entre estes três tipos, mas há habilidades perceptivas, sensório-motoras e cognitivas distintas”. (SANTAELLA, *ibid.*). Pareceria ser que para explorar e aproveitar os recursos da rede e para compreender a complexidade do tipo de mediações comunicacionais que estão em jogo, nas experiências de rádio na internet e nas web rádios; o tipo de web ouvinte, à luz da classificação geral de Santaella, é o imersivo, capaz de transitar pelos espaços incorpóreos da virtualidade. A definição da autora sobre o tipo de leitor imersivo afirma que é:

Aquele que desenvolve determinadas disposições e competências que o habilitam para a recepção e resposta à densa floresta de signos em que o crescimento das mídias vem convertendo o mundo. (...) aquele que navega através de dados informacionais híbrido-sonoros e textuais- que são próprios da hipermídia, (...). (2004, p. 47).

Em primeira instância o acesso a uma rádio na internet exige compreender os aspectos e funcionalidades que envolve a teia do computador ou do celular e seus recursos tecnológicos. Em segunda instancia, requer identificar que os conteúdos estão constituídos não só de texto verbal-oral, senão que integram recursos visuais como gráficos, desenhos, fotos, vídeos, emoticons, etc. Além do anterior, precisa conhecer a configuração de janelas e links na teia, que conectam com outros pontos de informação que são infinitos. Um rádio, desenhado especificamente para funcionar na rede, apresenta uma infinidade de conexões possíveis. Um nó dentro da teia, que exhibe o conteúdo - seja da programação radiofônica ou da publicidade, pode levar ao outro nó. “A hipermídia não é para ser lida de começo ao fim, mas sim através de buscas, descobertas e escolhas” diz Santaella, (2004, p 50). O web ouvinte tem a opção de escutar e ver o conteúdo definido na teia; pode, por médio dos links apresentados, escolher conteúdos diversos e armar seu percurso de maneira não linear. Mas toda opção tem seus riscos, e a flexibilidade do ato de ler uma hipermídia, pode trazer desorientação, como adverte Santaella (2004). O web ouvinte precisa de competências para navegar em construções hipermediáticas complexas, requer dos sinais orientadores dos produtores “originais” dos conteúdos. Assim como na audição de caráter analógico o ouvinte vale-se de sistemas de codificação e decodificação linguística e cultural; o web

ouvinte ou cibernauta requer de rotas semióticas para não se perder. Também necessita de habilidades para compreender a navegação na web rádio, seu tipo de comunicação multilinear e labiríntica, e assim poder fazer suas opções “no emaranhado de ligações oblíquas internas de nexos remissivos em um jogo de associações” (SANTAELLA, 2004. p.12).

A compreensão de um texto, depende de um conjunto de pressupostos: “No caso da hipermídia, sua natureza é híbrida, envolvendo uma mistura de signos, sinais, imagens, texturas gráficas, figuras, diagramas, sons, ruídos e suas respectivas hiper-sintaxis que implicam uma alfabetização semiótica do usuário” (SANTAELLA, 2004. p.67)

Lucia Santaella identifica no leitor imersivo ou navegador, três níveis orientadores de suas buscas na rede: o navegador errante, navegador detetive e o navegador previdente. (SANTAELLA, 2004, p. 13). Esta classificação vai ser aplicada na tipologia de ouvintes de rádio na internet, por enquanto, segue a explicação da autora: “o raciocínio adutivo é próprio do novato, que pratica a errância como procedimento exploratório em territórios desconhecidos; o indutivo é próprio do internauta que está em processo de aprendizado, e o dedutivo, daquele que já conhece todas as manchas do jogo” (SANTAELLA, 2004, p.93).

O conceito de navegador “errante” aplicado por quem escreve, ao rádio na internet e à web rádio, representa aos usuários que recentemente incursionam nesta modalidade de comunicação e que não sabem com certeza que tipo de emissora ou programa procurar na rede. Vagam de um link ao outro, percorrem em movimento de *zapping* o ciber território, explorando web rádios segundo suas necessidades ou gostos, ficando fidelizados ou não com alguma estação ou programa.

O conceito de navegador “detetive” aplica-se a aqueles que conhecem a modalidade de rádio na internet, que já identificam os ícones de funções indicativas de roteiros de busca. Sua navegação nas web emissoras, é mais definida e disciplinada, vai diretamente ao link ou site de uma “web rádio, e pode desenvolver uma relação de fidelidade com a web estação.

No caso do navegador “previdente” ou “dedutivo”, está-se frente a experimentados web ouvintes, familiarizados com o desenho de *sites* de emissoras *online*, com link e hipervínculos de conexões e hábeis com os recursos de participação e interação que disponibilizam os sites. Seguindo a pauta que Santaella formula para a tipologia de leitor; os três tipos de raciocínio e ação, aplicados aos ciber ouvintes, não são excludentes; constituem passos prévios em um processo de familiarização com ambientes de rádio na

internet,⁶⁸ e de web rádio. Se podem identificar em um mesmo ciber ouvinte, comportamentos de internauta errante, internauta detetive e internauta previdente.

Se bem que é aventurado e prematuro lançar uma hipótese de que a passagem de um tipo de ouvinte analógico a outro, caracterizado como web ouvinte, envolve grandes transformações sensoriais, perceptivas, cognitivas e, de sensibilidade; por enquanto pode-se afirmar que o protótipo de um mundo digital, regido pela crescente convergência midiática, e que estrutura-se e consolida-se em linguagem hipermediática, apresenta situações de aprendizado de protocolos na suas buscas na rede. O anterior significa que as novas maneiras de ouvir, envolvem procedimentos e conhecimentos sobre as formas de linguagem escrita, visual e sonora, presentes no rádio na internet; e incluem a utilização simultânea de diversos sistemas sensoriais, aptos para perceber a informação na rede.

Um esclarecimento: se no rádio de caráter analógico há diferentes tipos de ouvintes, (o rádio foi cada vez mais segmentando seus públicos); no rádio na internet, intensifica-se dita multiplicidade. Com as caracterizações desenvolvidas linhas atrás, mostraram-se tendências, pois não se pode delimitar a um modelo único de web ouvinte.

Há um conceito expressado por vários autores, que pode aplicar-se ao tema desenvolvido neste tópico; e é o de “comunidades virtuais”. Há uma relação entre migração digital e comunidades virtuais, como diz Santaella, as comunidades virtuais do ciberespaço têm crescido e se diferenciado com tal intensidade que produziram o aparecimento de uma nova forma de cultura, a cultura do ciberespaço ou cibercultura.” (SANTAELLA, 2004, p.44) Daí o sentido de repensar a constituição dos públicos das rádios inseridas em contextos de cibercultura, que estão mais próximas da categoria de comunidades virtuais de web ouvintes ou cibernautas.

Sobre a migração do ouvinte de rádio analógica, ao perfil do ouvinte de rádio na internet, Debora Lopez afirma:

Pensar, então, uma nova audiência para o rádio é considerar um sujeito conectado e multiplataforma, mas que busca antes de mais nada conteúdos que sejam integrados e narrativas complementares. Trata-se de um público que prioriza o consumo sob demanda em detrimento da programação linear e que faz um consumo de conteúdo compartilhado através das redes sociais. Isso significa dizer que se fale para os

⁶⁸ Haveria que analisar a maneira como o processo é levado pelos usuários, se há continuidade ou interrupção nas fases, quando, como e por que desistem ou persistem na navegação em rádios em internet ou web rádios, ou mesmo para conhecer o ritmo e tempo que leva passar de um estágio de novato a experto, e de ser um simples ou errante navegador a um internauta participante, com alvos determinados, como assinala Santaella (2007).

sujeitos que fazem uma escuta individual, em seus dispositivos, essa fala precisa considerar o outro que recebe o conteúdo compartilhado pelo ouvinte-internauta original. (2016, págs. 12-13).

3.2 A ilusão mítica e a realidade da participação, da interação e da interatividade no rádio na internet

Entre os aspectos destacados na bibliografia sobre o tema do rádio nos cenários da convergência mediática e do ciberespaço, está a promessa de superação da rigidez da relação entre emissor e receptor, e a possibilidade da rotatividade dos roles entre quem fala e quem escuta. O tom eufórico referido aos ambientes interativos que propiciam os andaimes tecnológicos e o suposto “agir recíproco” de emissores e receptores; é quando menos, suspeito. Abundam “os novos fundamentalistas da liberdade de expressão, decididos a demonstrar que esta não tem limites quando utilizada por eles” (CEBRIAN, J. 1998, págs. 58-59). É difícil discriminar quando a intenção, é reconhecer aos outros como sujeitos comunicantes; ou quando se trata de uma estratégia de mercado para ganhar ou manter audiências.

Não é que a participação, a interação e a interatividade seja uma Quimera,⁶⁹ ou que não se devam reivindicar formas democráticas de interação dialógica; de fato, o próprio Barthes (1982, p.257) percebeu na escuta rádiofônica do rádio analógico, que podia-se superar a polaridade de “quem fala *versus* quem escuta”, e rotar seus roles. Dessa potencialidade falam os trabalhos de autores que refletiram amplamente sobre o tema e mostraram caminhos para concretizar no rádio a comunicação dialógica e de dupla via; entre esses, Bertold Brecht,⁷⁰ e o Mario Kaplún.

No campo da comunicação, Brecht promulgava a necessidade de que os papéis entre os sujeitos do processo comunicativo pudessem rotar. Referiu-se ao caso do rádio e ao papel ativo do ouvinte que não tinha que limitar-se a escutar. Também se preocupou com o fato de que o rádio se transformasse de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação.⁷¹

⁶⁹ Significado de Quimera. substantivo feminino Sonho; resultado da imaginação que tende a não se realizar. Mitologia. Monstro mitológico caracterizado por possuir cabeça de leão, corpo de cabra e cauda de serpente. <https://www.dicio.com.br/quimera>. Acesso, junho 20 de 2018.

⁷⁰ BRECHT, Eugen Bertold. Teoria do Rádio. Em: Meditsch, Eduardo. Teorias do Rádio. Textos e Contextos. Vol. I. Florianópolis:Inular,2005.

⁷¹ Pode-se deduzir da obra do autor e de sua perspectiva crítica e política, que mesmo usando o termo “aparelho de comunicação”, não se estava referindo a um olhar instrumental do veículo senão a uma relação comunicativa e à dimensão dialógica da comunicação.

Por sua vez, Mario Kaplún destacava o papel da linguagem e dos processos de codificação e decodificação, como um espaço de inter-relação entre os sujeitos envolvidos:

Kaplún entende que é importante facilitar a compreensão do ouvinte, embora acredite também que é necessário estimular o trabalho de decodificação por parte do destinatário, não dando todas as informações previamente interpretadas. Assim concluindo que “devemos codificar nossa mensagem de tal modo que ele (ouvinte) tenha que pôr algo de sua parte, que tenha que participar para decodificá-la (associar situações, interpretá-las, vivê-las intelectual e emocionalmente, extrair conclusões, etc.)” [KAPLÚN, 1994, p.96]. (MAGNONI. A, VILLEGAS. E, GOBBI. J, 2014, p.521).

Como exemplo também podem-se citar as lições que os coletivos das rádios comunitárias e populares da América Latina, tem dado a respeito dos processos participativos e interativos. O caso brasileiro tem sido registrado nas pesquisas e publicações de Cicília Peruzzo, entre outros.

Na história do rádio analógico, evidências históricas mostram as possibilidades concretas de participação: da visita à emissora e do envio de cartas, passou-se ao telefonema. Da chamada gravada - posteriormente irradiada no ar, passou-se à participação telefônica em direto. E atualmente, com as facilidades que oferecem os recursos tecnológicos, participa-se com mensagens escritas e gravadas via WhatsApp, twitter ou Instagram. Nos sites das emissoras, no muro do Facebook do programa, na página do Youtube, postam-se comentários, enviam-se ideias ou interage-se de maneira imediata no chat da *live*. Tudo isto mostra o potencial da dinâmica dos roles falante/ouvinte, e uma possível redefinição das fontes produtoras de conteúdo nos meios e nas redes. A condição do princípio de heterarquia, próprio da cibercultura e da linguagem hipermediática, ajuda - no caso das emissoras em internet e web rádios, não necessariamente porque impere um espírito democrático nas redes ou pelo desejo de que as audiências deixem de ser contemplativas para serem interativas.

O que demanda crítica, são os olhares reducionistas, tecnicistas e mercadológicos sobre a participação, a interação e a interatividade no rádio que atua em sinais hertzianas ou no ciberespaço, e que se lhe reste densidade à análise das relações socioculturais emergentes com as tecnologias de comunicação e informação. No rádio na internet e na web rádio, identificam-se olhares instrumentais dos suportes tecnológicos, aos que comumente, atribuem-se propriedades intrínsecas de interatividade.

3.2.1. Emissor-receptor Vs interlocutores

Alex Primo (2008, p. 9), assinala que há modelos lineares que separam polos antagônicos (emissor-receptor), que não ajudam a analisar e compreender a complexidade do fenômeno comunicacional. Em sua opinião, a limitada visão transmissionista: emissor-mensagem-meio-receptor, foi atualizada no modelo: web designer-site-Internet-usuário; o que muda é a roupagem, mas trata-se da mesma proposta reducionista. A “novidade” é, segundo o autor, que não só se recebe o que o polo emissor transmite, senão que o usuário pode procurar a informação que quer na internet:

Essa seria a formula da chamada `interatividade`. Mesmo se podendo reconhecer o avanço dessa formulação em contraste com o modelo informacional e massivo, é preciso denunciar a deficiência da proposta. Mantém-se ainda a polarização e a supremacia de um extremo, que tem o privilégio de se manifestar, enquanto a outra ponta ainda é reduzida ao consumo, mesmo que agora possa escolher e buscar o que quer consumir (PRIMO, 2008, p. 11).

Percebem-se algumas “mudanças”, por exemplo, o receptor começa a ser chamado de usuário, isto não significa mudanças estruturais senão que se refere a “alguém que usa algo” ou que é cliente. Para Primo, trata-se de um reducionismo onde de maneira incorreta igualam-se interlocutores e usuários, “(...) os conceitos trazem uma visão de mundo. Mais do que simples rótulos, eles qualificam o fenômeno em estudo” (2008, p.12). Nessa medida, o autor denuncia que se incorporem termos onde se reduz a interação ao consumo.

Arlindo Machado (1990, p.26), pergunta-se pelo espaço para fazer realizáveis as propostas democráticas dos meios de comunicação de massa, onde possam ser intercambiados os papéis tradicionalmente impostos para emissores e receptores. Duvida da existência das condições técnicas e sociais para garantir a rotatividade dos atores do processo informativo e comunicativo. A pergunta pode-se trasladar ao espaço do ciberespaço, território virtual das rádios em internet. Há reais condições de passar de usuário a ser cidadão? Ilusão ou de realidade? Como assinala Eugenio Bucci, “(...) essa tal de interatividade deveria de se chamar Inter passividade. Nada mais. Inter passividade consumista: anabolizante para o comércio, nuvem de fumaça para a democracia”. (BUCCI, 2001, p. 2).

3.2.2 Revisitando os conceitos de interatividade e de interação mediada

No conceito de “interatividade” Arlindo Machado (1997, p.25) identifica duas perspectivas: uma de caráter política, representada especialmente nos conceitos de Brecht e de Enzenberger, e uma pensada desde o ponto de vista semiótico, onde interessa o lugar do ouvinte, do leitor, do espectador; os “atos de leitura ou de recepção” como disse Machado, e que envolvem o estudo das possíveis interpretações que os sujeitos podem fazer.

Sobre as potencialidades interativas da tecnologia informática, Machado assinala que “com os mais recentes formatos de armazenamento das informações computacionais, o receptor pode entrar no dispositivo textual a partir de qualquer ponto, seguir para qualquer direção e retomar a qualquer ‘endereço’ já percorrido” (MACHADO, 1997, p.25). É um caminho similar ao proposto por Lucia Santaella (2004) com o “leitor imersivo”, que é capaz de estabelecer as rotas do seu percurso quando interage com a mídia e especialmente na teia da rede. Porém, Machado, alerta sobre o potencial fascinante da hipermídia e de seus mecanismos de participação que oferece ao internauta, pois muitos deles são miragens de interação. Ou como adverte Alex Primo (2008, p.30), costuma-se valorizar a tecnologia mediada por computador, “mais em termos de tecnologia que em termos comunicativos”, caindo-se numa interação tecnicista e “desprezando a complexidade do processo de interação mediada” (ibid., p. 30). Acerca da percepção que se tem do conceito de interatividade, Alex Primo (2008, p. 49), apresenta as conclusões de Rafaelli⁷²:

a) Nem toda comunicação é interativa, mesmo que a comunicação não – interativa possa conter respostas coerentes; **b)** interatividade não é uma característica do meio (ou canal); **c)** boa parte do uso das chamadas ‘novas tecnologias de comunicação’ é não-interativa; **d)** ‘interatividade’ é um feedback (mas não é seu sinónimo) que se relaciona com as mensagens anteriores e com a maneira como essas mensagens anteriores se relacionam com aquelas que as precederam.

Não é raro, encontrar referências à bidirecionalidade como característica fundamental da ‘interatividade’- Inclusive trata-se da reivindicação antiga dos teóricos da comunicação. Entretanto, muitos artigos sobre bidirecionalidade -o fluxo de mensagens em mão dupla- a confundem com interação social; nem sequer este conceito da conta da

⁷² Alex Primo, segue o texto de Rafaelli “Interactivity: from new media to communication. In: Sage annual review of communication research : advancing communication science. Beverly Hill:Sage, 1998, p.110-134.

complexidade do processo comunicacional, assinala Primo, seguindo o pensamento de Rafaelli,⁷³ (PRIMO, 2008, p.42).

O que está-se questionando é a pretendida redução de um complexo fenômeno comunicativo e de intercambio simbólico, ao fluxo, tráfego, velocidade de transmissão, incremento de combinações possíveis na circulação da informação, leque de opções disponibilizadas para a resposta dos usuários -inclusive com a promessa de outorgar-lhe mais poder para intervir na programação e autonomia em tudo o processo.⁷⁴ (PRIMO, 2008, p. 43).

A ideia de Primo sublinha a necessidade de não confundir o aumento, na simples reciprocidade, propiciada pelo desenvolvimento tecnológico, com processos comunicativos entre humanos, e que são construídos entre eles, onde a perspectiva do intercambio dialógico e a construção de sentido e de vínculos, são fundamentais.

Em referência aos conceitos de interatividade,⁷⁵ e de interação, Alex Primo assinala que na maioria das definições, prevalece o foco tecnicista:

O termo `interatividade`, é usado como algo dado, uma característica pré-contida. Porém, a afirmativa ‘o diferencial da cibercultura é a interatividade’, já é quase um lugar-comum, resulta vazia diante de uma reflexão mais rigorosa. (...) nesse cenário, Sfez (1994) reconhece o termo `interatividade` como um argumento de venda (mesmo no campo teórico!). Um slogan”. (PRIMO, 2008, p.13). (...) “A interação resume-se à reação e valoriza praticamente a técnica (PRIMO, 2008, p.25).

Ambos os casos deixam por fora a perspectiva da influência recíproca e as interações interindividuais de caráter horizontal, participativo e dialógico. Primo, referindo-se à crítica elaborada por Raymond Williams sobre os sistemas ditos interativos, assinala que:

Em 1975, o autor alertava para necessidade de distinção entre os sistemas interativos e os meramente reativos. Um sistema interativo deveria dar total autonomia ao espectador e viabilizar a resposta criativa e não-

⁷³ O livro seguido por Primo é: “Interactivity: from new media to communication. In: Sage annual review of communication research : advancing communication science. Beverly Hill:Sage, 1998, p.110-134. Cfr. p.116.

⁷⁴ Se bem que a reivindicação da participação da audiência na programação vê-se aumentada, na maior parte dos programas há uma seção para a participação-intervenção se encaixar nos segmentos planejados pelo emissor primeiro. Neste caso, a autonomia da audiência é relativa. Haveria então uma variedade de modalidades de intervenção na programação. Não se podem fazer generalizações.

⁷⁵ O termo provem do campo da informática, e é deslocado para o estudo da comunicação mediada por tecnologias digitais.

prevista da audiência. Mas na maioria dos casos, trata-se de alternativas preestabelecidas para a seleção e entram dentro do que Williams chama de ‘reativo’. (PRIMO, 2008, p.27)

A classificação de sistemas interativos e reativos de Williams, registrada por Primo, têm pontos de encontro com o exposto por Machado sobre as formas de controle e relação de poder do polo emissor sobre o receptor (1990, p.26). De acordo com as contribuições conceituais anteriores, a pergunta obrigatória para as experiências de rádio na internet, é de se as propostas de participação, interação e interatividade, promulgada em textos alusivos, são reais iniciativas interativas, ou reações consideradas dentre de X ou Y alternativas oferecidas pelos produtores primários da informação, com regras específicas determinadas por eles.

Para Jensen (1999, p. 18-19 apud PRIMO, 2008, p.38),⁷⁶ a interatividade pode ser compreendida como “a medida da habilidade potencial da mídia em permitir que o usuário exerça uma influência no conteúdo e/ou na forma da comunicação mediada”. Porém, sob essa visão, outorga-se à própria mídia, o poder de autorizar ou denegar alcances aos interagentes.⁷⁷

Primo indica que a alternativa formulada acima, centra-se no canal e no seu potencial técnico na distribuição dos conteúdos; sem abordar o estudo e a perspectiva histórica das relações entre os interagentes e sua incidência no comportamento dos sujeitos (PRIMO, 2008, p.38). Os roles determinados de produtores centrais da informação e de consumidores focam-se na transmissão da informação; no controle ou não controle da informação e sua distribuição. “Quer-se aqui defender que a interação não deve ser vista como uma característica do meio, mas um processo que é construído pelos interagentes. (PRIMO, *ibid.* p.39). O autor foca as ações entre os sujeitos envolvidos no processo e no seu relacionamento. Daí que privilegie a perspectiva “Sistêmico-relacional”, preocupada com transcender a própria teoria da informação, relacionada com a transmissão de mensagens. Seu foco está “(...) na interação propriamente dita [as ações entre os envolvidos no processo] e o relacionamento que se constrói durante o processo” (PRIMO, *ibid.* 39 - 40).

⁷⁶ JENSEN, Jens F, The concept of “interactivity” in digital television. Intermedia, 1999.p.8-20. www.intermedia.uni.dk/publications.

⁷⁷ Adquire vigência o tema do desenvolvimento de competências nos sujeitos para poder intervir, negociar, contestar, impugnar conteúdos, formas de comunicação mediada, colocado por Lucia Santaella (2004) quando fala do “leitor imersivo”, capaz de interatuar em diversos níveis e momentos do processo comunicativo.

Marco Silva (2000, p. 105, apud PRIMO, 2008), propõe chaves para fazer realidade as propostas da interação mediada, a partir da participação - intervenção, com uma perspectiva tecnológica e outra comunicativa. Na primeira, graças às possibilidades tecnológicas, os ‘receptores’ conseguem intervir no processo da comunicação coletiva. Na segunda, além da perspectiva tecnológica, interpela-se o próprio modelo tradicional emissor-mensagem-receptor, com a mudanças nos papéis, de cunho funcionalista, emissor - receptor, garantindo o primeiro um sistema de acesso que preveja interação por parte dos públicos. Segundo Silva, comentado por Primo (2008), pretende-se passar de uma “lógica da distribuição” a uma “lógica da comunicação” e a uma reconfiguração do polo de produção e de recepção.

3.2.3 A perspectiva sistêmico-relacional de Alex Primo

A abordagem de Alex Primo para o estudo e análise geral da interação no ciberespaço, sustenta-se numa *visão sistêmica*, que permita reconhecer a complexidade do fenômeno. Trata-se de “uma perspectiva que não menospreza a recursividade dos processos relacionais, que não teme o estudo da interação das partes na constituição do todo complexo” (PRIMO, 2008, p. 11).

A partir desta perspectiva sistêmico-relacional, Primo considera que é possível assumir a complexidade do processo comunicativo e o movimento entre seus interagentes, e compreende a interação como “ação entre” os participantes do encontro.⁷⁸

Mesmo reconhecendo que há multiplicidade de formas interativas, das mais simples às mais complexas e com diversidade de teor qualitativo, aborda a interação mediada por computador a partir do estudo do relacionamento entre os interagentes (2008, p.14).

Pode-se assinalar, que a necessidade de repensar a complexidade dos processos comunicativos e os roles de seus atores, no cenário da cibercultura, do ciberespaço, da convergência mediática e demais; teve antecedentes que vale a pena lembrar. Desde a década dos anos 60’s quando na América Latina questionava-se o modelo informacional e mecanicista de comunicação, demandava-se para que a comunicação contemplasse, na sua concepção e performance, horizontalidade na relação emissor-receptor. Esta perspectiva,

⁷⁸ Primo recupera os estudos em linguística histórica de Starobinski (2002), onde explicita-se que o substantivo *interaction*, *apareceu* pela primeira vez no Oxford English Dictionary (1832), seguido do verbo *Interact* (1839), no sentido de “agir reciprocamente”. (PRIMO, p. 13 e 14).

encontrou eco nas propostas da comunicação dialógica, participativa, comunitária, popular; todas elas comprometidas com a busca da democratização da comunicação.

3.2.4 Interação e interatividade mediadas em meios e no rádio na internet

Acerca da interação mediada pelos meios tradicionais, Thompson enuncia três formas ou tipos de situações interativas criadas pelos meios de comunicação: **1**-Interação face a face; **2**- Interação mediada (mediada por um meio técnico-por exemplo cartas, telefone, etc.); **3**-Interação quase mediada (refere aos meios de comunicação de massa). (THOMPSON, 2002, p.78). Abrange desde o espaço físico compartilhado até a ação na distância, com fluxos de comunicação em um sentido ou em duplo, e para um número reduzido ou amplo de receptores, e com maior ou menor forma de intervenção por parte deles.

Os meios, fruto da convergência midiática, podem apresentar conjuntamente os três tipos de situações. Por exemplo no caso das conversações via *Skype*, mesmo que não se partilhe um espaço físico, pode se considerar que há um contexto de co- presença que pode ser estendida a vários indivíduos, como é o caso de conferência coletiva nos grupos constituídos para tal fim. Mesmo assim trata-se de uma interação mediada tecnologicamente, mas que permite a comunicação “face a face”, e uma resposta imediata. No caso do rádio com a incorporação da tecnologia digital, o rádio na internet e a web rádio; o fluxo informativo e comunicativo tem outros percursos. O ouvinte ou internauta não só pode interferir no conteúdo dos programas da emissora a traves do correio eletrônico, do Facebook, gravando o escrevendo mensagens de texto para enviar via WhatsApp, senão que pode apropriar-se do objeto para selecionar e programar conteúdos, armar suas playlist entre outros aspectos. Estas opções são parte do que se conhece como rádio *on demand*, que representa, pelo menos em teoria, mais opções de entretenimento e informação. Porém, *on demand* não significa automaticamente rádio interativa; a opção de escolha não representa *per se* interação.

No caso das experiências de rádio na internet, a maior parte da programação do conteúdo, está predeterminado pela equipe de produção que define o fluxo das informações que serão disponibilizadas. Tal vez seja nos programas musicais, estruturados a partir das solicitudes de música dos internautas ou ciberouvintes, onde minimize-se a determinação

de conteúdos por parte dos emissores de programas musicais, que estruturam sua transmissão com os pedidos de música.

Extrapoladas as ideias de Silva (2000) e de Primo (2008), ao rádio digital e ao sistema de rádio na internet, identifica-se nelas o grande potencial tecnológico e sua capacidade de armazenamento de informação, com um *plus*: a possibilidade do web ouvinte de incidir na disposição dos conteúdos do programa e de produzir novos conteúdos. Porém na realidade, há limites de tempo na produção radial. Nem todos os realizadores de programas em internet, estão dispostos a ceder seu espaço para que outros intervenham ou “interfiram”, e ao contrário, nem todo mundo está disposto converter-se em realizador de um programa, ainda, mas sem receber nada em troca.

Com as mudanças assinaladas anteriormente, pode-se pensar que há diferenças fundamentais entre o ouvinte de rádio analógico e o web ouvinte, no concernente a ser ou não, autor do processo criativo. Mas não se deve pensar que o critério definidor das relações interativas se dá pela intervenção nos processos de produção de produtos. Segundo vários autores, na recepção, aparentemente passiva, também há muito de produção comunicativa e simbólica. Contrariamente com perspectivas mais tradicionais, que enfatizam a mensagem e seu emissor, José Luiz Braga (2012, p.30), acredita que a comunicação está na escuta, e valoriza nela a compreensão da circulação simbólica, e insiste que essa escuta não se limita ao recebimento de informação e ao trabalho interpretativo.

A ideia de um contra fluxo, da recepção para a produção, se contrapõe ao risco de confundir comunicação com o *fluxo informacional*, pois este é sempre unidirecional. Na comunicação, a própria produção é resultante de uma escuta. Entendo, pois, que é da reverberação mútua entre escutas e falas, de parte a parte, que se alimentam os processos interacionais em sua produção de sentido. O que não imaginamos é que a escuta possa ser tratada em uma chave de apenas duas posições, sim ou não, acolhimento ou recusa. Podemos estar dispostos a nos modificar em presença da alteridade- mas nem sempre conseguimos efetivamente sintonizar de modo fino as proposições. Entendemos e não entendemos. Acolhemos e resistimos. Se observarmos ao redor, em simples consulta às práticas sociais, é inevitável constatar que há graus de escuta, variações complexas na disponibilidade e no acolhimento,” (BRAGA, 2012, p.31).

Considera-se também importante, quando se fala de interatividade nos meios e na rede, conhecer o que entende-se por “diálogo”, e em que sentido está-se usando. É habitual encontrar-se com uma idealização do diálogo sem reconhecer as reais dificuldades

que se apresentam em todo tipo de comunicação: na “face to face”, na comunicação massiva e na mediada pela rede.

Com o anterior pode-se compreender que não é uma condição da natureza da web rádio ser interativa como em algumas publicações costuma-se considerar. O contato e encontro entre os sujeitos que interatuam, acontece por conta de outras condições que possibilitam ditas trocas comunicacionais, e que não são exclusivamente por ação das facilidades tecnológicas oferecidas. Há fatores como as relações de identificação e a empatia, que os anima o intercâmbio de mensagens e sentidos. As ideias de Rafaelli-apresentadas por Alex Primo, convocam para ultrapassar o “deslumbre tecnológico” e como adverte o próprio Primo, uma coisa é uma reação reativa e outra uma relação comunicativa que é um processo mais complexo.

Vários dos autores abordados no primer capítulo deste trabalho, tais como Jesus Martin Barbero, Fernando Marin Ardila, André Lemos, Pierre Lévy, Francisco Rüdiger, Arlindo Machado, Eduardo Meditsch e outros, reiteram a importância de não cair no reducionismo tecnológico. E nesta segunda seção deste capítulo, privilegiou-se o pensamento de Alex Primo (2008); finaliza-se recalcando duas de suas ideias principais:

- 1- Nos temas de interação, participação, interatividade, democracia e outros afins; há muito de demagogia publicitaria e oportunismo para gerar lucro para as empresas de equipes tecnológicos.
- 2- Boa parte das experiências referidas à participação da audiência, enfatizam uma visão tecnicista-mercadológica. Conceitos como “interatividade” e “interativo”, são usados como argumento de venda de produtos e serviços. Esta segunda ideia de Primo, está em consonância com o seguinte pensamento:

Embora tenha potencial para capacitar os consumidores e mobilizar os cidadãos, as novas tecnologias de informação e comunicação de fato estão servindo os interesses comerciais, ao reforçar as práticas mercadológicas. Ainda que estas práticas venham de época anterior, estas tecnologias estão permitindo que, agora, os comerciantes aperfeiçoem a exploração dos perfis mercadológicos online. (Fortier, 2001, p.48, apud Rüdiger, 2013, p. 152).⁷⁹

Chama a atenção que mesmo com a diversidade de recursos tecnológicos atuais que supostamente poderiam contribuir a fortalecer os vínculos entre os interagentes, a maior parte de situações de participação, interação e interatividade, identificáveis em

⁷⁹ cfr. Fortier François. *Virtuality check*. Londres: Verso, 2001.

rádios em internet (comerciais, estatais, educativas, religiosas e outras), se reduz a interações reativas. Como adverte Primo, a qualidade da interação não depende apenas do meio ou canal; não é independente dos sujeitos que intervêm, nem se trata de simples transmissão de informação que reduz e simplifica todo um processo complexo de intercâmbios simbólicos. Também não é algo que se faz no vazio; senão que trata de uma relação dinâmica entre interagentes, e entre estes e o meio. (PRIMO, 2008, págs.71 - 72). Para o caso da web rádio, não se trata de mudar a formula emissor-canal-receptor por webmaster-web rádio web ouvinte, pois repete-se a formula mecanicista, transmissionista e de indução a comportamentos, própria do enfoque informacional-transmissor da comunicação.

3.3 Enunciação da produção, enunciação da recepção, e construção de sentido no rádio na internet.

Assim como o sujeito não pode compreender-se em um vácuo pois ele é produto de fatores sociais, históricos e interpessoais, que em perspectiva dinâmica, inter relacional e complexa, coadjuvam na interpretação e construção de sentido do mundo; (Fisher, B, 1987)⁸⁰ qualquer prática de comunicação mediada, envolve condicionamentos na sua definição e redefinição. O rádio não está fora desta máxima, e ainda menos o rádio na internet, quando sincronizada com contextos de cibercultura e ciberespaço que lhe imprimem determinados sentidos a sua prática informativa e comunicativa.

Os temas anunciados linhas atrás, por demais complexos, sugerem pensar como se produz sentido no rádio na internet, na web rádio, ciber rádio, hiper rádio, rádio expandido, e demais termos relacionados. Para outros campos de conhecimento, por exemplo, o da publicidade, existem pesquisas suficientes.⁸¹ No texto “Recepção Publicitaria e Práticas de Consumo” (2008), Eneus Trindade têm como objetivo estabelecer a produção de sentido como critério comum aos processos de recepção na publicidade e nas práticas de consumo. Busca, por meio de uma abordagem teórica específica da enunciação, de base linguística, as diferenças entre as duas instâncias: do polo

⁸⁰ FISHER, B. Aubrey. *Interpersonal Communication: pragmatics of human relationships*. New York.:Random House, 1987, 416 p. Adaptação realizada por quem escreve, do parágrafo extenso citado por Alex Primo (2008).

⁸¹ Sobre a produção de sentido à luz das teorias da enunciação de base linguística, e os questionamentos às análises focalizadas no polo enunciador/emissor / nos discursos e a ausência, nas análises do enunciatário/receptor, ver os trabalhos de Eneus Trindade, em particular o datado em 2008b.

enunciador/emissor e do polo enunciatário da recepção-consumo, e a identificação dos pontos de contato que as une. (TRINDADE, 2008, p.73).

Seguindo a instância do polo enunciador/emissor formulada por Trindade; conclui-se a necessidade de estudos sobre a produção de sentido, no polo da enunciação do rádio na internet. Devido a que este modo de rádio, estrutura-se na lógica reticular da cibercultura; seu enunciador/emissor instala-se no ciberespaço, e fala desde a linguagem hipermediática - composta de hibridações de suportes tecnológicos. O rádio na internet, configura então seu sentido, a partir da fusão de imagens visuais, orais, texto escrito, gráficos, -entre outros elementos; essa definição, direciona parcialmente, suas representações de realidade, as metáforas e as narrativas que comunica.

O outro âmbito de estudo, exposto por Trindade, é o referido à produção de sentido do polo enunciatário/receptor. O autor propõe para o caso da recepção publicitária e o consumo:

Um levantamento sobre as teorias da recepção, buscando-se estabelecer conexões complementares possíveis entre os dois blocos teóricos em confronto (enunciação e recepção), visto que nossa proposição consiste em considerar o polo do receptor como um lugar de produção de sentido, carregado de significações, já que o receptor é co-enunciador dos discursos que recebe (Maingueneau, 2000, p. 22-24), o que, portanto, permite constatar que tal processo se dá por meio de representações sógnicas, devendo-se buscar nessas investigações um conjunto teórico pertinente ao campo das representações, das linguagens, ainda que sejam necessários diálogos com outras áreas que estudam as relações em Ciências Humanas. (TRINDADE, 2008, p. 74).

Lembre-se o contraste que estabelece Lucia Santaella, entre o leitor da comunicação escrita impressa em papel, e o leitor da tela eletrônica, “(...), esse leitor das telas eletrônicas está transitando pelas infovias das redes, constituindo-se em um novo tipo de leitor que navega nas arquiteturas líquidas e alienares da hipermídia no ciberespaço” (2004, p.18). Nessa medida, o ciber ouvinte de rádio na internet já não transita pelos sinais hertzianos senão que navega na rede, e mesmo que continue utilizando o sentido do ouvido para aceder aos conteúdos - como no rádio analógico; as estruturas híbridas da web radio consideram novas formas de percepção e cognição nessa atividade poli sensorial.

A convocação de Trindade para “ir além do estudo das mensagens e dos sinais intencionais do polo enunciador/emissor” nos discursos (2008, p.74), extrapolado ao rádio na internet, ajuda na indagação da produção de sentido, além do que tradicionalmente se faz nas pesquisas de análise de conteúdo e da mensagem radiofônica. Ali incluem-se:

análise de programas de rádio e de programações de emissoras, análise de avisos e publicidade institucional e comercial, etc., e discriminam-se aspectos morfológicos e de conteúdo, como estratégia metodológica. Em este eixo enunciador/emissor, cabem aspectos como: quem produz as mensagens; as intencionalidades do emissor com suas mensagens; a matéria prima das mensagens transmitidas etc. (VILLEGAS URIBE, 1997).

3.3.1 Categorias espaço- tempo representadas no rádio na internet.

Para o campo da publicidade, Trindade refere-se à consolidação de uma teoria da enunciação publicitária, e aos mecanismos gerais das representações de pessoa, espaço e tempo nesse gênero midiático. (2008, p74.). Aplicada o anterior ao campo da enunciação do rádio na internet, pode relacionar-se com as ideias da desterritorialização física, da superação dos limites das fronteiras geográficas, da globalização dos conteúdos que expande seu consumo e da compressão do tempo. Como afirma Ferrara (2008, p.13)

A espacialidade constitui a representação do espaço e sua semiótica permite entender o modo como, em espacialidade, o espaço se transforma em lugar, não físico, mas social, onde se abrigam a comunicação e a cultura nas suas dimensões históricas, sociais e cognitivas. Assim sendo, o estudo desse espaço “entre” supõe oferecer outra contribuição para a história da cultura, que vai da plasticidade do material à ilusão da imagem, e para a história da comunicação, que vai da mensagem que justifica relações humanas e sociais ao vínculo que, se transformando em mediação, considera a transmissão que depende do modo como a comunicação se organiza e cria outros ambientes sociais ou os transforma radicalmente, criando-lhes contextos e ambientes específicos.

No rádio de sinais hertzianas as imagens sonoras compostas pela palavra falada, a música, os efeitos sonoros e o silêncio- com suas pausas gramaticais e expressivas, tem uma espacialidade fixa. De antemão o realizador radiofônico prevê o lugar e o momento em que se inserem no programa, segundo os blocos ou “Momentos” definidos. No caso do tempo, impera o denominado “tempo cronológico”, o que significa que há um antes e um depois, ou seja, que há uma sequencialidade.

No rádio na internet, o espaço e o tempo configuram-se de acordo às características reticulares da cultura digital ou cibercultura; e sua linguagem é a da hipermídia “é o usuário que determina qual informação deve ser vista, em que sequencia ela deve ser vista e por quanto tempo”. (SANTAELLA, 2004, p. 52). Trata-se de uma experiência comunicativa sem limites espaço-temporais, cuja navegação pela rede contempla

hipervínculos, onde a sequencialidade não é obrigatória, e inclui possibilidades de resposta imediata e interação por meio dos diversos recursos tecnológicos e aplicativos.

3.3.2 O polo da recepção do rádio na internet

É no sujeito onde centra-se o processo de recepção que está mediado por características particulares dele como sujeito, pelas circunstâncias temporais e espaciais, e por fatores do contexto cultural onde insere-se.⁸² Anteriormente viu-se com Trindade, que há polo enunciator/emissor e polo enunciatário/receptor; e que as lógicas de produção, são diferentes às lógicas de recepção-consumo.

No panorama das teorias da recepção aplicadas nos estudos de comunicação, Trindade destaca, no âmbito latino-americano, os trabalhos de Nestor Garcia Canclini, e Jesus Martin Barbero:

Esses dois autores permitem-nos pensar sobre as questões das identidades culturais hibridizadas e manifestadas nas sociedades de consumo na América Latina, como é o caso de García Canclini, e as discussões referentes aos modos como as mídias regulam as dinâmicas culturais no contexto latino-americano, como delineado na obra de Martín-Barbero (TRINDADE, 2008, p.76).

Foi nos inícios dos anos 80 que nos estudos académicos da comunicação, enfatizou-se o rol ativo do receptor na resemantização do significado das mensagens mediáticas. Também a partir da formulação da teoria das mediações, começou a considerar-se a intervenção de multifatores na composição da mensagem, para explicar as diversas interpretações por parte dos sujeitos. A definição de Escostesguy sobre o uso barberiano de mediações, mostra os aspectos diferenciais desta teoria:

Através das mediações é possível entender, fundamentalmente, a interação entre produção e recepção ou entre as lógicas do sistema produtivo e dos usos, ou seja, o que se produz nos meios não responde unicamente ao sistema industrial e à lógica comercial, mas, também, a demandas dos receptores, ressemantizadas pelo discurso hegemônico. (ESCOSTESGUY, 2001, p. 101)

⁸² Refere-se à mediação; conceito que envolve o âmbito do micro (perspectiva do sujeito) e o âmbito do macro (a estrutura social). Vê o sujeito no contexto e nas suas subjetividades particulares. O conceito tem sido desenvolvido amplamente nos trabalhos de Jesus Martin Barbero, Guillermo Orozco, Manuel Martin Serrano, Maria Imacolata Vasallo, Muniz Sodré- entre outros. Não deve confundir-se com midiatização que se focaliza na estrutura macro. Cfr. trabalhos de Antônio Fausto e José Luiz Braga entre outros.

Ainda que para questões descritivas e analíticas os polos sejam diferenciados de maneira separada, o processo comunicativo não é fragmentado e seus componentes não estão isolados. Há um movimento constante nos momentos de enunciação da emissão e de enunciação da recepção, o fluxo comunicativo vai em diversas direções estabelecendo-se interrelações e transformações além do exclusivamente funcional. No caso do rádio, seja de caráter analógico, digital e de internet; é fundamental ver as relações que o constituem como fenômeno comunicativo, tecnológico, cultural e social.

No exercício de análise dos polos enunciador/emissor e enunciatário/receptor das rádios em internet ou na subcategoria web rádio; existe a tendência de pensa-as desde a perspectiva analógica, ainda que por ação da convergência mediática configuram-se de outra maneira e tem modos de significação diferentes. O ambiente do ciberespaço, onde circulam as rádios classificadas como web rádios, é um espaço cibernético. Em hipótese a navegação interativa envolve transformações perceptivo-cognitivas por parte do ciber ouvinte que navega por roteiros (leia-se conteúdos) que não são necessariamente sequenciais. Deve-se salientar que nem a rede é homogênea, nem todas as experiências de rádio na internet, são completamente web rádios; como se disse no capítulo dois, muitas emissoras só trasladam sua programação analógica à rede, sem fazer o tratamento de conteúdo e forma que seria preciso realizar para aproveitar as potencialidades da web.

Guardando as devidas distâncias com a euforia tecnológica e o otimismo exagerado sobre a técnica, a tecnologia e suas respectivas migrações midiáticas; não esquecendo os questionamentos sobre os mitos da participação, interação e interatividade; tendo presente as ambiguidades com os termos audiência, usuário, público; reconhecendo que a recepção é um processo complexo - ainda mais com o entorno digital e de cibercultura da atualidade; a reflexão de Debora Lopez traz elementos pertinentes para pensar o polo da recepção do rádio na internet.

Lidamos no rádio em cenário de convergência com níveis de acesso ao conteúdo pela audiência, e esses níveis, ao se expandirem, vêm acompanhados de comentários, correções, juízos de valor e complementações realizadas pelos usuários. Quer dizer, há uma ressignificação dos conteúdos difundidos a partir de como os avaliam os sujeitos consumidores. Reside mais aí do que no ouvinte repórter a revolução desta nova audiência. E a revolução vai além até mesmo da produção realizada pela emissora, mas deve reverberar em suas ações, decisões e conteúdo. O ouvinte-internauta é sim ativo, analisa, interage. Mas mais do que isso ele converte o rádio e seu conteúdo em mais um elemento de seu diálogo com os demais sujeitos na sua própria rede,

retirando o poder de fala das emissoras, descentralizando o fluxo comunicativo. Isso, aliado às influências dos algoritmos que regem as redes e plataformas digitais, demandam dos radiodifusores uma nova postura em relação ao conteúdo, à sua difusão e à audiência. (LOPEZ, 2010, p. 13).

3.3.3 A noção de consumo no rádio na internet

Lucia Santaella (2004, p.15) afirma que o percurso histórico da existência do livro mostra que ele está além de ser um mero objeto, por sua faculdade de instaurar formas de cultura que lhe são próprias. Dita ideia pode-se aplicar ao caso do rádio que de maneira semelhante, está longe de ser um mero objeto. Sua história mostra como ele foi instaurador de formas de cultura relacionadas com a oralidade e com a capacidade de ensonarão. As mutações tecnológicas acontecidas no rádio, por obra da convergência midiática, geraram estruturas híbridas e linguagem hipermediática, presentes no rádio na internet. A linguagem da hipermídia cria formas de percepção e cognição, e as formas de cultura oral mediatizada, próprias do rádio analógico, coexistem com as da cibercultura. O resultado são criações híbridas cada vez mais densas.

Lucia Santaella (2013), distingue seis eras culturais: oral, escrita, impressa, de massa, das mídias e digital. Para a autora, hoje todas as eras coexistem, pode ser com a preponderância de um que outro elemento como o caso da linguagem audiovisual.

A cultura teria então um papel na reconfiguração nas formas expressivas- dentre destas os meios, mas desde uma perspectiva de múltiplas interrelações estes incidiriam nas formas de organização das sociedades e na sua produção material e simbólica.

Para McCracken, “o mundo culturalmente constituído” é quem outorga o significado dos bens de consumo e está constituído pela experiência cotidiana do indivíduo. Mundo moldado pelas presenças e pressupostos de sua cultura, disse.

A cultura detém as “lentes” a través das quais todos os fenômenos são vistos. Ela determina como esses fenômenos serão apreendidos e assimilados. Em segundo lugar, a cultura é o ‘plano de ação’ da atividade humana. Ela determina as coordenadas da ação social e da atividade produtiva, especificando os comportamentos e os objetos que dela emanam. Enquanto lente, a cultura determina como o mundo será moldado pelo esforço humano. Em resumo, a cultura constitui o mundo suprimindo-o com significado. Este significado pode ser caracterizado em termos de dois conceitos: categorias culturais e princípios culturais (McCRACKEN, 2003 , p.101).

O autor considera como categorias culturais, coordenadas classificatórias do mundo dos fenômenos e que atribuem significado cultural. Dentre das categorias culturais destaca:

Categorias culturais de tempo, espaço, natureza e pessoa criam o vasto corpo das categorias. Juntas, elas dão origem a um sistema de distinções que organiza o mundo dos fenômenos. É assim que cada cultura estabelece sua própria visão de mundo peculiar, e é assim que cada uma dela expressa os entendimentos e as regras apropriados a um contexto cultural e absurdamente inapropriados para os demais. (McCRACKEN, 2003, p. 102)

Agora bem, se as culturas definem categorias de espaço e de tempo segundo sua história, e ritmos de vida, caberia perguntar-se se com a cibercultura está-se perante uma possível homogeneização das categorias e se então, as coordenadas buscariam ser semelhantes para todos os públicos? A segmentação dá-se em função das exigências do mercado cada vez mais globalizado?

Segundo McCracken, as categorias culturais podem ser manipuladas por estratégias mercadológicas, a fim de criar segmentos de mercado. (p. 103). É o caso da cultura de nichos. Como disse Rüdiger, “Entramos, agora, na era dos produtos destinados aos nichos de mercado e, portanto, à sua apropriação mais individualizada” (2013, p.34). O fenômeno tem adquirido grandes proporções pela cena da cibercultura:

A redução dos custos de produção e de distribuição, sobretudo a viabilizada pela internet, está permitindo a multiplicação de produtos e serviços oferecidos e, assim, não apenas a expansão, mas a diversificação dos hábitos de consumo e formas de expressão cultural (...). (ANDERSON, apud RÜDIGER, 2013, p. 35).⁸³

Quando a cultura de nichos, disse Rüdiger (2013), se projeta na mídia digital, os alcances são maiores; é maior o número de pessoas atingidas e há um “refinamento” das afinidades maior que aquele realizado na cultura de massas.⁸⁴ Internet tem aumentado a fragmentação das audiências e à superespecialização seguindo a lógica dos interesses particulares de grupos específicos. O rádio na internet também segmenta seus públicos em emissoras especializadas em gêneros, gerando oferta de conteúdos dirigidas a esses nichos. Entre essas ofertas está o rádio *on-demand*, que permite a seleção dos conteúdos segundo

⁸³ O texto original é em inglês. Anderson, Chris. The long tail. Nova York: Hyperion, 2006.

⁸⁴ Veja-se o caso do Facebook e a seleção automática que aplica nos perfis dos usuários, deixando por fora do repertório de amizades, aqueles que aparentemente não tem afinidades com outros usuários

preferencias. *O podcast* responderia também à segmentação do mercado e logra inserir-se graças aos aplicativos dos celulares. Isso mostra que as empresas encarregadas da produção de conteúdos, apelam às necessidades, reais ou imaginárias das identidades culturais dos sujeitos. Nessa ordem de ideias, pode pensar-se o podcast como um objeto cultural.

O rádio é um bem de consumo que pode considerar-se de caráter misto: os sinais hertzianos podem-se consumir livremente, sempre que se tenha o aparato receptor. Os conteúdos disponibilizados em internet, na maioria dos rádios *online*, são de livre consumo, mas a condição mínima é um computador ou celular para aceder, um plano de dados pago, ou acesso ao wi-fi gratuito. Porém há serviços de *Podcast* e de *Spotify* com *play list* pelos quais há que pagar para aceder. O consumo pode ser então por ondas eletromagnéticas ou por computador, de forma privada -usando fones de ouvido ou de audição aberta. Adiciona-se o uso a través de celulares e outros equipamentos portáteis- rádio móvel- com tecnologia 3G ou Wi-Fi, permitindo-se escutar emissora de tudo tipo, espalhadas em rede no mundo inteiro.

Em quanto à duração, o rádio é um bem de consumo durável e não durável. Os conteúdos irradiados ao vivo, no sinal hertziano, caracterizam-se por sua fugacidade; mas no rádio digital, pela capacidade de armazenamento, os conteúdos disponibilizados e guardados em arquivo digital ou podcast, pode ser acessado em qualquer momento diferente de sua transmissão em direto.

Assinala McCracken (2003, p. 105), que o significado reside em primeiro lugar no mundo culturalmente constituído, e pode-se, pelo processo de transferência, tornar-se inerente aos bens de consumo. No caso do rádio na internet, como bem de consumo oferece uma representação do mundo, culturalmente constituído, dentro dos parâmetros delineados pela cibercultura e o ciberespaço. A este mundo lhe são atribuídas certas propriedades que existem no mundo culturalmente constituído. “As propriedades conhecidas do mundo passam assim a residir nas propriedades desconhecidas do bem de consumo. A transferência de significado do mundo para o bem foi realizada” (McCRACKEN, 2003, págs. 106-107). Esse mundo culturalmente constituído, com suas categorias culturais que segmentam o mundo, está passando ou passou da lógica analógica à lógica digital e do ciberespaço, e que mereceria um estudo sobre os ritos de passagem do ouvinte ao ciberouvinte ou web ouvinte. Por em quanto o evidente é que os rituais de consumo do rádio, cada vez mais estão sujeitos à tela do computador ou do celular.

CAPÍTULO 4

*Descrição geral dos programas do
corpus selecionado*

4 DESCRIÇÃO GERAL DOS PROGRAMAS DO *CORPUS* SELECIONADO

4.1 Procedimentos para a seleção de casos para o estudo

Na definição dos critérios de seleção das emissoras para este estudo, buscou-se casos exemplares de ocorrências comunicativas de rádio e suas metamorfoses, segundo as próprias necessidades da pesquisa consignadas nos objetivos já apresentados. Foram consultados, via e-mail, pesquisadores-professores universitários da área de rádio⁸⁵, que sugeriram examinar o portal <http://www.rádios.com.br> - fonte de informação rotineira e de coleta de dados sobre rádios em geral e sobre web rádios.⁸⁶ A intenção era obter informação do panorama geral das rádios registradas no portal, encontrar experiências de rádios com transmissões via internet, web rádios propriamente ditas com transmissões multiplataforma e aplicativos de rádio ou rádios encaminhadas à convergência midiática.

No entanto, a seleção da amostra de pesquisa não foi imediata. Na classificação oferecida pelo portal foi encontrada uma quantidade de dados impressionante, constatando-se que existem muitos tipos de rádios, sendo impossível contemplar todos. Depois de realizar uma revisão panorâmica da página durante duas semanas e de analisar a lista de segmentos onde aparece a filtragem por letras, de A à Z, optou-se por delimitar a pesquisa à cidade de São Paulo e suas rádios com transmissão por internet. Esta escolha foi cruzada com a classificação por segmentos dada pelo portal, escolhendo assim os segmentos de emissoras comunitárias, educativas, jornalismo, entretenimento e *flashback*.

Realizou-se durante um mês uma audição exploratória de várias emissoras e programas, entre os que se podem enunciar: “Vira e Mexe”, de música nordestina e brasileira, e o “Jornal da USP”, de gênero jornalístico ambos da Rádio USP FM. Os programas “Jornal da Manhã - jornalístico, e “Morning Show” - entretenimento e jornalismo, ambos da Rádio Jovem Pan FM - SP. Da Rádio Cultura FM: 103 seu programa

⁸⁵Nair Prata, professora da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Débora Lopez, professora da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)- deboralopezfreire@gmail.com. Valci Zuculoto, professora da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) - valzuculoto@hotmail.com. Dorival Galvão Junior, professor da UNITAU - galvaojr@uol.com.br. Eduardo Meditsch, professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) - emeditsch@gmail.com. Consulta realizada em: 19/12/2016, 10:38.

⁸⁶ O Portal RÁDIOS.COM.BR faz um ranking das rádios mais ouvidas pela Internet. As estatísticas e gráficos de visitas são geradas através dos acessos do portal e do aplicativo **RádiosNet** para smartphones e tablets Android.

de jornalismo + crônicas + cultura, “Diário da Manhã”. Emissoras musicais como Alpha FM, Antena 1, Nativa FM; com programação transmitida a partir de São Paulo. Outras rádios de informação noticiosa como a Band e Rádio Trânsito. Uma musical com um dos gêneros mais escutados no Brasil, segundo o ranking da página www.rádios.com.br – a música sertaneja; a emissora “Território Sertanejo”. Escutou-se o programa “Na Rota do Rock” - musical realizado desde Brasília para o mundo - por sua transmissão *online* e outras de gênero *Flashback*. Foram avaliadas várias do segmento denominado “Comunitárias”, outras do segmento “educativas” e muitos outros exemplos do portal referido. Todas experiências interessantes, que ampliariam o escopo da análise da tese, mas que não seguiam o perfil dos casos para escolher. Finalmente, determinou-se um limite dentre as opções feitas na pesquisa, mantendo-se a certeza de que as selecionadas não esgotam as potencialidades de verificação do rádio e suas metamorfoses.

4.2 A Amostra

As seguintes emissoras e programas foram escolhidos seguindo a classificação de “segmentos” proposta pelo portal www.rádios.com.br; porém não foram escolhidos todos os casos deste portal.

Quadro 1 - Amostra de rádios selecionadas

Segmento	Emissora	Programa	Emissão	Suporte
Jornalismo e entretenimento	A Jovem Pan (São Paulo, SP)	“Morning Show”	segunda a sexta feira, 10h às 11h30	Analógico, página de internet, Aplicativo para celular
Musical	Rádio Som Retrô (Cabo Frio, RJ)	“As mais pedidas da Som Retrô”	terça e sexta feira, 19h às 21h.	Página de internet, Facebook, Aplicativo para celular
Comunitária	Cidadã Rádio (São Paulo, S, P)	“Comunidade Latina”	Domingo, 12h às 14h.	Analógico, página de internet, Facebook.
Entretenimento	CJIQ 88.3 FM (Conestoga, Ontário-Canadá). Com repetição na Rádio “Você no Canadá”	“The Brazilian Show”	Sábado, 18h às 21h (horário Toronto). Repetição: segunda das 17h às 18h e quartas 12h às 1 h. (horário Brasil)	Analógico, página de internet, Facebook, canal de televisão (Tocantins TV).
Jornalísticos	Rádio USP FM93,7	“Jornal da USP”	Segunda a sexta feira, 7h30 às 9h30 a.m.	Analógico, página de internet, aplicativo para celular.

Fonte: Elaborado pela autora

Três destas emissoras (Rádio USP FM 93.7, Jovem Pan e Cidadã Rádio), com seus respectivos programas, foram selecionados da listagem fornecida pelo portal www.rádios.com.br por reunirem características pertinentes para o estudo.

As outras duas emissoras que constituem a amostra não foram encontradas no referido portal, mas por meio de grupos especializados que divulgam no Facebook conteúdos e programação de experiências de rádio:

A inclusão da emissora “Rádio Som Retrô” produzida em Cabo Frio-RJ, foi motivada por sua história, perfil e tipo de interação que estabelece com seus seguidores. Iniciou-se como uma experiência de WhatsApp para posteriormente constituir-se uma rádio atuante através da sua página de Facebook e da sua e página web.

O programa “The Brazilian Show” é realizado por brasileiros que moram no Canadá. É direcionado à comunidade brasileira que mora no país ou que tem a intenção de emigrar, embora não exclua os anglófonos. É um programa realizado a partir da “diáspora”, que procura manter vivos os vínculos com o Brasil, como também facilitar o processo migratório. Ainda, o fato de ser transmitido por multiplataforma o faz relevante para esta pesquisa.

4.3 Procedimento e tempo de duração da observação

Os programas foram ouvidos diretamente da rádio de ondas hertzianas, e/ou em transmissão pela rede, através das páginas de Facebook, da página web dos programas ou pelo aplicativo WhatsApp; via computador ou celular. Nos diferentes momentos, realizou-se a observação simultânea, utilizando dois suportes: rádio e internet e desejando encontrar os contrastes entre estas duas modalidades. Em outros momentos, realizou-se primeiro a audição e posteriormente o programa foi assistido pela página de internet ou pelo Facebook do programa. Os programas foram ouvidos várias vezes, segundo a necessidade de captar certas informações, no caso daqueles disponíveis para download no site das emissoras. Também aproveitando que algumas das experiências ficavam acessíveis pelo período de uma semana no Facebook, apesar do programa ter sido transmitido ao vivo anteriormente. Contudo, o método mais usado foi a transcrição simultânea do material sonoro para comunicação escrita, verificado por novas escutas e assistindo os programas. O resultado materializado se constitui nos roteiros dos programas, localizados nos anexos

desta pesquisa. O período de observação dos programas foi de fevereiro de 2017 a maio de 2018.

Objetivou-se analisar, em um período relativamente amplo, as nuances acontecidas no processo e no produto e teve como resultado positivo estar atento às modificações feitas nos programas e poder registrá-las no documento. É pertinente salientar que essa temporalidade assinalada, na sua maioria foi aleatória e não necessariamente diária. No entanto, determinou-se uma quantidade mínima de registro dos programas, com a elaboração dos roteiros, no caso, um período de 8 dias, gerando 8 produtos por programa. No entanto, cada programa também foi ouvido inúmeras vezes, mesmo que nos quadros adjuntos, apareçam só um número de horas pré-determinado. As datas de visão e audição original (pela primeira vez) dos programas, aparecem nos quadros que seguem e no final é apresentado um quadro-resumo da atividade realizada.

Quadro 2 - Programa “MORNING SHOW”.⁸⁷

Data	Dia semanal	Horário	Duração	Horas assistidas
13/04/2017	Quinta-Feira	10h às 11h30	1h 30	
17/04/2017	Segunda-Feira	10h às 11h30	1h 30	
18/04/2017	Terça-Feira	10h às 11h30	1h 30	
19/04/2017	Quarta-feira	10h às 11h30	1h 30	
20/04/2017	Quinta-feira	10h às 11h30	1h 30	
21/04/2017	Sexta-feira	10h às 11h30	1h 30	
24/04/2017	Segunda-feira	10h às 11h30	1h 30	
27/04/2017	Quinta-feira	10h às 11h30	1h 30	12 horas
				(8 programas)

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 3 - Programa “SOM RETRÔ”.⁸⁸

Data	Dia semanal	Horário	Duração	Horas assistidas
06/02/2017	Segunda-feira	19h às 22h	3h	
17/02/2017	Sexta-feira	19h às 22h	3h	
21/02/2017	Terça-feira	19h às 22h	3h	
13/03/2017	Segunda-feira	19h às 22h	3h	
15/03/2017	Quarta-feira	19h às 22h	3h	
31/03/2017	Sexta-feira	19h às 22h	3h	
22/12/2017		19h às 21h	2h	22 horas X 2=
27/12/2017		19h às 21h	2h	44 horas
				(8 programas)

Fonte: Elaborado pela autora

⁸⁷ Da emissora Joven Pam. Foi ouvida a versão analógica e a transmissão pela página da emissora.

⁸⁸ Da emissora Som Retrô. Foi ouvida pelas páginas do Facebook do programa e o site, e pelo aplicativo.

Quadro 4 – Programa “COMUNIDADE LATINA”.⁸⁹

Data	Dia semanal	Horário	Duração	Horas assistidas
23/07	Domingo	10h às 11h30	1h 30	
30/07	Domingo	10h às 11h30	1h 30	
10/09	Domingo	10h às 11h30	1h 30	
24/09	Domingo	10h às 11h30	1h 30	
01/10	Domingo	10h às 11h30	1h 30	
08/10	Domingo	10h às 11h30	1h 30	
15/10	Domingo	10h às 11h30	1h 30	
26/11	Domingo	10h às 11h30	1h 30	12 horas
				(8 programas)

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 5 – Programa “THE BRAZILIAN SHOW”.⁹⁰

Data	Dia semanal	Horário	Duração	Horas assistidas
20/01/2018	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	
27/01/2018	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	
03/02/2018	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	
17/02/2018 ⁹¹	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	
24/02/2018	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	
03/03/2018	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	
05/05/2018	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	8 horas X 2 = 16 horas
12/05/2018	Sábado	20 às 21 hrs (Toronto) 23 às 24hrs (Brasília)	1 hora	(16) programas

Fonte: Elaborado pela autora

⁸⁹ Da emissora “Cidadã FM”. Ouvida pelo Facebook do programa e pelo site da emissora.

⁹⁰ Da emissora CJIQ 88.3 FM. O programa “The Brazilian Show” foi ouvido e assistido duas vezes por semana, primeiro na transmissão em direto no sábado, no Facebook do programa. Segundo, no replay realizado pela emissora “você no Canadá”, através de sua página de internet. Em total foram 12 horas registradas.

⁹¹ Ouvido novamente na retransmissão realizada pela rádio online “Você no Canadá”, www.vocenoCanadá.com.br, na quarta-feira 21 de fevereiro,

Quadro 6 - Programa “JORNAL DA USP”.⁹²

Data	Dia semanal	Horário	Duração	Horas assistidas
25/04/2017	Terça-feira	07h às 09h30	2h 30	
26/04/2017	Quarta-feira	07h às 09h30	2h 30	
27/04/2017	Quinta-feira	07h às 09h30	2h 30	
28/04/2017	Sexta-feira	07h às 09h30	2h 30	
02/05/2017	Terça-feira	07h às 09h30	2h 30	
03/05/2017	Quarta-feira	07h às 09h30	2h 30	
04/05/2017	Quinta-Feira	07h às 09h30	2h 30	
05/05/2017	Sexta-Feira	07h às 09h30	2h 30	20 Horas
				(8 programas)

Fonte: Elaborado pela autora

Na descrição dos programas que compõem o *corpus* da pesquisa é apresentada, de maneira geral, cada uma das emissoras em que se localizam os programas selecionados ou, quando for o caso, o programa como unidade independente da grade de programação de uma emissora. Vale salientar que esta parte do trabalho é uma descrição de caráter didático e que a análise da estrutura, seus componentes, dinâmica de produção e a interpretação, realizam-se nos próximos capítulos. A maioria dos componentes enunciados no presente capítulo surge dos roteiros elaborados pela autora, a partir da transcrição das audições dos programas em áudio (ondas hertzianas) ou vídeo (canal de YouTube, página de Facebook, ou do *site* da emissora)⁹³. Também surge da revisão das páginas web das experiências, extraindo informações relevantes e das entrevistas com alguns dos realizadores dos programas analisados. A partir das fontes citadas, elaboram-se inferências relacionadas com caracterizações típicas do rádio em suas versões analógica e digital.

Esse panorama inclui texto e imagens alusivas ou complementares. Os programas (uns mais do que outros) utilizam diversos recursos expressivos e inserem-se dentro da categoria denominada multiplataforma, que inclui texto, imagens fixas e em movimento, áudio, desenhos, gráficos, etc. Dentre os componentes selecionados para a descrição dos casos, se enuncia o slogan que identifica e caracteriza o programa, a natureza da emissora pela qual é irradiada, a(s) modalidade(s) de transmissão (em direto, pré-gravado ou reprise), o suporte físico por onde veicula seu conteúdo, as redes sociais que utiliza, a sinopse de sua história e a programação geral da emissora. Posteriormente, são descritos aspectos específicos dos programas tais como: dia e horário de emissão, suporte físico e

⁹² Da Rádio USP 93.7 FM. Ouvida através do site da emissora e pelo sistema analógico.

⁹³ A transcrição elaborada foi literal, seguindo a fala dos jornalistas ou apresentadores e em outros momentos foi resumida devido à reiteração ou extensão do tema tratado. Estes roteiros estão localizados nos anexos deste trabalho.

recursos de transmissão, equipe de trabalho na temporada do registro, mecanismos de participação e interação com o programa, aspectos de financiamento (tipo de publicidade e propaganda comercial ou institucional), a música e acréscimos sonoros.

Na descrição, mesmo tentando manter iguais os itens de organização da informação, dependendo da natureza da experiência, foram considerados ou excluídos os itens que configuram os elementos de caracterização anteriormente citados.

4.4 PROGRAMA “MORNING SHOW”- EMISSORA JOVEM PAN

Descrição da Emissora Jovem Pan

Slogans da emissora e do programa Morning Show:

“A número um do Brasil” /, “Jovem Pan, uma programação diferente” /, “Morning Show também é TV” /, “Jovem Pan, www.morningshow/JP” /, “Morning Show também é TV” /, “Morning show, a revista rádiofônica”.

A seguir, a imagem do seu logotipo de identificação:

Figura 3 - Logotipo de identificação da Jovem Pan

Fonte: <http://www.youtube.com/JovemPanEntrete>. Acesso 14 de abril de 2017.

Um pouco de história⁹⁴

A Jovem Pan FM, anteriormente conhecida como Jovem Pan 2 FM, é uma rede de rádios brasileira com sede no município de São Paulo, São Paulo. A rede faz parte do Grupo Jovem Pan, e foi fundada em 1 de julho de 1976 com o início das transmissões da Jovem Pan 2 de São Paulo. A transmissões em rede da emissora começaram em 3 de junho de 1994.

⁹⁴ <http://jovempan.uol.com.br>. Acesso em 04 de fevereiro de 2017. Página editada pela última vez em 4 de novembro de 2017. A sede da emissora está localizada na Av. Paulista, 807, Bela Vista, São Paulo.

A programação da Jovem Pan FM é baseada principalmente em músicas do universo pop jovem, seguidos também por transmissões de programas jornalísticos e esportivos exibidos por todas as emissoras componentes da rede Jovem Pan. Ao todo, a rede da Jovem Pan FM possui cerca de 54 emissoras próprias e afiliadas.⁹⁵

Tipo de emissora e modalidade de transmissão

A rede de emissoras Jovem Pan é uma iniciativa privada, de caráter comercial. Sua programação se concentra em três gêneros: musical, jornalismo e entretenimento - focalizado no esporte. Em alguns programas se prioriza a música, em outros as notícias e formatos informativos, e nos de entretenimento se misturam, simultaneamente, os diversos gêneros anunciados.

Sua difusão é realizada em diversas modalidades que incluem: rádio por ondas hertzianas (análoga), a frequência em que a rádio opera em FM em São Paulo é a **100.9** MHz. Também se transmite pela internet, na página web oficial <http://jovempanfm.uol.com.br/>, e no Facebook - <https://www.Facebook.com/rádiojovempan>. A emissora conta com um canal de YouTube: <https://www.youtube.com/user/portaljovempan>, seus conteúdos podem ainda ser acessados por meio da página <https://www.rádios.com.br/aovivo/rádio-jovempan-1009-fm/8829>. Tem conta no *Twitter* e no Instagram. Há um aplicativo para smartphone⁹⁶, com o qual é possível acessar todo o conteúdo da Rádio Jovem Pan AM e FM, além de acompanhar todas as notícias do Portal Jovem Pan.

Redes Sociais Virtuais da Emissora

- Canal da Jovem Pan no YouTube: <http://www.youtube.com/JovemPanEntrete>
- Site: <http://jovempan.uol.com.br>
- Facebook: <https://www.Facebook.com/portaljovempan>
- Twitter: <https://twitter.com/portaljovempan>
- Instagram: <https://www.instagram.com/rádiojovempan/>
- Aplicativo para celular.

⁹⁵ Na data de dezembro de 2016 se contabilizavam 58 afiliadas. <http://jovempan.uol.com.br. Paulo> Acesso em 04 de fevereiro de 2017. Página editada pela última vez o 11 de dezembro de 2017.

⁹⁶O aplicativo está disponível para iOS e Android.

Programação da Emissora⁹⁷

Quadro 7 – Grade de programação da emissora – de segunda a domingo

Horário	Programas	
	Segunda a sexta-feira	Sábados e Domingos
00h	Na Balada	
1h	Dance Paradise	
2h		
5h	Jornal da Manhã	Programação Musical
6h		Jornal da Manhã
10h	Morning Show	Programação Musical
11h30	Ligado Na Cidade	
12h	Pânico	
14h	Programação Musical	
15h	As 7 Melhores	
15h30	Programação Musical	
17h	3 Em 1	
18h	Os Pingos nos Is	
20h	Programação Musical	
21h	As 7 Melhores	
21h30	Programação Musical	
22h		The History
23h	Na Balada	

Fonte: Elaborado pela autora com informações da emissora

Descrição do Programa “Jovem Pan Morning Show”

Trata-se de um programa de variedades, transmitido ao vivo e em direto, de segunda a sexta-feira, das 10h às 11h30 (90 minutos de duração). Em sua descrição, se autodenomina um programa de entretenimento, com conteúdo informativo e jornalístico.

O Jovem Pan Morning Show é um programa de humor, entretenimento e notícias transmitido de segunda a sexta-feira na Jovem Pan AM e FM das 10 às 11:30. “(...) a atração conta com matérias atuais e descontraídas para informar o público, além de entrevistas exclusivas. Sua transmissão

⁹⁷<https://www.rádios.com.br/aovivo/rádio-jovempan-1009-fm/8829>. Acesso em 4 de fevereiro de 2018.

teve início em junho de 2012 no FM e, por conta do sucesso, no dia 7 de outubro de 2013 o programa passou a ser exibido também na Jovem Pan AM em substituição do Jornal de Serviços. Em 4 de agosto de 2014 passou a ser transmitido para a rede nacional da Jovem Pan FM. O conteúdo da atração é mesmo para as duas frequências. A diferença fica por conta dos intervalos; no AM são exibidos boletins de notícias e no FM são executadas músicas.⁹⁸

O programa é centralizado na cidade de São Paulo, porém conta com a participação de repórteres em várias cidades.

Figura 4 - Imagem visual do Programa no YouTube

Fonte: <http://www.youtube.com/JovemPanEntrete>. Acesso, 14 de abril de 2017.

Suporte físico de emissão

A transmissão do programa pode ser classificada como multiplataforma, sendo realizada por meio de vários suportes: rádio por ondas hertzianas, no dial 100.9 FM. Por internet, na página <http://jovempnfm.uol.com.br/>. No Facebook na página www.Facebook.com./JpMorningShow. Pelo canal de YouTube <http://www.youtube.com/JovemPanEntrete>, e pelo aplicativo para celular.

O texto diário de abertura sintetiza as modalidades de transmissão e acesso aos conteúdos do programa: “Você sabia que também pode assistir ao Jovem Pan Morning show ao vivo, com imagem do estúdio? É isso aí, o **Morning Show também é TV**, ligue seu iPad, celular ou seu computador e assista a gente pelo aplicativo da Pan ou pelo Jovem Pan FM, vem com a gente!”

A seguir são apresentadas as imagens das páginas assinaladas anteriormente:

⁹⁸ www.jovempnfm.uol.com.br/page/sobre-o-morning-show. Acesso em 11 de fevereiro de 2018.

Figura 5 - Página do Morning Show no site da Jovem Pan

Fonte: www.jovempanfm.uol.com.br/morning-show/ Acesso em 8 de junho de 2017.

Figura 6 - Página do programa no Facebook

Fonte: www.facebook.com/JpMorningShow. Acesso em 4 de fevereiro de 2018.

Figura 7 - Canal do YouTube

Fonte: <http://youtube.com> Acesso em 8 de junho de 2017.

Aplicativo para celular

Através deste recurso, é possível acessar todo o conteúdo da Rádio Jovem Pan AM e FM, acompanhar as notícias do Portal Jovem Pan e ter acesso às músicas e informações em áudio e vídeo.

Figura 8 - Imagem do aplicativo

Fonte: <http://jovempan.uol.com.br/noticias/baixe-o-aplicativo-e-acompanhe-a-jovem-pan.html>. Acesso, 16 de fevereiro de 2017

Recursos da transmissão

Como recursos para apresentar os temas, o programa usa elementos de linguagem oral, visual e audiovisual, e por isso sua transmissão se enquadra no que se denomina multiplataforma. Nos recursos visuais se destacam fotografias de imagens fixas, logotipos, gráficos e textos escritos, postados tanto como imagens fixas como em movimento (vídeos) e que são visualizados na tela do computador do fundo – que faz o papel de lousa. Estas imagens, fixas ou em movimento, ilustram e esclarecem os temas tratados, além de enfatizar aspectos considerados relevantes para o público do programa. No desenvolvimento dos conteúdos, destacam-se as falas dos jornalistas sobre as reportagens transmitidas, as entrevistas com convidados, sejam realizadas ao vivo do estúdio, ou pré-gravadas. Também os depoimentos do público geral são transmitidos no programa.

Estrutura do Programa

Após a identificação sonora da entrada do programa, este se inicia com o tema de destaque do dia e, posteriormente, são apresentados os outros temas. O tema destaque costuma ser sobre a realidade política do país e depois são desenvolvidos temas de economia, cultura, educação, esporte, celebridades, não necessariamente nesta ordem ou todos esses itens. Porém, se há algum acontecimento de importância conjuntural, o programa é aberto com dito tema. Na cabine estão quatro ou cinco jornalistas que, de maneira dinâmica através de diálogo, apresentam os conteúdos. Também participam repórteres de outras cidades, inclusive no exterior. Os jornalistas recebem convidados para serem entrevistados ao vivo. Na apresentação são incluídas imagens em movimento e fixas, e os temas musicais completos são tocados na última meia hora de programa.

Recursos de Participação e Interação

Os apresentadores do programa convidam os ouvintes-espectadores a interagirem através do *Twitter*, do Instagram e da *hashtag* diária onde se costuma colocar um tema. No caso do *Twitter* o convite se faz assim: “*Você do Twitter, participa com a gente; quero saber de você que nos acompanhada pelo YouTube. Mostra em vídeo tua tatoo, fala se se arrependeu de fazer a tatuagem, por que fez a tatuagem. Você interagindo com as notícias do dia*”. (Morning Show, 17/04/2017).

Também existe o *WhatsApp* (11 93110009) para enviar mensagens gravadas ou escritas. Na transmissão ao vivo do “Morning Show” os jornalistas convidam o ouvinte-espectador para que ingresse no Facebook e compartilhe com outros a página do programa.

Na transmissão pelo canal de YouTube, o chat é habilitado para que as pessoas escrevam suas mensagens. Para participar é necessário se inscrever e responder à pergunta escrita “*diga algo*”.⁹⁹ Ocasionalmente, os apresentadores do programa leem em voz alta algumas mensagens, mas o comum é que sejam comentados no chat por outros ouvintes-leitores.¹⁰⁰ Os comentários podem ser sobre temas de transcendental importância, referidos a política, economia, seguridade; mas muitos deles se referem aos apresentadores do programa, seja para elogiá-los ou criticá-los.

⁹⁹ Quem escreve realizou a inscrição no chat o 20/04/2017 e experimentou o recurso escrevendo um comentário alusivo a um dos temas emissão do dia: o fato dos homens urinarem sentados na privada.

¹⁰⁰ Nos próximos capítulos referentes às impressões e análises dos casos, é abordado novamente o tema dos chats, mas vistos desde uma perspectiva compreensiva do fenômeno.

A seguir uns exemplos de chat: o primeiro faz referência ao aspecto de um dos apresentadores principais, o Edgar Piccoli e sua barba:¹⁰¹

Figura 9 - Exemplo de chat “Morning Show”

Fonte: www.jovempan/mornigshow. Acesso, 07/06/2017.

O segundo chat, apresenta outro tipo de comentário, relacionado com o cenário político do país.

Figura 10 - Exemplo de chat “Morning Show”

Fonte: www.jovempan/mornigshow. Acesso, 07/06/2017.

Há um recurso denominado “Opina Pan”, em que as pessoas enviam suas opiniões referidas especificamente sobre assuntos políticos, culturais e econômicos. A divulgação do recurso se faz no momento da transmissão do programa e diz: “*Opina Pan, o aplicativo que valoriza sua opinião*”.¹⁰² Para ter acesso é necessário baixar o aplicativo. Também se anuncia um tema determinado e se convida aos ouvintes para que respondam uma enquete. Por exemplo: Tema da enquete “Opina Pan”: gosta do cinema? E o locutor disse: “*outra via de participação para você, baixe o aplicativo...*”.

¹⁰¹ O exemplo é tomado do programa transmitido dia 07/06/2017.

¹⁰² Note-se que se lhe confere o atributo ao instrumento.

Publicidade, ações institucionais e promocionais¹⁰³

Devido ao caráter comercial da emissora, a publicidade é de produtos e serviços pelos quais empresas e consumidores pagam. No período analisado, os produtos reiterados são: Go Travel, Tamarine Fibra, Loja Cem e seus eletrodomésticos, restaurantes, cartões de crédito. No caso da Go Travel, se realiza um concurso para uma viagem com destino a Los Angeles - EUA, convidando os ouvintes para entrar na página web www.gotravel.com.br/. Outras publicidades se referem a: shows musicais, festas, inovações tecnológicas, empresas de vigilância e de limpeza e à Embratel.

A promoção de eventos é realizada, por exemplo do foro do dia 24 de abril de 2017, “Mitos e Fatos”, das 8h às 13h no Hotel Tivoli em S.P. Há também mensagens institucionais sobre a anticorrupção: “*O Brasil não aguenta mais*”, “*O Brasil e sua vergonha*” - (spot contra a corrupção).

Nos intervalos do programa, são colocadas mensagens pré-gravadas como: “**Morning Show também é televisão**”, “Jovem Pan FM, uma programação diferente”, “Baixem o aplicativo ‘Opina Pan’, o aplicativo que valoriza sua opinião”. O locutor faz alusão ao aplicativo da Jovem Pan e às mais de 40 web rádios, disponíveis para todos os públicos.

Música

Na transmissão do programa, há momentos determinados para as músicas e o tema é tocado na íntegra.¹⁰⁴ O programa toca temas musicais de diversos gêneros, mas se prioriza o pop em inglês. Contudo, dependendo do tema tratado e se o cantor é um artista nacional, são tocados temas em português. Na transmissão das músicas pelo canal do YouTube, às vezes, projetam o vídeo do cantor ou sua fotografia, e outras vezes aparece a imagem fixa do desenho do microfone com o logo da Jovem Pan.

Playlist (lista de reprodução)

¹⁰³ Nos anexos onde estão localizados os roteiros do programa, aparecem em detalhe as mensagens publicitárias na ordem e que são tocadas durante o transcurso do programa e com a transcrição do conteúdo.

¹⁰⁴ Especialmente no horário das 11 às 11h30 são tocados temas musicais.

O programa tem arquivos das emissões anteriores – podcasts - com o tema de destaque do dia. Isto permite que, em qualquer momento, seja possível acessar os conteúdos apresentados e a transmissão completa realizada em qualquer data. A seguir, a imagem da lista de reprodução.

Figura 11 - Lista de reprodução do “Morning Show”

Fonte: www.youtube.com Programa Morning Show. Acesso: 26/04/2017

Equipe de trabalho na temporada do registro e equipe atual

A equipe jornalística do período selecionado para a descrição e a análise estava composta por: Helen Braum, Paula Carvalho, Augusto Nunes, Edgar Piccoli, Vinicius Moura. Em agosto de 2017, os profissionais Helen Braun e Augusto Nunes deixaram a equipe. Atualmente o programa é apresentado por Edgard Piccoli, Paula Carvalho, Claudio Tognolli, Caio Rocha e Vinicius Moura.

Recursos Financeiros

Trata-se de uma empresa privada, com fundos próprios e ingressos por publicidade.

4.5 PROGRAMA “SOM RETRÔ” (Programa independente, não se localiza em emissora).

Descrição geral do Programa “Som Retrô”:

Slogan do Programa:

“Som Retrô, os bons tempos estão de volta”. / “Som Retrô, aqui quem faz a programação é você”.

Figura 12 - Identificação visual do programa

Fonte: www.somretro.com.br. Acesso em 4 de julho de 2017.

Um Pouco de História

O programa “*Som Retrô*” nasceu em novembro de 2015. Foi idealizado por Henrico Lirio, cantor nativo e morador de Cabo Frio, RJ, que iniciou sua carreira musical em 1987. Conforme explicou o produtor¹⁰⁵, iniciou-se como uma maneira de canalizar sua paixão pela música e compartilhar com outros seus gostos. No começo, o programa era produzido com um celular Andróide e posteriormente com um *Iphone*. O processo é descrito por Henrico assim:¹⁰⁶

Vi a necessidade de fazer uma coisa mais bacana. Eu tinha meu aplicativo e criei um grupo para poder interagir com um público, nesse momento aproximadamente de mil pessoas. A coisa começou a viralizar. Eu percebi que era o que esse público precisava. Eles também comentavam que faltava um programa no rádio que tocasse as músicas dos anos 70s, 80s e 90’s, então eu criei o programa “Som Retrô”. Montei um site que tem um aplicativo e comecei a divulgar nas redes sociais. Rapidamente de mil pessoas, chegou-se a cinco mil ouvintes, e em pouco tempo já eram umas duzentas mil pessoas que escutavam e interagiam. Com o ânimo de melhorar, montei um pequeno estúdio, comprei uma câmara, um microfone novo e continuei. Eu enviava músicas ao pessoal através do WhatsApp, botava vídeos musicais das festas que eu organizo. A página web também foi ponto de partida do rádio, ali se toca música e há uns blocos informativos e dicas de beleza, saúde, astrologia e outros temas. Também abri uma página no Facebook onde se pode escutar o programa ao vivo e em direto e há uma live para a participação das

¹⁰⁵ Entrevista via WhatsApp realizada desde São Paulo, com Henrico Lirio no 7 de março de 2018.

¹⁰⁶ Idem.

pessoas. Não é simples fazer uma live, você precisa - se conectar com as pessoas, elas precisam atenção, você tem que ser verdadeiro, autêntico, ter uma identidade.

Tipo de programa e modalidade de transmissão

Trata-se de um programa de formato musical de baladas-pop, rock suave, em inglês e em português, com os hits das décadas dos 70s, 80s e 90s e que desenvolve conteúdos breves, relacionados com a cena musical do gênero que toca. Por ser de caráter musical, o programa não desenvolve conteúdos informativos, noticiosos ou educativos formais. Os temas abordados se referem às músicas, seus intérpretes, sua relação com a época de lançamento, o impacto que geraram nas gerações da época e que continuam gerando. Os conteúdos informam sobre eventos e festas organizadas pelo programa, por exemplo, o “luau”¹⁰⁷ e falam sobre dados da realização: local, data, valor de ingressos, aquisição, as opções de hospedagem para os que vem de fora de Cabo Frio, etc.

O programa é transmitido ao vivo e em direto, no início da experiência, ano 2016, de segunda a sexta-feira das 19h às 22 horas e a partir de agosto de 2017, das 19h às 21h. Aproximadamente desde setembro de 2017, a programação da sexta-feira não toca música romântica, mas se dedica aos gêneros musicais de Funk Melody e Flash House.¹⁰⁸ Porém, devido às restrições impostas pelo Facebook e do risco da página do programa ser retirada do site pela frequência da produção do programa; a partir de março de 2018, o programa reduziu sua frequência e passou a ser transmitido às terças e às sextas feiras, das 19 às 21 horas.¹⁰⁹ “Som Retrô” é uma iniciativa de caráter privado e quase doméstica quanto à estrutura que demanda e ao tamanho da equipe realizadora, porém esse fator, não afeta a qualidade da produção e seu impacto.¹¹⁰ O programa é produzido em Cabo Frio (RJ).

¹⁰⁷ É uma festa aberta para todo aquele que curta a música das décadas dos 70s, 80s e 90s, onde há apresentação ao vivo do cantor Henrico Lirio, que é o grande animador do evento. É também um “clube” de amigos que partilham a paixão pela música retrô.

¹⁰⁸ Quando é acessada através da página web www.somretro.com.br/programação, aparece a programação de segunda a domingo. Porém a programação de sábado e domingo é pré-gravada enquanto de segunda a sexta é ao vivo. Há uma programação de segunda a quinta-feira denominada “as mais pedidas da Som Retrô”. Na sexta, se denomina “Som Retrô na balada” (hoje é o especial de Funk Melody e Flash House. No sábado, aparece a expressão “Teste”, e no domingo, não aparece nenhuma denominação).

¹⁰⁹ Em entrevista realizada com Henrico Lirio, no 7 de março de 2018, via WhatsApp, ele explicou que a indústria musical tinha percebido que era um prejuízo financeiro para as gravadoras permitirem um total e livre acesso às músicas e que estavam perdendo dinheiro, então, agora só permite que se toque uma porcentagem de música, sem pagamento, nos programas realizados ou transmitidos no Facebook.

¹¹⁰ Observa-se que a cenografia do programa tem se modificado ao longo do tempo. O cenário de 2016 e parte de 2017 era simples (parede de fundo branca, vaso com flores, pequena console, , tela de Tv de fundo com divulgação sobre o *pendrive* e eventos, etc. A partir do segundo semestre de 2017, o cenário de

Estrutura do Programa

O programa se estrutura em um bloco único, porém tem alguns “momentos” diferenciados: toque das músicas solicitadas via WhatsApp, cumprimentos e alô realizados na metade e no fim do programa, tradução de alguns temas musicais de vídeos em inglês, avisos, o “Momento do Coração” - com recados em áudio que as pessoas enviam ao programa, vídeos do concurso do passinho, etc. A dinâmica principal é a de tocar as músicas: o apresentador vai colocando as músicas solicitadas pelo WhatsApp previamente à transmissão do programa em direto. No total são tocadas 20 músicas solicitadas, antecedidas pelo anúncio do nome da música, seu compositor e intérprete, o nome da pessoa que solicitou a canção e o local onde mora. Algumas das músicas só tocam o tema musical enquanto na tela atrás do apresentador, aparece informação relacionada com o programa ou de publicidade. Outras músicas solicitadas são apresentadas em seu formato de vídeo.¹¹¹

Redes Sociais Virtuais

O programa “Som Retrô” é acessado através de várias redes sociais virtuais e aplicativos:

-Facebook: <https://www.Facebook.com/rádiosomretro3/>. @rádiosomretro3

✓ -Página web: <http://www.somretro.com.br/>.

-Aplicativo de WhatsApp: 11 97455-1805 (Androide bit.ly/SomRetrôAndroid Iphone bit.ly/SomRetrôIos).

-Canal no YouTube: [www.youtube.com/channel/ somretro](https://www.youtube.com/channel/somretro).

Este canal foi inaugurado o dia 2 de abril de 2017 e durante algum tempo, manteve-se transmissão simultânea do programa no canal do YouTube e na página de Facebook.

-Instagram: O programa está presente na rede Instagram, por meio do perfil do realizador do programa, Henrico Lirio que também posta o link do programa na sua própria conta pessoal do Facebook.

transmissão do programa, foi visualmente melhorado, assemelhando-se ao de uma cabine profissional de rádio, colocando na tela do fundo temas alegóricos às épocas do programa, ao ambiente “disco”, etc. ganhando em estética e colorido. Além do mais, dependendo das festividades do ano, o cenário recria, por exemplo se é natal, a tela de fundo ao apresentador, projeta árvore de natal, presépio, neve, etc.

¹¹¹Os vídeos destas músicas são os postados no canal de YouTube. A partir do mês de abril de 2018, incrementou-se o uso de vídeos musicais, tornando o programa mais atrativo.

Figura 13 - Página do Facebook

Fonte: www.Facebook.somretro. Acesso 2 de fevereiro de 2018.

Figura 14 - Canal de YouTube

Fonte: www.youtube.somretro. Acesso 25 de abril de 2018.

Figura 15 – Perfil do Instagram

Figura 16 – Chamada para o Aplicativo para o celular

Fonte: [www.Facebook.com/henricooficial](https://www.facebook.com/henricooficial). Acesso 5 de fevereiro.

Ainda que o programa tenha várias opções de acesso, a página de Facebook tem sido historicamente, até início de 2018, o suporte principal do programa. Segundo pronunciamento do próprio realizador, Henrico Lirio, é ali onde se tem o maior número de inscritos e embora alguns ouvintes-espectadores acessem o programa pelo canal de YouTube, os inscritos não são representativos.¹¹² No acompanhamento geral do programa realizado de fevereiro de 2017 a fevereiro de 2018, na “live” do programa se percebe uma

¹¹² Segundo disse Henrico Lirio, apenas o programa “Som Retrô”, transmitido no 1 de março de 2018, quinta-feira, tem no YouTube 1.000 seguidores aproximadamente e, deste modo, não teria muito sentido focalizar a transmissão no YouTube, pois o acesso é maior através da página do Facebook. Lirio explicou também que, as modificações realizadas nas redes sociais virtuais, no que se refere à diminuição de circulação dos conteúdos postados têm afetado o número de pessoas alcançadas. Afirmo que, anteriormente (alude ao período que antecede dezembro de 2017), tinham entre 350, 400 e 500 pessoas assistindo a “live” do programa e que se podia atingir em um dia, entre 170.000 ou 100.000 pessoas. Lirio assinala que a redução tem sido drástica e que nos tempos atuais só se atinge, por dia, entre 10.000 e 15.000 pessoas.

média de assistência que vai de 110 a 326, inclusive chega aos 400, com oscilações, pois as pessoas entram e saem da rede.

Recursos de participação e interação

O Chat

Na rede Facebook, o programa é transmitido ao vivo (“live”). O Henrico comenta, em tempo real, algumas das mensagens que chegam no momento da transmissão pelo chat do programa.¹¹³ Este chat é fundamental como espaço de interação entre os participantes e o realizador do programa, como também no diálogo que se estabelece entre os que entram ao chat e escrevem. Um breve exemplo:

Figura 17 - Exemplo de chat do programa “Som Retrô”

Rádio Som Retrô II. @rádiosomretro3

A 10.608 personas Emissora de rádio. SEGUNDA- FEIRA! O melhor dos Anos 70s 80s e 90s na SOM RETRÔlhesgostaisto. 14.339 personas siguen esto. www.somretro.com.br

Rádio Som Retrô II compartiu um enlace. 05 de fevereiro às 20:13

Henrico Lirio Facebook © 2018 Publicações.

Chat. Comentarios¹¹⁴

Luciene Vacchi Um sonho

Ailton Rangel Cabo frio ligadinho aqui praia do pero

Domingas Brunhari

Paulo Melauro

Maria Auxiliadora Barbosa Gomes

Vera Lucia Loveeee

Valquiria Soares Sem palavras pra essa sensação que essa música me traz!! 🎶🎶🎶🎶🎶

Sandra Gomes GALERA SAMU

Neiva Rodrigues 🚗🚗🚗🚗💔💔💔💔💔💔💔

Esmeralda Villegas Uribe \\oi \\pessoal, as músicas tem sido demais hoje!

Paulo Melauro Meu Deus arrebenta coração ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️

Sueli Natalia De Souza Carvalho Nossa...

Vera Lucia 🌈❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️

Eliana Oliveira Boa noite Luciene 💋💋❤️❤️

Katia Maria Vacchi Lindíssima 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰

Fonte: Elaborado pela autora

O WhatsApp

A mecânica do programa se baseia em tocar músicas solicitadas pelo WhatsApp do programa - mediante inscrição. Aliás as pessoas têm um tempo determinado para solicitar um tema musical e os organizadores, através de uma mensagem que enviam ao celular do participante, avisam a ordem em que a música solicitada será tocada.

Figura 18 - Exemplos de solicitação de música no *WhatsApp*.¹¹⁵

6/2/2018

¹¹⁵As músicas devem ser previamente solicitadas pelo WhatsApp e não na hora do programa, isto porque precisam organizar a ordem e, por vezes, procurá-las. Na transmissão do programa o apresentador insiste para que as pessoas solicitem as músicas via WhatsApp, e no Facebook do programa se posta, a cada certo tempo, a mensagem: “*Rádio Som Retrô II* · 1:52:11 Pessoal pedidos de música NÃO SÃO NA LIVE! Somente pelo WhatsApp q está no nosso app SOM RETRO! Baixa lá na playstore e add no zap.”.

7/2/2018

Fonte: Elaborado pela autora

No *WhatsApp* é divulgado o programa que é transmitido pela página do Facebook e se pode assistir diretamente no celular com este aplicativo. Ali também se explica como ingressar no canal do YouTube do programa. As pessoas que baixam o aplicativo recebem o aviso sobre o momento em que o programa vai iniciar. Além do mais, Henrico Lirio explica constantemente durante a transmissão do programa, como baixar o aplicativo. Por outra parte, o apresentador adverte que é uma maneira de seguir assistindo o programa, caso se apressentem falhas técnicas no Facebook.

As seguintes mensagens foram recebidas no celular de quem escreve, via WhatsApp os dias 9/02/2018 e o 21/02/2018.

Figura 19 - Mensagens de WhatsApp sobre o programa do dia

Fonte: Elaborado pela autora

Mas o WhatsApp também tem outros usos, por exemplo, informar aos inscritos sobre problemas de conexão ou comentar que será reiniciado o programa, como é possível visualizar a seguir:

Figura 20 – Avisos por mensagem no WhatsApp

Fonte: Elaborado pela autora

Na página do Facebook do programa, também se explica como participar solicitando músicas:

Figura 21 - Aviso no Facebook do programa sobre solicitação de músicas

Fonte: www.Facebook.com/rádiosomretrô. Acesso, 25/04/2018

Outro recurso do programa é a tradução ao português de algumas das músicas que são tocadas. Para todos os inscritos no *WhatsApp* do programa, é enviado o aviso da tradução:¹¹⁶

Figura 22 - Mensagem via *WhatsApp*, tradução “Som Retrô”

Fonte: Elaborado pela autora

Concurso do Passinho:

Este concurso foi inaugurado em 2016, quando as pessoas deveriam gravar e enviar ao programa um vídeo dançando o tema “Não é o Fim”, interpretado por Henrico Lirio.¹¹⁷ Mesmo tendo sido realizado há quase dois anos, eventualmente, quando toca esta música no programa, são colocados os vídeos enviados por vários grupos que participaram.

Figura 23 - Vídeo concurso de passinho “Som Retrô”

Fonte: <https://www.Facebook.com/rádiosomretro3>. Acesso o 27 de fevereiro de 2018.¹¹⁸

¹¹⁶ Não se explica se o texto traduzido do inglês para o português e que aparece acompanhando o vídeo é realizado por Henrico ou se é do próprio canal de YouTube. O que é evidente é que a leitura que se faz desse mesmo texto é com a voz de Henrico.

¹¹⁷ A versão de Henrico Lirio está baseada no tema de Tony Garcia – “Just like the Wind”.

¹¹⁸ Vídeo postado no Facebook do programa no dia 27 de fevereiro de 2018, porém o vídeo provém da página www.Facebook.com/henricocantor/videos. Parece que o concurso foi em 2016.

Participação interpretando temas musicais:

No início do mês de abril de 2018, o “Som Retrô” começou com uma dinâmica de homenagear seguidores do programa que fossem músicos profissionais ou espontâneos. Assim, no dia 3 de abril, foi apresentado um micro vídeo com o violinista Hundelton Rojas. Neste dia, o realizador do programa anunciou que se abria a oportunidade para quem quisesse enviar micro vídeos cantando um trecho de alguns dos temas musicais do Henrico Lirio.

Equipe de trabalho na temporada do registro

O programa é produzido e apresentado por Henrico Lirio, cantor, realizador e apresentador de rádio musical. Tem o apoio de Denise Mell, diretora comercial da Rádio “Som Retrô”, e de uma equipe de pessoas situadas também em Cabo Frio e em São Paulo, que apoiam diversas atividades da rádio, entre as quais, a organização e realização de festas e luais para reunir os seguidores do programa.

Publicidade, ações institucionais e promocionais

Entre as atividades anexas ao programa, está a organização de concertos e festas “retrô” com a música dos anos 70s, 80s e 90s, e com músicas de Henrico Lirio. Um dos principais objetivos é que criar um espaço de encontro para os seguidores do programa e para que os novos membros se integrem.

A primeira festa aconteceu no dia 7 de setembro de 2017, em Cabo Frio. A segunda , no 7 de abril de 2018.

Figura 24 - Cartaz do luau da rádio “Som Retrô” realizado em 7/09/2017

Fonte: https://www.Facebook.com/pg/rádiosomretró3/photos/?ref=page_interna. Acesso 7/08/2017

Figura 25 - Promoção primeira festa fantasiada Rádio “Som Retrô” do 7/09/2017

Fonte: www.Facebook.com/somretro3/. Acesso 7/08/2017.

Figura 26 - Promoção da festa fantasia da Rádio “Som Retrô” no dia 7/04 2018.

Fonte: www.Facebook.com/rádiosomretro.com. Acesso: 25/03/2018

Os seguidores do programa de rádio “Som Retrô”, que se autodenominam no chat do Facebook do programa como a “Família Som Retrô”, esperam com expectativa a realização anual da festa da Rádio, pois se constitui em espaço de conhecimento pessoal e intercâmbio em torno de uma mesma paixão: a música romântica dos anos 70s, 80s e 90s.

Figura 27 e 28 - Fotos da festa fantasia da Rádio “Som Retrô”, Cabo Frio, RJ, 7/04 2018.

Fonte: Fotos fornecidas por Henrico Lirio

Desde o dia 19 de junho de 2018, a rádio só transmite o programa pelo aplicativo de WhatsApp, não é mais ao vivo, mas transmite as músicas 24 horas/dia. A razão: as medidas restritivas do Facebook e do Youtube, referidas ao uso da música e dos direitos de autor. Na primeira semana de junho o Facebook, logo que a rádio tocava a primeira música, bloqueava a “live”. Dias depois, o Youtube fez o mesmo. Vale salientar que “a Rádio Som Retrô”, é uma iniciativa pessoal que não tem respaldo financeiro por grandes empresas, nessa medida todo o pagamento dos direitos de autor, teria que ser assumido por o realizador do programa.

No WhatsApp o programa tem cadastradas aproximadamente 5.500 pessoas, mas o serviço é gratuito.

4.6 PROGRAMA “COMUNIDADE LATINA” - EMISSORA CIDADÃ FM 87.5 “A VOZ DO BUTANTÃ”.

Descrição da Emissora Cidadã FM 87.5

Slogan: “*Cidadã FM, a voz do Butantã*”

A emissora Cidadã FM 87.5 MHz, faz parte da Associação Cidadã/Rádio Cidadã, localizada no bairro Butantã, na cidade de São Paulo, SP.¹¹⁹ A emissora pode ser ouvida por meio das ondas hertzianas, em um raio de 3 quilômetros ao redor, a partir da torre da emissora localizada no endereço assinalado na nota de rodapé. Igualmente, pode ser acessada pela página web: <http://www.cidadafm.com.br>, no site www.rádios.com.br e no aplicativo rádios net.

A emissora tem sua identidade visual identificada em diversos suportes.

Figura 29 - Identificação visual da emissora “Comunidade Latina”

Fonte: <http://www.cidadafm.com.br> . Acesso, 5/02/2018.

Um pouco de História da Emissora

A informação da página web da emissora define sua missão como: “*promover a democratização da comunicação através de uma programação que considere os interesses e particularidades das comunidades envolvidas*”.¹²⁰

A emissora foi fundada em 19 de fevereiro de 1995 e meses depois iniciou formalmente seu trabalho.

¹¹⁹Rua Otacílio Tomanik, 218, Jd. Bonfiglioli, Butantã, São Paulo. Telefones: (11) 3731-6448 e (11) 95-782-6264. diretoria@cidadafm.com.br

¹²⁰<http://www.cidadafm.com.br> Acesso em 26 de dezembro de 2017. Porém em meados de fevereiro, a página foi reformulada e a descrição da missão foi reescrita, mantendo a informação fundamental.

A Rádio Cidadã FM, pioneira no movimento de “rádio comunitária” no Brasil, iniciou seus trabalhos em 7 de julho de 1995, em caráter clandestino sim, porém, nunca omissa em dizer onde estava localizada, quem eram seus comunicadores e profissionais e sempre com seu ímpeto comunitário. (...) A Rádio Cidadã FM, (...) chamou a atenção da grande mídia paulistana, começando por uma simples matéria do jornal O Estado de São Paulo no Caderno Seu Bairro, que decidiu que a rádio merecia mais atenção e fez da nossa emissora pauta de capa e página central deste mesmo caderno. (...) Com a ‘descoberta’ da Rádio Cidadã FM pelo jornal O Estado de São Paulo, a Rede Globo de Televisão também se interessou pelo assunto e fez várias matérias sobre a nossa rádio em quase todos os seus programas jornalísticos (...). Aproveitando a visita ao Brasil da emissora japonesa NHK naquele período, a Rádio Cidadã FM foi motivo de reportagem exclusiva daquela emissora, fato que nos abriu portas significativas para que o Programa Cala Boca Já Morreu tivesse reconhecimento internacional, com a indicação e recebimento do prêmio da UNICEF de Iniciativa Comunitária – o Rádio Escola (...). Rádio Cidadã FM, com sua ampla cobertura dos assuntos relevantes do bairro do Butantã e região, foi parceira da Rádio Jovem Pan AM, como agência de notícias, devido à grande cobertura das enchentes que aconteceram no bairro do Rio Pequeno nos verões dos anos de 1996 e 1997.¹²¹

Aspecto para destacar, dentro do cenário das emissoras de natureza similar é que “em 31 de março 2011, a entidade jurídica Associação Cidadã venceu a concorrência pela rádio comunitária do bairro – e a Rádio Cidadã FM ficou sendo a única emissora comunitária oficial do Butantã e região”.¹²²

Quadro 8 - Programação da Emissora¹²³

Horário	Programas						
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
0h	Pede Pra Cida	Pede Pra Cida	Pede Pra Cida	Pede Pra Cida	Pede Pra Cida	Pede Pra Cida	Pede Pra Cida
6h	CidaNejo	CidaNejo	CidaNejo	CidaNejo	CidaNejo	CidaNejo	CidaNejo
7h	Jornal Cidadã	Jornal Cidadã	Jornal Cidadã	Jornal Cidadã	Jornal Cidadã		
9h	MPB	MPB	MPB	Vida com Sabor	MPB	Debora Histórica	
10h						Na Boca do Povo	Cida Latina
11h				MPB			
12h	Esporte Cidadã	Esporte Cidadã	Esporte Cidadã	Esporte Cidadã	Esporte Cidadã	Entrevista com Vereadores de SP	Comunidade Latina
13h	CidaRock	CidaRock	CidaRock	CidaRock	CidaRock	CidáSamba	

¹²¹ Extraído da página web da emissora, <http://cidadafm.com.br/historia/>. O relato é mais extenso, porém se tomaram os aspectos considerados relevantes para esta pesquisa. Acesso, 2 de março de 2018.

¹²² <http://cidadafm.com.br/historia/> Acesso, 2 de março de 2018.

¹²³ A partir do mês de fevereiro de 2018, a programação da emissora foi reformulada. Na atual, o programa “Comunidade Latina”, é transmitido aos domingos do meio-dia até as 14h. Porém, até meados de fevereiro o programa era transmitido das 10h às 11h30. Aliás, seu primeiro horário foi das 9h. às 10h30. Pelas anteriores razões é provável que em algumas citações, apareça o horário de transmissão anterior.

Horário	Programas						
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
14h							Funk Clássico
15h	Rock in Blues	CidaNejo	CidaNejo	Horizontes	CidaNejo	Cabeça de Nego	
16h							
17h	CidáSamba	CidáSamba	CidáSamba	CidáSamba	CidáSamba	Composição urbana	
18h	Submundo do RAP	Submundo do RAP	Submundo do RAP	Submundo do RAP	Submundo do RAP		Rock'n Blues Cidadã
19h	A Voz do Brasil	A Voz do Brasil	A Voz do Brasil	A Voz do Brasil	A Voz do Brasil	CidaLivre	
20h	VaidaPé na Rua	Viva Melhor - Paixão pela corrida de rua	Viva Melhor - Paixão pela corrida de rua	Entrando de Sola	CidaVéia		
21h		Já Regou suas Plantas?	Já Regou suas Plantas?	Chilenol		Rock Nigth	Fúria Cidadã
22h	Big Boss Cidadã			Black Brazuca	Slave to love		
23h		Várzea Cidadã	Várzea Cidadã		Listen Meraki	Pode Pá	

Fonte: Elaborada pela autora, com informações do site da emissora

Tipo de emissora e modalidade de transmissão

Como se anunciou no item de descrição da emissora, ela é de caráter comunitário.

Seus objetivos são descritos assim:¹²⁴

Ser uma instituição independente que seja referência na articulação de práticas cidadãs, democráticas e que valorizem a diversidade cultural. Ser a voz da comunidade diante das notícias e informações comunitárias. Ser uma porta aberta para as manifestações da comunidade, dos artistas, das entidades sociais e pessoas empreendedoras de transformações para uma vida melhor.

No entanto, é também “empresa produtora de meios e radiodifusão em São Paulo”.¹²⁵

A grade de programação contém roteiros musicais e programas de conteúdo temático diversificado: jornalismo, esporte, educação, cultura, temáticas sociais, políticas e econômicas. Os que priorizam a música contêm breves insertos de textos explicativos. As modalidades de transmissão incluem sistema analógico (ondas hertzianas) de alcance local (2 km aproximadamente), e transmissão digital através da internet.

¹²⁴ www.cidadafm.com.br. Postado o 29/01/2018. Acesso: 4/04/2018.

¹²⁵ Página de Facebook da emissora: <https://www.facebook.com/RádioCidadaFM/>. Acesso 4/04/2018.

Redes Sociais Virtuais

-Página web: www.cidadafm.com.br

-Página de Facebook: <https://www.Facebook.com/RádioCidadeFM>

-Aplicativo de WhatsApp: (11) 95131-4019

-Twitter: <https://twitter.com/cidadafm>

A seguir a página web da emissora onde aparece a informação institucional, de programação e de atividades que realiza. No exemplo colocado, observa-se que na lateral direito, aparece divulgado o programa “Comunidade Latina”.

Figura 30 - Página web da emissora “Cidadã FM” -1

Fonte: www.cidadafm.com/comunidade-latina. Acesso, 24/07/2017.

Figura 31 - Página web da emissora Cidadã FM-2

Fonte: www.cidadafm.com/comunidade-latina. Acesso, 24/07/2017.

Descrição do Programa “Comunidade Latina”

O programa nasceu em junho de 2017. É descrito na página de Facebook do programa, como:¹²⁶

Um programa que traz a cultura latina, músicas, literatura, história, personagens, com uma apresentação agradável e divertida. Comunidade Latina - música, quadros, entrevistas, poesia, informação, shows, culinária e tudo sobre o universo latino-americano. Apresentação Mariana Manetta. Hasta Luego! (sic).

Datas, suportes e recursos de transmissão

Comunidade Latina é transmitido ao vivo todos os domingos, do meio-dia às 14 horas.¹²⁷ Segundo afirma Mariana Manetta, diretora e apresentadora do programa, *“no início era transmitido às 9 horas. Solicitei com os administradores da rádio um relatório de frequência e percebi que a audiência subia após as 11h40. Também conversei com a nova produtora cultural, Penha Silva, que apoiou a mudança. Nesse horário os ouvintes chegam a 3.000, preciso melhorar esses números”*.

“Comunidade Latina” é acessado através da “*fanpage*” do programa e da página web da emissora: [www.cidadafm.com/comunidade latina](http://www.cidadafm.com/comunidade-latina). Pode-se também assistir fragmentos das transmissões em direto através do Instagram: @comunidadelatina e do Instagram: marianamanetta. Para quem vive aos 2 km ao redor da sede física da emissora, é possível escutar o programa através da transmissão análoga.

A página do Facebook do programa apresenta fotos fixas e o conteúdo geral do programa, como também outras informações de interesse; no entanto, não posta vídeos alusivos ao tema que esteja desenvolvendo. Até o penúltimo programa do mês de fevereiro de 2018, os programas não podiam ser assistidos com imagem ao vivo. Contudo, no último programa de fevereiro, foi instalada na cabine uma câmara para poder ter a “*live*” e assim os ouvintes-espectadores podem assistir o programa com imagens da cabine, dos apresentadores e convidados ao programa

A seguir as páginas anunciadas:

¹²⁶ www.facebook.com/comunidade-latina. Acesso em 24/08/2017.

¹²⁷ Antes era das 9h às 10h30. A partir do mês de julho de 2017, mudou o horário para ser transmitido das 10h às 11h30. Em fevereiro de 2018 iniciou novo horário, das 12h às 14h.

Figura 32 - Página Facebook do programa “Comunidade Latina”

Fonte: www.Facebook.com/comunidade-latina Acesso, 24/07/2017

Figura 33 - Transmissão ao vivo, da cabine da emissora

Fonte: www.Facebook.com/comunidade-latina. Acesso, 25/02/2018.

Estrutura do Programa

O programa tem diversidade de temas, porém algumas emissões são dedicadas a um tema exclusivo. Costuma-se levar convidados para desenvolver determinado conteúdo por meio de uma entrevista em profundidade. Parte destacada do programa é a breve coluna realizada pelo professor Alexandre Barbosa, quem alterna os comentários sobre as diferentes artes (literatura, cinema, música), com análises de caráter político do passado, passado remoto e do presente dos países latino-americanos. A seguir um exemplo da informação postada na própria página do Facebook do programa:¹²⁸

“Hola, Hermanos. 😊

A coluna do mestre, Alexandre Barbosa, dessa semana fala da paixão entre Florentino e Fermina."O Amor nos Tempos do Cólera - Gabriel Garcia Márquez", traz a história de um amor que teve início na juventude e encontrou seu final feliz cinquenta anos depois. Uma bela

¹²⁸ www.Facebookcomunidade-latina, 2/08/2017. Acesso: 2/08/2017.

história que você também confere na película lançada em 2006 e traz na trilha sonora, "La Despedida" e outras músicas da colombiana, Shakira. O elenco conta com nossa querida, Fernanda Montenegro”

Redes sociais virtuais do programa

Facebook: Comunidade Latina-@RádioCidadaFM. @comunidade latina

O programa tem sua própria página de Facebook, na qual é possível acompanhar a transmissão e se manter informado sobre o conteúdo que será veiculado no dia ou nos próximos programas.

Figura 34 A- Aviso do programa do 23/07/2017

Fonte: www.Facebook.com/comunidadeLatina. Acesso, 25/07/2018.

Figura 34 B- Aviso do programa de 18/02/2018

Fonte: Fonte: Elaborado pela autora

Comunidade Latina.18 de febrero a la 1:27 · Especial Colômbia

“O programa de hoje fala sobre a história da Colômbia - política, independência, FARC e muitas curiosidades. Presente nos estúdios a professora e doutoranda, Esmeralda Villegas Uribe. Nosso maestro Alexandre Barbosa traz a trilha sonora de "Amor nos Tempos do

*Cólera" e o dueto de Shakira e Mercedes Sosa. Você confere como a Guerra dos Mil Dias serviu de inspiração para as obras de Gabriel García Márquez, com o professor Franklin Valverde. Muita cumbia, a presença do mestre Willian Oliveira e a sua participação nas redes sociais Rádio Cidadã FM. AO MEIO DIA. Espero você, 😊
=)cidadafm.com.br. Mariana Manetta”*

Instagram (@marianamanetta) on Instagram: “Bom dia, no ar! Homenagem a Violeta Parra! Acesse rádio cidadafm.com.br E deixe o seu recado, #violetaparra - #cidadafm #comunidade latina

Figura 35 - Instagram do programa “Comunidade Latina”

Fonte: Instagram Comunidade Latina

Através do Instagram do programa “comunidade latina” e do Instagram da realizadora, marianamanetta, se podem ver fragmentos do programa que está sendo transmitido ao vivo.

Recursos de participação e interação

O Chat

Na página da emissora “Cidadã FM”, há um espaço reservado para quem deseja enviar uma mensagem no momento que o programa está sendo transmitido. Exemplo é a seguinte mensagem enviada ao programa “Comunidade Latina” o domingo 30 de setembro de 2017:

Figura 36 - Aviso de chat, página web da emissora “Cidadã Rádio”

Fonte: www.cidadafm.com/comunidade-latina. Acesso: 30/09/2017

Também, na página do Facebook, está habilitado o chat no momento em que o programa é transmitido: A seguir exemplo de chat com mensagem referida à transmissão de 25/02/2017.

Figura 37 - Exemplo de chat do programa “Comunidade Latina” 22/02/2018

Comentários:

Esmeralda Villegas Uribe. Excelente programa, parabéns para vocês. Muito esclarecedor da situação na Venezuela.

Rádio Cidadã FM Excelente programa. Parabéns.

Fonte: [www.Facebook.com/comunidadelatina](https://www.facebook.com/comunidadelatina). Chat do 25/02/2018.

O Messenger

Outra maneira de comunicar-se com os realizadores do programa no instante da transmissão é o *Messenger* do Facebook. A seguir um exemplo de diálogo através do *Messenger*.

Figura 38 - Diálogos-via *Messenger*, entre Esmeralda Villegas e Mariana Manetta, apresentadora do programa “Comunidade Latina”. 24/09/2017 e 16/02/2018.

24/09/2017 10:49
Esmeralda: Estou escutando sim! hoje 24, mas não vejo como entrar no chat da emissora para cumprimentar!
Mariana: Esmeralda, obrigada pela sintonia. Você quer pedir um rock?
Esmeralda: Maravilhoso Santana! Seria bom algo de Fito Paez e também Charly Garcia. Talvez seja interessante falar que em quanto o mundo estava enfrascado na guerra de Vietnam, o único gênero musical que questionava o que estava acontecendo, era o rock, mesmo nos Estados Unidos. Também o que foi o rock brasileiro e o argentino, denunciando o que acontecia com as ditaduras militares na região.
Mariana: Maravilha, bem lembrado.
 Fito Paez e Charly Garcia entram no segundo bloco.
Esmeralda: Ótimo! e cadê Cazuza!!!! Eu identifico também como rock, estarei equivocada?
Mariana: Claro, verdade. Alguma preferida?
Esmeralda: Aquela de "ideologia", eu acho que tem tanta força.
 Já está na play list. Obrigada 🍪🍪🍪
Esmeralda: Nossa essa de [Ney Matogrosso é um clássico! Não esqueçam Rita Lee!
Mariana: Quanto ao chat, entra no site cidadafm.com.br
Esmeralda: Ótimo os comentários, adorei a lembrança do Hendrix!
Mariana: Show! 😘😘]

16 DE FEBRERO DE 2018 19:26
Mariana: Oi, Esmeralda, tudo bem? No próximo domingo o programa fala sobre a Colômbia - história, política e cultura, e quero a sua participação. Poderia? Seria muito importante a sua participação. O programa vai ao ar das 12h às 14h, mas podemos fazer só uma hora, depende da sua disponibilidade. Se tudo der certo, envio a pauta ainda hoje, prometo.
Esmeralda: Claro, com prazer! o que precisar.
Mariana: Que maravilha! 😊 Já já encaminho a pauta. Muito obrigada.

No Messenger do Facebook, também se envia aos inscritos, informação referida ao próprio programa de rádio.

Publicidade, ações institucionais e promocionais

As mensagens, prioritariamente, são de corte social e de campanhas de convivência, sendo a principal a denominada “Atitude Cidadã” que busca criar consciência e motivar comportamentos cidadãos (não buzinar, não jogar lixo, respeitar as faixas de pedestre, usar escada e não o elevador, lutar contra a corrupção, e outros): “*Atitude Cidadã, com a comunitária de Butantã, Rádio Cidadã FM*”. Outro tipo de campanha é relacionado às datas especiais, por exemplo, a campanha de doação para o natal, campanha do abrigo, doação para a Santa Casa ou para o exército de salvação. Na área da saúde as campanhas contra a microcefalia e como combater os criadouros de mosquitos, ou a campanha contra o câncer infanto-juvenil, etc. A emissora e o programa se vinculam com campanhas latino-

americanas de direitos humanos como a do Salvador Maldonado (líder social desaparecido na Argentina).

Há anúncios sobre a própria emissora, “*Cidadã FM, nossa rádio*”, “eu sou cidadã”. Divulgam-se seus programas, por exemplo: “Jornal Cidadão, de segunda a sexta feira às 7h, na Cidadã rádio”, “na quinta, ‘Sabor a Vida’, às 9 horas” (programa de jazz); ou o Facebook do programa “Comunidade Latina” e como entrar no chat e no perfil do Instagram. Também são promovidos serviços, por exemplo, recursos digitais: “sua empresa já está na internet? Tem que estar na internet. Entre na www.midiadigital.com.br; ou profissionais da voz: “*Você quer um mestre de cerimônias, vídeos, fotos... contate a Machado locutores*”.

Música

O tema musical de identificação (característica do programa), fechamento e cortinas instrumentais, é uma música de Carlos Santana: “Flor de Luna”. As músicas que compõem a programação priorizam temas musicais do folclore latino-americano, mas também são tocados gêneros românticos e rock suave. Os intérpretes são da América Latina e o Caribe, por exemplo: Mercedes Sosa, Víctor Heredia, Violeta Parra, Víctor Jara, Silvio Rodríguez, Pablo Milanés, Alí Primera, Soledad Bravo, Simón Díaz, Toto la Monposina, Celia Cruz, Carlos Gardel, Benny Moré, Liliana Herrero, Luis Miguel, Amalia Mendoza, Joaquín Sabina, Julieta Venegas, Charly García, Cazuza, Fagner, Grupos como “Intillimani”, “Quillapayún”, “Los Jaivas”, Café Tacuba, los Babasónicos, Aterciopelados, Soda Estéreo, Manichau, “Entre Latinos”, e outros. Também se convidam grupos de música que interpretam ao vivo temas próprios ou alheios.

Equipe de Trabalho

O programa é realizado por Mariana Manetta que, além de preparar e apresentar os conteúdos, controla os equipamentos para a transmissão. Conta com o apoio do professor e historiador William Oliveira, que atua na apresentação e análise de conteúdos e na realização das entrevistas no estúdio.

4.7 PROGRAMA “THE BRAZILIAN SHOW-CJIQ 88.3 FM”

O programa é transmitido através da emissora analógica: CJIQ 88.3 FM localizada no Conestoga College em Kitchener - ON - Canadá, pela página web da emissora do mesmo nome: <http://www.cjiqfm.com>; no Facebook do programa “The Brazilian Show on CJIQ 88.3fm”¹²⁹; com reprise em uma emissora *online* “Rádio Você no Canadá”¹³⁰ e na “Tocantins TV” no Brasil.

Devido à impossibilidade física de seguir a transmissão por ondas hertzianas, realizada pela emissora CJIQ 88.3 FM, localizada no Canadá, a descrição está delimitada nas transmissões em vídeo realizadas na página de Facebook “The Brazilian Show”, na página web da emissora CJIQ 88.3 FM e na reprise da emissora web “*Você no Canadá*”. O programa retransmitido no Brasil através da “Tocantins TV”, não é considerado no estudo.

Descrição da Emissora CJIQ 88.3 FM

Slogan: “88.3 CJIQ: *Your Alternative Music!*”

A emissora CJIQ 88.3 FM está localizada fisicamente, no *Doon Campus of Conestoga College*, em Kitchener-Ontario, Canadá.¹³¹ Sua programação é realizada, à maneira de laboratório vivo e experiência real, por estudantes da Escola de Mídia - Produção de Rádio e Jornalismo - desse *College*. A emissora foi fundada no ano 2000, como uma alternativa sonora para a região denominada “Tri-Cities”, composta por as cidades de Waterloo, Kitchener e Cambridge, na região metropolitana de Ontario, à uma hora de distância de Toronto. Transmite ao vivo desde os estúdios instalados no campus, 24 horas por dia, sete dias na semana.¹³² De acordo com Brian Clemens, diretor da emissora:

¹²⁹ Disponível pelo link: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjiq/>

¹³⁰ Link: www.rádiovocenoCanadá.com.br. A Reprise é na segunda às 19h do Brasil e às quartas ao meio dia, horário do Brasil

¹³¹ 299 *Doon Valley Drive*. Kitchener, Ontario-CA.

¹³² Informação adaptada da versão em inglês do artigo de jornal “*New college rádio show draws global audience*” publicado em: Campus News. Permalink. http://blogs1.conestogac.on.ca/news/2018/01/new_college_rádio_show_draws_g.php. Postado em 15 de janeiro de 2018 10:23. Acesso: 05/02/2018.

Nas classificações da *Fall Numeris* mostrou que 41.500 ouvintes entraram em sintonia com a *CJIQ* durante uma semana normal de transmissão. A estação continua sendo uma escolha de sintonia consistente para música alternativa com ouvintes masculinos e femininos entre as idades de 24 e 54 anos.¹³³

Identificação visual da emissora

Figura 39 - Foto da página web da emissora CJIQ 88.3

Fonte: www.cjiqfm.com. Acesso: 2/01/2018

Programação da emissora CJIQ 88.3 FM¹³⁴

A programação, como foi dito anteriormente, é musical. “88.3 CJIQ FM is home of the Tri-Cities Rock Alternative. Playing the best in, alternative and modern rock bands like: Foo Fighters, Black Keys, Billy Talent and so many more...”.¹³⁵ A emissora apresenta na página web, uma *daily playlist* imensa onde aparecem os temas musicais que vão ser tocados, listagem que é impossível colocar neste espaço.¹³⁶ Porém na própria *homepage*, destacam-se vários programas onde mistura-se música mais conteúdo falado e que são chamados de “Shows”. Entre os mais conhecidos, segundo a *homepage* da emissora, estão estes:¹³⁷

Saturday 8pm - 9pm

✓ **The Brazilian Show**

✓ Nish Vibes

Saturday 7am - 8pm

¹³³Idem. O depoimento se refere aos métodos de medidas de *raiting* de sintonia de rádio e televisão. No Canadá, em cada estação ou temporada do ano, realizam medições e elaboram um reporte. O Brian Clemens se refere aos resultados do último outono. (*fall* 2017). A informação se pode verificar em: <http://en.numeris.ca/media-and-events/overview>

¹³⁴Não se teve acesso à grade de programação física, só à programação postada na página web da emissora.

¹³⁵<http://www.cjiqfm.com/index.php>

¹³⁶<http://www.cjiqfm.com/playlist.php>

¹³⁷Se copia a informação tal e como aparece na página web da emissora.

- ✓ On Stage Classics
Sunday 6pm - 8pm
- ✓ Polish Review
Sunday 10pm - 12am
- ✓ Serbian Rádio
Sunday 8pm - 10pm
- ✓ Songs from a Quiet Place
Sunday 6am - 9am
- ✓ Latin Mix
Saturday 9pm - 12am
- ✓ CJIQ Music
Sunday 9am - 6pm
- ✓ Jazz Show
Sunday 10pm - 12am

Tipo de emissora e modalidade de transmissão

Trata-se de uma emissora de caráter musical¹³⁸, localizada em uma instituição educativa, mas também dá cobertura às necessidades publicitárias locais. É uma rádio analógica, que transmite localmente por meio de ondas hertzianas, mas também pode -se acessar através de sua página web www.cjiqfm.com

Redes Sociais Virtuais da Emissora CJIQ 88.3 FM

- Página de Facebook: <https://www.Facebook.com/883cjiq>
- Página: <http://www.cjiqfm.com>
- Twitter - <https://twitter.com/CJIQFM>
- Telefone-WhatsApp: +1 519-893-2547

¹³⁸ O tipo de música que tocam, segundo informação da *homepage* da emissora: “*We play music from artists like: Twenty One Pilots, Green Day, The Strumbellas, Arkells, Cage The Elephant, Blink 182, Bastille, Kings Of Leon, July Talk, Killers, Wintersleep, Sam Roberts Band, Beck, The Lumineers, Metric, Arcade Fire, Imagine Dragons, X Ambassadors, Mumford and Sons, Foo Fighters, Weezer, City & Colour, U.S.S, Black Keys, Red Hot Chili Peppers, Tegan & Sara, Pearl Jam, Billy Talent and so many more, we’d run out of space here trying to list them all!*”. Ver: <http://www.cjiqfm.com/index.php> acesso em 8 de fevereiro de 2018.

Descrição do Programa “The Brazilian Show”, transmitido na página de Facebook¹³⁹

“The Brazilian Show” foi ao ar na estação de rádio CJIQ FM no 88.3 FM, em agosto de 2017. Como já se disse, trata-se de uma rádio de ondas hertzianas, próxima à cidade chamada Kitchener, aproximadamente a uma hora de Toronto-Canadá. O programa se transmite em direto e ao vivo os sábados das 20 às 21hrs (hora de Toronto - 23 às 24 horas (hora de Brasília, horário de inverno)). Além dos ouvintes poderem sintonizar a CJIQ em 88.3 FM, podem ouvir o programa através do *site* da estação CJIQ 88.3 FM, <http://www.cjiqfm.com>

Figura 40 - Página de Facebook do programa “The Brazilian Show”.

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/>

O programa “The Brazilian Show” é uma mistura de gênero de entretenimento, música e informações úteis para a comunidade de brasileiros residentes ou visitantes na região, mas também para aqueles que pretendem visitar ou migrar para Canadá. Contudo, a partir de sua transmissão pela internet pode alcançar qualquer público interessado no tema e que compreenda as línguas em que é irradiado: português e inglês (em maior porcentagem de português). Segundo informa Bruno Sibella, um dos realizadores¹⁴⁰, o programa tem ouvintes em México, Brasil, Japão, Portugal, Estados Unidos, Chile, Brasil, Canadá, etc.¹⁴¹

¹³⁹ As características que se apresentam neste item, aplicam também na transmissão que se faz pela estação analógica CJIQ em 88.3 FM e pela transmissão que se faz no *site* da rádio.

¹⁴⁰ Estudante internacional do programa Broadcasting - Television e Independent Production em Conestoga College. Realiza o programa conjuntamente com sua esposa Isabel.

¹⁴¹ Informação tomada do canal de YouTube de Bruno Cortez e Sibella Bell. <https://youtu.be/E1zkuFBqh7w>

Em seu conteúdo, “The Brazilian Show” apresenta uma variedade de temas entre os quais se destacam informações sobre o Canadá, dicas para morar nesse país, custo de vida, clima, costumes, atividades para fazer, roteiros de viagens, na cidade, esportes, eventos curiosos, etc. Também é um espaço para divulgar a cultura brasileira e para estabelecer um elo entre os que moram no Brasil e no Canadá.

Sobre o significado do programa, Bruno Sibella afirmou:¹⁴²

“Temos ouvintes aqui na comunidade e no sul de Ontário, nossos amigos e familiares acompanham o Brasil e até ouvimos ouvintes de lugares distantes como o Japão. A comunidade brasileira está flutuando, então compartilhamos notícias sobre eventos e lugares para ir, assim como a cultura canadense. (...). Você não precisa entender o idioma para curtir a música. Nós nos divertimos muito fazendo o show - nós realmente amamos isso - e nossos ouvintes também gostam. Através do Facebook, ao vivo, recebemos pedidos e os ouvintes podem deixar comentários para nós ”, disse Sibella.” Também dá às nossas famílias a oportunidade de nos ver e acompanhar o que estamos fazendo aqui - não temos nenhuma família conosco no Canadá”.

Suportes e recursos de transmissão

“The Brazilian Show on CJIQ 88.3 FM”, como informado anteriormente, possui diversas modalidades de transmissão em diferentes dias e horários:

- Via ondas hertzianas pela CJIQ FM- 88.3 FM, em direto e ao vivo aos sábados das 20 às 21Hrs (hora de Toronto, horário de inverno) - 23 às 24 Horas (hora de Brasília), desde Kitchener, Ontario-CA, aproximadamente a uma hora de Toronto-Canadá.
- Pode-se acessar, no mesmo dia e horário pela página da rádio CJIQ 88.3 FM: www.cjiqfm.com.
- Na página do Facebook do programa: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjiq/>. Transmite-se em direto e ao vivo aos sábados das 20 às 21h (hora de Toronto) - 23 às 24h (hora de Brasília). Nesta transmissão se conta com imagens desde a cabine da qual se realiza a transmissão em direto e ao vivo no estúdio.

¹⁴² Informação adaptada da versão em inglês do artigo de jornal “New college rádio show draws global audience” publicado em: CampusNews. Permalink. http://blogs1.conestogac.on.ca/news/2018/01/new_college_rádio_show_draws_g.php. Postado em 15 de janeiro de 2018 10:23. Acesso: 05/02/2018.

- O programa é retransmitido pela web rádio “Você no Canadá”, duas vezes por semana: segunda-feira das 19h às 20h. (horário de Brasília) e quarta-feira ao meio-dia (hora de Brasil). www.rádiovocenoCanadá.com.br
- Sua versão com imagens da página do Facebook do programa é algumas vezes retransmitida pela Tocantins TV, WebTV no estado de Tocantins, Brasil.
- Transmite-se no Rogers TV Canal 947, televisão por assinatura, na localidade de Kitchener (Ontario-Canadá) e ao redor. <http://www.rogers.com/channels>

Figura 41 - Página web da emissora “Você no Canadá” que retransmite o programa “The Brazilian Show”.

Fonte: www.rádiovocenoCanadá.com.br. Acesso em 5/02/2018

A publicidade da reprise do programa, na emissora “Você no Canadá”. Aparece assim na página do Facebook do programa:

The Brazilian Show on CJIQ 88.3 FM .13 de fevereiro às 16:34 ·

*“Perdeu o TBS ao vivo no Sábado? agora tem reprise no <http://rádiovocenoCanadá.com.br/> toda segunda as 7 da noite HORARIO DE BRASILIA e as quartas-feiras ao meio dia horário de Brasília também. Boa ne? mas nos vemos no sábado as 8pm horário de Toronto na CJIQ FM ok. até lá”.*¹⁴³

Na transmissão em direto feita pelo Facebook, normalmente, não se utilizam vídeos para complementar as informações tratadas, entre as exceções está o vídeo da entrevista que fizeram com o humorista Leandro Hassum, por ocasião de seu show em Toronto, em 27 de janeiro às 15 horas. Esta entrevista foi transmitida no próprio sábado 27 às 20 horas (horário de Toronto). O que os realizadores do programa costumam, é, na página geral do Facebook do programa postar fotos e vídeos alusivos com os convidados que passam pelo programa ou de eventos e atividades. Uma amostra do anterior é a fotografia dos realizadores do programa com o humorista brasileiro.

¹⁴³ Extraído de <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/>

Figura 42 - Foto de Bruno Sibella, Leandro Hassum e Izabel Sibella

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/>

Estrutura do Programa

O programa se inicia com uma manchete pré-gravada que é igual para todas as modalidades de transmissão: analógica - da emissora por ondas hertzianas, a versão *online da emissora*, e a página do Facebook. Os realizadores-apresentadores, após cumprimentarem os seguidores, anunciam o conteúdo do programa. Podem-se identificar diversos “Momentos” entre os que se destacam “*Piada Ruim*”, “*News*”, “*Curiosidades*” e a entrevista, ao vivo, com convidados especiais. Na maioria dos programas há um entrevistado que desenvolve temas relativos ao processo de imigração para o Canadá, oferece dicas de adaptação e responde perguntas enviadas ao chat do Facebook. Um exemplo ilustrativo é a entrevista realizada com a blogueira brasileira Gaby, que tem o blog “*gabynoCanadá.com*”, é residente em Toronto e em seu blog oferece dicas sobre diversos tópicos referidos ao Canadá. A entrevista ao vivo foi realizada em 3 de março de 2018. Na foto, Bruno Sibella e Izabel (Bella) Sibella e no fundo Gaby.

Figura 43 - Entrevista com a Gaby no programa “The Brazilian Show”.

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/> Programa 3/03/2018

A seguir, um exemplo de chat direcionado ao entrevistado, onde se pode perceber que há perguntas focalizadas sobre o tema que a entrevistada desenvolve, mas que há outras perguntas e comentários orientados a conhecer aspectos da vida pessoal e questões quotidianas. Também parece ser a oportunidade de estabelecer contato, intercambiar informações e se fazer “presente” perante aos outros participantes.

Figura 44 - Chat #1 do programa 03/03/2018, realizado com Gaby:

The Brazilian Show on CJIO 88.3 FM está transmitindo en vivo. Estamos com a Gaby!

Ana Paula Buttelli. Adoro a Gaby! Este ano tive a oportunidade de escrever dicas de organização no blog dela.

Rainier Nascimento. Assistindo de Maracanaú Ceará todos os fins de semana. Um abraço para a Gaby!

Fernanda Pelossi C. Natri Oi Bruno Bel!! Oi Gaby!!!

José Francisco Schuster. Jornal de Toronto saúda Gaby no Canadá!

Antonio Melo. Oi Gaby! Estamos assistindo aqui em Floripa!

Ivam Junior. Gaby, gosto muito de ler sobre suas *road trips*, qual foi sua *road trip* preferida?

Paula De Paola Almeida. Parabéns Gaby pelo segundo baby!

Helena Paiva. Bom saber mais sobre vc Gaby.

Marcela Bomfim. É a primeira vez que a Gaby veio pra Kitchener/ Waterloo? Ela já esteve aqui?

Fatima Magno Witmer. Gaby sou sua fã, apesar de estar morando aqui em Toronto/ Mississauga a 35 anos, trabalhei os 20 anos, aprendo basta com seus posts , vc é um "Asset" para nossa comunidade.

Emerson Jambelli. De fato a Gaby é um Google! Quando estive em Toronto, usei os posts do blog para fazer meu roteiro.

Marcela Bomfim. Gaby, conta mais pra gente sobre os lugares que você conhece aqui em Waterloo

Esmeralda Villegas Uribe Por favor me podem dar os dados para ingressar no blog da Gaby?¹

Thainá Gonçalves #GabynoCanadá #ao vivo amando a live

The Brazilian Show on CJIO 88.3 FMGabyNoCanadá.co

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/Acesso: 3/03/2018>

Segundo se pode perceber, o chat é um espaço de encontro, de contatos, de criação de vínculos como também de relaxamento e humor:

Figura 45 - Chat #2 do programa 03/03/2018, realizado com Gaby:

The Brazilian Show on CJIO 88.3 FM está transmitindo ao vivo. tbs com a Gaby.

46 Comentarios.

Rogério Meneghelo Apezzatto. Com 50 pessoas assistindo o Bruno vai fazer um strip-tease.

Geiziane Lopes 😱😱😱😱😱😱😱😱😱

Edno Sibella. Gente depende do dia, o sorvete é mais quente do que o clima

Francisco Bento . Muito bom.Parabéns Bruno feliz aniversário atrasado para você.

Marcela Bomfim. Gaby, sempre que vou a Toronto eu visito uma sorveteria nova que conheci pelo seu blog. Mas qual é a sua sorveteria favorita de Toronto? A que voce acha a melhor de todas?

Paulo Figueiredo. Oopa, boa noite galera. Falando de kitchener, recém chegado ao Canadá

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/Acesso: 3/03/2018>

O programa contempla anúncios institucionais e propagandas comerciais sobre produtos e serviços que se colocam em diversos momentos e que costumam ser reiterativas. Também são tocadas músicas completas que, podem ser escutadas na sua totalidade na transmissão analógica e *online*, mas não na transmissão que se faz pelo Facebook de “The Brazilian Show”, devido às normas referidas aos direitos autorais.

Leitura de Mensagens

No início do programa, os apresentadores costumam cumprimentar as pessoas, fazendo uma leitura dos nomes de quem acompanha a abertura:

LOCUTORES: *“Yes! chegamos para um mais The Brazilian Show, pela CJIQ 88.3 FM e pelo Facebook. A gente fazendo o que mais gosta. Oi o pessoal já está chegando, oi mãe, beijo, beijo para vovô. Oi Leslie, tudo bom? Esse material fica gravado no Facebook para você entrar a semana inteira e ter acesso. O programa é ao vivo todos os sábados das 8 a .9. A Edith está ali. Boa noite, tudo joia?. A Leslie já deu o oi”.*

[há bastante familiaridade no trato, possivelmente são pessoas conhecidas pelo tipo de referências que se faz].

*“Aline Fekete, Mara de Almeida, Luísa, dona Marola, André, Telma, Adilson, Rodrigo Rezende, a **Esmeralda** - que está em São Paulo, a Lete (amo vocês), Marco Leão”.*

Outros exemplos de boas-vindas, são estes:¹⁴⁴

Data: 20 e 27 de janeiro de 2018 (sábado)

“Tony acabou de entrar no nosso programa, bem-vindo Tony”. “O Fábio está por aqui”, “A Maira Carvalho está por aqui”. “É tão legal entrar nas casas né?” / “E você é daqui do Canadá ou do Brasil? conta para a gente” (Se refere se está escrevendo de onde). “Seja bem-vindo” / “Solange acabou de entrar”. “olha o Araújo entrou, obrigado pela audiência”, “o Adriano entrou, um beijo e obrigado por estar com a gente”, “o senhor Marcilio acabou de entrar, obrigado!”. “Enia entrou, o senhor Marcos entrou, o Paulo acabou de entrar: bem-vindo. “Beijo para Mônica que acabou de chegar”, A Wanda, estamos felizes que vocês estão acompanhando nosso programa.

¹⁴⁴ Exemplos tomados diretamente da transmissão do programa “The Brazilian Show” que se realiza na página do Facebook do programa. A fala é de Bruno e Bela Sibella, e eu realizo a transcrição de suas falas..

Note-se que são utilizadas expressões como “entrar”, “está aqui” “chegou”; próprias da linguagem que refere presença física.

Data: 27 de janeiro de 2018 (sábado)

“Chegou Adriana Murari/, Oi enfermeiros do hospital Albert Einstein - valeu por estar juntos/, Marcela C, Victor, Marcilio, Luciano, e de Arizona e de Atlanta enviam mensagens”.

Mas os próprios seguidores do programa também utilizam essas expressões: “*Olha meus amores, estou chegando*”. [mesmo que o encontro seja virtual, as pessoas usam expressões de encontros físico]. No programa de 3/03/2018, foram postadas no chat do programa, mensagens como estas:

- ✓ André Ribeiro. Estava trabalhando.....Cheguei.
- ✓ Marco Leão Cheguei 🙌
- ✓ Yuri Romano Cheguei a tempo?
- ✓ Leonardo Inojosa Opa to aqui
- ✓ André Nastri Are e o Adriano entrou.

Os realizadores também costumam ler as mensagens do chat que chegam logo na abertura e ao longo do programa. De fato, boa parte do conteúdo é desenvolvido a partir das perguntas e comentários que chegam pelo chat e que estão relacionadas com os temas propostos naquela transmissão.

Redes sociais virtuais do programa

-Página web da emissora CJIQ 88.3 FM , <http://www.cjiqfm.com>

-Página do Facebook do programa “The Brazilian Show”.

<https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/>.

A Hashtag

Eventualmente, os apresentadores e os próprios participantes do chat do programa, propõem temas para que os seguidores de “The Brazilian Show”, definam um assunto ou

atividade como tendência.¹⁴⁵ Mas também a expressão Hashtag, é motivo de brincadeira, por exemplo, quando comentou-se num programa,¹⁴⁶ que filmariam Bruno pulando na piscina do *Conestoga Polar Plunge* em 2018. A apresentadora do programa, Izabel, falou que abriria uma “tendência”. “*Bruno vai pular na água*”. Outra pessoa escreve no chat que poderia haver uma tendência “hashtag”,¹⁴⁷ para que o Bruno pule na piscina de água gelada no “*Polar Plunge*” de 2019: Rodrigo Rezende · 31:35#brunopolarplunge2019

Recursos de Interação e participação

Na transmissão do programa via Facebook e emissora analógica, os realizadores do programa, Bruno e Bela, enviam mensagens para animar à participação dos espectadores e ouvintes. Por exemplo, dizem: “*Participa com a gente lá no Facebook, e pode mandar sua música, queremos saber onde você está*”; “*conta para nós o que você gostaria de ouvir aqui*”. De fato, convidam para que as pessoas peçam música ou para que enviem uma piada ao segmento titulado “A Piada Ruim”. Ou solicitam uma listagem sobre temas que deveriam ser tratados no programa “*coisas que vocês queiram saber sobre Toronto*”, como disse Bruno Sibella, apresentador do programa, na transmissão pelo Facebook. Também são postados avisos animando a participação das pessoas. Segue exemplo:

Figura 46 - Exemplo de aviso para a participação

The Brazilian Show on CJIQ 88.3 FM

30 de diciembre de 2017 · Kitchener · 2018 chegando... Envie um vídeo para o #TBSCJIQ e nos colocaremos sua mensagem no ar, hoje, ao vivo durante o programa 😊:) Mensagem rapidinha para a família e amigos, por exemplo: " Olá eu sou ... ouço o The Brazilian Show aqui em (sua cidade e Pais). Quero desejar um Feliz 2018 cheio de paz e prosperidade a todos. Beijos e abraços para (alguns nomes de pessoas especiais). Envie antes do Show começar e não esqueça de postar aqui na página e comentar abaixo. um abraço e até mais tarde 😊:)

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/Acesso: 3/03/2018>

¹⁴⁵ Se bem que se tenta usar o recurso de Hashtag, não é explorado suficientemente, como por exemplo o faz o programa “Morning Show”.

¹⁴⁶ Programa 3 de “The Brazilian Show”. 03 de fevereiro de 2018 (sábado).

¹⁴⁷ O vocábulo provém do inglês. Os “hashtags” são criados para unificar os tweets por temáticas, contextos, etc. Costuma-se visualizar com o signo de numeral (#). Escreve-se em uma palavra só, sem espaços e pode incluir números, mas não signos de pontuação ou caracteres especiais (como “\$” o “%”)”. Cfr.: [/www.google.com.br/search?q=hashtag&oq=hastag&aqs=chrome.1.69i57j0l5.31744j0j7&sourceid=chrome&ie](http://www.google.com.br/search?q=hashtag&oq=hastag&aqs=chrome.1.69i57j0l5.31744j0j7&sourceid=chrome&ie)

O Chat

Na página o Facebook do programa, há um espaço reservado para quem deseja escrever uma mensagem no momento que o programa está sendo transmitido. Em contraste com outros programas da mesma natureza, estas mensagens são lidas instantaneamente e se constituem em parte do conteúdo do programa. As mensagens em geral, solicitam dicas para quem deseja imigrar ao Canadá ou para quem está em processo. São perguntas sobre custo de vida, trabalho, adaptação, clima, lugares turísticos, diferenças horárias, etc., mas também as pessoas expressam ali seu desejo de emigrar, avisam das datas em que estarão chegando, solicitam música ou enviam mensagens de carinho para Bruno e Bela, os realizadores do programa. A seguir alguns exemplos:

- *“Estou chegando ali o dia 15 de fevereiro, estou indo para Vancouver”*
/ *“Estou gostando muito de ouvir vocês”*.
- *“Boa noite casal, estou com saudade de vocês, parabéns pelo sucesso”*.
- *“toca circo de feras de Titãs”*
- *“Sou de Brasília, mas estou querendo morar no Canadá”*.

No chat se repete o esquema de cumprimentos e leitura de mensagens que se faz na rádio analógica: *“Manda um abraço para Rio Grande do Sul”*.

Figura 47 - Cumprimentos no Chat de “The Brazilian Show”

Sábado 10/03/2018:

Rafael Zambelli Meneghelo *“Queria mandar um oi pra minha tia Marlene e pro meu primo Rogerio. Beijo tia. Beijo primo hahahahah.”*

Sábado 3/02/ 2018:

Joao Marcos Lana *Manda aí um feliz aniversário pro meu tio Geovane Damião Ivam Junior Andresa, mande um oi pra mim, sou seu fã*

Sábado 24/02/2018:

Samuel Lantigua *Um abraço pra vocês amigos, quando der mande um abraço a minha esposa Yanara que graças a Deus conseguiu o visto essa semana, depois de 4 negativas!*

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/Acesso: 11/03/2018>

O chat serve para informar à comunidade brasileira sobre festas e atividades de interesse. Por exemplo, é disponibilizada informação da festa do carnaval brasileiro em

Toronto. Os locutores vão fazendo perguntas no programa e as pessoas vão escrevendo no chat.

Figura 48 - Chat de 17 de fevereiro de 2018

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/Acesso:17 de fevereiro de 2018>

O programa conta com audiência de pessoas que falam inglês, deste modo, no chat do Facebook eventualmente aparecem mensagens nesta língua, que são respondidas também em inglês pelo apresentador do programa Bruno Sibella:

Figura 49 - Exemplo de chat do programa “The Brazilian Show”. 17/02/2018

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/Acesso:17/02/2018>

No caso deste programa, os apresentadores respondem ao vivo e imediatamente às perguntas e comentários postados no chat do Facebook. Como exemplo, segue o *post* escrito pela autora desta pesquisa, que envia uma pergunta sobre a diferença horária entre Toronto e São Paulo, obtendo resposta instantânea.

Figura 50 - Perguntas no chat do programa “The Brazilian Show”. 03/02/2018

Esmeralda Villegas Uribe: Quantas horas de diferença entre Toronto e São Paulo?

The Brazilian Show: “*Estamos em horário de verão no Brasil*”, [disse Bruno, esclarecendo que agora a diferença são três horas entre as duas cidades].

Esmeralda Villegas Uribe: Como posso saber o horário de início do programa?

The Brazilian Show: “*Se você estiver em Toronto, todo sábado das 8 às 9 da noite. E se estiver no Brasil das 23 à meia-noite. Curta a página que vai receber as notificações*”. [O intuito da pergunta era saber se tinham um mecanismo, uma alerta para que as pessoas fossem informadas do início do programa).

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowwcjq/Acesso:03/02/2018>

A “*Hashtag*”¹⁴⁸

Como afirmado anteriormente, outro recurso do programa, é a utilização da Hashtag. Durante a transmissão em direto, via Facebook, os apresentadores anunciam que vão a subir determinada *Hashtag*, e pedem para as pessoas participarem. Mas também no chat do programa, por exemplo, escrevem “Roupa Nova” (grupo musical brasileiro) e pedem que os seguidores se pronunciem por exemplo: TBS #roupanovanacjq.

Cleiton Cavalcanti #roupanovanacjq

Outras atividades do programa

Presença em eventos esportivos e culturais na região:

Com o intuito de conseguir informação para o programa “The Brazilian Show”, seus realizadores vão atrás de eventos que se realizam em localidades próximas e os divulgam no programa. No seguinte exemplo, Bruno Sibella, comenta sobre a participação de um brasileiro, natural de Ribeirão Preto que representa o Brasil no *Conestoga Polar Plunge* 2018, realizado em fevereiro 15 de 2018.

¹⁴⁸Hashtag “é uma expressão bastante comum entre os usuários das redes sociais, na internet. Consiste de uma palavra-chave antecedida pelo símbolo #, conhecido popularmente no Brasil por “jogo da velha” ou “quadrado”. As hashtags são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais, ou seja, cria uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social, que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado”. <https://www.significados.com.br/hashtag/> acesso: 05/04/2017.

Figura 51 - Foto do evento *Conestoga Polar Plunge* em 2018

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/> acesso 17/02/2018

Os realizadores do programa, também participam em eventos que promovem a integração da comunidade brasileira residente da região de Waterloo, onde está localizada a emissora de rádio. Por exemplo, Bruno e Izabel falam do evento denominado “*Winterloo*” e das atividades na região.¹⁴⁹ Também os realizadores do programa se informam sobre personalidades do mundo artístico ou esportivo que vão estar na região para que sejam entrevistadas e divulgadas no o programa.

Figura 52 - o humorista Roberto Edson e a personagem Chico Lorota

Fonte: <https://www.Facebook.com/thebrazilianshowcjq/> Acesso 0 17/02/2018

¹⁴⁹ Trata-se da transmissão do programa de 24/02/2018. Comentam que algumas atividades *exteriores* estão canceladas devido ao tempo “quente” de 0 graus, mas comentam que há atividades interiores que podem ser aproveitadas, como o cinema. Anunciam que a temperatura vai aumentar, celebrando, pois, estão precisando de sol e de calor.

A entrevista foi realizada via Skype e é transmitida ao vivo no programa do 17/02/2018.¹⁵⁰

Publicidade, ações institucionais e promocionais

A emissora CJIQ. 88.3 FM, sendo uma rádio inserida dentro de uma instituição educativa, divulga mensagens de caráter institucional do *Conestoga College* e dos programas transmitidos pela emissora. Porém, também faz propaganda de serviços comerciais. No caso da transmissão de “The Brazilian Show”, são transmitidas mensagens em inglês, próprias das pautas comerciais conveniadas e avisos em português para o público brasileiro ou português.

No programa utilizam vinhetas pré-gravadas, como:

“Diretamente do estudo 1 da CJIQ... o programa que fala na sua língua e que agita as noites de sábado. Com a apresentação de Bruno e de Izabel Sibella. Este é The Brazilian Show”.

*“A partir de agora na CJIQ 88.3 FM, The Brazilam Show, a hora do Brasil. Na região pela 88.3 FM e via web pela www.cjiqfm.com”.*¹⁵¹

Também, no intervalo publicitário são colocadas vinhetas de identificação do programa em inglês e em português. A vinheta de identificação do programa “The Brazilian Show 88.3 FM”.¹⁵² é falada, não aparece como texto ou animação visual sendo que, no caso do Facebook, a transmissão é audiovisual. Quando toca a publicidade pré-gravada, os apresentadores estão na tela não há publicidade visual fixa ou em movimento. Ainda, as vinhetas pré-gravadas são usadas para identificar alguns dos “Momentos” como “Piada Ruim”, “TBS News” e para os avisos publicitários

A publicidade comercial do programa está constituída fundamentalmente pela divulgação que se faz de um serviço de venda e aluguel de carros na região “*Atendimento em português é com André Ribeiro na Auto parque*”. “*Auto parque George Town. São 1300 carros, atendimento em português*”. [Anunciam o número telefónico].

¹⁵⁰O recurso da entrevista via Skype utilizado no programa é interessante, pois dá para perceber o uso de vários suportes tecnológicos. Além disso, imprime ao programa mais dinâmica, visto que a transmissão via internet pode ser tediosa quando fica restrita aos dois apresentadores falando o tempo todo ou lendo as mensagens que chegam no chat.

¹⁵¹Bruno se refere à transmissão local e à transmissão pela web que tem alcance global.

¹⁵²Esta vinheta é de caráter oral, curioso que não coloquem alguma para ser lida como texto ou animação, sendo que no caso do Facebook a transmissão é audiovisual.

Incluso o Bruno Sibella, apresentador do programa, assinala que os ouvintes podem colocar anúncios no programa e que o custo é a partir de 7 dólares por inserção.

Música

“Um programa em português, por uma rádio canadense, onde tocamos desde rock até Chitãozinho e Xororó”, afirma Bruno Sibella e, de fato, é assim. Os temas musicais contemplam diferentes gêneros musicais e intérpretes de diversas nacionalidades e estilos, por exemplo: Roupas Nova, Os Paralamas do Sucesso, Capital Inicial, Titãs, Cidade Negra, Tom Jobim, Tim Maia, Lulu Santos, Djavan, Ivete Salgado, Sérgio Mendes, Chitãozinho e Xororó, Charles Brown, Vanessa da Matta, Edson e Hudson, Zeca Pagodinho, Anitta e outros.

Na transmissão pela página do Facebook não são colocados os temas musicais completos, apenas os acordes iniciais, pois há restrições de direitos de autor.

Equipe de Trabalho

O programa é realizado e apresentado pelo casal brasileiro Bruno Cortez, operador de câmera e estudante de broadcasting no *Conestoga College*, e por Izabel Sibella, fotógrafa. Moram em Kitchener (Ontário), aproximadamente a uma hora de Toronto-CA.

4.8 PROGRAMA “JORNAL DA USP NO AR” - RÁDIO USP 93.7 FM

Descrição Geral da Rádio USP 93.7 FM

Slogans da Rádio:

*“Rádio USP no Ar”. / “A Rádio USP, a rádio de sua universidade pública e gratuita”. / “Rede USP. 93.7 Mgz. A rádio de sua universidade pública e gratuita”. / “Rádio USP, aqui ninguém quer vender nada para você”.*¹⁵³

¹⁵³ Textos escutados na abertura e nos intervalos dos programas da emissora.

Um pouco de História¹⁵⁴

“A Rádio USP de São Paulo foi criada em 11 de outubro de 1977, preenchendo o espaço vazio de emissoras educativas em FM na Grande São Paulo e, ao mesmo tempo, proporcionando um canal de comunicação entre a Universidade de São Paulo e a sociedade. Ao longo de seus 39 anos (sic)¹⁵⁵, a emissora recebeu diversos prêmios por sua linha de trabalho diferenciada (...). A Rádio USP mantém uma programação jornalística voltada à divulgação das atividades da Universidade e um espaço aberto para debates sobre temas de interesse da sociedade e para prestação de serviços. A programação musical vem se caracterizando como uma opção à segmentação das atuais emissoras de FM, oferecendo ao público o melhor de todos os ritmos no panorama musical brasileiro, da MPB ao rock, do jazz ao samba e é uma das poucas emissoras que inclui música instrumental em sua programação principal. A Rádio USP difunde ainda gêneros musicais que não encontram espaços nas emissoras comerciais como, por exemplo, a música étnica, a música erudita, o jazz e o blues”.

Com o objetivo de aproximar e fortalecer a comunicação entre os diversos campi da Universidade de São Paulo, em setembro de 2002, foi lançada a Rede USP de Rádio, sendo que desde julho de 2004, a Rádio USP de Ribeirão Preto faz parte da rede¹⁵⁶. A Rádio USP opera em São Paulo na frequência hertziana 93.7 FM e pode ser acessada na página web www.rádiousp.br. Em Ribeirão Preto e sintoniza na 107.9 FM, e pode ser acessada na página <http://www.ribeirao.usp.br>. Em ambos casos, possuem uma programação voltada para a área educativa e cultural, buscando ser um canal de comunicação entre a universidade e a comunidade. Estes propósitos se descrevem em sua missão e valores institucionais: “A rádio tem como função divulgar as atividades da Universidade de São Paulo. Busca debater temas de interesse da sociedade e prestar serviços”.¹⁵⁷

Em São Paulo, a Rádio USP está localizada no antigo Clube dos Funcionários, na Rua do Matão, 1578, (cidade universitária). Em Ribeirão Preto se localiza na Av. Bandeirantes, 3900. A Rádio USP oferece um e-mail para que as pessoas possam escrever: ouvinte@usp.br. O número telefônico da rádio, na cidade de São Paulo, é o (11)30914425, à disposição do ouvinte em horário comercial. Em Ribeirão Preto, o telefone é (16) 3315-3525.

¹⁵⁴ Jornal do Campus, “História da Rádio USP”. <http://jornal.usp.br/radio-usp/historia-da-radio-usp/> informação postada em 26/04/2016 e acessada em 09/05/2018.

¹⁵⁵ Em 2018 é seu aniversário no 41.

¹⁵⁶ Observatório de Radiodifusão Pública na América Latina.

<http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php/tvs/355-brasil/rádios/1185-rádio-usp-fm>

¹⁵⁷ Observatório de Radiodifusão Pública na América Latina.

<http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php/tvs/355-brasil/rádios/1185-rádio-usp-fm>

Figura 53 - Identificação Visual da Rádio USP na Página web

Fonte: <http://jornal.usp.br/radio/>

Mesmo tendo programação compartilhada, cada uma das emissoras tem conteúdos específicos e horários de programação diferenciados.¹⁵⁸ O presente estudo, se focaliza num programa veiculado na Rádio USP de São Paulo.

Figura 54 - Logo da Rádio USP

Fonte: <https://www.Facebook.com/usprádiosp/>

¹⁵⁸ A programação da Rádio USP FM Ribeirão Preto, inclui entre outros conteúdos, Música Instrumental, Clássica, MPB, Rock, Jazz e Blues, Samba, Música Erudita, Bossa Nova, Notícias, Tempo, Clima. Se pode conferir a programação em: <https://www.guiademidia.com.br/ouvir/sp/ribeirao-preto/radio-usp-fm-107-9.htm> A USP Ribeirão veicula programação local das 8h às 12h e, a partir desse horário, se integra à Rádio USP de São Paulo. Cfr.: <http://jornal.usp.br/radio-usp/sobre-a-radio-usp>. Acesso 10/05/2018

Tipo de emissora e modalidade de transmissão

A Rádio USP é uma emissora não comercial, de caráter dupla: pública- educativa, com cunho cultural. Pertence à Universidade de São Paulo, vinculada à administração pública direta, de modo que, para seu funcionamento, a emissora possui recursos orçamentários públicos. A rádio é uma editoria do portal da USP; isso significa que entra como um braço da comunicação centralizada da universidade.

Entre 1977 e 1984, a programação era gravada para ser transmitida posteriormente. A partir do ano 1985, com o intuito dinamizar os programas, a programação da Rádio USP começou a utilizar-se a transmissão ao vivo.¹⁵⁹ Seus conteúdos mesclam inserções jornalísticas, colunistas e programas diversos, que alternam com música de diversos gêneros entre os quais se sobressai a MPB.

Na sua modalidade de transmissão analógica-via ondas hertzianas, na Frequência 97.7 MHZ, tem uma cobertura de 120 km (alcance médio).¹⁶⁰

Programação da Rádio USP 97.7 FM¹⁶¹

A programação é um misto musical e jornalístico; este segundo aspecto está articulado com o portal de notícias da USP.

Quadro 9 - Grade de Programação da Rádio USP – segunda a sexta-feira

Horário	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta
0h a 1h	Vira e Mexe (reprise)	Olhar Brasileiro (reprise)	Rádio Matraca (reprise)	O Sul em Cima (reprise)	Sons do Brasil (reprise)
1h às 2h	Biblioteca Sonora (reprise)	Via Sampa Estúdio (reprise)	Interação (reprise)	Via Sampa (reprise)	Interação (reprise)
2h às 2h30	Diálogos na Usp (reprise)	Diversidade em ciência (reprise)	Rock Brazuca (reprise)	Pesquisa Brasil (reprise)	Brasil Latino (reprise)
2h30 às 3h					Olhar da Cidadania (reprise)
3h às 5h30	Madrugada USP				
5h30 às 7h	Memória Musical				
7h às 7h30	USP Manhã				
7h30	Jornal da USP				
8h	“Ouvir Imagens”, com Giselle Beiguelman	“A qualidade da democracia”, com José Álvaro Moisés	“Globalização e Cidadania”, com Pedro Dallari	“Sustentáculos”, com José Eli da Veiga	“Energia”, com José Goldemberg
	Jornal da USP				
8h30	“Economia, com Gilson Schwartz	“Diplomacia e interesse nacional”,	“Ética e política”, com Renato Janine	“Cidade para todos”, com Raquel Rolnik	“Datacracia”, com Luli Radfahrer

¹⁵⁹ Jornal do Campus, “Rádio USP completa 40 anos de existência”. <http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2017/10/radio-usp-completa-40-anos-de-existencia/>
Informação postada o 10/10/2017 e acessada o 09/05/2018.

¹⁶⁰ Conferir na https://pt.wikipedia.org/wiki/USP_FM

¹⁶¹ A grade de programação, no primer semestre de 2018 foi modificada três vezes.

Horário	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta
		com Rubens Barbosa	Ribeiro		
	Jornal da USP				
9h	“Horizontes do Jornalismo”, com Carlos Eduardo Lins da Silva	“Minuto do Cérebro”, com Octávio Pontes Neto	“Reflexão econômica”, com Luciano Nakabashi	“Poder e Contrapoder”, com André Singer	“Bibliomania”, com Marisa Midori
	Jornal da USP				
	“Saúde e Meio Ambiente”, com Paula Saldiva	“Diversidades”, com Alexino Ferreira	“Na Cultura, o centro está em toda parte”, com Martin Grossmann	“Espaço em obra”, com Guilherme Wisnik	“Entender estrelas – uma viagem pela astronomia”, com João Steiner
9h35	Manhã na USP – Destaque para a Nova MPB				
10h	“Corpo e Movimento”, com José Carlos Farah	“Doutor Bartô e os Doutores da Alegria”, com João Paulo Lotufo	“Fique de olho”, com Eduardo Rocha	“Saúde Feminina”, com Alexandre Faisal	“Ciência e esporte”, com Paulo Santiago
	Manhã USP – Destaque para a Nova MPB				
10h20	Por dentro da música (boletim)		Por dentro da música (boletim)		Por dentro da música (boletim)
	Manhã USP – Destaque para a Nova MPB				
10h40	Pílula Farmacêutica (boletim)	Em dia com o Direito (boletim)	Pílula Farmacêutica (boletim)	Em dia com o Direito (boletim)	CD do Mês
10h50	“Observatório da Inovação”, com Glauco Arbix	“Um olhar sobre o mundo”, com Alberto do Amaral	“Decodificando o DNA”, com Mayana Zatz	“Ciência e Cientistas”, com Paulo Nussenzveig	“Conflito e diálogo”, com Marília Fiorillo
	Manhã USP – Destaque para a Nova MPB				
11h	Jornalismo – Rádio USP (boletim)				
	Manhã USP – Destaque para a Nova MPB				
11h20	CD do mês				Diálogos na USP
	Manhã USP – Destaque para a Nova MPB				
11h55	O samba e suas histórias				
12h às 13h	Via Sampa Estúdio	Via Sampa			
13h às 13h30	Diversidade em Ciência	Saúde sem complicações	Ambiente é o meio	Abrace uma carreira	Pesquisa Brasil
13h30 às 14h		Som da USP			
14h	Jornalismo – Rádio USP (boletim)				
14h10	Som da USP				
14h30	Anatomia responde (boletim)	É bom saber (boletim)		É bom saber (boletim)	Anatomia responde (boletim)
	Som USP				
15h	Jornalismo – Rádio USP (boletim)				
	Som da USP				
15h30	Por dentro da música (boletim)		Por dentro da música (boletim)		Por dentro da música (boletim)
	Som da USP				
16h	Jornalismo – Rádio USP (boletim)				
16h05	Interação				
16h55	USP em atividade – Giro de Notícias				
17h às 17h30	Brasil latino	Biblioteca sonora	Olhar da Cidadania	Revoredo	Playlist do Zuza
17h30 às 18h	Som da USP		Som da USP		
18h	Mitologia				
18h05 às 19h	Som da USP			Autorial Brasil	Som da USP
18h45					De papo pro ar
19h às 20h	A Voz do Brasil				
20h	Som da USP				
20h20	CD do Mês				
20h30	Som da USP	Revelando África	Por dentro da Música (boletim)	Som da USP	Por dentro da Música (boletim)
20h40	Por dentro da Música (boletim)				
21h às 21h30	Som da USP		USP analisa	Lado “Z”	USP Especiais
21h30 às 22h					
22h	Por dentro da Música (boletim)		Por dentro da Música (boletim)		Por dentro da Música (boletim)
22h30 às 24h	Som da USP				

Fonte: https://jornal.usp.br/wp-content/uploads/2018/07/programacao_rádio_usp_atualizacao2jul2018.pdf. Acesso, 17/07/2018.

Quadro 10 - Grade de Programação da Rádio USP – sábados e domingos

Horário	Sábado	Domingo
0h às 2h	O samba pede passagem (reprise)	
2h às 3h	Abrace uma carreira (reprise)	Revoredo (reprise)
3h às 6h	Madrugada USP	
6h às 8h	Som da USP	
8h às 9h	Revoredo (reprise)	Diálogos na USP (reprise)
8h55	Você sabia?	
9h às 10h	Manhã com Bach	Manhã com Bach (reprise)
10h às 11h	Playlist do Zuza (reprise)	Olhar brasileiro
11h às 11h30	Vira e mexe	Universidade 93,7
11h30 às 12h		USP Analisa (reprise)
12h às 14h	O samba pede passagem	
14h às 15h	Diversidade em Ciência (reprise)	Sons do Brasil
15h às 16h	Rock Brazuca	O Sul em Cima
15h55	Você sabia?	
16h às 17h	Biblioteca sonora (reprise)	Abrace uma carreira (reprise)
17h às 17h30h	Rádio Matraca	Saúde sem complicações (reprise)
17h às 18h		Ambiente é o meio (reprise)
18h às 19h	Pesquisa Brasil (reprise)	Outra frequência
19h às 20h	Autoral Brasil (reprise)	Som da USP
20h às 21h	USP especiais (reprise)	
21h às 22h	Lado Z (reprise)	
22h às 22h30	Relevando África (reprise)	
22h30 às 24h	Som da USP	

Fonte: https://jornal.usp.br/wp-content/uploads/2018/07/programacao_radio_usp_atualizacao2jul2018.pdf. Acesso, 17/07/2018.

Na programação se destacam as Colunas de Opinião apresentadas em dias determinados da semana, seguindo a grade da programação. As colunas de opinião são realizadas por pesquisadores e docentes da USP, encarregados de desenvolver os temas propostos.

Figura 55 - Colunas e Colunistas da Rádio USP FM

COLONISTAS

Especialistas comentam semanalmente assuntos de relevância nas suas áreas de especialidade.

SEGUNDA

8h | Ouvir imagens
Giselle Beiguelman
8h30 | Iconomia
Gilson Schwartz
9h | Horizontes do Jornalismo
Carlos Eduardo Lins da Silva
9h30 | Saúde e Meio Ambiente
Paulo Saldiva
10h | Corpo e Movimento
José Carlos Farah
10h50 | Observatório da Inovação
Glauco Arbix

TERÇA

8h | A Qualidade da Democracia
José Álvaro Moisés
8h30 | Diplomacia e Interesse Nacional
Rubens Barbosa
9h | Minuto do Cérebro
Oclávio Pontes Neto
9h30 | Diversidades
Ricardo Alexino Ferreira
10h | Dr. Bartô e os Doutores da Saúde
João Paulo Lotufo
10h50 | Um olhar sobre o Mundo
Alberto do Amaral

QUARTA

8h | Globalização e Cidadania
Pedro Dallari
8h30 | Ética e Política
Renato Janine Ribeiro
9h | Reflexão Econômica
Luciano Nakabashi
9h30 | Na Cultura, o Centro Está em Toda Parte
Martin Grossman
10h | Fique de Olho
Eduardo Rocha
10h50 | Decodificando o DNA
Mayana Zatz

QUINTA

8h | Cidade para Todos
Raquel Rolnik
8h30 | Poder e Contrapoder
André Singer
9h | Sustentáculos
José Eli da Veiga
9h30 | Espaço em Obra
Guilherme Wfsnik
10h | Saúde Feminina
Alexandre Faisal
10h50 | Ciência e Cientistas
Paulo Nussenzweig

SEXTA

8h | Energia
José Goldemberg
8h30 | Datacracia
Luli Radfahrer
9h | Bibliomania
Marisa Midori
9h30 | Entender Estrelas – Uma Viagem Pela Astronomia
João Steiner
10h | Ciência e Esporte
Paulo Santiago
10h50 | Conflito e Diálogo
Marília Fiorillo

Fonte: <http://jornal.usp.br/radio/> Acesso, 9/05/2018

Redes Sociais Virtuais da Rádio USP

Ao ingressar no Google ao www.rádiousp.br, imediatamente conecta-se com o link da página de internet <http://jornal.usp.br/rádio/>, desde a qual se tem acesso aos diversos recursos informáticos onde se pode localizar a descrição da rádio, sua programação atualizada e outras informações relevantes. De fato, atualmente a rádio não tem um site próprio, ingressa-se desde o *usponline*. Um elemento fundamental nesta página é o player da rádio que permite a audição dos programas de maneira *online* e ao vivo.

Figura 56 - Player da Rádio USP

Fonte: <https://jornal.usp.br/rádiousp-sp-aovivo.html>

Também se pode acessar a rádio pelo aplicativo da USP FM e pela página dos sistemas de informação denominados Jornal da USP.

Figura 57 - Página dos Sistemas Informativos da USP

Fonte: <https://jornal.usp.br/rádiousp-sp>

A rádio anteriormente tinha sua própria página no Facebook que já não funciona de maneira independente senão que está dentro do portal de notícias. Desde 2015, foi

desativada a página, mas ainda continuava aparecendo na rede. Segue ilustração da extinta página:

Figura 58 - Página antiga da Rádio USP hoje em desuso

Fonte: <https://www.Facebook.com/pg/usprádiosp/reviews/> Acesso, 09/05/2018

Recurso do Podcast

O podcast dá a possibilidade de escutar programas de rádio que foram transmitidos anteriormente. Por exemplo, o programa “Diálogos na USP”, foi transmitido o dia 2/03/2018 e pode ser escutado por quem escreve no dia 9/05/2018.¹⁶²

Não é necessária a audição imediata e ao vivo, há a opção de escutar em outro momento, mesmo distante da transmissão primeira.

Figura 59 - Aviso de Podcast do programa “Diálogos USP”

Fonte: <http://jornal.usp.br/tag/podcast/> Disponível desde 2/03/2018. Acesso em 9/05/2018.

¹⁶² “Diálogos na USP” é um programa que aborda temas da atualidade. Nesta emissão abordou o tema da rádio na sociedade digital. Participaram os professores Eduardo Vicente e Gilson Schwartz, do Departamento de Cinema, Rádio e TV da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Descrição geral do Programa “Jornal da USP”

Slogan: “*O Jornal da USP, o jornal que analisa os fatos e propõe soluções*”.

Início

Na segunda-feira, 27 de março de 2017, foi a estreia do programa jornalístico “Jornal da USP”. Produzido em uma parceria da Rádio USP com o Instituto de Estudos Avançados (IEA) e a Faculdade de Medicina – ambos da USP.¹⁶³ O programa está “voltado a analisar as principais notícias do momento em editoriais como política, economia, cultura e estilo de vida”¹⁶⁴, mas seu foco principal, é “apresentar o estado e desenvolvimento da pesquisa na universidade”.¹⁶⁵

O programa é transmitido ao vivo, através do suporte analógico, na frequência 93.7 FM, de segunda a sexta feira das 07h. às 9h30. e pode ser simultaneamente escutado na página web: www.rádiousp.br. De fato, na transmissão analógica do “Jornal da USP”, a página da internet do Jornal da USP é anunciada. Também é possível escutar o programa pelo aplicativo da USP FM.

Estrutura do Programa

Podem-se identificar momentos diferentes na estrutura do programa. Inicialmente apresenta-se a estrutura atual do “Jornal da USP”, que funciona desde início de 2018, e posteriormente apresenta-se a estrutura que identificou-se na audição sistemática do programa, realizada durante o ano de 2017.

Segundo informação oferecida pela apresentadora e jornalista do programa Roxane Ré, a estrutura atual é a seguinte:¹⁶⁶

*“O Jornal da USP no Ar tem a seguinte estrutura: **abertura** com um resumo de notícias em destaque no dia e os temas das entrevistas; **3 ou 4 entrevistas** por dia, ao vivo, com fontes da USP, professores, mestrandos e doutorandos, com temas gerais (repercussão das notícias do dia a dia) e assuntos da Universidade (pesquisas, estudos, programas e propostas das faculdades, eventos e notícias da USP que interessem o público em geral); **colunistas** a cada meia hora*

¹⁶³ Em 03/07/2017, oficializou a parceria com a Faculdade de Medicina da USP.

¹⁶⁴ <https://portal.comunique-se.com.br/usp-fm-roxane-re-horario-nobre/> Anderson Cheni@andersoncheni

¹⁶⁵ O comentário é da jornalista e apresentadora Roxane Re, entrevista pessoal, São Paulo, 27 /06/2018.

¹⁶⁶ Entrevista com Roxane Re, realizada o 27/06/2018, na emissora da USP, São Paulo.

(7h30/8h/8h30/9h), que são professores de diferentes áreas; e programetes ou *mini programas fixos* ao longo da semana...

Segundas - Brasil Latino (adiantamos o tema do programa sobre a América Latina que vai ao ar às 17h)

Terças - Histórias do Saldiva (histórias da USP contadas pelo prof. Paulo Saldiva, foi ao ar no primeiro ano)

Quartas - Momento USP Inovação (iniciativas que promovam a inovação dentro da Universidade)

Quintas - Novos Cientistas (espaço dedicado aos doutorandos e mestrandos das mais diferentes áreas)

Sextas - O Ambiente é Nosso Meio (análise e repercussão de temas sobre meio ambiente)".

O percebido durante o ano 2017, mostra esta organização:

O programa se organiza por seções, que não necessariamente estão presentes em todas as emissões, mas em geral, são constantes.¹⁶⁷ Algumas são:

“Destaques do Portal www.jornal.usp.br”, “Destaques Internacionais”, “Entrevista hoje” e “Debates”; também se faz um resumo das principais manchetes dos jornais mas não vai mais como seção do programa senão que a apresentadora vai inserindo segundo necessidade. O programa têm colunas de opinião realizadas por pesquisadores e docentes da USP. Algumas destas, encontradas no “Jornal da USP”, no período de estudo são: “Diplomacia: Interesse Nacional”, “Poder e Contra poder”, “Ciência Feliz”, “A Qualidade da Democracia”, “Cidade para Todos” e outras.

A transmissão inicia-se com o slogan de identificação sonora da Rádio USP e do programa, para ao caso, “*Jornal da USP no ar*”, logo anunciam os grandes temas do dia que serão desenvolvidos. No entanto, às vezes a apresentação é iniciada dando destaque para um tema considerado essencial ou conjuntural. Em geral, as emissões têm uma ordem na estrutura, mas muitas delas são um pouco confusas na apresentação dos conteúdos. É utilizado o recurso da entrevista ao vivo e em direto, sendo umas em cabine e outras ao vivo, porém, se utilizam entrevistas pré-gravadas, especialmente as que correspondem aos outros campi da USP. Há prevenção de instalar uma *webcam* no estúdio, para poder fazer uma *live* em direto, mas por enquanto, não têm equipes.¹⁶⁸

O programa segue uma guia (espelho) para organizar o desenvolvimento dos conteúdos. Segue um exemplo de espelho para uma das emissões:¹⁶⁹

¹⁶⁷ Até fim do primeiro semestre de 2017, o programa incluía duas seções que já foram retiradas: “*Giro USP*” ou “*USP em atividade, um giro pelo interior*” (direcionada aos eventos em outros campi -Lorena- São Carlos-Ribeirão Preto, procurando sua conexão com a USP São Paulo). A outra seção: “*Manchetes de Jornais*”(as notícias destacadas dos principais jornais nacionais e internacionais -“Folha de São Paulo”, “O Estadão”, Valor Econômico”, “Globo do Rio de Janeiro”, “New York Times”, “The World Street”, “El País”, “*Destaques do Portal www.jornal.usp.br*”, “*Destaques internacionais*”, “*Entrevista hoje*” e “*Debates*”.

¹⁶⁸ Informação fornecida pessoalmente por Cristiane Pradella. São Paulo, 27/06/2018.

¹⁶⁹ O espelho foi fornecido pela produção do programa.

ESPELHO DO JORNAL DA USP - 27/06/2018 quarta
WHATSAPP - (11) 99950-3319

7h30 abertura/destaques do dia/chamada das entrevistas

7h40 entrevista **Patente para produção da vacina da dengue** com Dr. **Dimas Tadeu Covas** - Diretor do Instituto Butantan - (16) 98159-5080 (Luana 99905-8353)

8h00 Coluna **“Globalização e Cidadania”** com Pedro Dallari

8h05 Coluna **Momento USP Inovação** com Verônica Lopes - Entrevista com **Prof. José Alberto Cuminato**, diretor do CEPID CEMEAI - Centro de Ciências Matemáticas Aplicadas à Indústria - (16) 3372-5503 / (16) 98836-7200

8h30 Coluna **“Ética e Política”** com Renato Janine Ribeiro

8h35 **Jornalismo**

SP

- PERCEPÇÃO DA REALIDADE - JONAS SANTANA - 7'56
- MÉDICOS ABUNDAM - FABIO RUBIRA - 4'37

RP

- CÂNCER BUCAL - VITOR NEVES - 3'58

9h00 Coluna **“Reflexão Econômica”** com Luciano Nakabashi

9h05 entrevista **Novidades no tratamento do Cálculo Renal** com Prof. **Eduardo Mazuchi** - Professor do Departamento de Urologia da Faculdade de Medicina da USP - 99113-8920 / 2661-8080 (ele não estará nesse número)

9h30 encerramento

FICHA TÉCNICA

Produção: Cristiane Pradella

Técnica: Márcio Ortiz em SP e Mario Brother em RP

Jornalismo: Equipe Rádio USP São Paulo, Ribeirão Preto e Comunicação do Instituto de Estudos Avançados e Faculdade de Medicina da USP

Próximo boletim de jornalismo: às 11h e mais notícias você acompanha às duas, três e quatro da tarde. Toda nossa produção está publicada no portal jornal.usp.br

Suportes e recursos de transmissão do Programa “Jornal da USP”

Como mencionado anteriormente, o programa é veiculado por meio das ondas hertzianas em uma transmissão analógica na frequência 97.7 MHZ, também através da página web <https://jornal.usp.br> e pelo aplicativo da rádio.

Há outras vias de audição como, por exemplo, páginas especializadas em rádio. A seguir, uma delas:

Figura 60 – Página web do site rádios.com

Fonte: <https://www.rádios.com.br/aovivo/rádio-usp-937-fm/14248>. Acesso 11/02/2018

Redes sociais virtuais do programa

- O programa não tem site próprio; ingressa-se através da página institucional: www.jornaldausp.br/rádio
- Conta de Twitter: @usponline, a universidade possui uma conta específica. Os conteúdos que já foram publicados no portal, nunca antes, são compartilhados no perfil de Twitter da apresentadora: Roxane Re. @roxanere
- O programa, como se disse anteriormente, não tem página própria de Facebook, ingressa-se através de: [Facebook.com/usponline](https://www.facebook.com/usponline)
- E-mail: Há um e-mail geral que, segundo destinatários e conteúdo, se direciona para os realizadores de programas: ouvinte@usp.br.

Figura 61 - Perfil Pessoal da apresentadora Roxane Re

Fonte: www.usp.online

Figura 62 - Uso da #jornaldauspnoar pelo perfil da Universidade @Usponline

Fonte: <https://twitter.com/hashtag/jornaldauspnoar?f=tweets&vertical=default&src=hash>

Figura 63 - Primeiro registro do uso da #jornaldaUSPnoAr

Fonte: <https://twitter.com/hashtag/jornaldauspnoar?f=tweets&vertical=default&src=hash>

Figura 64 – Exemplos do uso da #JornaldaUSPNoAr no Twitter

Fonte: <https://twitter.com/hashtag/jornaldauspnoar?f=tweets&vertical=default&src=hash>

Recursos de Interação e participação

-WhatsApp: O programa definiu o uso do WhatsApp aproximadamente em outubro do ano passado, mas realmente em janeiro deste ano foi quando começou a ser usado:¹⁷⁰ 11-999503319

-Twitter: O programa “Jornal da USP” conta com o Twitter da jornalista e apresentadora do programa Roxane Re. @roxanere, mas o principal uso é compartilhar as notícias que já foram publicadas no portal. Porém há interação com ouvintes sobre temas vários.

-"Portal da USP", onde as pessoas podem escrever seus comentários relacionados com as colunas de opinião divulgadas no programa de rádio "Jornal da USP". A seguir o exemplo:

¹⁷⁰ Segundo informação da entrevista pessoal realizada com Roxanne Re no 27/06/2018, as medidas administrativas da universidade são as que determinam a aquisição dos equipamentos de trabalho, nessa medida há uma burocracia que condiciona, e que não pode ser obviada.

Figura 65 – Espaço do Leitor

Home > Espaço do Leitor > Ouvinte questiona fala de Ciro Marcondes Filho sobre Apolo 11; colunista responde

Ouvinte questiona fala de Ciro Marcondes Filho sobre Apolo 11; colunista responde
 - 29/06/2016

Leitor entende como “conspiratória” a abordagem dada na coluna sobre a missão espacial, enquanto o professor afirma não ter dito em nenhum momento que o pouso na Lua da nave Apolo 11 não ocorreu

Por Redação - Editorias: Espaço do Leitor

Em mensagem enviada ao **Jornal da USP**, o leitor/ouvinte Marcelo Fernandez Cuzziol reclama da coluna *Ciência Feliz*, apresentada na Rádio USP pelo professor Ciro Marcondes Filho e reproduzida no **Jornal da USP** no dia 17 de junho, que abordou a Missão Apolo 11 (*Ouça aqui a coluna na íntegra*). O **Jornal da USP**, que preza promover o diálogo com o público, divulga abaixo na íntegra a pergunta do ouvinte e a resposta do colunista. Leia abaixo:

Leitor – Marcelo Fernandez Cuzziol

A matéria sobre a “farsa do pouso na Lua” que foi publicada pela Rádio USP e pelo Jornal da USP é problemática.
 Continua...

Resposta do colunista Professor Ciro Marcondes Filho

Prezado Marcelo,
 Continua...

Fonte: <https://jornal.usp.br/rádiousp-sp>

Publicidade, ações institucionais e promocionais

A publicidade é de caráter institucional e social, não são veiculadas propagandas de produtos comerciais, de fato um dos slogans da rádio diz: “*Rádio USP, aqui ninguém quer vender nada para você*”.

As mensagens são direcionadas para as questões cidadãs científicas, e éticas:

Vereadores, fiscalização por parte dos eleitores”; “Vereadores. Supervisão do trabalho”; “Fiscalização-Justiça Eleitoral”; “Campanha dos Ministérios Públicos contra a corrupção e apoio ao ‘Corrupção Não!’ da Associação Ibero-americana dos Ministérios de Ibero américa”; “O Defensor Público” (referido ao papel dos representantes eleitos); “Novo Ensino Médio “acesse o portal do MEC”; “Campanha dos Ministérios Públicos de 21 países de Ibero-américa para não tolerar a corrupção. Promovida pela Associação Ibero-americana dos Ministérios Públicos”; “Não à corrupção, campanha dos Ministérios Públicos de Ibero-américa.

Outras mensagens estão relacionadas com a universidade, em especial, se repete o aviso da plataforma “*Alumni USP*”, plataforma para unir antigos alunos da USP:

Alumni USP, uma vez USP... sempre USP”; Alumni USP www.alumini.usp.br / USP”; “Alumni USP, é muito importante você

conosco”; “Alumni USP, plataforma da rede de ex-alunos da USP”; “Alumni USP, aumente sua rede de contatos, o prestígio da USP são seus ex-alunos.

Há avisos que convidam aos ouvintes para acessar o aplicativo do “Jornal da USP”:

“Você pode curtir, baixe o aplicativo do jornal da USP”; “Jornal da USP, o jornal de sua universidade pública e gratuita”; “Jornal da USP, o jornal que analisa os fatos. Agora suas dúvidas a um Click. Procure o jornal da USP, agora na palma de sua mão”; “Agora suas dúvidas no e-mail ouvinte@usp.br”; “Agora você pode curtir a Universidade de São Paulo na palma de sua mão”(se refere ao aplicativo); “Jornal da USP: uma parceria do Instituto de Estudos Avançados e da Rádio USP”; “a um click. Jornal da USP, agora na palma de sua mão”; (Anuncia o número de WhatsApp); Jornal da USP, apresentação Roxane Re”.

Há avisos relacionados diretamente com a rádio:

“Rádio USP, campus São Paulo e Ribeirão Preto”; “www.rádiousp.br”; “Rádio USP-campus Ribeirão Preto”; “Rádio USP, a rádio que não tem publicidade comercial”; “Rádio USP, a rádio de sua universidade pública e gratuita”.

Em outros avisos, convida a audiência a participar através do USP *online*, especificamente no twitter.

Música

Fragmentos de acompanhamento musical são só colocados em algumas vinhetas de apresentação do programa e das seções. O programa não costuma ter intervalos musicais.

Equipe de Trabalho

Jornalista e apresentadora Roxane Re, produtora Cristiane Pradella, dos estagiários do curso de jornalismo da ECA que se revezam, Comunicação do Instituto de Estudos Avançados da USP, Comunicação da Faculdade de Medicina. Há participação dos Colunistas- pesquisadores e professores da USP, especialistas em “temas da atualidade e análises que possibilitem o aprofundamento das questões sob pontos de vistas novos e exclusivos, soluções viáveis e propostas de políticas públicas”.¹⁷¹

¹⁷¹Extraído de <https://portal.comunique-se.com.br/usp-fm-roxane-re-horario-nobre/>Anderson, acesso, 09/05/2018.

CAPÍTULO 5

*Análise dos programas do corpus
selecionado*

5 ANÁLISE DOS PROGRAMAS DO *CORPUS* SELECIONADO

5.1 Considerações iniciais sobre as categorias de análise

Na definição das categorias de análise para compreender os significados dos dados apresentados no capítulo anterior, procuraram-se indicações nos objetivos propostos, na hipótese levantada no projeto da pesquisa,¹⁷² nas referências teóricas revisadas e nos próprios dados dos programas de rádio selecionados. Destes casos, consideraram-se os temas ou tópicos recorrentes e sua representatividade quanto às mudanças dinamizadas pelas convergências midiáticas, em seus fluxos de produção, difusão e consumo de conteúdos.

Observou-se as características marcantes na linguagem, formas expressivas e narrativas, com hibridação de sons, imagens fixas e em movimento, porque em alguns programas de rádio, o programa também pode ser visto pelas *webcam* instaladas na cabine.

Consideraram-se os aspectos que se apresentaram semelhantes ou diferentes na participação e interatividade do ouvinte ou web ouvinte, com possibilidades de ser coprodutor de conteúdos.

Também se considerou como esses casos refletem a não sequencialidade e a atemporalidade da produção e do consumo, possibilitadas pela migração do sistema analógico para o digital, mostrando correspondência com cenários de sociedades inseridas na denominada cibercultura.

Verificou-se em quais casos as mudanças produzidas representam transformações radicais quanto à maneira de produzir, circular e acessar os conteúdos, ou são mutações que não alteram a essência da natureza, estrutura, linguagem do rádio e o tipo de relação tradicional entre os atores do processo comunicativo.

Em síntese, as categorias propostas procuram encontrar nos casos observados, a maneira com que exploram e materializam, em suas práticas radiofônicas, as

¹⁷² A hipótese completa (ou pressuposto de trabalho), aparece na introdução deste estudo. Uma síntese dela, é a de que existe uma passagem do rádio de caráter analógico à Web rádio, que envolve grandes transformações nas estruturas e fluxos de produção, circulação, e consumo dos conteúdos. Envolve mudanças espaço-temporais e situacionais que incidem nas metamorfoses do rádio, também inclui modificações no sujeito e suas condições de ouvinte, e suas habilidades sensoriais, perceptivas, cognitivas e que pode converter-se em co-gestor de conteúdos e sentidos.

transformações do sistema analógico ao digital, as propostas de rádios multiplataforma e rádios hipermidiáticos¹⁷³ - na lógica da convergência midiática.

O que se buscou interpretar foram os usos dos recursos tecnológicos atuais, das redes sociais virtuais e dos aplicativos para rádio, identificando adesões e resistências gritantes ou silenciosas, estas segundas produto de um uso histórico do rádio, de sensibilidades culturais e perspectivas de realidade e de sujeito. A partir das especificidades mostradas nos casos, se quer inferir se estes assinalam as configurações das sociedades atuais, entre essas, seu processamento veloz do fluxo informativo. Na análise dos dados busca-se observar se há confluências ou divergências nas formas de pensar, produzir, sentir, circular e perceber uma rádio exclusivamente sonora ou uma rádio audiovisual.

No segundo caso, avalia-se a complexidade das suas mediações comunicacionais e tecnológicas, para refletir sobre o significado do câmbio na abordagem da comunicação eletrônica de massas e as propostas emergentes de comunicação em rede. Uma web rádio é uma rádio expandida, agenciada pelo progresso das telemáticas e seus mecanismos, que assumem novas dimensões no cenário da cibercultura.

Francisco Rüdiger retrata bem este movimento quando afirma que a cibercultura é:

uma formação histórica ao mesmo tempo prática e simbólica, de cunho cotidiano que se expande com base no desenvolvimento das novas tecnologias eletrônicas de comunicação (...). Nessa condição, o fenômeno seria explicado historicamente pela convergência do pensamento cibernético e da informática da comunicação, que aquele pensar agenciou intelectualmente, com os esquemas de uma cultura popular que se articulam desde bom tempo de acordo com o que foi chamado de indústria cultural por Theodor Adorno. (RÜDIGER, 2013, p. 11).

5.1.1 Categorias selecionadas para a análise

Primeiramente, apresenta-se a classificação geral das categorias definidas e, posteriormente, sob a denominação de cada categoria organiza-se a informação dos itens dos diversos casos estudados.

¹⁷³Para Débora López: [...] Vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da internet e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém sua raiz no conteúdo sonoro. [...] O conteúdo multiplataforma, embora importante, não se apresenta como fundamental para a compreensão da mensagem. Trata-se de uma produção complementar, de aprofundamento, detalhamento, memória ou utilidade pública (Lopez, 2010, p. 140).

Metamorfoses nas origens (natureza e características) das rádios.

Os suportes e a lógica de difusão por sinais de ondas eletromagnéticas, conhecidas como rádios hertzianas, não determinam o ser do rádio na internet nem a webrádio propriamente dita. A revolução das tecnologias de informação que se dinamizou aos inícios dos anos 90, com expansão da **www**, e com a convergência da mídia; gerou modificações na estrutura, no funcionamento, na cobertura, na produção, na difusão e no consumo do rádio.

O processo de transição da tecnologia analógica à digital marcou o surgimento de meios digitais, que expandiram as possibilidades dos meios analógicos tradicionais. Com a convergência, e sua linguagem hipermídia, houve hibridação de textos, imagens e som e para o rádio, com as emissoras em internet, significou o ingresso ao ciberespaço.

Metamorfose na produção e circulação dos suportes e na convergência de linguagens.

As rádios são de variada natureza e transitam nos diferentes suportes: página de Facebook, página de YouTube, página web da emissora, aplicativos como WhatsApp e Instagram, etc. Essas plataformas possuem novas possibilidades de expressão e linguagens pela lógica da convergência de mídias. As rádios não são só sonoras e ganham imagens; são rádios que se podem ver e que ampliam sua circulação via redes sociais digitais. Mas também há rádios que continuam atuando em suporte analógico ou que atuam simultaneamente no analógico, no digital e na internet.

Metamorfose nas interações, interatividades e suas possibilidades.

As rádios sempre interagiram com os ouvintes pelo telefone, atendendo suas perguntas, solicitações musicais, ou prestando um serviço social. Também pelo envio de cartas de ouvintes, procurando informação ou orientação, por meio de visitas diretas à rádio ou assistindo aos programas de auditório. Com as redes sociais digitais, seus recursos e ferramentas com possibilidades interativas, a participação e interação se

complexificaram.¹⁷⁴ Afirmam Mirian Redin de Quadros e Debora Cristina Lopez, que a interatividade se consolidou como um dos elementos centrais do rádio na internet.

Hoje o que se nota na programação radiofônica são referências cada vez mais constantes à presença multiplataforma do rádio e, em alguns casos, a interferência direta das contribuições da audiência, enviadas através destas diferentes plataformas. (REDIN; LOPEZ, 2015, p. 171-172).

O que é específico do Facebook, do Youtube, do WhatsApp, do Twitter, nas várias formas de interagir dos programas escutados? Ha interação indireta pelas ações promocionais e institucionais que as rádios promovem e realizam, não apenas pelos programas em si. As interações com as marcas das emissoras de rádio, em eventos, são formas de interação da rádio e dos públicos-consumidores.

5.2 Desenvolvimento das categorias nos programas

5.2.1 Metamorfoses nas origens (natureza e características) das rádios

Duas condições identificaram-se nos casos:

A - Aquelas que transmitem por sinais hertzianas, utilizam tecnologia digital em seus processos de gravação, produção e transmissão; o que significa melhor qualidade, em relação com sistemas de gravação e transmissão analógica. Ou seja, continua-se transmitindo a través dos sinais hertzianos, mas com qualidade digital. Daqui desprende-se uma claridade; costuma-se pensar que rádio digital, é rádio em internet e não é assim.

B - Algumas das emissoras dos casos, mesmo consideradas como rádios em internet, não exploram as possibilidades da convergência de mídias. A rede de internet é usada como se fosse rádio analógica e não colocam imagens fixas ou em movimento, gráficos e demais elementos híbridos. Confirma-se a observação de Ligia Trigo (2002) que muitas rádios analógicas com *site* em internet, disponibilizam a mesma programação de sua transmissão analógica:

São as que disponibilizam programações radiofônicas na internet. Incluem rádios que transplantaram seus sinais do dial para a web e as que desenvolvem programações específicas para a rede. Estas últimas são as NetRadios, ou rádios

¹⁷⁴ Apresentam-se novas possibilidades de interação por meio da utilização de diferentes recursos tecnológicos. Também é mais complexa pelo aumento, volume e rapidez em que se postam mensagens no mural do Facebook, no Messenger, nas mensagens de WhatsApp e no Twitter. Igualmente, pelas possibilidades de combinar texto escrito, mensagens de áudio e vídeo e *emoticons*.

virtuais. Então, nesse grupo, encontramos basicamente as emissoras que se deslocaram do dial para a rede. Não existem adaptações no sinal transmitido: ele é mantido integralmente como foi criado para o mundo não virtual. (TRIGO, 2002, p.174).

Na seção sobre rádio analógica, e rádio em internet, do capítulo 3; explicou -se em detalhes as características e os contrastes nos usos outorgados a cada modalidade. Por enquanto, aqui reitera-se que quando a audição do programa é através de uma emissora de sinais analógicas, a exposição ao fenômeno sonoro é uni sensorial. Em quanto ver/ouvir através de uma emissão em uma página do Facebook, ou de Youtube, a exposição ao fenômeno é multissensorial.

A continuação apresenta-se de cada caso, uma breve referência sobre suas modalidades de transmissão e quais **metamorfoses** percebem-se nelas.

O Programa “**Mornig Show**” está localizado dentro de uma rede de rádio comercial denominada “Jovem Pan”. O programa mistura o entretenimento com o jornalismo, e é transmitido por dois sistemas: Através dos sinais hertzianos, com uma tecnologia digital e através de Internet. Em este segundo sistema, o programa transmite-se a través do *site* da Jovem Pan, que alberga os programas da rede de emissoras, entre esses o programa “Morning Show”. Mas o programa também pode acessar-se na página de Youtube da rede.

Na sua transmissão por ondas hertzianas, como corresponde à natureza do suporte só se transmite o áudio do programa, restringindo-se a percepção dos elementos audiovisuais que a transmissão em internet possui.

“**Som Retrô**”, é uma emissora que tem o programa com o nome homônimo. Trata-se de um rádio musical, que surge de um *APP* (WhatsApp) e que migra posteriormente para uma página de Facebook, onde transmite seu programa ao vivo e em direto, em dias e horários definidos. E transmite também no “*site*” do rádio as 24 horas do dia, com uma programação pré-gravada. O programa também tem transmissão pelo aplicativo de WhatsApp.

Em contraste com o programa “Morning Show”, o “Som Retrô, nunca fez um trânsito do sistema analógico para o suporte de internet, já surge em ambiente digital.

O Programa “**Comunidade Latina**”, nasce em uma emissora o de sinais hertzianos “Radio Cidadã – a Voz de Butantã”, com uma antena de transmissão emissora de caráter setorial do Barrio, que somente atinge 2kms ao redor de sua localização. Ou seja, transmite através de sinais hertzianas, mas com um alcance geográfico limitado. Posteriormente,

ainda que conservando sua emissão analógica, inicia transmissões através de um *site* da emissora que hospeda o programa. Também se pode acessar pela página do Facebook do programa. Fragmentos do programa podem escutar-se pelo Instagram da realizadora do programa. Mas, mesmo que o programa seja transmitido por internet, na sua concepção e elaboração mantem-se a estrutura e as características de uma transmissão analógica.

“The Brazilian Show”. *“Este é The Brazilian Show, no seu radinho e pela internet”.* A apresentação que faz Bruno Sibella, o realizador e apresentador do programa, sintetiza os tipos de plataforma pelas que se transmite o programa. De fato este, programa é quem mais utiliza plataformas diversas para sua transmissão. Trata-se de um programa de entretenimento, realizado por brasileiros, transmitido simultaneamente numa rádio local de natureza analógica no Canadá. No *site* da mesma rádio, só se transmite o áudio, ou seja, que é uma emissora que entra dentro das características assinaladas por Trigo: emissoras que levam para a internet a mesma programação de sua radio hertziana.). Transmite-se na página de Facebook do programa (com imagens visuais, som etc.) e se faz *reprise* do programa em áudio, na página web de outra emissora: *“Você no Canadá”*, localizada também em Conestoga-Canadá. Além disso retransmite-se através de um canal de televisão local em Canadá e um canal de televisão ao cabo no Brasil: TV Tocantins. O caso mostra o uso de todas as plataformas possíveis para chegar a diversos públicos e para ir além das fronteiras geográficas e as barreiras idiomáticas.

“Jornal da USP”, é um programa jornalístico, numa rádio pública, de caráter educativo-musical. Transmite através das ondas hertzianas do rádio da Universidade de São Paulo, e simultaneamente, transmite pelo *site* de internet da Universidade, em um exercício no trânsito da modalidade analógica para a internet e o uso dos aplicativos. Na transmissão que se faz por internet, no caso da audição, não apresenta maiores diferenças com a audição analógica dos sinais hertzianos. A razão é que o programa não transmite com imagens nem fixas nem em movimento, e não tem webcam no estúdio de gravação para realizar este tipo de transmissão, à maneira do “Morning Show” que transmite simultaneamente pelos sinais hertzianos e por internet. Na página de internet do programa, a única imagem que aparece é o *player* do rádio USP.

Resumo da análise da categoria:

Os casos mostram que há diversas maneiras de entender a “convergência mediática”, e que não necessariamente quem disponibiliza conteúdos em internet, explora

a linguagem híbrida. Mesmo utilizando o suporte de internet, não aproveita os recursos que oferecem seus elementos visuais. Quando uma transmissão é escutada através de uma rádio analógica, utiliza-se prioritariamente o sentido do ouvido. Ao passo que, quando se transmite através do Youtube, Facebook ou outros aplicativos, prioriza-se o sentido visual. O fato de serem colocados mais estímulos visuais – como fotos fixas, vídeos etc., faz com que a exigência de concentração seja maior. Para o ouvinte que não se interessa por imagens visuais é mais funcional a transmissão de caráter analógico que a do YouTube. A principal diferença é que ao se assistir uma emissora no Youtube ou no Facebook - que disponibilizam imagens fixas, vídeos, texto oral e escrito, música e outros elementos; o internauta tem que escutar, ver e interagir simultaneamente.

As emissoras web que transmitem pela internet, mas não usam imagens, possibilitam que a pessoas façam suas atividades quotidianas; o modelo de audição aproxima-se ao da rádio analógica. Muda o suporte em que se transmite, mas o fenômeno de audição é o mesmo. O anterior foi observado nos casos estudados. Isso permite afirmar que **não há ruptura radical entre o rádio analógico e o rádio em internet**. Há influência de uma técnica sobre a outra; certa complementaridade que demonstra que não há porque ter uma visão purista do rádio, restrita ao rádio analógico. Como diz Bruno Sibella, realizador e apresentador de um dos programas analisados:

“Este é The Brazilian Show, no seu radinho e também pela internet”.

5.2.2 Metamorfoses da produção e circulação dos suportes e na convergência de linguagens.

5.2.2.1 No programa “Morning Show”

“Morning Show também é televisão”, e *“Sabia que você pode assistir ao Morning Show”*? são duas frases pré-gravadas, que se escutam reiteradamente durante a transmissão analógica do programa, e são representativas para caracterizar a convergência mediática no rádio. Como se expôs na descrição no capítulo anterior, este programa é transmitido simultaneamente por multiplataformas oral e audiovisual; ou seja, por rádio hertziana e pela internet. Na transmissão ao vivo no Facebook do programa, na página web da JovemPan e pelo aplicativo; as matérias complementam-se com imagens fixas ou em movimento (fotos ou vídeos) postadas na tela localizada no *set* de transmissão onde estão os apresentadores.

O programa “Morning Show”, ao igual que o programa “The Brazilian Show”, transita por diferentes suportes e tem maior repertório de redes sociais, o que não significa que seja o exemplo com maior interatividade com seus públicos. Se seguir, são apresentados vários exemplos do uso de imagens fixas e em movimento, como também de montagens, tomados no momento da transmissão ao vivo de uma das emissões do programa. Identifica-se a secção ou tema correspondente à imagem e o tipo de recurso e se ressalta a palavra-chave:

1. Futebol. O jornalista Vinicius expressa sua decepção pelo resultado da partida, a eliminação do Corinthians. Em quanto se desenvolve a informação, colocam na tela a **foto** e Neymar chorando, porém, este complemento informativo não é visto por quem **escuta** a transmissão.

Figura 66 - Neymar chorando

Fonte: www.jovempan/mornigshow. 20/04/2017. 11:16 a.m.

2. Social. O repórter Trindade fala dos protestos em Brasília devido às reformas trabalhistas anunciadas pelo governo. Na transmissão analógica se **escuta** a reportagem, e na transmissão pelo canal, se **vê** o vídeo na tela do *set de transmissão*. Se desconhece se tratasse de uma reportagem pré-gravada ou transmitida em direto no momento em que o programa está sendo realizado.

Figura 67- Repórter Trindade

Fonte: www.jovempan/mornigshow. 20/04/2017. 10:10 a.m.

1. Política. Procuradores pedem prisão de Cláudia Cruz, mulher do deputado cassado Eduardo Cunha. Na transmissão, via internet, colocam na tela a **foto** do casal em quanto os periodistas desenvolvem a informação. A foto é um acessório para quem **assiste**; ou seja, não aporta nova informação, mas dá aprimoramento à notícia. Aqueles que escutam a transmissão via rádio hertziana, não estão perdendo nada que seja essencial.

Figura 68 - Claudia Cruz e Eduardo Cunha

Fonte: www.jovempan/mornigshow. 20/04/2017. 10:15 a.m.

2. Política. O correspondente Rodrigo Viga, fala desde Rio de Janeiro sobre o tema de Sergio Cabral e o 7º processo que leva em contra. Na transmissão via internet, em quanto o jornalista Augusto Nunes analisa o tema, projetam na tela a montagem de **fotos** do ícone da cidade de Rio de Janeiro; o cristo redentor, e a foto de documento do jornalista). Na transmissão analógica, é indiferente dita montagem pois o que se escuta é a voz do repórter oferecendo a informação completa.

Figura 69 - Rodrigo Viga

Fonte: www.jovempan/mornigshow. 20/04/2017. 10:15 a.m.

Nas mensagens que chegam pelo **WhatsApp**, há opiniões relacionadas com algum tema ou com uma tendência de **hashtag**. No tópico sobre as novas series televisivas de

Disney, perguntam opinião sobre atores. A jornalista Paulina Carvalho fala das mensagens recebidas e na tela coloca-se uma foto de Willy Smith que protagonizará o Aladim.

Figura 70 – Will Smith

Fonte: www.jovempan/mornigshow. 20/04/2017. 10:54 a.m.

Outros exemplos semelhantes:

O mesmo mecanismo se repete em outras emissões por internet do programa, onde além de apresentar o tema com linguagem oral; colocam foto, vídeo, símbolos, figuras, montagens na tela que costuma estar atrás dos jornalistas, no *set* do estudo de transmissão. Seguem exemplos extraídos da amostra selecionada deste programa:

Quadro # 11 - Uso de Imagens no “Morning Show” via Internet

DATA	NOTICIA OU INFORME
18/04/2017.	-Reunião entre Lady Gaga e o príncipe William para apoiar campanhas de saúde mental. <u>Passam vídeo de Lady Gaga e do Príncipe William.</u>
19/04/2017.	-Cancelamento do show de Vitor e Leo no Festival de Pelotas que se realiza em 14/06/2017 devido a que Vitor é réu de um processo. <u>Coloca-se o comunicado impresso na tela.</u> -Papa Francisco e sua recusa de vir para o Brasil no mês de outubro de 2017. <u>Exibem foto do Papa na tela.</u> -Envolvidos no caso da Odebrecht. Aparecem na tela fotos de políticos envolvidos e proprietários das empreiteiras comprometidas no pagamento. -Reconstrução equipe de futebol da Chapecoense. <u>Colocam na tela o escudo da equipe.</u>
20/04/2017	-Solicitação, aos ouvintes e espectadores, enviem imitações de personagens reais ou fictícios: Bob Esponja, Silvio Santos e outros. Na tela <u>aparece foto de Silvio Santos e depois o número do o WhatsApp para</u> o envio das imitações. Porém isto está antecedido por uma imitação que faz Vinicius Mora, jornalista da equipe, do ex-presidente Lula, onde simultaneamente aparece uma foto dele e solicita-se ao público que envie imitações. - Informe sobre a situação da Venezuela. <u>Aparece a fotografia do Nicolas Maduro.</u> - Demissão de um apresentador da cadeia FOX por ser acossador sexual. Colocam foto do demitido.

21/04/2017	<p>-Lava jato. Reportagem do jornalista Trindade. Delação de 7 políticos envolvidos. <u>Aparece vídeo de Trindade.</u></p> <p>- Televisão. O estreio da série “Vai de Retro”; colocam as fotos das atrizes Tony Ramos e Monica Giorgio.</p> <p>- Na transmissão hertziana se escuta um Tema Musical, em inglês. Na transmissão por internet, se vê o vídeo da cantante, e depois coloca-se imagem fixa do desenho do microfone com o logotipo da Jovem Pan.</p>
-------------------	---

Fonte: elaboração da autora.

É perceptível nos exemplos anteriores, o peso que têm os recursos audiovisuais nas páginas web e de YouTube do “Morning Show”, e no seu aplicativo, mas em muitos dos informes realizados, passam-se depoimentos gravados, sem imagens que se transmitem simultaneamente na versão analógica e na versão por internet. Por exemplo, no “Morning Show” de 27/04/2017, os jornalistas se referem ao debate do duplex em Guarujá, e a suposta propriedade de Lula. Então entra depoimento gravado de Lula, desmentindo a versão que circula na mídia. Ou no programa de 21/04/2017 que se aborda o tema do consumidor consciente, entra uma entrevista telefônica, pré-gravada com o psicólogo Jacob Pinheiro, que refere-se ao tema do consumo compulsivo. Enquanto isso, transcorre, na versão em internet, colocam na tela uma foto fixa de produtos. Também deixam escutar depoimentos pré-gravados de pessoas que comprem no site “*Enjoe.com.br*”.

Outro elemento a destacar, é a articulação que se faz entre os diferentes componentes do programa: apresentação de notícias e informes, debates dos jornalistas, uso de fotos e vídeos, insertos de entrevistas de áudio ou com imagens, música, sons, o uso dos aplicativos, etc. Pode-se afirmar, que complementa-se a informação desde várias fontes e recursos de linguagem. Também, que há redundância de informação com a modalidade analógica (por ondas hertzianas, e com a modalidade digital, por internet - acessada através das páginas web e do YouTube do programa.

O uso das imagens, busca tornar mais atrativas as informações e dar conhecimento aos ouvintes sobre as situações e pessoas de quem está-se falando; essa hibridação de linguagens, que envolve uma variedade de estímulos, exige atenção. Um dos questionamentos realizados à rádio hertziana é que por não ter na sua linguagem imagens visuais, dificultaria a atenção e concentração. Mas no caso do programa “Morning Show” acessado por internet, a exigência de atenção para não perder detalhes, também condiciona a exposição ao material e representa demanda de tempo. É difícil realizar outras atividades em quanto se assiste um programa por internet, YouTube ou o Facebook. Exige atenção constante para poder seguir os diversos recursos colocados: visuais, audiovisuais, texto, áudio, vídeo, etc. Em função disso, a transmissão na rádio de caráter analógico, pelo seu

caráter unis sensorial, permite maior liberdade para realizar outras atividades em quanto se escuta o conteúdo.

De outra parte, há diferença entre assistir o programa em um computador fixo, sem possibilidade de mobilização, ou assistir a través de um celular com maior liberdade de movimento do próprio aparelho. Em várias transmissões deste programa, se fez o exercício de escutar e assistir por diferentes suportes.¹⁷⁵

Ainda que os jornalistas sabem que o programa não é apenas escutado por sinais hertzianos, mas que é assistido pelo canal de YouTube, sua linguagem não pressupõe esse hibridismo de expressões do mesmo programa. Por exemplo, na despedida do programa: “*Você ouviu a Jovem Pan*”, não se diz nada para os que assistiram pelo YouTube, em linguagem audiovisual.

5.2.2.2 No Programa “Som Retro”

A rádio “Som Retrô” nasceu primeiro como uma rádio transmitida por meio do aplicativo WhatsApp, considerado por Martinez Costa e Prata (2016) como uma das plataformas sociais de emissão radiofônica. Depois o rádio migrou para páginas web, inaugurando seu próprio *site*, e a página de Facebook do programa. Porém continuou mantendo sua transmissão via WhatsApp. Atualmente a transmissão se faz pelos três suportes: Facebook e pelo WhatsApp, ao vivo, as terças e sextas das 19 às 21 horas; e na página web e no WhatsApp, com programação pré-gravada/antecipada com transmissão diária, 24 horas por dia.

Este preâmbulo para assinalar que “Som Retrô” não passou pela migração do sistema analógico de sinais hertzianas ao sistema de transmissão digital e por internet. As transmissões pelo aplicativo e pela página web, têm características em comum; no aplicativo um ícone do menu permite acessar a página principal e escutar o tema musical que está tocando. Podem-se pedir músicas através de um formulário, enviar mensagens de áudio, acessar as redes sociais virtuais e o site, e entrar em contato com o realizador. A página web também têm estes elementos, mas logo que entra-se à página, aparece escrito o

¹⁷⁵ **18.04, 10.40 a.m.:** Entro no YouTube para ver em direto o programa deste dia que já vinha escutando no rádio. Primeiro acedo a través do notebook (fixo na escrivaninha) e depois, com intervalos de exposição trânsito pela emissão de youtube, e depois na mesma transmissão, mas pelo celular. O que pode anotar-se, é que a transmissão acessada pelo aplicativo do celular, é mais rápida que quando acessada no notebook. De fato, o tema da mobilidade na exposição que se tem ao programa; incide na percepção de seus conteúdos.

nome do tema musical que está tocando e o nome do intérprete. Na página do Facebook, como o programa é ao vivo, o Henrico, seu apresentador, diz o nome da música que vai ser tocada ou tocou, e o nome do intérprete. Ele explica os mecanismos para participar, e oferece os dados para entrar em contato, enviar recados, fazer comentários sobre o programa ou sobre os temas que ele fala na transmissão ao vivo.

O que observa-se, é que no decorrer do tempo, os recursos e os elementos audiovisuais das páginas do Facebook, da web, e do próprio aplicativo; experimentam, modificações de forma e conteúdo, e de usos para facilitar o acesso e a participação. O recurso do WhatsApp permite canalizar as solicitações musicais dos seguidores do programa, e propicia o diálogo com o apresentador por meio do envio de mensagens, cumprimentos, etc.

Com o intuito de mostrar algumas trocas interativas, apresentam-se algumas fotografias e imagens de vídeo que podem contar parte da história do processo vivenciado pela rádio “Som Retrô”, suas adaptações de espaço físico, as melhoras nas equipes de gravação e transmissão. Passou-se de gravar e emitir o programa de maneira quase artesanal, sem maiores recursos visuais, a pensar na decoração do set da transmissão, e a enriquecer-o visualmente. Na fotografia que segue, pode-se apreciar a simplicidade do cenário dos primeiros tempos, mas cabe dizer, que mesmo assim, o carisma do Henrico e a capacidade comunicativa com seu público, compensam a ausência de cenários visuais sofisticados.

Figura 71- Espaço de gravação original de “Som Retrô”

Fonte: Fonte: www.facebook.com/radiosomretrato/ aceso 24//07/2016

Como assinala Maria Ângela Pavan, as fotografias podem oferecer informação sobre tempos vividos e mostrar uma trajetória, ou refletir os que se estão vivendo.¹⁷⁶ Tanto pelas fotos como pelo depoimento oferecido pelo realizador e apresentador Henrico Lírío,¹⁷⁷ se sabe que o programa tem vivido várias etapas. O realizador-apresentador, segue o ritmo das atualizações tecnológicas e ganhou em profissionalismo. O programa no longo do tempo, foi incluindo fotografias e vídeos, para ilustrar datas importantes tais como natal, dia das mães, dia dos enamorados e assim; também para ilustrar acontecimentos importantes vivenciados na rádio, celebrações especiais, festas, etc.

Figura 72 – Uso de playback de fundo em natal.

Fonte: www.facebook.com/radiosomretro3/ acesso 22/12/2017

Lembre-se que o programa é produzido em Cabo Frio-RJ, porém a temporada referida da transmissão, exigia um cenário em acordo com os temas de natal: árvore, luzes, enfeites alusivos e neve. Mesmo que não corresponda à realidade local, essas imagens existem no imaginário do realizador do programa e de seu público. Na *live* do programa, nas épocas de natal de 2017, foram incontáveis as mensagens de parabéns pelo cenário do programa e a iniciativa de sintoniza-o com a época vivida. Seguem algumas das mensagens:

- “*Muito lindo o cenário*” (aludem ao fundo com uma imagem de árvore de natal”;
- “*Henrico, arrasou com o cenário*”.

Outro elemento a destacar, é o uso de vídeos musicais para apoiar a apresentação das músicas. No decorrer da observação deste caso, viu-se como se passou de uma etapa em que a maior parte da apresentação do programa estava na oralidade do Henrico, aos

¹⁷⁶ Elemento recuperado do seminário PROCAD, realizado o 21-22 de maio/2018. Universidade de São Paulo-USP, ministrado pela Prof. Dra. Maria Ângela Pavan da UFRN.

¹⁷⁷ Depoimento que aparece no capítulo anterior no item de descrição dos casos selecionados.

poucos foi incluindo mais vídeos musicais extraídos do Youtube, vídeos enviados pelos participantes do concurso do “passinho” organizado por “Som Retrô”, vídeos das festas organizadas pelo programa, e assim. Nesta medida, com o transcorrer do tempo, o realizador passou a utilizar mais os elementos da linguagem audiovisual própria do suporte do Facebook e do “*site*” do programa.

Figura 73 – Uso de vídeos musicais em “Som Retrô”.

Fonte: www.facebook.com/radiosomretro3/ aceso 06/03/2018

5.2.2.3 No Programa “Comunidade Latina”

No seguimento do programa, percebeu-se que a produção foi ajustando-se às condições e exigências da transmissão visual, e ganhando, nesse sentido, profissionalismo. Nas primeiras transmissões, o programa tinha mais componente oral que audiovisual, mesmo pela falta de recursos técnicos. O programa na sua transmissão pela página de internet da emissora, era só auditivo, como se trata-se de uma transmissão por ondas hertzianas. Eis aí o curioso: mesmo sendo uma transmissão por internet, as condições de produção do programa, não refletiam o cenário de convergência de meios.

O uso da internet na emissora “A voz de Butantã”, representa vantagem devido a que a antena da emissora só alcança 2km ao redor. Com a transmissão por internet, o programa pode ser escutado fora desses limites geográficos. A partir do mês de março de 2018, com a instalação da *webcam* no estúdio, o programa começou a incursionar na transmissão ao vivo com imagens.

Quando não se tinha a *webcam* no estúdio, a realizadora passava fragmentos filmados com seu celular, no Facebook do programa. Também postam-se no Instagram

pessoal de Mariana Maneta (a apresentadora), fragmentos gravados do programa. Os aspectos pessoais e os institucionais midiáticos do rádio/programa se fusionam, e ampliam a convergência de meios do programa, às redes sociais digitais.

Se bem que nas gerações atuais parece que o tema da produção, tem outras considerações estéticas; a observação deste aspecto suscitou duas reflexões:

A primeira: assim como é preciso que se desenvolvam competências para receber conteúdos desde a lógica do digital, e através de um suporte *on line* como é a internet, é fundamental que os produtores de rádio na internet conheçam a natureza e características do suporte utilizado. É importante levar a consideração a estética da imagem visual, como o caso da transmissão através do Facebook, do YouTube ou da Instagram. Em algumas transmissões, a câmara focaliza o termo do café e não quem fala. Também quando o entrevistado está dando o depoimento, a câmara do celular não o focaliza, senão outra pessoa que está no estúdio. Neste programa se faz o intervalo, para ter um respiro no desenvolvimento de conteúdo, ou para passar de um assunto ao outro; porém os realizadores esquecem de colocar a câmara do celular na direção correta, saindo muitas vezes do plano e do foco. Às vezes os realizadores esquecem de fechar os microfones, sendo escutados comentários que não são pertinentes ao tema do programa. Ou também falam enquanto o tema musical toca, perturbando a audição da música. As lógicas da mídia sonora predominam, fazendo esquecer outras demandas que a linguagem híbrida da convergência de médios demanda.

A sensação é que podem ser melhor aproveitados os recursos oferecidos pela convergência mediática, incluindo imagens (fotos, vídeos e outros recursos visuais) para que não se limite o aspecto visual a mostrar somente pessoas sentadas na cabine. Uma narrativa pensada de maneira audiovisual e não só oral, faz os programas de rádio em internet, mais atrativos. Porém, o fato de ter página web não é suficiente, requerem-se conhecimentos sobre web design, gravação e transmissão de imagens em internet.

A segunda consideração: a configuração da cabine de transmissão não é muito funcional, os cabos de microfones, consoles, etc., não permitem ver bem os rostos dos convidados e dos entrevistadores. Trata-se de um set para uma emissora analógica onde não é necessário ver o rosto das pessoas pois, a linguagem é oral. O anterior significa que os produtores do programa, teriam que pensar mais sobre o tipo de circulação da mensagem em um suporte que não é exclusivamente oral, senão que é audiovisual – como o caso das transmissões com webcam para a internet. Porém, deve-se salientar que estes

temas referidos às instalações físicas do estudo, correspondem mais à própria direção e administração da emissora que aos realizadores/ dos programas.

Um aspecto destacável é que a realizadora do programa, tentando superar as limitações de não contar com recursos para disponibilizar imagens de apoio, convida ao público para **entrar no Youtube** e procurar as imagens ou os vídeos do tema ou da música que está tocando. Por exemplo, quando anuncia o tema musical “Violetas para Violeta”, com Mercedes Sosa e Joaquim Sabina, ou quando toca o tema “canción del poder popular”, do grupo musical chileno Intillimani.

À maneira de síntese, pode-se dizer que a transmissão sem imagens do programa, pela página web da emissora, não segue as condições da convergência midiática. Porém, percebe-se dinamismo na página do Facebook do programa “Comunidade Latina”, onde colocam-se avisos da a emissão do seguinte programa, ou postam-se as fotos tiradas de entrevistados e músicos convidados ao programa. Ainda que a transmissão em internet seja só em áudio, a apresentadora tem muita habilidade e sabe como interagir com as pessoas que participam na emissão (seja através do Messenger do Facebook do grupo, seja no chat da página da emissora). Poderia aproveitar-se o e-mail, mas seria fora do tempo da transmissão em direto do programa, pois a condutora não pode fazer tudo simultaneamente, já que ela manipula as equipes de gravação e faz a transmissão.

Em quanto ao uso de recursos sonoros para amenizar o programa e minimizar a ausência de imagens; merece mencionar-se o programa dedicado a explicar o Golpe Militar do Chile, em 1973. Colocaram uma gravação das últimas palavras de Salvador Allende falando do bombardeio que estava acontecendo contra o “Palácio de la Moneda” em Santiago, e que mostra a utilização de recursos, exclusivamente sonoros, nas transmissões de internet.

5.2.2.4 No Programa “The Brazilian Show”

Como foi descrito no capítulo 4, este programa é transmitido por multiplataformas: ondas hertzianas pela CIJQ FM- 88.3 FM em direto e ao vivo aos sábados das 20 às 21h (hora de Toronto, de inverno) - 23 às 24 Horas (hora de Brasília); no mesmo dia e horário pela página da rádio CIJQ 88.3 FM: www.cjiqfm.com; e no Facebook do programa: <https://www.facebook.com/thebrazilianshowcjiq/>. O programa é retransmitido pela web rádio “*Você no Canadá*” - www.radiovocenocanada.com.br, segunda-feira das 19h às 20h.

(horário de Brasília) e quarta-feira ao meio-dia (hora de Brasil). A versão com imagens do Facebook do programa é retransmitida por *Tocantins TV*; e também pelo Rogers TV Canal 947, televisão por assinatura, na localidade de Kitchener (Ontário-Canadá) e ao redor onde o sinal alcança: <http://www.rogers.com/channels>. Tudo isso faz deste programa algo particular, pois exige dos realizadores a capacidade de circular no mundo analógico dos sinais hertzianos e no mundo digital da internet e das redes sociais.

O exercício realizado de **escutar** o programa ao vivo -a través da página da rádio CJIQ 88.3 FM (www.cjiqfm.com) que é só áudio, e de entrar no Facebook do programa (<https://www.facebook.com/thebrazilianshowcjiq/>), de **ver** o programa com as imagens transmitidas ao vivo, aos sábados no horário assinalado, e de **escutar** a retransmissão pela rádio em internet “*Você no Canadá*” (www.radiovocenocanada.com.br), nos dias e horários assinalados; permitiu ver os contrastes entre as diferentes linguagens e os suportes de transmissão.

Na emissão que se transmite pelas emissoras web: “*Você no Canadá*” e na versão online da CJIQ 88.3 FM – www.cjiqfm.com, só há áudio; não há recursos visuais, fotos, vídeos como na transmissão que faz a emissora a Jovem Pan.

No caso do Facebook do programa “The Brazilian Show”, este fica disponibilizado a semana toda para que as pessoas possam vê-lo durante uma semana.

Há alguns aspectos que merecem destaque: Na audição de *replay* do programa, que passa pela emissora em internet “*Você no Canadá*”- www.radiovocenocanada.com.br, e pela www.cjiqfm.com, além do texto-palavra falada, tocam as músicas e os efeitos sonoros, integrando melhor os elementos da linguagem radiofônica, e o programa tem outro ritmo. Para o ouvinte que não se interessa por as imagens visuais, é mais interessante esta transmissão que a do Facebook onde há imagens em movimento. Na transmissão analógica, ao vivo que se transmite pela CJIQ 88.3.FM, não ha imagens que exijam a atenção constante, e podem-se realizar atividades em quanto se escuta o programa.

Exemplo do anterior, é o seguinte: na edição onde foi convidada a blogueira Gabby, há contrastes entre a transmissão realizada por o Facebook, onde não podem tocar as músicas que anunciam, e a versão analógica onde estas músicas são tocadas completas. A transmissão pelo Facebook não tem recursos musicais nem sonoros, o que faz a transmissão mais pesada, pois o tempo todo os apresentadores falam sem pausa.

Cada suporte, mesmo na perspectiva da convergência da mídia, tem uma linguagem, e essa linguagem tem uma narrativa, um ritmo que exige condicionamentos na

circulação da mensagem. Por exemplo um ator de teatro costumado a ocupar o espaço no cenário pode ter movimentos expandidos, mas quando atua em televisão deve restringi-los para não sair fora de câmera. O ator deve seguir regras referidas ao movimento corporal, ao volume da voz, e a outros signos do gestual. No caso da transmissão simultânea realizada para uma transmissão de caráter analógica e para uma transmissão visual, com imagens em movimento, tem alguns efeitos estranhos, como silêncios molestos. Acontece o anterior nas transmissões pelo Facebook, onde os realizadores, ao não poder tocar as músicas que estão sendo tocadas na transmissão analógica, realizam paradas técnicas, fazem comentários alheios ao desenvolvimento do tema tratado, ou guardam silêncio enquanto transitam de uma transmissão a outra, fato que desorienta um pouco a quem assiste o programa pelo Facebook. Reitera-se, a transmissão pelas outras vias tem um corpo e um ritmo diferente. Na transmissão na *live*, falam em excesso, falta o elemento musical para dar respiro a quem assiste. Os programas informativos o de *talk-show* podem ser pesados se só há fala.

Por outra parte, mesmo com a simpatia desbordante de Bruno, e sua expressividade cativante, a transmissão no Facebook às vezes parece sobre atuada. A razão pode ser que a linguagem corporal para imagens em movimento, tem exigências diferentes à linguagem corporal usada em transmissões exclusivamente sonoras.

Ainda que parece que alguns temas não estão estritamente relacionados com o título da seção, tem relação sim, pois refere-se à importância de conhecer a natureza, característica, limitações e possibilidades das diversas linguagens e dos suportes por onde circulam os conteúdos.

5.2.2.5 “No Programa “Jornal da USP”

O programa, como foi descrito no capítulo 4, tem transmissão por sinais hertzianas e **é ouvido** pela internet. Quando se acede ao programa a traves da página web *usp online*, e localiza-se o link do rádio, entra o áudio do programa em direto, mas como não há webcam no estúdio, não há imagens que acompanhem a transmissão ao vivo. Então, usa-se o *site* de internet como se fosse uma emissora analógica; só se escuta áudio.¹⁷⁸

¹⁷⁸ Em entrevista pessoal realizada com Roxane Ré, a apresentadora e jornalista do programa, perguntei sobre este tema e assinalou que estão no processo administrativo de adquirir uma webcam para o estúdio. São Paulo, 27/06/2018.

Ainda que o programa não tem imagens ao vivo, convida-se aos ouvintes para acessar o aplicativo do “Jornal da USP” e para que participem a traves das redes sociais. Reiteram-se mensagens de convite para que ouvintes acessem os portais da USP; pretende-se dar uma ideia que se está em sintonia com as redes sociais virtuais. As seguintes mensagens referem-se o aplicativo para acessar o programa desde internet.

“Jornal da USP, agora na palma da mão” / “Jornal da USP, o jornal que analisa os fatos. Agora suas dúvidas a um Clik. / “Procure o jornal da USP, agora na palma de sua mão”.

5.3 METAMORFOSE NAS INTERAÇÕES E SUAS POSSIBILIDADES

5.3.1 No Programa “Mornig Show”

Em termos de recursos tecnológicos para canalizar a participação dos ouvintes-espectadores ou ciber ouvintes, o programa “Morning Show” é quem têm a maior variedade de recursos. Agora bem, é uma participação focalizada nos instrumentos tais como o aplicativo do programa e nas redes sociais. O chamado é realizado durante a emissão do programa, ao vivo, e são convites para que os seguidores participem nas redes sociais do programa. Por exemplo:

No Aplicativo:

“Fique conectado”, “O mais completo aplicativo”, “Mais de 40 webs rádios”, “Baixem o aplicativo ‘Opina Pan’, o aplicativo que valoriza sua opinião”. [outorga-se o atributo ao aplicativo, e não à interação do sujeito com o aplicativo].

A alusão ao aplicativo da Jovem Pan, disponível para todos os públicos, pode interpretar-se como a fragmentação de audiências, a produção de conteúdos para todos os gostos e uma estratégia de captação de audiências.

No YouTube:

Convidam para que os ouvintes entrem no [youtube.com/Mornig Show](https://www.youtube.com/MornigShow), Jovem Pan, pois *“além da transmissão ao vivo, vai aceder a todas as entrevistas”*. Anunciam os canais para a participação no programa, comentam que é necessário inscrever-se no YouTube do

programa, e assim escrever no chat. “Diga algo”, anuncia o jornalista.¹⁷⁹ “Assine nosso canal de youtube, acesso ao streaming em vivo. Se podem rever entrevistas. Tem conteúdo exclusivo pela internet” (21/04/2-17).

No **chat** acontecem dois movimentos: por um lado há temas que são propostos pelos jornalistas do programa e suscitam comentários dos participantes no chat. E por outro, há comentários das pessoas que escrevem no chat; podem ser motivados por alguma foto postada na tela do programa ou por algum comentário de um dos jornalistas. Há todo tipo de mensagens, desde políticos até do mundo do espetáculo. Porém os próprios jornalistas do programa são objeto de falas. Um comentário realizado por um espectador-ouvinte, referia-se ao fato de que o jornalista Edgar deveria fazer a barba.

Figura 74. Fotografia de Edgar

Fonte: www.jovempan/mornigshow. 20/04/2017. 11:15 a.m.

Figura 75 – Chat sobre a barba de Edgar

Fonte: www.jovempan/mornigshow. 20/04/2017. 11:15 a.m.

¹⁷⁹ No 20/04/2017, realizei o exercício de me inscrever no canal de Youube do programa para ter acesso e escrever no chat e efetivamente consegui postar um comentário.

Observação: [quem escreve, entra no chat para verificar a autenticidade do intercâmbio de mensagens, e outros participantes fazem comentários alusivos ao comentário postado por quem escreve).

Outras mensagens do chat falam das pernas da Paulina – no programa postam uma foto dela que participou em num programa de televisão *e levava uma saia curta*. Algumas mensagens falam que são pernas bonitas. No entanto no estúdio há brincadeiras sobre a paquera de Paulina.

Algumas mensagens são entre os participantes no chat: procurando companhia para almoçar nesse dia, comentando sobre os atores da série “13 Reasons Why” e a preocupação dos pais pelas referências aos suicídios, outras aludem aos comentários postados no twitter. Há comentários sobre “*a perda de cabelo da Paulina*”, sobre a beleza ou feiura da Julia Roberts (foi tema de um dos programas), ou sobre o jogo Baleia Azul, etc. Os temas abordados no chat mostram que o programa está direcionado para um público situado na faixa entre 20 e 45 anos. As músicas que colocam, e o ritmo do programa em geral é acelerado; de ping-pong.

Observação: Também chama a atenção que os jornalistas passam de temas sérios a temas descontraídos sem nenhum constrangimento. É como se todo pode-se ser colocado na mesma balança.

No Twitter:

“Você do twitter, participa com a gente”, “quero saber de você que nos acompanhada pelo youtube. Envia, mostra um vídeo com tua tatoo”. “Fala se arrependeu-se de fazer a tatuagem, ou por que fez a tatuagem”. Você interagindo com as notícias do dia a dia”. Os jornalistas referem-se ao tema do dia, e do trabalho que realiza a convidada ao programa, Juliana, como tatuadora, e convidam – na transmissão analógica, para que as pessoas **vejam na live** o tatoo. (17/04/2017). Anunciam que no programa do dia seguinte, passarão os áudios que foram enviados por ouvintes, falando sobre as experiencias de suas tatuagens. De fato, na transmissão do dia seguinte, no final do programa se escutam ditos áudios, e aparece na tela do computador do set do programa, uma foto da imagem de Nossa Senhora Aparecida e os jornalistas perguntam aos ouvintes e espectadores, se tatuariam essa imagem.

No Whatsapp:

No decorrer do programa, os jornalistas retomam as respostas que enviam os ouvintes ou internautas, referidas aos temas abordados na emissão. Algumas das mensagens são lidas, porém não escutam-se as enviadas em áudio. Posta-se na tela do computador do estudo de transmissão, o número de WhatsApp para que as pessoas escrevam.

O programa utiliza um mecanismo chamado “*Opina Pan*”, no que anunciam um tema para que as pessoas opinem; em geral relacionado com um dos temas abordados na emissão do dia. Por exemplo, fala-se de cinema e dos filmes que estão em cartaz: (“O Mundo de Greta”, “Joaquim”), e o tema da enquete “*Opina Pan*” é “gosta do cinema?” Ou no caso do tema referido ao consumidor consciente, levam um psicólogo convidado à seção e convidam para que as pessoas enviem suas perguntas.

Em outras transmissões do programa, realizam concursos para que os ouvintes ou espectadores, postem vídeos, por exemplo, no momento “*uma vitrola retrô*” convidam para que enviem um vídeo imitando um cantante de rock.

5.3.2 No programa “Som Retrô”

Os slogans do programa, oferecem pistas sobre o tipo de programa que é e sobre a participação, interação e interatividade que busca ter com seu público:

“Som Retrô, aqui quem faz a programação é você” / “Aqui quem manda o alô é você” / “O som retrô é uma família” / “Aqui quem ajuda a fazer o programa é você”. “São vocês os que fazem tudo acontecer” / “Som Retrô, aqui quem faz a programação é você”. “O mais importante é você participando com a gente”

A observação sobre as emissões do programa, mostra, que neste caso, o que dizem os slogans, coincide com o que acontece no programa. Agora vale lembrar que este é um programa musical, estruturado em grande parte nas solicitações de música que seu público faz. Repete-se a fórmula da rádio de caráter analógico, onde por via telefônica os ouvintes solicitam determinados temas musicais. Neste caso se faz através do aplicativo de Whatsap.

A interação que se estabelece com os ouvintes/espectadores é intensa, mesmo que se trate de uma interação focalizada nas complacências musicais, o tom do programa é comunicativo o tempo todo. O condutor disse: “*Quem tem que mandar o oi é você, mande*

o áudio aqui para a gente, participe". *"tudo mundo interagindo"* [refere ao envio, por parte dos ouvintes/espectadores, de áudios de 30 segundos com um *"recado do coração"*, e reitera o Whatsap]. E escutam-se os áudios que as pessoas enviaram de várias partes do Brasil, com os cumprimentos e abraços para amigos e familiares, cumprimentos de aniversários de nascimentos, de casamento, de parabéns.

Na página do Facebook, o **chat** é o mecanismo de participação; e de maneira similar que no rádio analógico, as pessoas solicitam que o Henrico, o apresentador e realizador do programa, envie mensagens de saudações para os parentes, os amigos, as cidades das quais são oriundas as pessoas que se contatam:

"Um cumprimento para minha filha XX, esposa XX, sogra XX". / "Estou conectado hoje, que legal, estou amando/. Sou Asenede, do Pará" / . "Boa noite família Retrô" / . "Henrico, manda um alô para Portugal" / . "Boa noite galera" / . "Estou sempre conectado". "estou fazendo janta e ouvindo", "lava, lava, escuta, escuta, dança, dança".

E o apresentador diz novamente de viva voz, em direto: *"Para dar boa noite para todos", "Somos uma família mesmo". "O mais importante é você participando com a gente"*.

As mensagens que as pessoas escrevem no chat, aludem a épocas passadas, aos sentimentos que as músicas tocadas produzem, à vida quotidiana, à amizade, etc:

Boa noite." / "Amo". / "Vou dormir, boa noite a todos". / "Amo essa música". / "Boa noite Sorocaba". / "Linda música". / "Tempo bom". / "Que pena que só consegui chegar agora"./ "Música linda, nunca mais ouvi"./ "Dancei muito na época dos passinhos"./ "Nossa, fazia tempo que não escutava essa top top top"./ "Boa"./ " Bons tempos"./ "Me traz bons tempos na mente essa música"./ "Henrico, manda um beijo",/ "Tó ligado"./ "Boa noite galera de Som Retrô, amo!/. "de Curitiba, presente! "Demais essa, não tem como não curtir uma música dessas".

A participação é espontânea e simpática: enviam para o Henrico mensagens assim: *"Canta Henrico", "Você é muito gato", "estou no banquinho"* [alusão que está esperando que toque a música solicitada].

A interação não é só entre o apresentador Henrico e o público, senão também entre as pessoas que escrevem no chat e que se enviam mensagens mutuamente no muro, por exemplo: *"está curtindo Mônica?"*, ou Elsa Machado escreve: *"Andrea, estava sentindo sua falta minha linda"*.

O Henrico vai interagindo e comentando algumas das mensagens que vão chegando ou fala um comentário sobre o interprete do tema, por exemplo: *"Agora Minas*

Gerais, participando no Som Retrô”, ‘assegura ali”, “Adilson Zé, patrimônio nacional”, “Ronaldo Ferreira pediu a música do Cidinho do Rio”, “Pedido da Eliane Alcântara, do Itaquera, São Paulo, ‘o Marcinho, garota nota 100’ “.

No 22/12/2017 diz: “*Nosso astral é altíssimo, energia, amizade; tem gente pedindo mais música*” / “*E o natal está animado, e o ano entrante vai ser melhor!*”.

O programa tem um clima de alegria, vitalidade. Os ouvintes-espectadores que participam no chat, enviam emoticons de amor e alusivos à música que toca, ou ao natal que se aproxima.

Acerca do aplicativo Whatsap, o Henrico solicita reiteradamente que as pessoas baixem o aplicativo para participar com o “**recadinho do coração**”, gravando uma mensagem de 30 segundos e falando o nome, e o local onde encontra-se. Outra das solitudes que se reitera é que se compartilhe o programa com o maior número de pessoas possível, é indica como compartilhar desde a página do Facebook.

Outro dos recursos de participação, e que foi apresentado em detalhe no capítulo anterior, é o concurso “do passinho” que foi realizado em 2016, mas ainda se colocam os vídeos dos participantes devido a que a música do concurso é da autoria do Henrico.

O programa vai além das complacências de pedidos musicais, é um espaço de comunicação, de intercambio. E especialmente é um espaço de amizade. Destaca-se em Henrico sua capacidade de valorizar a seus ouvintes-espectadores “*Durante dois anos tenho aprendido apreciação musical graças aos temas solicitados por vocês. Vocês são minha família*”.

Figura 76 – Chat Som Retrô

Fonte: www.facebook.com/radiosomretro3/ acesso 05/02/2018

5.3.3 No Programa “Comunidade Latina”

A realizadora do programa, durante a apresentação do mesmo, convida aos ouvintes para que entrem em contato através das redes sociais e participem no programa; reitera os contatos: @comunidade latina, no facebook do programa, no e-mail comunidade latina@gmail.com . *“Através do chat, você pode pedir suas músicas, participe”*.

Dentre as redes, a mais usada é o próprio Facebook do programa, onde as pessoas escrevem no chat comentários alusivos aos conteúdos tratados. Se bem que o chat do Facebook do programa está habilitado durante sua transmissão; não acontece do mesmo modo com o chat da página da emissora que frequentemente está desabilitado. A insistência da participação através das redes sociais, evidencia a importância outorgada às redes em especial aquelas que oferecem contato instantâneo entre os realizadores e o público; porém falta explorar mais o tema das redes sociais e divulgá-las e multiplicar os contatos.

O *messenger* do Facebook do programa, é um recurso para a participação no programa, pois os web ouvintes podem intervir desde este, oferecendo ideias sobre o tema do dia, ou para futuros programas. Também podem ser enviados comentários sobre os conteúdos que estão sendo expostos na transmissão do dia, e os realizadores costumam incluí-los em seus comentários.¹⁸⁰

O programa consegue estabelecer uma relação comunicativa com seu público e é possível interagir com os realizadores do programa; a abertura e disposição é grande e esta é uma de suas fortalezas. As mensagens que chegam ao *Messenger* do Facebook, são lidas pela apresentadora do programa, quem envia cumprimentos para seus seguidores. No programa do 01/10/2017, disse:

“um beijo especial para a seguidora # 1 do programa, Esmeralda Villegas”,

“abraço para todos os locutores da Cidadã FM, para Beijo mar que está na sintonia”.

“Muito obrigada pela participação de Esmeralda Villegas quem envia a través do Messenger uns comentários importantes do tema que estamos falando” [Estava-se falando

¹⁸⁰ Quem escreve, no momento da transmissão do programa solicitou -via *Messenger* temas musicais em várias ocasiões; as solicitudes sempre foram atendidas. Também enviaram-se comentários sobre os temas que estavam sendo tratados, e os realizadores aceitaram de bom agrado os comentários e incluíram-os na transmissão do programa.

de Victor Heredia, compositor e intérprete argentino, ativista de direitos humanos e de seu tema emblemático “Sobrevivendo”].

26/11/2017: A locutora cumprimenta uma das ouvintes do programa: Esmeralda Villegas, envia um beijo e disse: “*Espero a senhora por aqui...*”. [em resposta ao o cumprimento que dei para eles, através do Messenger].

Figura 77 – Chat da Emissora Cidadã FM

Fonte: www.cidadafm.com

5.3.4 No Programa “The Brazilian Show”

Este programa compartilha as características do programa “Som Retrô”, em quanto ao clima comunicacional que tem, o ar descontraído e alegre, e a maneira em que involucra aso ouvintes e assistentes na dinâmica do programa.

Também como o faz Henrico, diz: “*Voltem e tragam mais gente com vocês*”, os apresentadores do programa convidam para que os assistentes compartilhem a *live* do programa e convidem suas amigas a inscrever-se. No programa avisa-se quem vai “chegando” ao programa: “*Tony acabou de entrar no nosso programa # 25, bem-vindo Tony*”.

E são lidas as mensagens que as pessoas enviam ao chat do programa no momento em que está ao vivo: alguém escreve no chat e Bruno lê: “*Manda um abraço para Rio Grande do Sul*”. [repete o esquema das rádios analógicas com programas de música, onde as pessoas solicitam suas músicas preferidas]. Segue um exemplo mais literal do chat do programa:

Figura – 78 -Chat “The Braziliam Show”, 17 de fevereiro de 2018

Fonte: <https://www.facebook.com/thebrazilianshowcjoq/>

5.3.5 No Programa “Jornal da USP”

A apresentadora do programa, durante a transmissão analógica do Rádio USP, repete os sites da emissora para as pessoas que desejem escutar por internet, tanto no *site* do campi de São Paulo - www.radiusp.br, como no *site* do campi de Ribeirão Preto - www.riberao.usp.br. “Radio USP-campus Ribeirão Preto... “a um click. Jornal da USP, agora na palma de sua mão”. (anuncia o número de WhatsApp). “você pode curtir... baixe o aplicativo do jornal da USP. Também convida aos ouvintes a participar através do USP on line.

O programa, ao estar em contato com as diversas dependências da universidade para divulgar as atividades de pesquisa, ensino e extensão, cumpre a missão institucional encomendada, estabelece laços com as personalidades acadêmicas e científicas da universidade - seja como convidados para entrevistas ou comentários, seja aludindo às atividades que realizam. Porém, o grande ausente do programa, é o ouvinte. As referências são mínimas. Só são mencionados nas publicidades institucionais quando se indica como baixar o aplicativo: “Jornal da USP, agora na palma da mão”, “acompanhe, dê uma passadinha nas redes sociais”, “USP online”; ou quando se invita para participar no Twitter. A apresentadora comenta: “gosto muito de publicar no twitter” e diz: @roxanere; “me acompanham no twitter”. Em algumas transmissões, Roxane Ré menciona os nomes

de várias pessoas que acompanham pelo twitter; poderia pensar-se em algum recurso para que as pessoas pudessem falar diretamente.

Há maneiras diferenciadas de relacionar-se com as audiências, e neste caso percebe-se um esquema de rádio tradicional onde os ouvintes são considerados receptores, não interlocutores. A razão pode ser por que trata-se de um noticiário de um centro acadêmico, e pela dificuldade de ser menos, rígido, em especial quando trata-se de divulgação científica.

No caso das emissoras que tem habilitado a *Live*, os web ouvintes podem escrever breves comentários sobre o tema apresentado, sobre os apresentadores, os convidados (caso da Jovem Pam), no caso da USP, não há opção no momento em que acontece o programa. Com o tipo de conteúdo que o programa desenvolve, poderia incluir-se o recurso do chat que por seu caráter instantâneo permitiria resposta imediata sobre as matérias desenvolvidas; o que não acontece com o e-mail, mesmo que sempre respondem. De fato, a apresentadora reitera como contatar-se via e-mail: Ouvinte@usp.br, para que as pessoas podam escrever. E anuncia o número telefônico de contato: 11-30914425

O interessante é que o ouvinte é remetido aos outros meios da USP: “*podem ler no portal da USP*”, diz a jornalista.

O programa em 2018, melhorou em vários aspectos, por exemplo normalizou-se o uso do WhatsApp. De fato, nas emissões dos últimos meses no primeiro semestre do ano, a apresentadora do programa lê as mensagens recebidas. Poderia ser interessante que deixassem ouvir as mensagens com a voz de quem envia. Também o programa é mais fluido e tem introduzido elementos da linguagem radiofônica que enriquecem o programa.

Resumo da categoria

Como assinala Cicília Peruzzo (2011, p.948), um dos aspectos relevantes das TICs, é a possibilidade de apropriação tecnológica que as pessoas têm. Contrasta com os meios eletrônicos que demandam processos legais burocráticos e elevadas quantidades de dinheiro.

É mais fácil ter uma emissora na internet, que obter uma licença de funcionamento para uma FM, ainda os controles regulatórios estatais ou das empresas privadas, não conseguem atingir sua instalação e funcionamento, e a inversão em recursos de produção e transmissão são menores. De outra parte, o alcance geográfico das mensagens transcende as limitações das transmissões de sinais sonoras:

Na escola, o alto-falante só fala nos limites do pátio ou dos corredores. A internet rompe as barreiras legais e do som... Da escola, da comunidade, da universidade para a comunidade e para o mundo. Do local para os âmbitos regional, nacional e o universal. Pelo menos em potencialidade se coloca disponível, se é acessada é outra questão. (PERUZZO, 2011, p.949).

A análise dos aspectos empíricos, nos casos estudados, mostrou diversas aproximações aos conceitos e práticas referidas à participação, interação, interatividade tanto nos programas como no uso das redes sociais.¹⁸¹ Identificaram-se neles gradações que vão da participação reativa à participação dialogada, conceitos definidos por Alex Primo e que foram incluídos nos capítulos de cunho teórico desta pesquisa.¹⁸² Seguem algumas observações a respeito:

No programa “Morning Show”, a maior parte da participação dos ouvintes e internautas, é do tipo reativa, e limita-se ao envio de mensagens ao chat da página do programa.

Nos casos de “Som Retrô”, “Comunidade Latina” e “The Brazilian Show” identifica-se participação reativa, mas, em sua maioria, trata-se de uma participação dialógica, inclusive com as características de interatividade. São espaços de exercício comunicativo, nos quais polos de enunciação e de recepção interagem e tentam construir uma relação horizontal. O caso do programa “Comunidade Latina” é interessante pela disposição dos realizadores em incorporar no programa as sugestões enviadas pelo chat ou pelo Messenger do Facebook, e inclusive proporcionar que os web ouvintes sejam parte do programa.

O programa “Som Retrô” merece um comentário especial pelo clima comunicativo que gera em sua emissão. O carisma do apresentador e sua vontade de estabelecer vínculos com os seguidores, colocam em posição de destaque perguntas sobre as condições para que ocorram autênticos processos comunicativos. Conclui-se que, mais que aparatos sofisticados e sets hiper tecnologizados, o fundamental é a atitude comunicativa. E o Henrico de “Som Retrô” é um comunicador por excelência.

Há uma meta para as experiências de rádio na internet que é a de passar da participação reativa à dialogada, mas mesmo assim não se pode abrir mão das novas

¹⁸¹ Este aspecto observou-se nas publicações do chat do Facebook dos programas, porém não todos têm habilitado este recurso.

¹⁸² Cfr. capítulos um, dois e três.

configurações dinamizadas, parcialmente, pelo desenvolvimento tecnológico junto com outras variáveis.

Estar na internet é uma das maneiras de inserção no universo do chamado ciberespaço que está ajudando a configurar novas sociabilidades, relacionamentos e valores culturais. Mesmo que grandes contingentes populacionais – os mais empobrecidos – ainda estejam distantes das novas tecnologias de informação e comunicação, é crescente e necessária a demanda por serviços online. (PERUZZO, 2011, 949).

O uso das redes nos programas estudados

Sobre as redes sociais, ficou evidente que umas experiências as usam com mais frequência que outras. Elas fazem parte da cotidianidade do programa ou emissora e representam um auxílio nas relações entre os realizadores formais e seus públicos. A análise dos programas estudados mostrou que há interesse em intensificar seu uso. Por exemplo, nos programas “Som Retrô” e “The Brazilian Show” observa-se a intenção de propiciar uma maior interação entre os realizadores do programa e seus seguidores. No programa “Jornal da USP”, mesmo que se leiam as mensagens que eventualmente enviam os ouvintes do programa ao Whatsap e/ou Twitter, aparece na estrutura do programa uma participação mais tradicional. Porém, não se pode esquecer que o programa é de jornalismo e divulgação científica e existem preconceitos sobre a “vulgarização do conhecimento”.

No caso de emissoras que tem habilitado o recurso *live*, os internautas podem escrever comentários sobre o tema em curso, os apresentadores e os convidados (caso do Morning Show). No “Jornal da USP”, não há essa mencionada opção na página web, só no Twitter do sistema *usponline* ou no da apresentadora do programa. Porém, as pessoas podem escrever ao e-mail “ouvinte@usp.br”. Com o tipo de conteúdo que o programa desenvolve, poder-se-ia incluir um chat de ouvintes, tendo em conta que a leitura do e-mail não é instantânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

1. Sobre o rádio no colo da cibercultura e do ciberespaço

As transformações tecnológicas que acontecem no rádio, circunscritas à passagem de sistemas analógicos aos sistemas digitais e ao rádio em internet, articulam-se com um universo macro, que é o da cibercultura e do ciberespaço. Mesmo que se trate de questões aparentemente de caráter técnico e não discursivas, elas estão atreladas a um arcabouço intangível teórico que lhes imprime e, por sua vez, também explica determinados traços ontológicos de composição, organização e funcionamento. Nesse emaranhado teórico/prático, confluem cosmovisões de ser humano e sociedade, perspectivas de técnica e tecnologia, compreensões de comunicação, cultura, mundo do trabalho, mercado, entretenimento e ócio - só para enunciar algumas dimensões.

A radiomorfoses, considerada neste trabalho, compreende-se na lógica da cultura digital ou cibercultura, assumida por teóricos do campo, como o rosto das sociedades contemporâneas, configuradas sob a estrutura de rede. A arquitetura dessa rede expressa-se em linguagem hipermídia, caracterizada pela hibridação de linguagens e mídias convergentes. Nesse movimento de metamorfoses, tanto as explicações circunscritas às vantagens do digital sobre o analógico como as referidas ao anacronismo dos meios eletrônicos são, sem sombra de dúvida, reducionistas e instrumentais. Esta pesquisa teve sempre presente que a questão das metamorfoses do rádio, materializada no rádio na internet e seus termos afins, está além de aparelhos, fluxos de velocidade, capacidade de armazenamento, desterritorialização, assincronia, só para mencionar alguns indicadores.

Um resultado deste trabalho foi mostrar que, no âmbito micro de experiências concretas de comunicação radiofônica, qualquer transformação tecnológica envolve questões mais complexas como a presença da técnica e da tecnologia na constituição das sociedades e suas tensões entre posturas tecnofílicas e tecnofóbicas. Estas últimas resultam, por exemplo, em adesões eufóricas ou condenatórias das mutações no rádio, sem sequer perguntar-se o que envolve o fenômeno tecnológico. A advertência de vários autores, acerca da tendência de reduzir a comunicação às tecnologias de comunicação, permitiu compreender que a mediação técnica e tecnológica condiciona a evolução do rádio, mas não a determina. Trata-se de um conjunto de variáveis em sinergia, junto com o uso social do meio.

Os conceitos discutidos nos capítulos de cunho teórico são a base para concluir que a radiomorfoses não é só de caráter tecnológico, mas também comunicacional, cultural, institucional e contextual. Daí a necessidade de revisar conceitos de cibercultura e de ciberespaço e suas formas expressivas, tecidas sobre uma racionalidade de realidade e de sujeito e criadas a partir da lógica do discurso tecnológico da sociedade.

Como se disse anteriormente, para o caso do rádio, as migrações dos sistemas analógicos aos digitais e ao rádio na internet vão além de transformações exclusivamente tecnológicas. Sem pretender minimizar a importância das redes informáticas na emergência de novos meios de comunicação e de reconhecer que a tecnologia empurra a cultura digital, não é sensato outorgar um tratamento totêmico à tecnologia. Na pesquisa adotou-se a compreensão de que são múltiplos fatores em inter-relação, que de maneira diacrônica e sincrônica, dinamizam as transformações no rádio. Qualquer radiomorfoses é produto do movimento constante e holístico da sociedade, e a tecnologia e a comunicação como parte dela envolvem-se neste movimento. Nesta perspectiva, a pesquisa bibliográfica deste estudo interessou-se pelo percurso histórico da técnica e da tecnologia e do debate entre as posturas tecnofílicas e tecnofóbicas; estas também se reproduzem na aproximação que, no campo do rádio, se faz das transformações tecnológicas. Reitera-se que tais posturas se traduzem em eufóricas adesões perante qualquer inovação tecnológica radiofônica, ou no parafusamento à origem analógica do rádio.

Os princípios ideológicos que sustentam as propostas do rádio na internet vinculam-se com as propostas de sociedades inseridas na cultura digital e sua maneira de produzir e difundir o conhecimento em ambientes digitais. Uma sociedade que estrutura-se em rede gera uma experiência sensível-estética diferente, e o rádio na internet é uma de suas expressões. Porém, o que se vivencia atualmente em muitas das experiências classificadas nesta categoria é a coexistência de matrizes de ordem diferente.

2. Sobre a Radiomorfose dos casos selecionados

Em relação ao tema da radiomorfoses, percebeu-se nos casos selecionados que a metamorfose não é absoluta e que há gradações. A análise mostrou que neles coexistem elementos próprios do rádio analógico e elementos digitais e hipermediáticos. Se bem que parte da literatura relativa a esse campo mostra trajetórias diferentes quanto a: modos de produção e rotinas profissionais, características de entorno-espço em que os conteúdos se difundem, e formas de contato com o ouvinte. Nos casos, encontrou-se que cada

experiência valoriza determinados aspectos. Há uns próximos à cultura oral, outros à cultura audiovisual e outros à cultura digital-hipermediática. Ou seja, transita-se entre universos de culturas, saberes e competências diferentes. Porém, mesmo que em teoria, os limites entre o rádio analógico e o rádio na internet estejam demarcados, a pesquisa encontrou a coexistência de paradoxos.

Como foi explicado no capítulo dois, há uma relação entre comunidades orais e níveis de alfabetização. A cultura oral constrói o saber de forma diferente da construção feita pela cultura escrita. Por sua vez, no mundo digital e da convergência de mídias, exploram-se várias linguagens (visual, escrito, sonoro); a cena da convergência torna complexo o panorama. Além de uma aparente singela “*colagem*”, inaugura-se outro tipo de saber que apresenta amplas possibilidades de circulação do conhecimento.

Por outro lado, parece que o rádio na internet, na sua versão de web rádio, envolve expressividades diferentes e formas de apropriação particulares, que consolidam-se como uma prática cultural contrastante com a do rádio de sinais hertzianos. Sua natureza demanda conhecer a lógica do dispositivo no qual hospeda-se: a rede. Nesta medida, a lógica da web rádio inclui a estrutura física e institucional da web, seus alcances e limites para as práticas comunicativas, as características da linguagem hipermediática - própria do ciberespaço, as formas de produzir e estruturar conteúdos - não necessariamente de maneira sequencial, e sua disposição e circulação global que ultrapassa qualquer barreira geográfica. Tal e como afirma Cicília Peruzzo (2002, p. 46):

A Internet possibilita a circulação de mensagens independente de territórios geográficos, de tempo, das diferenças culturais e de interesses, sejam eles económicos, culturais ou políticos, globais, nacionais ou locais. Traz a possibilidade de alterar o sistema convencional de tratamento da informação, antes atividade por excelência concentrada nos agentes profissionais vinculados à mídia tradicional, ao viabilizar a produção de conteúdos endógenos e sua transmissão, sem fronteiras, pelos próprios agentes sociais.

3. Sobre as metamorfoses na linguagem do rádio

Atenção especial mereceu o tema da constituição da linguagem de hipermídia, caracterizada pela hibridação de mídias, pela digitalização e pela hipertextualidade. Porém, para demonstrar as migrações na linguagem do rádio, foi necessário recuperar os conceitos de oralidade e de oralidade mediatizada, considerando-se que na linguagem

expressam-se importantes mutações não só expressivas mas também sociais. No desenvolvimento do capítulo 2, intitulado “*O rádio que se ouve e se vê: da imagem acústica à imagem hipermediática*”, mostrou-se a dinâmica das modalidades identificadas, suas maneiras de narrar, relacionadas com contextos históricos particulares. Concluiu-se que há períodos nos quais a exposição e o consumo do rádio priorizam determinado órgão dos sentidos – na cultura analógica, o ouvido; e na cultura digital e de hipermídia, há uma orquestração de sentidos. Por obra do hibridismo de plataformas e linguagens, o rádio transformou-se: de meio de caráter uni sensorial, passou a ser um meio multissensorial.

Para entender a performance do rádio em diferentes suportes, abordou-se o tema da natureza e características da linguagem radiofônica de caráter analógico e da linguagem radiofônica de cunho digital: foram identificados seus elementos e a maneira em que operam em um e outro caso. Comprovou-se, tanto na revisão bibliográfica como nos casos estudados, que a migração tecnológica modifica aspectos da natureza do meio que se consideravam imutáveis como a sua invisibilidade e a fugacidade da mensagem.

A explicação sobre as características do rádio digital e do rádio em internet - incluindo as subcategorias; ofereceu elementos para avaliar os contrastes com respeito à natureza da emissão radiofônica analógica. A revisão conceitual do tema ajudou na compreensão das características dos suportes hipermediáticos dos casos estudados. O aspecto das metamorfoses na linguagem do rádio, observadas à luz das categorias de análise, mostrou que, em alguns casos, há hibridismo, mas também que outras experiências, identificadas como de rádio em internet, estão muito próximas ao uso da linguagem que se utiliza no rádio de ondas hertzianas. A cibercultura parece ser uma atualização dessas relações (da oralidade).

A explicação pode ser porque estas experiências trasladam sua emissão analógica ao suporte de internet, sem nenhum tipo de tratamento que se corresponda com a linguagem reticular da rede. Outra modalidade percebida nas análises dos casos é que são adicionados fotografias e vídeos ao conteúdo que se apresenta na internet, mas a estrutura segue a lógica da linguagem mediatizada analógica. Outra razão pode ser que a ainda esperada “revolução cultural” pela ação da rede esteja em fermentação.

4. Sobre o fenômeno da audição e o conceito de ouvinte

O tema das transformações na linguagem introduz, na pesquisa, a reflexão sobre a ampliação do conceito de audição. Uma coisa é acessar o rádio através de sinais eletrônicos hertzianos. Outra coisa é ter acesso ao rádio em internet onde há mistura de

formas híbridas (signos acústicos, visuais, audiovisuais), com uma exposição multissensorial. O anterior leva a introduzir conceitos como web ouvinte ou ciber ouvinte - leitor de formas híbridas, pois a palavra oral e o som continuam vivos; há mescla de imagens visuais e imagens acústicas.

O trabalho identificou uma metamorfose relacionada às condições do consumo e encontrou que os casos transitam por rádios de ondas eletromagnéticas ou hertzianas, *sites* das rádios, páginas de Facebook e de Youtube, aplicativos para celular como o Whatsap e Instagram. No cenário atual, são múltiplas as possibilidades de acesso e consumo de rádio. Não se descarta que o objetivo seja chegar a um maior número de pessoas e a um público diversificado e segmentado por nichos.

A consideração do conceito de audição expandida incluiu no trabalho o tema das competências cognitivas e comunicativas dos ciber ouvintes. Concluiu-se que os casos de rádio em internet, sem imagens, não requerem competências diferentes das utilizadas na audição de rádio hertziana. Porém, quando se trata de seguir uma web rádio - em estrito sentido, requerem-se conhecimentos sobre a estrutura e organização das páginas na rede, os links de hipervínculos e a descentralização dos fluxos informativos. Também precisa-se compreender as pistas para que os web ouvintes possam interagir no programa.

5. Sobre a participação, interação e interatividade

Alguns dos conceitos-chave na bibliografia relacionada com o tema da cibercultura são os de participação, interação e interatividade. Também, em parte da literatura relacionada ao rádio na internet e ao web rádio, anunciam-se como conquistas a suposta interação entre ouvintes/ciber-ouvintes e os produtores primários de conteúdo, e a rotação nos papéis de emissor e receptor. Outorga-se ao meio eletrônico, à internet e às redes sociais um potencial inter-comunicativo que foge de sua natureza. O slogan de um dos casos é ilustrativo: *“Baixem o aplicativo ‘Opina Pan’, o aplicativo que valoriza sua opinião”*. Nenhum meio eletrônico nem hipermeio têm a possibilidade de transformar o modelo vertical e transmissionista da comunicação: emissor-mensagem-receptor em um modelo dialógico. Requerem-se outras condições para construir processos de comunicação e inter-relação entre interagentes (no sentido elaborado por Alex Primo) de maneira mais democrática.

De outra parte, o anterior pressupõe que os públicos desejam participar e interagir, e que estão dadas as condições para tal fim. Múltiplas experiências de meios

comunitários vivenciaram processos participativos,¹⁸³ sem ter a mediação das redes sociais virtuais ou de aplicativos. O fundamental não é o dispositivo, senão a concepção e abordagem que se faz do processo de comunicação e dos atores sociais e institucionais que intervêm. Ainda que muitas experiências de comunicação mediática e hipermediática possuam dispositivos tecnológicos sofisticados, prevalecem em suas práticas comunicativas modelos verticais, e a ansiada interatividade se reduz aos bons propósitos ou a estratégias para ganhar mercados.

É como afirma Cicilia Peruzzo (2011, p. 950).

Não basta estar na rede; não se trata apenas de abrir uma página na internet, ter um blog ou uma webrádio. Importa desenvolver processos coletivos de ocupação e uso desse espaço ultrapassando os limites do uso instrumental de tecnologias e configurando-se como comunidades (virtuais e presenciais) geradoras de conhecimento. Em outras palavras, importa a formação de coletivos, redes inteligentes e autodeterminadas (na linha da cibernética – do ciber como capacidade de pilotar as relações no próprio grupo) em que o sentido do “nós” (nosotros em espanhol) se realize.

Na descrição dos casos selecionados, identificaram-se diversidade de formas de interação entre os realizadores dos programas de rádio (transmitidos por ondas hertzianas, página web, Facebook, YouTube, ou por Whatsapp) e seus públicos -ouvintes ou web ouvintes. O leque é amplo e envolve formas básicas de participação e interação tais como o simples cumprimento, respostas singelas às perguntas dos realizadores, ou solicitações de música. Também formas mais complexas como aquelas nas quais os públicos dos programas interagem para contribuir com a construção de conteúdos nos programas.

Os casos selecionados desenvolvem recursos semelhantes para ampliar a participação, mas também há particularidades que dependem da natureza e características de cada experiência e do próprio suporte utilizado para difundir os conteúdos. Incide o conceito que os realizadores dos programas tem sobre o “outro” e sobre o modelo comunicativo que seguem em sua prática comunicativa. Enquanto em alguns dos casos estudados, a participação é uma estratégia para cativar audiência ou para vender produtos; em outros, identificou-se vontade de diálogo, de intercâmbio e de construção coletiva de conteúdos e sentidos. Nestes últimos, exploram-se possibilidades de interação e interatividade. Em síntese, o caráter bidirecional está articulado ao desenvolvimento de

¹⁸³ Vale lembrar as experiências de rádios populares e comunitárias, da fita-fórum (ou cassete-fórum) e outras expressões comunicativas que, na sua inspiração e prática comunicativa, sempre tiveram presente incentivar a participação e a interação.

uma estrutura tecnológica funcional para tal fim, mas, primordialmente, relaciona-se com uma perspectiva de sujeito e do sincero desejo de solidificar uma proposta comunicativa e não só informativa.

Os temas da interação e da interatividade foram abordados conceitualmente em diversos momentos do trabalho. Por exemplo, no capítulo 1 tratou-se o significado destes conceitos no cenário da sociedade da informação e do conhecimento, em ambientes de cibercultura e ciberespaço, pois é ali onde localizam-se as propostas da convergência de meios e de rádio na internet. No capítulo dois, no qual especificou-se a migração do rádio analógico ao digital e ao rádio na internet, fez-se uma leitura crítica sobre a euforia que permeia parte da bibliografia referida às transformações tecnológicas no rádio e à interação e interatividade. Olhados estes aspectos nos casos estudados, percebeu-se que em alguns há confusão entre o que é diálogo e o que é resposta, e que há um modelo comunicativo sustentado no questionado “modelo informacional”. O alerta que faz Alex Primo sobre o esvaziamento do adjetivo “interativo” e que a interação não é uma característica do meio em si ou algo dado na sua natureza (2008, p.12) esteve sempre presente no estudo. Este chamado foi uma bússola para identificar, tanto em referências bibliográficas como em alguns dos programas analisados na pesquisa, traços mecanicistas e reducionistas na compreensão do fenômeno comunicativo. De igual maneira, alertou contra posturas que equiparam a relação mercado/consumo com as propostas de interação e interatividade.

6. Sobre a prática comunicativa na radiomorfoses

A história do rádio mostra que, como prática comunicativa, ele está além de ser um mero objeto. Como dimensão e como veículo, foi instaurador de formas de cultura relacionadas com a oralidade e com a capacidade de recreação, incentivada por seu grande poder de estímulo à imaginação. As estruturas híbridas do rádio na internet e do web rádio têm outras características de linguagem que incidem nas formas de produção, difusão de conteúdos, percepção e cognição por parte dos sujeitos. Mas, tais como as práticas analógicas, não estão isentas de cair na instrumentalização e serem consideradas exclusivamente como suporte. Daí a importância de pensar sobre a produção de sentido nas práticas comunicativas que acontecem no rádio na internet e a apropriação por parte dos sujeitos. No entanto, vale ratificar que esta pesquisa não teve como objetivo estudar aspectos específicos de recepção e consumo, mas reconhece que são aspectos que precisam ser pesquisados em trabalhos de natureza similar. Pode-se assinalar que as circunstâncias espaço-temporais e o contexto cultural incidem na construção da trama de sentidos

elaborados. Há uma dimensão relacional entre todos os componentes do processo comunicativo: qualquer divisão entre estes é artificial.

À maneira de observação final, as experiências de metamorfoses dos casos selecionados mostraram que estas são heterogêneas e que há várias possibilidades de comportamentos frente às categorias de análise. Conclui-se, neste item, que há um discurso plurisemântico nas experiências estudadas e que a diversidade de suas representações assinala que há mais de uma matriz envolvida.

O trabalho tentou construir uma metodologia de casos comparados para compreender as metamorfoses do rádio, buscando conciliar a discussão teórica e os movimentos empíricos das experiências dos casos estudados. Espera-se continuar aprofundando a reflexão teórica da tese e afinando instrumentos para compreender os movimentos futuros de radiomorfoses em desdobramentos vindouros.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

ABADIA JR., Humberto; MURILO, César Ramos. “**Edgar Roquete-Pinto**: o que ele tem a ver com o rádio digital.” In: BARBOSA, André; CASTRO, Cosette Takashi Tome (Orgs.). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005. (Coleção comunicação-estudos).

AGUIRRE, Roberto Fernández de Lara. **Tiempo y Comunicación humana. La temporalidad como organizadora de la situación comunicativa**. In: RIZO, Marta. *Filosofía y Comunicación: Diálogos, encuentros y posibilidades*. México: CEYTE, 2012. p. 103-120. (Colección Altos Estudios, 36).

ÁNGEL ORTIZ, Miguel; MARCHAMALO, Jesús. *Técnicas de Comunicación en Radio: la realización Radiofónica*. Barcelona: Paidós, 1994.

ÁNGEL-BOTERO, Adriana.; ALVARADO-DUQUE, Carlos Fernando. Oralidad terciaria: mirada ecológica a la radio digital. **Palabra Clave**, Bogotá, v. 19, n. 2, p. 473-500, jun. 2016. Disponível em: <<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5678/htmltá>>. Acesso em: 15 out. 2018.

ALVES, Walter Ouro. **La Radio**: la Mayor Pantalla del Mundo. Quito: Ediciones CIESPAL, 1983.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Luciana. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Caderno da Escola de Comunicação, Curitiba, 06, p. 1-12, 2008.

BAIRON, Sergio. Comunicação nas Esferas, a experiência estética e a hipermídia. **Revista USP**, São Paulo, n. 86, p. 16-27, jun./ago. 2010.

BALLSEBRE, Armand. **El Lenguaje radiofónico**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1984.

BARTHES, Roland. **Lo Obvio y lo Obtuso**. Barcelona: PAIDOS, 1982.

BOAVITA, Maria Elvira Federico. **História da comunicação Rádio e TV no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1982. 167 p. (Coleção Meios de Comunicação Social, volume 23).

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto de comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 25-41, jul./dez. 2012.

BRETCH, Eugen Bertold. Teoria do Rádio. In: MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do Rádio**: Textos e Contextos. Vol. I. Florianópolis: Inular, 2005.

BUCCI, Eugenio. Em torno da Instancia da Imagem ao vivo. **Matrizes**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 65-79, ago./dez. 2009.

_____. O tolo interativo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 21 de out. 2001. TVfolha, p.2.

CANCLINI, Nestor. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas da interculturalidade. Tradução Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.

CARVALHO, Paula Marques de. Rádio na Internet: Um espaço de Experimentação, Educação e Comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais...** São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. 15 p.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. ¿Comunidades virtuales o sociedad red?. In: CASTELLS, Manuel. **La galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad.** S.l: 2001. Capítulo 4. Disponível em: <www.chononautas.edu.pe/modulo/upload/Castells%Cap4.pdf>. Acesso em: 9 mar. 2016.

_____. **La era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura.** 4.ed. México: Siglo XXI, 2002. Tomo I.

CASTILHO, Carlos. A ‘heterarquia’, a nova palavra da moda na transição da imprensa para a era digital. In: **Observatório da Imprensa**, v. 18, n. 848, 24 ago. 2008. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/a-heterarquia-a-nova-palavra-da-moda-na-transicao-da-imprensa-para-a-era-digital/24/08/2008.P.1>>. Acesso em: 10 maio 2015.

CEBRIAN, Juan Luis. A Rede. Tradução Lauro Machado C. São Paulo: Summus, 1999. (Coleção novas buscas em comunicação; v.59)

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergencia multimedia.** Barcelona: Editorial Gedisa, 2001. 269 p. . (Serie Multimedia)

_____. **La radio en Internet.** Disponível em: <www.nebrija.com/eventos/dcaiciberperiodismo/ponencebrian.12-03-2003.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2013.

_____. **La radio em el entorno de las multiplataformas de comunicaciones.** Disponível em: <<http://blogintercomradio.files.wordpress.com/2011/09/la-radio-en-el-entorno-de-las-multiplataformas-de-comunicaciones.pdf>>. Acesso em 17 jun. 2013

CORDEIRO, Paula. Rádio como um meio social: tendências de consumo e modelos de negócio Paula Cordeiro. **Comunicação e Sociedade**, São Paulo, v. 20, 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/evill/Downloads/886-3096-1-PB.pdf>. Acesso em: 17 maio 2016.

CORTES, Carlos Eduardo. La Rádio Digital. **CHASQUI**, Revista Latino-americana de Comunicación, Quito, n. 89, março 2005. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1551-3068-1-SM.pdf> . Acesso em: 12 jul. 2016.

DÁVILA, Luis; LÓPEZ, José Fernando; PINILLA, Helena. **5-4-3-2-1... Decisiones, sonidos en vivo y en directo: Curso de capacitación radiofónica UNDA.** AL Quito: UNDA-AL y ALER, 1996.

DE PAULA, Julio. No ar - Online: reflexões sobre o rádio em tempos de convergência de mídias. In: MENEZES, José Eugenio de O.; CARDOSO, Marcelo (orgs). **Comunicação e Cultura do Ouvir.** São Paulo: Plêiade, 2012. p. 476-494.

DE SOUZA, MAURO WILSON. Recepção Mediática e Práticas Públicas de Comunicação: Processos em Mutação e Rearticulação. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 7, n. 12, enero/jun. 2010, p. 64-77.

DOMINGUEZ CÁCERES, Roberto. Reseña de la obra de Walter J. Ong: Oralidad y Escritura. Tecnologías de la Palabra, traducción de Angélica Scherp, Fondo de Cultura Económica, México, 1987, 2da. imp. 1997. **Revista Electrónica Razón y Palabra**, México, D.F., n. 75, feb./abr. 2011. Disponível em: <www.razonypalabra.org.mx> Acesso em: 23 abr. 2018.

ELDANI, Bahgat; RIFAAT, Adel. **La rádio, un medio con porvenir**. S.l.: Correo de la Unesco, 2011

FELINTO, Erick. Do Cruzamento de Competências: Vilém Flusser e a Visão da Sociedade Telemática. In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Oswaldo J. de (orgs.). **Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades**. São Paulo: INTERCOM, 2013, p.79-92.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação Espaço Cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.

GALVAO, Junior, Lourival da Cruz. **O futuro é hoje: formação em Radiojornalismo na era da convergência das mídias**. 2015. 204 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação)-Escola de Comunicações e Artes, Universidade de. São Paulo, 2015.

GIL RAMIREZ, Hernán. La radio en internet. **Revista de Ciencias Humanas**, Pereira, n. 17, sept. 1998. p. 2. Disponível em: <www.revistaweb.com/septiembre/navegar2/report.html> . Acesso em: 2 jul. 2013.

GOBBI, Maria Cristina. Comunicação em redes de afetos e emoções. In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Oswaldo J. de (Orgs.). **Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções e subjetividades**. São Paulo: INTERCOM, 2013, p. 155 -175.

HUGON, Stéphane. Desvio como estratégia para pensar a cibercultura. **Revista da Faculdade C1C Comunicação Social**, Porto Alegre, v. 6, n. 11, 2004.

JENSEN, Jens F. The concept of “interactivity” in digital television. **Intermedia**, 1999. p. 8-20. Disponível em: www.intermedia.uni.dk/publications. Acesso em: 1 jul. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JOSE, Carmen Lucia; SERGL, Marcos. Paisagem Sonora. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DA INTERCOM, 7. PDF. 18 p. (Trabalho apresentado ao NP Mídia Sonora e m Rádio)

KAPLUN, Mario. **Producción de Programas de Radio**: Quito: El guión y la realización, 1978.

LEMO, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

_____. Ciber-socialidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. **Logos: Comunicação e Universidade**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, 1997. Disponível em: <www.e-publicacoes.uerj.br>. Acesso em: 20 abr. 2018.

_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social nas culturas contemporâneas**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. **Podcasts**. Emissão Sonora, futuro do rádio e cibercultura, 2005. Disponível em: Moodle. <http://saladeaulainterativa.pro.br/moodle/mod/book/view.php?id=2274>. Acesso em: 20 maio 2018.

LEÓN, Osvaldo; BURCH, Sally; TAMAYO, Eduardo. **Movimientos Sociales en la Red**. Quito: Agencia latinoamericana de información, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

KLÖCKNER, Luciano. (Orgs.). **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

LOPEZ, Débora Cristina. Aproximações aos níveis de convergência tecnológica em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermediático. In: FERRARETTO, Luiz Artur;

_____. **(Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39., 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.

_____; QUADROS, Miriam. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Revista FAMECOS- Mídia, Cultura e Tecnologia**. Porto Alegre, v. 22, n. 3, jul./ago./set. 2015. p. 164- 181. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2015.3.20523>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

LOPES, M.I.V. Mediação e recepção: algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, p. 65-80, 2014.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1990. 225 p.

_____. **Pré-cinemas e Pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

_____. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

McCRAKEN, Grant. **Cultura e Consumo**: Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MAGNONI, Antônio Francisco; VILLEGAS, Esmeralda; Juliana GOBBI Betti. A pedagogia radiofônica de Mario Kaplún: a educação como meta possível e permanente”. In: VIDAL, Rose Maria; MELO, José Marques de; MORAIS, Oswaldo J. de. (Orgs.). **Teorias da Comunicação**: correntes de pensamento e metodologia de ensino (recurso eletrônico). São Paulo: INTERCOM, 2014. (Coleção GP’S-Grupos de pesquisa, vol. 14). p. 503-531.

MARIN ARDILA, Luis Fernando. Tecnicidades, identidades y alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. In: MARTÍN BARBERO, Jesús et al. **Tecnocultura y comunicación**. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005.

MARTIN BARBERO, Jesús. **Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y**

opacidades de la comunicación en el nuevo siglo: Internet y visibilidad social. Guadalajara: Departamento de Estudios Socioculturales. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO. Disponível em: <http://www.comminit.com/la/node/150555>. Acesso em: 5 fev. 2016.

_____. Tecnicidades, identidades y alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. In: MARTÍN BARBERO, Jesús et al. **Tecnocultura y Comunicación**. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005.

_____. **Tecnicidades, identidades, alteridades:** des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. Disponível em: <<http://www.comminit.com/la/node/150555>>. Acesso em: 5 fev. 2016.

MARTÍNEZ-COSTA María del Pilar; PRATA Nair. La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. Intercom - RBCC São Paulo, v.40, n.3, p.109-128, set./dez. 2017. PDF. Em espanhol.

MATA, María Cristina. La Rádio: Una relación comunicativa. **Revista Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 35, mar. 1993. p. 10-13.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação**. Florianópolis: Insular/Editora da UFSC, 2001.

_____. Acessos e barreiras à sociedade do conhecimento: o paradoxo do rádio informativo no Brasil. In: GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Ciências da Comunicação no Brasil democrático**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 115-137. (Coleção Verde-Amarela. Vol. 4 – As margens Plácidas).

_____. **O Rádio na Era da Informação:** Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo. 2.ed. Florianópolis: Editora da UFSC/Editora Insular, 2007.

_____. (Org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos - Volume 1. São Paulo: Intercom; Florianópolis: Insular/Posjor/UFSC, 2005.

_____.; RIBEIRO, Ângelo Augusto. O futuro no passado: o rádio e tv digitais na contramão da webergência. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 29, n. 48, p. 137-157, 2007. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/issue/view/68>>. Acesso: 15 out. 2018.

MELO, José Marques de. Prefácio Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias digitais:** convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005. (Coleção comunicação-estudos).

MENEZES, José Eugenio de Oliveira. Rádio informativo e ecologia da comunicação: o Jornal da CBN como cenário de vinculação sociocultural. In: FERRAFETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (Orgs.). **E o Rádio?:** novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. p. 205-220.

_____. **Cultura do Ouvir:** Os vínculos sonoros na contemporaneidade. 2007b. Disponível em: <<http://intercom.or.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0644-1pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

_____. **Cultura do Ouvir:** Os vínculos sonoros na contemporaneidade. In: MENEZES, José Eugenio de Oliveira (Org.). **Comunicação e Cultura do Ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012. p. 21-38.

_____. **Rádio e Cidade:** vínculos sonoros. São Paulo: Anablume, 2007.

MOTA, Regina; TOME, Takashi. Uma Nova Onda no Ar. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais-Convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005. (Coleção Comunicação-estudos).

ONG JR. Walter. **Oralidad y Escritura: Tecnologías de la Palabra**. México: Fondo de Cultura Económica, 1987. 190 p.

PERUZZO, Cicília M.K. Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania. In: **Vanguarda do Pensamento Comunicacional Brasileiro: as contribuições da Intercom (1997-2007)**. São Paulo: Intercom, 2007. p. 177-198. (Coleção Verde-Amarela volume I – O Sonho Intenso).

_____. **“Sociedade da Informação no Brasil: Desafio de tornar a internet de todos para todos”**. Em: Sociedade da informação e novas mídias: participação ou exclusão? Cicília Peruzzo e Juçara Brittes (Orgs). São Paulo: INTERCOM, 2002. (Coleção INTERCOM de comunicação; 14), 139 p. Págs. 45 a 53.

_____. O rádio educativo e a cibercultur@ nos processos de mobilização comunitária. **Revista Famecos-Mídia, Cultura e Tecnologia**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica de Rio Grande do Sul, V. 18, Nº. 3, setembro/dezembro 2011, p. 933-958.

PINHO, José Benedito. O combate pela democracia midiática na sociedade digital. O que fazer para eliminar a exclusão cultural, construindo uma sociedade do conhecimento, neste início do século XXI? In: GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Ciências da Comunicação no Brasil democrático**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 85-92. (Coleção Verde-Amarela, As margens Plácidas, vol. 4).

_____. (Org.). Natureza do texto periodístico digital, p. 113. In: **Comunicação Brasileira no Século XXI-Intercom:Ação, Reflexão**. São Paulo: INTERCOM, 2007. (Coleção Verde-Amarela, A Clava forte, vol. 2)

PRADO, Claudio Prado; CAMINATI, Francisco. Sinapse XXI: Novos paradigmas em comunicação". In: **Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

PRATA, Nair. Web rádio: novos gêneros, novas formas de interação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Insular, 2009a.

_____. A web rádio e a geração digital. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. 32., Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2009b.

_____. Panorama da web rádio no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., Manaus. **Anais...** São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 15 p.

_____. **Web rádio: novos gêneros, novas formas de interação**. 2008. 395 p. Tese de Doutorado em Linguística Aplicada) -Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

_____; CALDAS, Sônia; AVELAR, Camilla. Do Sonoro ao Visual: modos de ressignificação da programação hertziana de uma rádio brasileira. In: CONGRESSO IBERCOM, 15., 2017, Lisboa. **Anais...** Lisboa: Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, 2017. 20 p.

PRATA, Nair. **Panorama da web rádio no Brasil**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013. 15 p.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2008. 240 p. (Coleção Cibercultura).

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura**: a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Presença, 1994.

RODRÍGUEZ REZÉNDIZ, Perla Olivia. México: nuevas opciones en la rádio. **AL TABLERO**, Bogotá, n. 33, feb./marzo, 2005. Disponível em: <<http://www.mineduacion.gov.co/1621/article-87606.html>> Acesso em: 2 jun. 2016.

RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Cibercultura**: Perspectivas, questões e autores. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2013. 319 p. (Coleção Cibercultura).

SALAZAR ESPINOZA, Karina Hortência. O ciberleitor do jornal digital: estudo de caso do site de informação NetEstado. 200 p. Dissertação de Mestrado em Comunicação. -Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no Ciberespaço**: O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Matrizes da Linguagem e Pensamento**: sonora, visual, verbal: aplicações na hipermídia. 3.ed. São Paulo, Iluminuras; Fapesp, 2013.

SCHAFER, R. M. **A afinação do mundo**: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora. Tradução: Marisa Trench Fonterrada. São Paulo: Unesp, 2011.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. A oralidade mediatizada revisitada sob o tear de Michel Serres. In: MENEZES, José Eugenio de O.; CARDOSO, Marcelo (Orgs.). **Comunicação e Cultura do Ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012. p. 83-98.

SILVA, MARCO. **Sala de aula interativa**. Rio de Janeiro: Quartet, 2000. 232 p.

SLOTERDIJK, Peter. **Esferas III Espumas-Esferología plural**. Traducción de Isidoro Reguera. Madrid: Ediciones Siruela, 2006. 730 págs. (Biblioteca de Ensayo 48 Serie Mayor)

TAVARES, Olga. Tecnologia e mídia radiofônica: mudança de paradigma à vista. In: NUNES, Pedro (org.). **Mídias Digitais e Interatividade**. João Pessoa: EDUFPB, 2009.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 5.ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRIGO-DE-SOUZA, Ligia Maria. **Rádios@internet**: o desafio do áudio na rede. 236. Dissertação Mestrado em Comunicação. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

_____. As categorias do rádio na Internet. **Revista USP**, São Paulo, n. 56, dez./fev. 2002/2003.

TRINDADE, Eneus. Recepção publicitária e práticas de consumo. **Revista Fronteiras. Estudos Midiáticos**, São Leopoldo: UNISINOS, V.10, Nº2. mais/ago. 2008b, p. 73-80.

TRIVINHO, Eugênio. **O mal-estar da teoria**: a condição crítica na sociedade tecnológica atual. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

VASQUEZ RODRIGUEZ, Fernando. Amigos invisibles - Abordajes al lenguaje radiofónico. **Revista Signo y Pensamiento**, Bogotá, n. 33, 1998.

VILCHES, Lorenzo. El Lenguaje red: sistemas de pensamiento y culturas de migración. In: MARTÍN BARBERO, Jesús et al. **Tecnocultura y comunicación**. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005. p. 55.

VILLEGAS URIBE, Esmeralda. A web rádio, um complexo modelo de interações comunicacionais e culturais. Em: POSCOM Seminário de alunos de pós-graduação em Comunicação, 13., Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica-PUC, 2016. < <http://poscom.com.puc-rio.br/index.php/noticias/item/50-anaisposcom2016>. Acesso em: 13 mar. 2016. 16 p

_____. O rádio digital e o rádio na internet: além das transformações tecnológicas. **UNI revista**, São Leopoldo, UNISINOS. , v. 1, n. 3, jul. 2006. 15 p.

_____. O rádio digital e o rádio na internet: além das transformações tecnológicas. **UNI revista**, 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIr ev_Villegas. PDF>. Acesso em: 23 abr. 2017.

_____. **A Rádio Popular da Vila Nossa Senhora Aparecida**: Uma proposta de Comunicação Popular. 502 p. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 1997.

ANEXOS

ANEXO A- ROTEIROS DOS PROGRAMAS DO CORPUS

Os roteiros são produto do registro e da transcrição realizada da audição e análise dos programas transmitidos por diversos suportes:

-Emissoras de rádio, ondas hertzianas

-Emissoras de rádio com transmissão por páginas de Internet:

- Com webcam (mostrando imagens ao vivo e em direto)
- Sem webcam (irradiando somente áudio, seja em direto ou replay do programa)

-Programas transmitidos a través de páginas de Facebook:

- Com transmissão ao vivo e em direto - imagens de cabine.
- Com transmissão diferida (não em tempo real).

-Programas transmitidos através do canal de YouTube da emissora.

A observação se realizou em alguns casos pelo no notebook, em outros pela transmissão em páginas de Facebook, vistas no celular, e em outros casos através do aplicativo WhatsApp, no celular.

Nos roteiros se destacam palavras e parágrafos em negrito que são aspectos relevantes da audição ou visão, retomados nos capítulos de descrição e análise da amostra.

Alguns roteiros têm uma transcrição literal da fala dos locutores e outros contêm uma síntese do que foi transmitido, escrito à maneira de ideias gerais. São programas com excesso de fala e ideias repetidas; sendo assim optou-se por extrair as falas principais. Ainda, em outros casos, se misturam as duas modalidades de transcrição.

ANEXO B - PROGRAMA “MORNIG SHOW”

PROGRAMA 1. “MORNING SHOW”, 13/04/2017 (QUINTA-FEIRA).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO: Através de rádio análoga, ondas hertzianas e por página de internet da emissora.

Créditos de início do programa. O programa inicia com o slogan de abertura “*Jovem Pan, Morning Show*”.

TEMAS TRATADOS (T):

T.1. Saída da Ana Paula do programa “Big Brother”. Desenvolvem brevemente e convidam aos ouvintes para seguir o debate através do chat do programa. Convidam aos ouvintes a enviarem um mini vídeo com um depoimento falando do porque acham que X ou Y podem participar na temporada do BB 2018. Entre os participantes será rifada uma camiseta.

T.2. Política- Tema da corrupção. Caso Odebrecht e os depoimentos que estão sendo divulgados. [Transmitem trechos dos envolvidos]. Referem-se a que são depoimentos de 2 a 4 horas. Assinalam que Lula e Dilma estavam informados sobre os pagamentos que se faziam na Petrobras, e se referem aos dinheiros recebidos pelo Instituto Lula. No desenvolvimento da informação falam que o sistema da corrupção leva mais de 30 anos no Brasil, que é institucionalizada e tem participado ex-presidentes, ex-ministros, etc. dizem os condutores que se trata, de uma corrupção sistêmica.

T.3. Series de Netflix para o feriado que se aproxima.

T.4. Participação de Niki Martin e Penélope Cruz em um filme.

INTERVALO SONORO: Pré-gravado “Jovem Pan FM, uma programação diferente”, “**Baixem o aplicativo ‘Opina Pan’, o aplicativo que valoriza sua opinião**”, “**Morning Show também é televisão**”.

Retoma do T.2. e desenvolvimento de T.6. Série sobre a vida do famoso desenhador de roupa Versaci.

Retorno do tema do Big Brother (T.1) e da situação de suposta violência de Marcus contra Emily, razão pela que foi expulso da série. Referem-se a comentários de algumas seguidoras do Marcus: “Força Marcus e me bate”. Entrevistam no segmento, em direto, a Ana Paula Renault quem participou no BB, mas que foi expulsa dele. Ela afirma que o programa passou de ser “de entretenimento a caso da polícia”. A entrevistada relata situações que aconteciam nas gravações do programa, e o assédio que se vivenciava. Afirma que nenhuma das finalistas merece vencer o BBB 2017.

[Condutores do programa aproveitam a presença de Ana Paula para colocar os vídeos que foram enviados pelos seguidores do programa].

Condutores do programa animam aos ouvintes para baixar o aplicativo “Opina Pan”. E afirmam: “**O aplicativo que valoriza sua opinião**”. Nesta emissão, direcionam para a política e cultura.

PUBLICIDADE: Ao longo da emissão se realizam cortes publicitários referidos a produtos, serviços ou ao próprio programa ou emissora. Entre esses: Lojas Cem, Go Travel e o concurso para uma viagem com destino a Los Angeles [Assim como na página web www.gotravel.com.br/ Restaurantes/ Cartão de crédito.

MÚSICA: Há diversas variações musicais, em geral em inglês. Às 11 horas.

SLOGANS: “*Jovem Pan, uma programação diferente*”. / “*Mornig Show também é TV*”, “*Jovem Pan, [www.mornig show/JP](http://www.mornigshow.jp)*”.

Despedida e créditos finais do programa. Fechamento

PROGRAMA 2. “MORNING SHOW”, 17/04/2017 (SEGUNDA FEIRA).

MODALIDADE DA AUDIÇÃO: Através de rádio análoga, ondas hertzianas e internet, através da página web, na Live (ao vivo).

Créditos de início do programa. O programa inicia com o slogan de abertura “*Jovem Pan, Morning Show*”, e imediatamente se referem aos destaques do dia: Odebrecht, novidades musicais, e transmissão em direto de realização de tatuagem de um dos jornalistas.

Os jornalistas do programa convidam aos ouvintes/espectadores, para que entrem no youtube.com/Morning Show, Jovem Pan, pois “*além da transmissão ao vivo, podem acessar a todas as entrevistas*”. Também dizem: “*Você do twitter, participa com a gente*”, “*quero saber de você que acompanha pelo Youtube. Envia, mostra um vídeo com sua tatoo*”. “*Fala se que arrependeu de fazer a tatuagem, ou por que fez a tatuagem*”. “*Você interagindo com as notícias do dia a dia*”.

Condutores repetem que a Jovem Pan é “*Uma programação diferente*”.

TEMAS TRATADOS (T):

T.1. Odebrecht. Falam do pagamento de propinas e das delações. Refere-se ao comentário do presidente Temer: “Existe vida além da delação”.

10.17- MÚSICA. (Tema em inglês, completo).

T.2. Novidade Musical. O tema de Zezé de Camargo que é acusado pelo parceiro da dupla (Geraldo Luiz).

T.3. Repete-se o tema da tatuagem realizada em vivo, no momento da transmissão do programa. Assinalam que se trata de um desenho complexo e de fazer a tatuagem não com uma imagem senão com uma frase.

T.5. O tema do Big Brother e da Emily. [misturam com o tema da tatuagem].

10.31- Referem-se às **3.700 pessoas que escutavam o programa, para acompanhar em direto**.

10.32-PUBLICIDADE: Show musical/ Inovações tecnológicas/ vigilância/ limpeza/ Tamarine Fibra, Embratel/ Go Travel (concurso para viajar aos Angeles, USA).

10.40- T.5. Tensão entre Coreia do Norte e os Estados Unidos. Helen Braum refere-se ao aniversário do presidente da Coreia do Norte e do desfile militar que fizeram na sua honra, e do míssil que foi explorado. Referem-se à visita do vice-presidente dos Estados Unidos à zona desmilitarizada entre as duas Coreias,

10.45. - MÚSICA (tema em inglês, completo).

10.59. - PUBLICIDADE. Lojas Cem

11.00. - MÚSICA (Tema em inglês, completo).

T.6. Entrevista com Fernanda, da banda SOUL. Falam da situação da mulher, da música de brinquedo e depois a cantora toca a viola e canta.

Falam da Emily, da homenagem para ela. Retomam o tema da tatuagem e do trabalho que faz Juliana como tatuadora. **Convidam para que as pessoas vejam na live o tatoo. Depois falam de futebol e dos resultados da partida do Palmeiras.**

11.25: - T.7. Os concertos de Paul McCarthy e do Justin Bieber cantando em espanhol [fazem brincadeira sobre o Bieber e a participação deste no vídeo com Luís Fonsi e Dary Yanki]. Anunciam que no programa de amanhã **passarão os áudios** das pessoas que gravaram e enviaram falando sobre as experiências das tatuagens.

PUBLICIDADE:

Repetem o concurso organizado pela Go Travel para participar da rifa de uma viagem aos Angeles, Califórnia. / Cem e seus eletrodomésticos.

Na parte final do programa, animam aos ouvintes-espectadores, para quem desejar fazer uma tatuagem, procure a Juliana, [maneira indireta de fazer a publicidade da tatuadora].

Enviam também uma mensagem de recuperação para um amigo que está em Minas Gerais.

Despedida e créditos finais do programa, Fechamento.

PROGRAMA 3. “MORNING SHOW”, 18/04/2017 (TERÇA FEIRA).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO E VISÃO: Através das ondas hertzianas (rádio análoga) e simultaneamente na internet, através da página web, na Live (ao vivo).

Créditos de início do programa. O programa inicia com o slogan de abertura “*Jovem Pan, MorningShow*” “Imagem do estúdio de transmissão em plano geral com cenografia de set e os jornalistas dispostos em seus lugares

TEMAS TRATADOS (T).

T.1. Política. Julgamento do Mensalão, a duração do Mensalão. Atividades do juiz Sergio Moro. Helen Braun faz comentários sobre Eduardo Cunha e o presidente Temer, e se refere a uma entrevista que o Temer deu à TV Bandeirantes sobre o tema da delação e do Obredecht como também sobre os empréstimos de 40 milhões de reais. Comenta-se sobre a reunião onde Eduardo Cunha queria cumprimentar ao presidente do partido e ao confronto de versões sobre o que aconteceu nessa reunião. O presidente do partido, informa a jornalista, disse não se preocupar pelas declarações de Cunha. Trata-se- de uma vingança de Cunha contra o Temer.

Outro dos condutores do programa Referem-se ao poema de Drummond “Quadrilha”.

T.2. Notícia sobre o site da Globo “EGO” que registra as atividades das celebridades. “Noticias vazias” disse o jornalista. [os jornalistas do programa aproveitam para burlar-se um pouco do tema e da falta de informação do site.

T.3. Comentários da parceria da cantora Anita com Iggy Azalea, cantora australiana. Anunciam que o tema musical das duas vai ser lançado em maio. Refere-se à carreira internacional de Anita.

Observação: no programa, não há participação dos ouvintes nos temas transcendentais (política, economia), mas anunciam um aplicativo onde as pessoas podem participar comentando sobre estes temas. Parece ser que as opiniões dos ouvintes ou espectadores, não se divulgam nem na modalidade análoga nem no chat do programa ao vivo.

Há repetição da informação de áudio (modalidade análoga do programa), e da modalidade audiovisual acessada através da página do programa e do youtube. Exemplo concreto: Ana Paula Renault.

10:28. - IDENTIFICAÇÃO SONORA, PREGRAVADA DA EMISORA: “Jovem Pan, Mornig Show”.

PUBLICIDADE: Convite para uma festa que se realiza de 8 a 18 de julho, venda dos pacotes para as apresentações. / Tamarine Fibra “Para o dia começar bem”.

ANUNCIO: Condutores informam da existência do aplicativo Opina Pan: “o aplicativo que valoriza sua opinião” (aplicativo para Android).

PUBLICIDADE: Tecnologia em vigilância e limpeza/ Loja Cem.

ANUNCIO: @rádio Jovem Pan, concurso para que os ouvintes ou espectadores, postem um vídeo imitando cantores de rock, “uma vitrola retrô”.

T.4. A jornalista Paulina comenta que “o pessoal está enviando perguntas para os meninos que vem para a entrevista”. [se refere aos três atores da série “*13 Reasons Why* ... “da Netflix, convidados ao programa para falar da série].

T.5. ENLACE com o repórter do Rio de Janeiro para falar sobre o Jogo da “Baleia Azul”, onde o jovem tem que cumprir tarefas iniciando pelas mais simples até chegar às mais complexas. Falam dos casos onde suicidam-se jovens para cumprir os desafios que lhes ditam e as pressões que lhes são impostas. O repórter relata dois casos: a) a filha que mostrava atitudes estranhas 2) o suicídio de um jovem no interior do Estado.

A reportagem fala que a Polícia está monitorando o caso pois há crianças que estão sujeitas às pressões dos realizadores do jogo no site. Mencionam que o jogo vem do leste da Europa e que chegou no Brasil onde dão instruções às crianças e aos jovens. (Fala que às 4:30 a.m.). Repetem que no jogo se faz pressões e ameaças,

que os jovens tem que tirar fotos em situações de risco ou perigo, que devem se fazer corte e mostrar nos vídeos. Repetem que se induz ao suicídio.

10.40: - Entro no YouTube para ver em direto o programa deste dia que já vinha escutando no rádio. Primeiro através do notebook (fixo na escrivaninha) e com intervalos de exposição através do YouTube, mas no celular, para analisar o tema da mobilidade própria na exposição do programa.

T.6. Paulinha Refere-se a conversa entre Lady Gaga e o príncipe William falando sobre a saúde mental e detalham o apoio do príncipe William em causas desta índole.

Observação: Passam vídeo de Lady Gaga e do Príncipe William.

-Se retoma o tema 1: Política- o Júri Sergio Moro e o Lula. E assinalam que “o Lula deve estar nas audiências para escutar as declarações referidas as acusações”. Os jornalistas do programa comentam que o advogado de Lula assinala que tudo se trata de uma acusação de Moro contra Lula.

10:49: - MÚSICA (tema em inglês, completo).

Retorno do T.4. Os condutores do programa comentam que reunirão parte do elenco da série do Netflix “13 Reasons Why...”. No programa. Também retomam o tema da super série da Globo (na novela das 23 hs. “Os dias eram assim”.

OBSERVAÇÃO: Chama a atenção como os jornalistas passam de temas sérios a temas ligeiros sem nenhum constrangimento. É como se tudo pudesse ser colocado na mesma balança.

PUBLICIDADE: Go Travel e a promoção do concurso para ganhar uma viagem de graça aos Angeles-CA e nomeiam a página www.gotravel.com.br

-Soltam os áudios que enviaram os ouvintes/espectadores, falando sobre as tatuagens e aparece na tela do computador do set do programa, uma foto da imagem de Nossa Senhora Aparecida. Os áudios dizem:

“Me arrependo porque ficaram feias” / “Não faria sobre esse tema” /.

O incentivo para os concorrentes que enviam áudios, é participar da rifa de uma camiseta.

11.01: - Se desenvolve o Tema 4: entrevista com parte do elenco da série “13 Reasons Why”. (Brandon, Jessica Alice e Cristian Navarro).

11:02 – PUBLICIDADE do concurso da camiseta/ Divulgação do Facebook da Jovem Pan/ Tamarine Fibras/ Jovem Pan F.M.com.br/ Lojas cem.

11:04 – MÚSICA (tema em inglês, completo). Slogan pré-gravado “*A Mornig Show também é TV*”.

11:10 – Continua o desenvolvimento de Tema 4: Entrevista com parte do elenco de “13 Reasons Why...” (treze razoes pelas quais...).

[Se inicia o bate papo entre a equipe jornalística e os atores que estão ao vivo no “Morning Show”. A entrevista é em inglês, mas traduzem simultaneamente]. Perguntas sobre impressões gerais do Brasil, os fãs brasileiros, a caipirinha. Os jornalistas referem-se às críticas que a série tem recebido, assinalam a matéria que foi divulgada no Washington Post pela maneira como a serie mostra o suicídio, como se fosse uma redenção. Um dos convidados responde afirmando que é na realidade onde estão acontecendo esses casos e que a serie abre o espaço para um diálogo sobre o que está acontecendo. Referindo-se ao artigo do jornal afirma: “*Se eles (Escola, Padres, etc.), não sabem como lidar com isso, a série trata o tema*”. “*Tem que se mostrar tudo isso, mesmo que seja chocante*”. Os condutores do programa completam dizendo que há que debater as razões do suicídio (bullying, abusos, violência, conflitos familiares, etc.).

-Anunciam o ganhador do concurso da camiseta: Renato... de Guarulhos, S.P.

-Despedida do programa: “**Você ouviu a Jovem Pan**”. (Porém não se disse nada para os que assistiram pelo YouTube).

-Aparece no áudio (no rádio) e na tela do computador que está atrás dos jornalistas esta mensagem: “*Uma vitrola retrô para você curtir o vinil do álbum ‘Divide’*”.

-Créditos finais. Fechamento.

PROGRAMA 4. “MORNING SHOW”, 19/04/2017 (QUARTA FEIRA).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO-VISIONADO: Audição através do rádio (análoga) e visionado através de YouTube (no notebook fixo e pelo aplicativo da Jovem Pan no celular).

Créditos de início do programa. Imagem do estúdio de transmissão em plano geral com cenografia de set e os jornalistas dispostos em seus lugares.

TEMAS TRATADOS (T).

T.1. A visita do Papa Francisco ao Brasil. [convidam às pessoas para que enviem mensagens pelo WhatsApp do programa: 11-9311]

T.2. As correntes que circulam nas redes sociais. Se convida aos ouvintes/espectadores a enviarem mensagens falando se gostam ou não dos desafios, campanhas, das correntes, etc., que circulam nas redes.

T.3. Os atores da série de Netflix “*13 Reasons Why*.” Que estiveram ontem no programa.

T.4. A dentadura do senador do PMDB Hélio José saiu da boca quando estava dando um discurso. Falam de outros casos semelhantes quando a dentadura cai.

T. 5. Sergio Moro e o depoimento sobre a história da existência do caixa 2 e da listagem de políticos que participaram nesta prática. Se menciona que inclusive houve dinheiro que apoiou as candidaturas presidenciais.

10:18 – No chat do programa, na transmissão pelo YouTube, aparece registrado o número de 2.816 pessoas, e pouco depois ascende a 2.850. Às 10:25, o número chega a 3.263.

10:30 – PUBLICIDADE. Convite da festa de 8 a 16 de julho/ Tamarine fibras “*Para o dia começar bem*” / Loja cem/ Tecnologia ECHL/.

[na transmissão audiovisual, a câmara se mantém em um plano geral, os jornalistas descansam, conversam entre eles, olham o celular; tudo é visto pelos espectadores. E na tela do computador no fundo do set, aparece o logo “Jovem Pan Morning Show”].

10:39- No chat aparece o número das pessoas que estão conectadas: primeiro 3.521 e logo, o número ascende a 3.534.

[é difícil realizar outra atividade se estivesse assistindo o programa pela internet no youtube, pois exige atenção constante para poder seguir os diversos recursos que são colocados: visuais, audiovisuais, texto, áudio, vídeo, etc. Daí que a rádio análoga, pelo seu caráter uni sensorial, permite maior liberdade para realizar outras atividades em quanto se escuta o conteúdo].

10:40 – MÚSICA(tema completo em inglês).

[as imagens enriquecem as notícias que se estão desenvolvendo, fazem atrativa as informações oferecem mais informações e conhecimentos das situações ou pessoas das que estivesse falando, mostram a imagem, a fotografia; mas também este tipo de hibridação de linguagens, exige o tempo todo atenção e dificulta a realização de outras atividades pois condiciona ao seguimento da diversidade de estímulos.

De outra parte, há diferença de assistir o programa em um PC-fixo, sem possibilidade de mobilização, ou de assistir a través de um aplicativo no celular onde há maior liberdade de movimento no local ou mesmo de transferir o aparelho de um canto para outro.

T. 6. Cancelamento do show de Vitor e Leo no Festival de Pelotas que se realiza em 14/06 devido a que Vitor é reo de um processo.

[coloca-se o comunicado impresso na tela do computador]. Surge um debate na equipe jornalística sobre a incidência do fato.

10:45-Retoma-se o tema 1 do Papa Francisco e sua recusa de vir para o Brasil no mês de outubro. **[colocam uma foto do Papa na tela do computador].** A equipe lança diversas interpretações do fato, entre essas que o Papa não vem porque seria contraditório devido aos acontecimentos políticos do Brasil, o impeachment da Dilma Rousseff e o governo de Temer. Introduzem que é assunto da CNBB que tem uma posição contra as reformas iniciadas por Temer. [se realiza uma parodia de Temer], e uma das condutoras do programa (Paulina), fala sobre os que esperariam os católicos do Papa.

10:46- MÚSICA. (Tema em inglês “*Pretty Woman*”, completo).

T.7. Eleição de Julia Roberts (49) como a mulher mais bonita do mundo. Os jornalistas falam que ela já recebeu este título 5 vezes. Debatem se deveriam mudar o título de “mulher mais bonita”, por “a mulher destacada”.

10:52: - Inserem slogan sonoro da Jovem Pan.

PUBLICIDADE: Go Travel/ Promoção do foro que se realiza o dia 24 de abril “Mitos e Fatos”, das 8:00 às 13 no Hotel Tivoli em S.P. Convidam aos ouvintes/espectadores.

Se faz a leitura de algumas mensagens que chegaram, alguns manifestam desacordo com os comentários de Paulina.

PUBLICIDADE: Concurso da Go Travel/ Loja Cem/ Mensagem institucional referida à anticorrupção: “*O Brasil não aguenta mais*”.

Retorno do T.2. As correntes nas redes sociais. **Se divulgam as respostas referidas ao tema das correntes que se colocam no Facebook. Helen Braum refere-se à brincadeira “verdades e mentiras” e narra que a única mentira colocada no muro dela, é uma sobre suposta cicatriz. Colocam as mensagens (4) enviadas pelos ouvintes-espectadores, gravadas e enviadas pelo WhatsApp. Além de colocar-se os áudios, saem imagens dos jornalistas em estúdio e o número de WhatsApp na tela do computador.**

11:10- **Os jornalistas voltam ao tema da política, (T.5). Na tela do computador (localizado no fundo do Set atrás dos jornalistas; aparecem as imagens de alguns dos políticos envolvidos na Odebrecht. Também se postam imagens dos proprietários das empreiteiras que estavam envolvidos no pagamento. “Vai ser muito complicado que se acabe a corrupção. Teria que sair toda a família que é a dona da empresa”, disse um dos jornalistas do programa. Em primeiro plano da câmara se coloca a imagem na tela do computador com a fotografia da família Odebrecht.**

11:17. - T.7. TEMAS VARIADOS. Futebol (a Chapecoense que está-se reconstruindo). **Colocam a imagem do escudo da equipe Chapecoense na tela do computador, atrás dos jornalistas.** Falam das equipes de futebol do Flamengo e do Inter.

11:20 - MÚSICA. (Tema completo em inglês “*I follow you deep sea baby*”).

11:25 – Retorno do T.7. Notícia do filho de Trujillo (baixo do grupo de Heavy Metal) para que toque com o grupo musical Korn, na turnê em São Paulo (neste dia).

No final do programa se dá o nome do Concurso da Camiseta.

Finaliza o programa com o slogan de “Mornig Show”.

No chat do programa aparecem 1577 visualizações.

Despedida do Programa. Créditos. Slogan: “Mornig Show”, da Jovem Pan. Fechamen

PROGRAMA # 5. “MORNING SHOW”, 20/04/2017 (QUINTA FEIRA).

MODALIDADE DA AUDIÇÃO-VISIONADO. Através das ondas hertzianas (rádio análoga) e simultaneamente na internet, através da página web, na Live (ao vivo).

Créditos de início do programa. Imagem do estúdio de transmissão em plano geral com cenografia de set e os jornalistas dispostos em seus lugares.

Slogan falado: “*Mornig Show também é TV*”. “*Mornig show, a revista rádiofônica*”.

Anunciam os canais para a participação no programa, comentam que é necessário inscrever-se no youtube do programa, e assim pode escrever no chat. “*Dí algo*”, anuncia o jornalista. [eu mesma me inscrevi hoje no canal de youtube do programa Morning Show e escrevi no chat].

TEMAS TRATADOS (T):

T.1. Imitação do ex-presidente Lula realizada por um dos jornalistas do programa (Vinicius). [convidam aos ouvintes/espectadores para que enviem em áudio ou em vídeo suas imitações).

T.2. Comentam sobre a demissão de um apresentador de um importante meio televisivo, por assédio sexual. [posteriormente se referem a que era da FOX e colocam na tela do fundo, a foto do apresentador]. Se perguntam sobre o profissionalismo do jornalismo e assinalam que o funcionário trabalhou por 21 anos no cargo.

T.3. Repórter Trindade fala dos protestos gerados pelas propostas de mudanças nos empregos, dos debates sobre as necessidades das reformas trabalhistas.

T.4. Procuradores pedem prisão de Claudia Cruz, mulher do deputado caçado Eduardo Cunha. **[colocam fotografia do casal na tela do computador do fundo].**

T.5. Temas variados: Emily, aposentada que pagou 1200 reais para que ganhasse sua preferida, ela perdeu a filha 4 meses atrás. [colocam foto de Emily]. / O assunto do Fausto e a bailarina do programa,

10:23- MÚSICA (tema de Rock, em inglês, completo).

T.6. A jornalista Paulina, da equipe do programa, fala sobre a realização do “Rock in Rio” e também sobre os músicos que veem para o “São Paulo Trip”, evento que se realizará 4 dias após o “Rock in Rio”. Assinala que serão 4 dias de show com grandes nomes (Alice Cooper, Aerosmith, *Gunand Roses*). Fala sobre a banda The Who. Mencionam que a ideia vem da Califórnia, nos Estados Unidos, que o nível do evento é alto e que há muita expectativa. Os jornalistas debatem sobre a especulação do preço dos ingressos.

10:29- PUBLICIDADE: *Go Travel* (concurso de viagem) / Concerto Musical/ Vigilância e Limpeza.

SLOGAN: “*Fique conectado*”. “*O mais completo aplicativo*”, “*Mais de 40 webs rádios*”.

10:32. PUBLICIDADE: Propaganda da Tamarine Fibras/ “*Tamarine fibras para o dia começar bem*”. / Jovem Pan, 100.9/ Loja cem/ Festa em Porto Seguro, 08 a 16 do 07/ *Mornig Show*/.

T.6. O repórter Roberto Viga, desde Rio de Janeiro refere-se a que as crianças acham que a Baleia Azul é um brinquedo. Desenvolve o tema.

T.7. Jornalista, fala de Cabral e o 7º processo que leva em conta. **[colam montagem com fotos do Rio: do Cristo Redentor]**. Retomam o tema da corrupção sistêmica, da roubalheira do Sergio Cabral. [intervém com análises o jornalista do programa, Augusto].

T.8. O jornalista Viga fala sobre os dois policiais que executaram 2 delinquentes no Rio de Janeiro.

- Se retoma o tema de abertura do programa T.1 referido `a imitação de Lula. Aparece na tela do computador, foto de Lula. O imitador/jornalista do programa (Vinicius), convida para que as pessoas enviem imitações. **[anuncia o WhatsApp para que enviem mensagens]** se articula com o seguinte tema.

T.9. Se introduz o tema do triplex de Lula no Guarujá no condomínio “*Solarium*”. O jornalista comenta que o advogado de Lula afirma que dito triplex é da empreiteira OAS. Os jornalistas (Helen e Augusto) referem-se ao tema dos delatores e assinalam que a empreiteira pagou para arrumar o sitio de Atibaia. Se referem a que o Lula está envolvido e que existem muitas provas contra ele.

10:52- MÚSICA. (Em inglês). [Em quanto passa o tema musical, colocam na tela o logo tipo do programa “Mornig Show”].

T.10. Paulina (Paula Carvalho) fala do filme Aladim e das adaptações dos clássicos feitos por Walt Disney. Fala dos protagonistas (Aladim, Jasmim, outros) e da opção de que o Will Smith interprete o Aladim.

Na tela aparece o WhatsApp dos programas para que enviem imitações de Bob Esponja, Silvio Santos e outros.

MÚSICA: (em inglês). [Em quanto passa o tema musical, colocam na tela o logotipo do programa “Mornig Show”].

- Na tela aparece o WhatsApp do programa (11-93... para que enviem imitações de Bob Esponja, Silvio Santos e outros.

11:00- PUBLICIDADE: *GO TRAVEL*/Tamarine Fibra/ Jovem Pan

MÚSICA: “*Hey Soul Sister*”.

- Os Jornalistas se referem as mensagens recebidas pelo WhatsApp, propondo pessoas para protagonizar as séries de Disney.

[No Live Chat aparecem 3.308 participantes às 11:00 horas, depois aparecem 3.295 às 11.01. Se pode ver na página que há 51.001 inscritos na página]

T. 11. Helem Braum se refere à situação da Venezuela e na tela (atrás da jornalista), **aparece a fotografia do Nicolas Maduro**. Se fala sobre a repressão para aqueles que protestam e que não podem sair do país. A equipe faz uma crítica ao Socialismo do século XX. Se faz crítica a Maduro e o jornalista Augusto diz que vai acontecer uma intervenção militar.

T.12. **Futebol. O jornalista Vinicius expressa sua decepção pelo resultado da partida, a eliminação do Corinthians. [postam na tela a foto de Neymar chorando].**

11:17. - O jornalista Vinicius dá a hora imitando a voz de um jogador de futebol.

MÚSICA: (Tema em inglês, completo).

Na Live do chat aparecem neste horário 3.192 pessoas conectadas.

11:20; T.14. Se fala de cine e dos filmes que estão em cartaz e o que vai chegando no cinema. “O Mundo de Greta”), o filme nacional “Joaquim”, uma ficção sobre Tiradentes.

Tema da enquete “Opina Pan”: gosta do cinema? E dizem “outra via de participação para você, baixe o aplicativo...”.

Às 11:30 horas, há 2.837 pessoas conectadas.

Despedida do programa com o slogan: “Você ouviu Morning Show”.

PROGRAMA 6. “MORNIG SHOW”, 21/04/2017(Sexta Feira).

MODALIDADE DA AUDIÇÃO: Através das ondas hertzianas (rádio análoga) e simultaneamente na internet, através da página web, na *live* (ao vivo).

Inicia o programa com o slogan pré-gravado “*Mornig Show-Jovem Pan*”.

TEMAS TRATADOS (T):

T.1. Ulisses Neto com a reportagem sobre eleições na Inglaterra e na França.

T.2. Moda e Jovens

-O Jornalista Edgar disse: “Assine nosso canal do youtube, acesso ao streaming ao vivo. Se podem rever entrevistas. Tem conteúdo exclusivo pela internet”.

T.3. Parceria de Justin Bieber com Luís Fonsi e Dary Yanky no tema musical “Despacito”.

T.4. Lava jato. Reportagem do jornalista Trindade, desde Brasília. Revelações do mundo político. Delação de 7 políticos envolvidos. **[aparece vídeo de Trindade]**. Menciona como eles se “cuidam” com estratégias para assegurar sua liberdade e para conseguir amnistias. Intervenção de Helen Braum no estúdio, ao vivo, falando do problema de relativizar a moral e da necessidade de estar atentos frente a esses discursos.

A equipe toda em cabine, faz burla dos políticos e suas tramas. Helen retoma a crítica referida à relativização da moral e da ética de que não se pode aceitar uma lei que tenta apagar à autoridade, “*não engolir os discursos de que os partidos estão limpos*”. O jornalista Augusto complementa referindo-se ao assunto dos princípios dos quais falava Tancredo Neves.

Retorno do T1. Ulisses Neto, repórter em Londres, fala da Campanha na França e na Inglaterra. O tema do Brexter, as vantagens no Parlamento. Assinala que no próximo domingo é a disputa do primeiro turno das eleições e que há debate na França para tirar o país da União Europeia.

10:26. [conectados no chat 1.117 de pessoas.

Análise coletiva dos jornalistas do programa (Ulisses, Helen, Augusto, Edgar, Paulina) sobre o tema da União Europeia, as legislações, as reclamações pela burocracia, vantagens e desvantagens de estar ou sair da UE. Vai até 10.31.

T. 5. Televisão; a estreia da série “Vai de Retro”, **[Na tela do computador de fundo, colocam as fotos dos atores Tony Ramos e Monica Giorgio. Os jornalistas falam dos atores em geral. Abordam o tema da série “LooSely” e também falam do Netflix.**

10:38. - Tema Musical, em inglês. Acompanha o vídeo da cantora e depois coloca-se a imagem fixa do desenho do microfone com o logotipo da Jovem Pan.

10.42. Aparece na tela do programa, 1.226 pessoas conectadas, assistindo o programa. [A respeito de dias anteriores, o número dos assistentes não é muito elevado, é provável que seja por que no dia é feriado].

T.6. Consumidor Consciente. A pergunta dinamizadora do tema é: “você é um consumidor consciente”? E se focaliza no subtema “Moda: consumo consciente”. Há uma entrevistada. A entrevista vai abordar tópicos como: geração consciente, moda sustentável.

[entra uma gravação pré-gravada e postam na tela do computador do estúdio, uma foto fixa).

Se introduz a entrevista telefônica com o psicólogo Jacob Pinheiro quem se refere ao tema do consumo compulsivo.

Relacionado com o tema da moda, Paulina introduz o tema da página web de um brechó e se discute sobre as representações que as pessoas têm do brechó, e de como as celebridades vendem suas coisas no site www.oenjoy.com.br. Referem-se às fotos que são postadas na internet, mas com estética. Ana, jornalista convidada nesse dia, fala da crise econômica do país e do crescimento do sistema de vendas na internet. O jornalista da equipe, Edgar, relata o caso de “Universo em desfile”, um brechó bem cuidado, sob a responsabilidade de duas moças de um grupo punk. [este tema ocupa um tempo considerável na emissão do dia]. **Introduzem depoimentos gravados de pessoas que compram em www.enjoy.com.br; é um reporte de Malu Carvalho.**

10:45. - Breve referência ao programa “*legendários*”, da Rede Record TV, com Marcus Mion e da participação que teve Paulina no programa de televisão.

11:05. - Se reportam na tela da página do programa, 1.422 pessoas conectadas.

11:08. - Aparece na tela da página do programa, 1274 pessoas conectadas. [chama a atenção a diminuição em um espaço de tempo muito breve].

MÚSICA. (Tema em inglês, completo).

[no chat do programa aparecem mensagens falando das pernas da Paulina-quem esteve num programa de televisão e levava uma saia curta. Algumas mensagens falam que são pernas bonitas. No entanto no estúdio há brincadeiras sobre a paquera para Paulina. Algumas mensagens são entre os participantes no chat procurando companhia para almoçar nesse dia, encontros de pessoas. Uma pessoa escreve desde Ohio].

11:13. - MÚSICA. (tema em inglês) com o Bruno Mars. No estudo surgem comentários de “me gosta ou não me gosta”.

CHAT: Comentários dos participantes se referem ao jornalista Edgar deve fazer a barba. [eu mesma escrevo no chat para verificar e há outros participantes que respondem imediatamente ao meu comentário]. No Set, os outros jornalistas fazem brincadeiras a respeito dos comentários no chat.

T.7. São abordados vários subtemas brevemente. O convite para o fórum organizado pela Jovem Pan: “Cidades do Futuro: Mitos e Fatos”, o lançamento da *Apple* da tela que desborda e do carregamento sem fio (informe de Carlos Aro), a Copa do Brasil e os times que entram, (informe de Camilo).

11:34:- Na tela do programa aparecem conectadas 1.392 pessoas.

Se continua com temas variados (T.7) e se fala da Julia Roberts e da eleição da mulher “mais bonita”, fala-se da polemica que gera o assunto e da importância de levar em conta outros pontos e não só a beleza.

Comenta-se sobre os atores da série “*13 Reasons Why*”, e da polémica suscitada e a preocupação dos pais pelos suicídios, pelos conteúdos que aparecem e as referências a suicídios. Referem-se aos comentários postados no twitter.

CHAT: Comentários falam da perda de cabelo da Paulina, da beleza ou feiura da Julia Roberts, do jogo Baleia Azul.

No fechamento do programa se fala sobre o aniversário de Natalício o cantor Prince e colocam um tema musical dele.

PROGRAMA 7. “MORNIG SHOW”, 24/04/ 2017 (Segunda-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO: Através das ondas hertzianas (rádio análoga). Na tela da página do programa, aparece o auditório desde onde se faz o fórum. [como não há outros recursos visuais ou audiovisuais, se continua ouvindo o programa no rádio].

Inicia o programa com o slogan pré-gravado “*Mornig Show-Jovem Pan*”.

Repetem-se: o programa de hoje é fora da cabine da Jovem Pan, e é transferido ao Hotel Tivoli Mofarrej, onde acontece o Foro “Cidades do Futuro: Mitos e Fatos”, organizado pela Jovem Pan e com mais de 300 convidados. O conteúdo e dinâmica do fórum se organiza em quatro painéis.

1. “Transporte Coletivo ou individual”? Fala-se de como melhorar a mobilidade na cidade. Referem-se aos erros no desenho e ao modelo de desenvolvimento que tem acontecido. Discute-se sobre quais estratégias implementar, o tema da rede de ônibus, a eliminação de cobradores, o pagamento com o cartão, etc.
2. “A saúde nas cidades brasileiras vive um abismo real”? Discute-se a alimentação do futuro. Agronegócios, transgênicos, agentes químicos, nutrição e saúde.
3. “É preciso tecnologias para conhecer melhor a cidade”? Se faz um apanhado geral de tecnologias de informação e comunicação, o desenvolvimento tecnológico na química e em materiais recicláveis, mudanças, recuperação de atmosfera. Tecnologia na indústria eletrônica e como se pode melhorar a vida das pessoas: estratégias, evolução tecnológica, aplicações da tecnologia no pagamento de serviços públicos. Dentro dos setores da tecnologia se fala também no painel sobre transporte, saúde, educação. Se comenta como se passou do telegrama à internet. Assinala-se a importância de investir em políticas públicas para administrar, ao cuidado das fronteiras do país, a agricultura e o agronegócio, a medicina e a tecnologia e sua aplicação na vida doméstica, pública e social. Também refere o debate às transformações no emprego e no trabalho geradas pela mediação tecnológica. Se fala também da tecnologia como ponte entre o cidadão e o governo, por exemplo: o uso do celular para melhorar a mobilidade na cidade, a tecnologia para transformar o usuário em cidadão, em como pode usar a tecnologia, por exemplo o WhatsApp para comunicar-se com o prefeito da cidade para denunciar, etc. Finaliza este painel referindo-se à “tecnologia das coisas” e à possibilidade da conectividade para melhorar o desequilíbrio existente entre as regiões do país onde há umas mais conectadas que outras. E se refere às iniciativas públicas e privadas e à necessidade de se articular para o bem da sociedade.
4. “Urbanismo e suas consequências”. (não se transmite pelo rádio pois o tempo da transmissão do “Mornig Show” terminou, mas continua da tarde e se acesa pela internet).

Despedida do programa com o slogan: “Você ouviu Morning Show”.

PROGRAMA 8. “MORNIG SHOW”, 27/04/2017 (Quinta Feira).

MODALIDADE DA AUDIÇÃO: Através das ondas hertzianas (rádio análoga) e simultaneamente na internet, através da página web, na Live (ao vivo).

Inicia o programa com o slogan pré-gravado “*Mornig Show-Jovem Pan*”.

TEMAS TRATADOS (T):

T.1: Futebol: partida do “Palmeiras”, torcida do Penarol, conflitos entre torcidas acontecidos no dia 26/04. Transmitem o depoimento de Eduardo Batista e sua irritação por uma notícia falsa. Se introduz o tema do sigilo da fonte informativa: o Juca que deu a notícia, mas que fez mal ao generalizar a situação para todos os jornalistas. O jornalista Augusto, da equipe a Jovem Pan é interpelado para que expresse sua opinião ao respeito do tema. Helen Braum, da equipe da Jovem Pan comenta sobre o tema das fontes informativas no jornalismo esportivo.

T.2: Câmara discute o tema da reforma trabalhista no Brasil. Votação no Senado (70 V.s. 0) e o fato de derrubar o foro da aprovação, perante a realidade imediata (vai ser aprovado pelo judiciário).

10:23: Jingle institucional da Jovem Pan-Morning Show.

MÚSICA. (Tema completo em inglês).

T.3. Vários temas: Visita de atrizes a São Paulo, temas trabalhistas, feminismo, nova temporada de uma das series do Netflix.

PUBLICIDADE: Go Travel/ Tamarine Fibras/ Loja cem/, Campanha institucional contra a corrupção “O Brasil e sua vergonha” - spot contra a corrupção/ **Alusão ao aplicativo da Jovem Pan e às mais de 40 webs rádios, disponível para todos os públicos [pode se interpretar como a fragmentação de audiências e como há conteúdos para todos os gostos].**

Continuação da variedade de temas “*FastFacetime*”, iPhone e o slogan: “Quem não tem, não pode”. *Stand Up* de 28 de abril. No estúdio, os jornalistas do Programa retomam o tema sobre o comentário realizado em alguns meios contra o jornalismo esportivo, o futebol no Brasil, o Neymar. [Um pouco desordenado o desenvolvimento].

PUBLICIDADE: Loja Cem (focalizado no dia das mães), Tamarine Fibras.

11:00. Tema Musical (em inglês. “*Hey so Sister...*”).

Frase pré-gravada: “Sabia que você pode assistir ao Morning Show”? [se refere a poder assistir pelo YouTube].

-Se retoma o tema 2 “Reforma Trabalhista” e colocam 4 depoimentos de ouvintes /espectadores falando sobre o tema.

O comentário do jornalista do programa é que acham positivo o fato do trabalhador não ter que pagar 1 dia de seu salário aos sindicatos. O jornalista Augusto disse que é positivo o fim dos sindicatos.

T.4. Os jornalistas do programa se referem as entrevistas e comentários sobre a propriedade do Lula. [entra depoimento gravado de Lula onde afirma que não é dele a propriedade]. Entram comentários dos jornalistas do programa.

T.5. Seção dedicada aos programas de TV e aos filmes. Comentários sobre o programa “Guardiões das Galáxias”, um filme de gênero sobre heróis, mas que vai pelo lado da comedia, disse uma das jornalistas do programa. Outros filmes comentados: “Além da ilusão”, “Vermelho Russo”. E nomeiam os ganhadores

No fechamento do programa se faz um *in memoriam* de Carlos Chagas.

Créditos de despedida. Fechamento do Programa.

ANEXO C - PROGRAMA “SOM RETRÔ”

PROGRAMA 1. “SOM RETRÔ”, 06 /02/2017 (Sexta Feira).

A categoria do programa o identifica como um programa de carácter musical, não como um programa informativo, de conteúdo propriamente dito. Porém para organizar um pouco sua fala, aqui se opta por determinar a existência de blocos temáticos que mais correspondem a “momentos” do programa.

O programa tem uma vinheta musical pré-gravada que se coloca no início da transmissão do programa. Na imagem está o apresentador-realizador. Quando finaliza a vinheta pré-gravada, o Henrico cumprimenta e dá a bem-vinda ao programa.

TEMAS TRATADOS (T):

O programa inicia-se com o slogan: “*Som Retrô, aqui quem faz a programação é você*”. E complementa com: “*Som Retrô, os bons tempos estão de volta*”.

O programa é transmitido em direto. O condutor do programa, Henrico, convida à participação: as pessoas solicitam umas músicas, a través do WhatsApp, muito antes do programa iniciar; às 16 horas se avisa pelo aplicativo para que as pessoas solicitem suas músicas, e estas são colocadas posteriormente.

O apresentador Henrico, clarifica que o programa toca baladas dos anos 70, 80 e 90 e que na sexta-feira se toca música dos anos 60. **(no fim de 2017, muda a programação da sexta-feira para tocar Funk Melody).**

Posteriormente lê os nomes das pessoas que escrevem mensagens no chat. **[se percebe que muitos dos que escrevem são visitantes assíduos pela familiaridade com que são tratados, e pelas referências que o condutor do programa faz].**

O apresentador, Henrico, comenta se tem as músicas solicitadas ou não. [muitas das músicas solicitadas são as mesmas que estão no CD que o programa distribui e que depois se converte em um *pendrive*].

SET: Não há um set em termos profissionais, se trata de uma transmissão de carácter domiciliar. A consola é pequena e o microfone não é profissional. Atrás do apresentador Henrico, há uma tela de computador com um cartaz:

“Cd’s da Som Retrô, 35 reais, 200 músicas MP3. 97455-1805”.

Outro cartaz informa sobre um evento que vai ser realizado o 4 de fevereiro e informam o telefone para comprar os ingressos: 22-99291-1856.

DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA:

O condutor do programa Henrico, segue o procedimento habitual dos programas musicais de convidar para que as pessoas solicitem músicas e posteriormente estas são tocadas. Se fala o título da música, o compositor e intérpretes, o nome da pessoa que solicitou o tema musical e o local de moradia.

O Henrico, ao longo do programa pede para seus ouvintes/espectadores “*compartilha*” [se reitera uma e outra vez, com o intuito de que mais pessoas sigam o programa, mas o pedido não é irritante devido ao carisma que o condutor tem].

A música tocada geralmente são os hits das décadas de 60,70,80 e 90.

OBSERVAÇÃO:

Pela quantidade de mensagens, aproximadamente 150, e umas 400 pessoas assistindo, se percebe a grande audiência que o programa têm.

PROGRAMA 2. “SOM RETRÔ”, 17/02/2017 (Sexta Feira).

TEMAS TRATADOS (T):

O programa inicia-se com o slogan: “*Som Retrô, aqui quem faz a programação é você*”. Têm uma vinheta musical pré-gravada que se coloca no início da transmissão do programa. Na imagem está o apresentador-realizador. Quando finaliza a vinheta pré-gravada, o Henrico cumprimenta e dá as boas-vindas ao programa.

O condutor do programa, Henrico, lê os nomes das pessoas que escrevem mensagens no chat. [*se percebe que muitos dos que escrevem são visitantes assíduos pela familiaridade com que são tratados, e pelas referencias que o condutor do programa faz*].

O Henrico faz, no desenvolvimento do programa, o apelo para seus ouvintes/espectadores “**compartilha**” [se reitera uma e outra vez, com o intuito de que mais pessoas sigam o programa, mas não é irritante devido ao carisma que o condutor tem].

T.1. O falecimento recente do músico e intérprete George Michael. O apresentador dá uma biografia breve e comenta sobre a importância do músico na cena musical desse gênero de música.

T.2. Dicas para comprar os cd’s que o programa oferece, “*gente os cd’s em MP3, há 200 músicas, por 35 reais, com frete incluído*”. Anuncia o WhatsApp do programa: 11- 974551805 [o número aparece também na tela do computador que está ao lado do apresentador e que é visível para os que assistem ao programa].

T.3. AVISOS: venda de cd’s./ eventos musicais. / patrocinadores do programa.

T.4. O assassinato da cantora da banda musical Ka, famosa pelo hit musical “lambada” no início dos anos 90’s.

No transcurso do tempo do programa, o apresentador toca as músicas pedidas a través do WhatsApp do programa. Se intercalam comentários dele sobre os temas musicais, tais como o nome da música, de quem canta, e o nome de quem solicitou a música como também o local de moradia desta pessoa.

INTERAÇÃO: A interação que se estabelece com os ouvintes/espectadores é intensa, mas trata-se de uma interação focalizada nas complacências musicais. O condutor disse: “*Quem tem que mandar o oi é você, mande o áudio aqui para a gente, participe*”. “*Tudo mundo interagindo*” [refere-se ao envio, por parte dos ouvintes/espectadores, de áudios de 30 segundos com um “recado do coração”, e reitera do WhatsApp].

As pessoas também solicitam que o Henrico envie mensagens de saudações para os parentes, amigos, cidades de origem das pessoas que escrevem. Algumas conversas do chat pedem que o condutor olhe para a câmara, que não a trema a câmara para que não perca seu foco. Ele consegue ler algumas mensagens mas o volume e a rapidez com que os seguidores escrevem, faz difícil a leitura de todos, tendo que ler ao azar.

[se repete a fórmula da rádio de caráter análogo onde por via telefônica os ouvintes solicitam determinados temas musicais. Neste caso através do aplicativo em uns momentos determinados pelo programa e anunciados pelo seu apresentador].

DESPEDIDA DO PROGRAMA.

PROGRAMA 3. “SOM RETRÔ”, 21/02/2017 (Terça Feira).

TEMAS TRATADOS (T):

O programa inicia com slogans como estes: *“Som Retrô, aqui quem faz a programação é você”. “Som Retrô, de segunda a sexta, a partir das 19 horas.”.*

T.1. Áudios que as pessoas enviaram de várias partes do Brasil, são ouvidos com as mensagens de aniversários de nascimentos, de casamento, de parabéns. [Trata-se de pessoas adultas, com mais de 30 anos provavelmente].

Em geral, as pessoas que enviam as mensagens dizem que *são uma família, que as músicas são ótimas, que é bom lembrar músicas de antes.*

T.2. MENSAGENS

MENSAGENS QUE CHEGAM AO PROGRAMA:

- *“Para dar boa noite para todos”. / “Um cumprimento para minha filha XX, esposa XX, sogra XX”. / “Estou conectado hoje, que legal, estou amando. Sou Asenede, do Pará”. / “Boa noite família Retrô”. / “Henrico, manda um alô para Portugal”. / “Boa noite galera”. / “Estou sempre conectado”.*

E o condutor diz novamente o slogan da viva voz, ao vivo, não gravado *“Aqui quem manda o alô é você”. “O som retrô é uma família”. “Aqui quem ajuda a fazer o programa é você”. “São vocês os que fazem tudo acontecer”.*

OBSERVAÇÃO:

[em quatro minutos aproximadamente 30 mensagens são enviadas/lidas].

No Facebook: *“Boa noite família retrô, amanhã estaremos aqui”* (Cristiane Megumi).

E o Henrico diz no microfone: *“Somos uma família mesmo”*. Responde perguntas sobre como pedir os cd’s, as formas de pagamento, o tempo que o pedido demora para chegar etc.

“O mais importante é você participando com a gente”.

-***SLOGAN:*** *“Som Retrô também é cultura”.*

MENSAGENS ENVIADOS NO CHAT:

“Boa noite. ” / “Amo”. / “Vou dormir, boa noite a todos”. / “Amo essa música”. / “Boa noite Sorocaba”. / “Linda música”. / “Tempo bom”. / “Que pena que só consegui chegar agora”. / “Música linda, nunca mais ouvi”. / “Cadê o pão de queijo?”. / “Dancei muito na época dos passinhos”. / “Nossa, fazia tempo que não escutava essa top, toptop”. / “Boa”. / “Bons tempos”. / “Me traz bons tempos na mente essa música”. / “Henrico, manda um beijo”, / “Estou ligado”.

[As pessoas recordam a épocas passadas, enviam “emojicons”, e escrevem mensagens no chat, por exemplo: “está curtindo Mônica?].

Em algumas mensagens se escrevem os nomes das músicas que tocam, se recordam namoros, lembram situações do passado, etc.

O Henrico vai comentando algumas das mensagens que vão chegando ou um comentário sobre o interprete do tema, por exemplo *“Adilson Zé, patrimônio nacional”.*

LOCAIS DE ORIGEM DAS MENSAGENS:

Fortaleza, Alagoas, Natal, Rio Grande do Sul, Bahia, Minas, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro, Goiás, Curitiba, Belo Horizonte, São Paulo, Barra Mansa (RJ), Taubaté (SP), Florianópolis (SC).

PRÉ-GRAVADO: *“Som Retrô, de segunda a sexta, a partir das 19 horas.”.*

T.3. PARTICIPAÇÃO

MECANISMOS DE PARTICIPAÇÃO:

O condutor do programa pede que as pessoas baixem o aplicativo para participar com o “*recadinho do coração*”, gravando uma mensagem de 30 segundos e falando seu nome, e onde está localizado.

A participação é espontânea e simpática: enviam para o Henrico mensagens assim:

“*Canta Henrico*”, “*Você é muito gato*”, “*estou no banquinho*” (esperam que coloque a música solicitada).

PROGRAMA 4. “SOM RETRÔ”, 13/03/2017 (Segunda Feira)

TEMAS TRATADOS (T):

O programa inicia com slogans como estes: “*Som Retrô, aqui quem faz a programação é você*”. “*Som Retrô, de segunda a sexta, a partir das 19 horas*.”.

T.1. Os ouvintes-espectadores são informados como solicitar as músicas e o momento em que elas serão tocadas, o incentivo para participar enviando mensagens, a duração destas, etc.

A maior parte das mensagens que se enviam se referem as músicas que trazem lembranças de tempos passados, revivem esses tempos e alguns dizem “*dancei muito*”.

T.2. MENSAGENS

As pessoas que enviam mensagens divulgados no chat do programa pedem “*um alô para a galera*”. “Manda um oi para Maceió”. / “Alô galera de Som Retrô”. / “Voltei”. / “Boa noite”. / “Cheguei”. / “Tudo de bom”.

[os ouvintes contam também da sua vida cotidiana, falam do trabalho e da vida privada. Quando se colocam os temas musicais, de imediato chegam mensagens no chat: “adoro”, “Ah! Meu coração”].

O contraste de locais de origem das mensagens que chegam é grande: de Minas Gerais até Londres. **[nesta medida se confirma que o aplicativo no celular e o programa em youtube, se podem acessar desde qualquer local geográfico].**

O programa é transmitido como sempre: apresentação de temas musicais por parte de Henrico, colocação das músicas, leitura de algumas das mensagens que chegam no chat, difusão das mensagens enviadas via WhatsApp para o “recadinho do coração”, divulgação dos cd’s (depois *pendrive*) com as 200 músicas e as indicações para tal fim, convite para que os ouvintes/espectadores compartilhem a página do programa, para que participem enviando as mensagens, etc.

[A quantidade das mensagens, a rapidez com que elas chegam no chat e a maneira como Henrico consegue dar conta, permite deduzir que há uma pessoa que o auxilia nesta tarefa. Parece ser que é a Denise Mell, sua esposa, que vai reenviando ou selecionando algumas mensagens, que o condutor do programa vai comentando. Tem outra pessoa, Li Ucci que é indicada por Henrico para que as pessoas interessadas em adquirir a música (cd’s ou *pendrive* depois), se comuniquem com ela pelo telefone ou via WhatsApp.

[claramente, o programa tem interesse em vender a música, porém não é irritante e as pessoas vão solicitando pelo WhatsApp que desejam adquirir o produto].

[eu mesma faço o exercício de escrever uma mensagem via WhatsApp e me respondem imediatamente me orientando sobre como adquirir os cd’s, como realizar o pagamento da taxa e o tempo que o envio demora].

A interação com o ouvinte-espectador é entendida como a opção que ele tem de enviar mensagens pelo chat no Facebook ou no WhatsApp, para solicitar temas musicais de sua preferência. Mas também se constitui como um espaço de lembranças sobre o significado de época vividas.

PROGRAMA 5. “SOM RETRÔ”, 15/03/2017 (Quarta Feira).

TEMAS TRATADOS (T):

O programa inicia com slogans como os seguintes: *“Som Retrô, aqui quem faz a programação é você”*. *“Som Retrô, de segunda a sexta, a partir das 19 horas.”*

O esquema do programa se repete:

T.1. Saludo do Henrico para as pessoas que chegam ao programa seja pelo aplicativo ou pelo Facebook. Se escuta slogan do programa (as vezes pré-gravado, as vezes dito diretamente pelo apresentador). Henrico explica o procedimento para solicitar os pedidos musicais e os diversos momentos em que isto pode acontecer. O Henrico explica como enviar mensagens gravadas via WhatsApp ou através da *live* do programa, no Facebook. Dá orientações para adquirirem a música, e outras informações do campo musical.

A maioria dos pedidos são de música MPB, por exemplo RPM, mas também de pop em inglês.

T.2. MENSAGENS: [Direcionadas para Henrico, mas também para todos os que estão no chat].

“Henrico, manda um abraço para meu filho que está fazendo aniversário” (Fernando Miranda). / *“Boa noite, família Som Retrô”* (Marlei Cândida). / *“Boa noite, meu povo Retrô”*. / *“Henrico, coloque uma música para esmagar meu coração”*. / *“Adoro essas músicas”* (Sandra). / *“Delícia essa época”* (Andrea Calenzani)

Alguns comentários das mensagens permitem interpretações sobre o papel de determinadas músicas significativas na vida das pessoas:

1. *“Som Retrô nos traz alegria na solidão, é o rádio que nos dá alegria”* (Dalva Hollywood). [A pessoa não determina que está assistindo pelo aplicativo ou pelo Facebook, para ela é simplesmente rádio. E por extensão da ideia, se lembra de uma das características consideradas positivas no rádio: oferecer companhia]. *“Cansada, dirigi o dia todo”* (Ozana Cabral). *“Essa rádio é top”* (Adeilton Costa). [O que menos parece importar é a definição do suporte, seja web, seja análoga, senão o impacto na vida das pessoas que as ouvem ou assistem].
2. *“Estou no lugar certo”* (Cleiton R. Melo), *“Estou viajando no tempo”* (Ozana Cabral). *“Ouvia essa junto com meu pai”* (Cleiton R. Melo). [comentam a possibilidade de relembrar épocas passadas, relações afetivas, recuperar simbolicamente o que já se foi recriar sentimentos de diversas origens]. Satisfaz o desejo de reelaborar o passado, em contraste com uma sociedade que parece querer apagar as lembranças e de mostrar o desaparecimento.

Também pode-se perceber certo ritual de chegada e despedida das pessoas que entram e saem no chat do Facebook: elas se despedem e justificam porque tem que sair nesse momento do programa (a duração é de 3 horas). [parece que se tratasse de uma congregação onde todos querem expressar fidelidade].

Mas também parabenizam aqueles que indicaram um tema musical do agrado de alguém que está no chat.

E a vontade de encontrar pessoas do mesmo local se manifesta em este tipo de mensagem:

“Será que tem alguém de São Bernardo?” / *“Boa noite, alguém do interior de São Paulo?”* (Adalberto Amaral).

SLOGANS: Disse Henrico:

“Se você curte a música dos anos 70’, 80’ e 90’, você está no lugar certo”.

“Aqui quem faz a programação é você”. [repete].

“Na balançada, Som Retrô”.

E slogan pré-gravado, com voz feminina:

“Som Retrô, os bons tempos estão de volta”.

Henrico explica novamente o procedimento dos pedidos musicais:

“Por rodada se escolhem 5 músicas”.

Também explica o procedimento para a seção “Recadinho do coração”:

“Gente, é um áudio de 30 segundos. Você vai no Play Store e procura “Som Retrô”, e envia a mensagem para o Recadinho do coração”.

O Henrico também reitera no programa: *“Todos somos família”.*

[Mesmo não se tratando de família de “sangue”, a linha familiar se constrói via gosto e paixão por uns gêneros musicais. Através das lembranças e dos aspectos emocionais se conectam com seu passado, com seus seres queridos e com modos de tempo, lugar e circunstâncias, significativos para eles. E esta uma das grandes fortalezas do programa].

DESPEDIDA DO PROGRAMA

PROGRAMA 6. “SOM RETRÔ”, 31/03/2017 (Sexta Feira).

Inicia o programa com o slogan: *“O melhor das Pistas, músicas selecionadas a través do WhatsApp”.* *“Som Retrô, de segunda a sexta, a partir das 19 horas.”.*

Como é costume, aparece o condutor do programa, manipulando as equipes e atrás dele, há uma tela de computador onde se divulga o número de WhatsApp para comprar os cd’s com as músicas do programa (atualmente oferecidas em *pendrive*).

NUMERO DE PESSOAS NO CHAT DO PROGRAMA:

Ao início do programa, às 19:00 horas, até às 19:30 horas há 180 pessoas conectadas.

Entre 19:40 e 19:50: 307,311,311,306,295 e sucessivamente remonta o número e decresce também nas três horas de duração que tem. Por exemplo;

20:20=99; 20:24 =125; 20:45 = 287; 20:47=293; 20:50=305; 20:55=313; 20:66=309; 20:57=309.

TEMAS TRATADOS (T):

T.1. MENSAGENS

“Henrico, você é especial”. / *“O Henrico mandando um oi para nosso Recife”.* *“Manda um beijo para Recife”* (Fabini Melo). / *“Gente como só descobri isso aqui só hoje”* (Evelyn Gomes) [Alude ao programa de música].

E a resposta escrita no chat por outra das assistentes: *“Seja bemvinda Evelyn Gomes”* diz Lucia Cristina Garcia.

E responde Evelyn Gomes: *“Obrigada Lucia”*, [referindo-se à bemvinda que dá para ela, outra pessoa que está no chat, mesmo sem conhecê-la].

[as mensagens que as pessoas enviam, expressam felicidade pelos cumprimentos que Henrico envia, e outros participantes solicitam que suas localidades sejam cumprimentadas. Há um número de 15 a 20 pessoas escrevendo no chat [eu confirmo o número de entradas com a quantidade de pessoas que vão escrevendo].

MAIS MENSAGENS...

“Boa noite povo, cheguei, boa noite Henrico” (Jacqueline Batista). / *“Boa noite pessoas lindas, que friozinho bom, beijos”* (Adriana Rodriguez Vieira). / *“Boa noite Araraquara, S.P. (Palomo Jds). “Boa noite Som Retrô”* (Gil Figueiredo), *“Boa noite família Som Retrô”* (Marília F. Petrucci). / *“Estamos ligados aqui em*

Minas Gerais” (Karina). / “*Me amarro nesse som*” (Gena de Gláucia). / “*lembro-me dos tempos de passinho*” (Reginaldo Amoral). / “*Os bons tempos é aqui na Som Retrô*” (Eliane Lili).

- Alguns dos que entram no chat do programa, postam carinhas feias, “*emoicons*”. Então algumas mensagens de muitas outras pessoas solicitam que aqueles que estão postando caras feias nas mensagens parem de fazer isso. (Colocam carinhas de desgosto porque não gostam da música, há também algumas mensagens considerados de mau gosto: imediatamente as próprias pessoas que participam no chat excluem aos que postam estas mensagens). O Henrico -apresentador do programa, de maneira divertida disse que “*sintoniza gente que lhe gosta dessa música*”.

[Novamente aparece uma expressão de rádio análoga que é “Sintonizar”, “Sintonia”. Pode ser porque o condutor vem de experiências de rádio análoga e porque é um realizador, mas próximo da idade madura que dá juvenil, estes últimos mais familiarizados com a linguagem própria da internet. Ele fortifica a linguagem de acordo com o programa].

T.2. SIGNIFICADOS DE ALGUMAS MENSAGENS

Algumas mensagens mostram o significado do programa além do ato da escuta ou do visionado. Por exemplo:

1. “*Vários pedem que seja organizada uma festa com o DJ Henrico*”
2. “*Gente acabou meu estres no trânsito*”.
3. “*Lembro meus 15 anos, muita saudade*” (Suely Regina Rodriguez).
4. “*Os bons tempos estão na “Som Retrô*”.

[no primeiro caso pode-se interpretar como a vontade de ir além do espaço mediático, de poder ter um contato diferente com pessoas que compartilham a mesma paixão pela música de certa época; por lembrar um passado e umas circunstâncias de vida, e por espaços, tempos partilhados por um grupo humano].

[O segundo caso se refere ao que significa uma maneira de aguentar o sufoco do congestionamento do trânsito e das maneiras de fazer a situação mais tranquila. Este uso pode-se relacionar com o dado à rádio análoga em certas lavouras do campo ou em serviços de vigilância ou de realização de tarefas domésticas por seu significado como companhia. O uso é repetido mesmo seja acessado por outras vias (no caso aplicativo de celular ou Facebook)].

[no terceiro caso se alude às comentadas páginas atrás; o chamado que as pessoas procuram por espaços musicais ou de conteúdos onde tenham a oportunidade de lembrar momentos da sua vida no passado. A nostalgia invade os comentários postados. Mesmo assim, quem não desejaria ter novamente 15 anos quando já se é um adulto? O último comentário pode ser incluído na anterior reflexão, mas também no fato de que para alguns, a música que se faz atualmente não tem muito significado para elas ou a consideram pouco importante. Também alude aos tempos passados que podem ser considerados para alguns melhores que o tempo presente].

T.3. PARTICIPAÇÃO:

-O Henrico, condutor do programa, repete as regras, como por exemplo que as músicas das músicas solicitadas, são tocadas na ordem de chegada. Informa também sobre os gigabytes que tem o *pendrive* e quantas músicas traz, e o valor deste.

No caso das complacências musicais, o Henrico dá o nome da pessoa e insiste para que eles falem, no ato de gravar, o nome do local de onde estão.

Também o Henrico fala da importância da participação: “*É só interagir, vocês pedirem música: participar*”.

-O programa faz o sorteio de dois cd’s entre aquelas pessoas que cantem a música do Henrico [refere-se a um tema musical composto e interpretado por o condutor do programa]. A ganhadora disse: “Gente... amei cantar” (Samira Diniz). E imediatamente no chat aparecem mensagens: “Mandou bem

Samira” (Eliezer Zucker). [não há como saber se são conhecidos ou não, mas as pessoas costumam enviar reações, palavras de apoio].

T.4. NOVIDADES:

- **O Henrico anuncia que a partir do domingo 02/04, o programa estará com canal no youtube: www.youtube.com/channel/**

- Se muda a informação na tela do computador que serve para postar avisos, e que está na parte de atrás, mais ao lado do apresentador; se informa que se inicia a venda do *pendrive* de 8 gigabytes, com as músicas do programa. [ou seja, que já não se distribuem mais por cds a não ser no *pendrive*. Inicialmente o valor é de 55 reais para o *pendrive*, porém depois sobe para 65 reais].

-Se informa também como os ouvintes/espectadores do programa podem baixar o aplicativo e como podem receber as notificações do início da programação.

PROGRAMA 7. “SOM RETRÔ”.22/12/2017 (Sexta Feira).

Inicia o programa com o slogan: *“O melhor das pistas, músicas selecionadas a través do WhatsApp”. “Som Retrô, de segunda a sexta, a partir das 19 horas.”.*

Como é costume, aparece o condutor do programa, manipulando as equipes y atrás dele uma tela de computador onde se divulga o número de WhatsApp para comprar o *pendrive* com a música do programa. Também o Henrico se refere ao natal que se aproxima.

TEMAS TRATADOS (T):

No programa desta sexta, se realiza um especial dos gêneros musicais conhecidos como Funk Melody e Flash House. O apresentador comenta também que vai tocar o tema musical “Não é o fim”, uma versão realizada por ele mesmo. **Refere também ao concurso de “passinho” realizado dois anos e se coloca o vídeo alusivo.**

Na tela do computador do fundo, sai a informação sobre o *pendrive* com as músicas do programa (1.200 músicas dos anos 70’s, 80’s e 90’s) e a mensagem escrita fala do valor do *pendrive* (62 reais).

HENRICO: *“Amigos do flashback, quero saber quem comprou o pendrive, você vai salvar sua festa”.* [informa sobre como fazer os pedidos do *pendrive*].

Observação:

O mecanismo de complacências musicais contínua, o Henrico dá o nome da música, também o nome de que pede e solta o tema musical

HENRICO: *“Hoje sexta feira, especial de Funk Melody e Flash House, XX pediu para nós ‘Copacabana Beach’”.* [coloca o vídeo do grupo-quando se apresentou no Faustão].

Outro momento do programa:

“Senhoras e senhores, o rei do Funk Melody” [anuncia o nome e o tema musical].

SLOGAN DO PROGRAMA: “Som Retrô.... os bons tempos estão de volta...”.

PARTICIPAÇÃO:

HENRICO: *“Agora Minas Gerais, participando no “Som Retrô”, assegura ali”, disse em tom muito animado.*

[Henrico vai lendo algumas mensagens em voz alta]:

“Minha prima XX... um beijo para a família toda”

“Ronaldo Ferreira pediu a música do Cidinho do Rio”

[Henrico pede compartilhar a live] – *“no próprio Facebook, colar no WhatsApp, no grupo do Facebook”.*

“Pedido da Eliane Alcântara, do Itaquera, São Paulo, ‘o Marcinho, garota nota 100’.

PREGRAVADO DO PROGRAMA: “As mais pedidas do ‘Som Retro’.

HENRICO: *“pessoal, pedidos das músicas são feitos pelo aplicativo, somente pelo WhatsApp”.*

[continuam as complacências musicais no esquema acostumado, o Henrico interpela de maneira simpática e divertida as mensagens que são recebidas e divulgadas pelo chat o Facebook do programa].

MENSAGENS:

- *“Muito lindo o cenário”* (aludem ao fundo com uma imagem de árvore de natal”;

-*Henrico, arrasou com o cenário”.*

E há mensagens que são comentadas entre os participantes do chat, por exemplo:

-Elsa Machado escreve: *“Andrea, estava sentindo sua falta minha linda”*

-Arlindo Gomes: *“Boa noite galera de Som Retrô, amo!”*

-Vania Santos: *de Curitiba, presente!*

-Lena Santos: “*Demais essa, não tem como não curtir uma música dessas*”.

HENRICO: [relembra que de segunda a quinta feira, se tocam todos os estilos dos anos 70’s,80’s e 90’s, mas que na sexta feira, o programa se dedica ao Funk Melody].

HENRICO: “*Nosso astral é altíssimo, energia, amizade; tem gente pedindo mais música*” / “*E o natal está animado, e o ano entrante vai ser melhor!*”.

CONTINÚA A MESMA MECÂNICA HABITUAL: Complacências musicais, leitura das mensagens, anúncios vários, etc.

FECHA O PROGRAMA CONVIDANDO PARA QUE AS PESSOAS COMPARTILHEM E PARA O PRÓXIMO PROGRAMA

OBSERVAÇÕES:

-O visual da página é mais atrativo

-A mensagem sobre o patrocinador do programa VNT, se coloca na tela do computador do fundo. Também tem sofrido transformações, é mais estético em comparação com o anterior.

-O programa se produz desde Cabo Frio, RJ, e o cenário da temporada é com temas de natal e neve, árvore de natal com luzes e adornos etc... e as pessoas enviam mensagens felicitando pelo cenário do programa.

-O programa tem um clima de alegria, vitalidade. Os ouvintes-espectadores que participam no chat, enviam *emoticons* de amor e alusivos à música.

PROGRAMA 8. “SOM RETRÔ”, 27/12/2017 (Quarta Feira).

Inicia o programa com o slogan: “*O melhor das pistas, músicas selecionadas a través do WhatsApp*”. “*Som Retrô, de segunda a sexta, a partir das 19 horas.*”.

O Henrico dá as bem-vindas ao programa e toca as músicas solicitadas através do WhatsApp, sempre anunciando o nome da música, o compositor ou intérprete e dando o nome da pessoa que pediu a música e a cidade de origem.

SLOGAN: “*Som Retrô, os bons tempos estão de volta*”.

TEMAS: (Não há propriamente dito, uma divisão de temas ou desenvolvimento).

O Henrico toca o tema de Lulu Santos, regravado por Henrico.

Insiste para que os ouvintes -espectadores compartilhem no Facebook deles:

“*traz a galera para ser feliz com a gente*”.

VINHETA: “As mais pedidas da Som Retrô”.

Se repete o esquema tradicional do programa [convidar para participar, pedidos musicais, comprar o *pendrive* de 8 gigabytes com 1200 músicas, o valor do *pendrive*, o número do WhatsApp para os pedidos do *pendrive*: 11-974551805, como baixar o aplicativo do programa].

Na tela do fundo, aparece a informação sobre a VNT (Via Nova), patrocinadora do programa.

O Henrico mostra e comenta sobre a caneca do programa (tem o logotipo do programa) e explica como adquirir esta.

Anuncia o nome da música que vai ser tocada e o nome do cantante. **[coloca-se o vídeo de youtube, se deixa rolar completo e o Henrico, em segundo plano sonoro, fala da letra da música, canta um pouco e fala de quem é esse tema musical]**.

Henrico comenta o que está acontecendo com o Facebook e solicita que as pessoas baixem o aplicativo do programa e se inscrevam no canal em youtube. Oferece as dicas de como fazer a inscrição, como receber as notificações do programa ativando o sino que aparece na tela. Disse: “*Vamos a seguir tocando a música que é o melhor que a gente faz*”.

Na primeira hora do programa, se tocam músicas românticas e muitas destas em inglês].

TEMA: O chat do programa.

Devido a que algumas poucas pessoas postam “*emoticones*” de rostos furiosos, se suscitam comentários no chat. O Henrico disse: “*Olha gente, não há que dar ibope para pessoas que entram com essas atitudes*”. [é um chamado para ignorar aqueles que querem perturbar o desenvolvimento do programa. **No chat se percebe pressão contra a situação negativa e um sentido de pertença contra os “intrusos”. Significa que de maneira virtual, o território do programa é delimitado e se definem as regras de jogo para entrar e participar nele]**.

TEMA: Não se desenvolve propriamente um tema; trata-se de outro bloco musical. Se tocam temas do grupo Roupas Nova, temas do gênero musical Funk Melody (In *myeyes*).

HENRICO: “A gente mata saudade aqui”.

Se toca uma versão feita por Henrico do tema “Não é o fim”.

HENRICO: “*Vamos a dançar a música do Henrico*”.

[O Henrico, não é um grande cantante nem tem a técnica dos profissionais do canto, mas isto não parece ser importante para as pessoas que assistem ao programa, o fundamental é o carisma do apresentador, a alegria que respira e o clima agradável que cria no programa. Ele convida à participação e as pessoas se motivam e de fato participam. Também o fato de criar, a través das músicas e dos comentários um elo com as lembranças do passado, é um dos pontos fortes do programa].

TEMA MUSICAL: de Claudinho e Bochecha

HENRICO: Faz um chamado para que as pessoas que solicitaram músicas, estejam atentas para que não percam o momento em que o tema toca.

YOUTUBE: corre vídeo do grupo “Air Suply”. O tema é tocado em inglês, mas com subtítulos em português que são lidos por Henrico. [este recurso, presente no programa desde o segundo semestre de 2017, faz o programa menos monótono].

HENRICO: Explica como entrar no canal de youtube do programa, como receber notificações por se há algum programa especial no fim de semana (o programa habitualmente é de segunda a sexta feira). Também explica para as novas pessoas que entram por primeira vez no programa, “como fazer parte da família”.

Devido a que as pessoas solicitam no chat serem cumprimentados, o Henrico explica a dificuldade de cumprimentar tudo mundo e disse que os cumprimentos mais personalizados são para as pessoas que solicitam músicas pelo WhatsApp, pois pela *live* não se pode devido a que então a música pararia de ser tocada.

O Henrico refere alguns problemas apresentados com o Facebook onde a *live* foi tirada e depois toca o tema “A primeira vez”, do Roberto Carlos, música pedida por Vera Lucia.

E assim por diante continua o programa, com o mesmo esquema já explicado.

OBSERVAÇÃO:

-O cenário do programa já não tem tema de natal, é de imagem de cidade, prédios, etc.

-O fato de incluir no programa, vídeos de youtube faz o programa mais diverso e divertido. Antes (primeiro semestre de 2017), a maior parte do tempo estava a imagem de Henrico). [nesta medida o tema da convergência de médios é mais próximo ao programa e agora aproveita os recursos que a internet oferece].

ANEXO D - PROGRAMA “COMUNIDADE LATINA”

PROGRAMA 1. “COMUNIDADE LATINA”, 23/07/ 2017 (DOMINGO).

TEMA CENTRAL: O PENSAMENTO EDUCATIVO E COMUNICACIONAL DO EDUCADOR ARGENTINO MARIO KAPLUN.

CONVIDADA: Esmeralda Villegas Uribe

10:00 CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA: “Flor de Luna”.

10.04. Saludo para as pessoas que seguem o programa.

A realizadora e apresentadora principal do programa, Mariana Manetta, dá as boas-vindas ao programa, e anuncia que o tema central vai ser o pensamento educativo e comunicacional do Mario Kaplun. Logo apresenta a convidada, e iniciam o diálogo referido ao tema central: dados biográficos do autor, atuação como formador, princípios da comunicação educativa, ensinamentos do autor referidos ao campo comunicativo e educativo.

[A entrevista ocupa quase toda a hora e media do programa, há pequenos intervalos musicais e para a publicidade institucional].

A PUBLICIDADE INSTITUCIONAL deste programa é de corte social, a campanha principal se chama “Atitude Cidadã” e trata de criar consciência e motivar aos ouvintes para ter comportamentos cidadãos (não buzinar, não jogar lixo, respeitar as faixas de pedestre e outros), lutar contra a corrupção). Também anúncios sobre Home Page da emissora, o Facebook do programa, como entrar no chat, como no Instagram, etc.

[Devido a que eu era a entrevistada do dia, não deu para realizar o registro do conteúdo da publicidade, mas pelas tendências dos outros programas analisados, pode-se deduzir o conteúdo. O mesmo pode-se dizer da música: não teve como fazer o registro -e como não há arquivos do programa, não saberia os temas colocados na emissão; mas analisando a tendência do programa, provavelmente tratou-se de música latino-americana.].

Pelas razões anteriormente expostas, também não foi observado o número de pessoas que estavam conectadas com o programa, e não tenho a informação de se alguém entrou no chat para fazer algum comentário alusivo ao tema.

O que destaco é o ambiente fluido da entrevista, a participação também do outro realizador e apresentador do programa, o William Oliveira, quem fez perguntas instigantes.

Também há lembrança da atitude comunicativa da apresentadora Mariana Manetta e seu estilo dialógico na enunciação das mensagens e interpelação aos possíveis ouvintes do programa, convidando-os para se comunicarem pelo Messenger ou pelo chat para participarem.

MÚSICA: Com exceção do tema musical instrumental que é o mesmo de abertura o programa, não forma colocados temas musicais cantados ou instrumentais.

DESPEDIDA DO PROGRAMA; VINHETA PRÉ-GRAVADA CARACTERÍSTICA.

A apresentadora do programa, convida para o próximo programa.

PROGRAMA 2. “COMUNIDADE LATINA”, 30 /07/2017 (DOMINGO).**TEMA CENTRAL: EDUCADORES DA REDE PÚBLICA E INCLUSÃO DE CRIANÇAS INMIGRANTES.**

CONVIDADOS: Professores Adriana de Carvalho e Felipe Yanez

10:00 CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA: “Flor de Luna”.

Apresentadores (Mariana e Willian), cumprimentam aos seguidores e convidam para que as pessoas participem no programa.

CONTEÚDO DO PROGRAMA:

O programa se desenvolve quase que exclusivamente com a entrevista que se realiza com os convidados, que explicam em detalhe a problemática que se está vivenciando em São Paulo.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: “Cidadã FM, a nossa rádio”. [divulgam os nomes de outros programas desta emissora]. Programa do Forró (as sextas), agenda do forró. / Campanha: Atitude Cidadã: “na sua cidadã FM” [Respeito pelas faixas] - “eu sou cidadã”.

MÚSICA: (temas latino-americanos de vários intérpretes).

FECHAMENTO DO PROGRAMA COM A CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA: “Flor de Luna”.

OBSERVAÇÕES:

-Segundo o observado na página, no momento da transmissão do programa, apenas 4 pessoas acompanham a transmissão.

-Assim como é preciso que se desenvolvam competências para receber conteúdos desde a lógica do digital, e através de um suporte *on line* como é a internet, é fundamental que os produtores de rádio na internet saibam acerca da natureza e características do suporte utilizado.

PROGRAMA 3. “COMUNIDADE LATINA”, 10/09/2017 (DOMINGO).

TEMA CENTRAL: Golpe Militar contra Salvador Allende, Chile, 1973.

10:00 CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA: “Flor de Luna”.

10.04. Saludo para as pessoas, se fala do clima e se anuncia o tema principal. Também há um avanço do que terá o programa em seu conteúdo: folclore musical; a coluna do prof. Alexander Barbosa referida ao golpe militar contra o governo de Salvador Allende no Chile, em 1973; o furacão Irma e a situação das pessoas afetadas; dicas culturais.

Se dá um saludo para o prof. Alexander e se convida para que as pessoas participem no programa.

Cumprimentos: *“abraço para os que estão em Curitiba... para Anderson quem nos segue.”*

A Mariana Manetta, realizadora e apresentadora disse: *“Se abre o programa com o rei do tango: Carlos Gardel”*.

10.08 **MÚSICA.** [se coloca um tema musical “El día que me quieras”, e se fala da vida do Gardel].

10:12. **MÚSICA.**[se coloca o tema “Bonito y Sabroso”, de Benny Moré] e se realizam comentários sobre este tema e este músico.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: Recursos digitais- “Media Digital” /

“Atitude Cidadã”, para acabar a corrupção/ Campanha de doação para o natal.

10:19. Anuncio sobre a Home Page do programa. Divulgam o Facebook do programa.

TEMA MUSICAL: Tema: “Flor de Luna” de Carlos Santana.

10:26. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:** “Cidadã FM, nossa rádio”.

TEMA MUSICAL: Liliana Herrero. [Mariana Manetta explica quem é a cantora, sua relação com a Mercedes Sosa e Tita Mareiro. E as anuncia para o próximo bloco musical. Também entra um tema de Luís Miguel: “Segundo Romance”.

DICA CULTURAL: Referida ao filme “Allende”. E aludem a bandas musicais e à nova canção chilena.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: “Cidadã FM, a nossa rádio”. [divulgam os nomes de outros programas desta emissora]. Programa do Forró (as sextas), agenda do forró. / Campanha: Atitude Cidadã: “na sua cidadã FM” [Respeito pelas faixas] - “eu sou cidadã”.

PARTICIPAÇÃO: [convidam para que os ouvinte-espectadores, participem nas redes sociais do programa.

PAUSA MUSICAL: Pablo Milanés, “Yolanda” / Luis Miguel “Te vas porque yo quiero que te vayas” / Celia Cruz “Que le den Candela”. Totó la Monposina “Prende la Vela”, [de 10.48 a 11.03].

11:04. Anunciam que logo vai entrar o informe de Alexander Barbosa e anunciam também as trilhas sonoras marcantes da época (Quillapayún, Intillimani, etc).

TEMA MUSICAL: Cantora Amália Mendoza.

COMENTARIOS DOS REALIZADORES: Falam sobre os temas das dois películas sobre o Salvador Allende e enviam um saludo ao prof. Alexander Barbosa.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: Machado Locutor/ Doação para a Santa Casa/ Renato Aragon (UNICEF) e a campanha contra a microcefalia e como combater os criadouros de mosquitos.

11:19. **Se postam imagens de um vídeo do furacão. [não sei se são do programa ou de onde].**

[Cumprimentam os realizadores do programa “Sabor da vida” que se transmite por esta mesma emissora].

DICA Cultural: **Gravação com a voz de Salvador Allende**, falando sobre o bombardeio que está caindo sobre a Casa de Governo. Depois um fragmento do último discurso de Allende. Entra o informe do prof. Alexander Barbosa quem fala sobre dois filmes referidos ao Salvador Allende e titulados “Allende” e “a batalha de Chile”.

- **PAUSA MUSICAL:** “Violetas para Violeta”, com Mercedes Sosa e Joaquín Sabina. / Quillapayún/ Intillimani (canción del poder popular) [Mariana sugere entrar em youtube para ver fotos alusivas].

11.37. Mariana Manetta, agradece a participação de todos, despede o programa e envia um abraço para os locutores dos outros programas da emissora.

11.38. TEMA MUSICAL DE FECHAMENTO. FECHAMENTO DO PROGRAMA COM A CARACTERÍSTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA: “Flor de Luna”.

OBSERVAÇÃO SOBRE O CONTEÚDO DO PROGRAMA: Faltou preparação do tema principal que era o golpe militar contra Salvador Allende. No corpo do programa, faltou desenvolvimento do tema. Quase finalizando o programa, às 11.25, os realizadores (Mariana e William) desenvolvem o tema.

PROGRAMA 4. “COMUNIDADE LATINA”, 24/09/2017 (DOMINGO).

TEMA CENTRAL: ROCK LATINO-AMERICANO

10:00 CARACTERÍSTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA: “Flor de Luna”.

10:03. Cumprimento da locutora Mariana Manetta: “*Bom dia para você que sintoniza mais um programa de Comunidade Latina*”.

A realizadora e apresentadora do programa, anuncia alguns dos temas: Festival de Rock in Rio, disse que vai focalizar-se no rock latino-americano. / Dica cultural sobre Pablo Neruda (com o prof. Alexander Barbosa). / Campanha sobre Salvador Maldonado (líder social desaparecido na Argentina).

10:09. TEMA MUSICAL (grupo Cafetacuba).

Identificação da emissora “Rádio Cidadã” (anunciam o site da emissora). / Campanha “Atitude Cidadã” - com o apoio de Machado Locutores. / Campanha do transporte no trem/. “Atitude Cidadã- parceria com a emissora comunitária.

10:18. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. “Programa Comunidade Latina” (PREGRABADO).

PAUSA MUSICAL: Tema de Julieta Vanegas, los Babasónicos, Aterciopelados, Soda Estéreo, Manichau (“clandestino”, banda musical Kanakí” a cara de América Latina).

-Realizadora do programa envia cumprimento aos outros locutores dos programas da emissora, e em especial ao programa “Sabor da vida”.

10:50. **PAUSA MUSICAL.** Santana/ Ney Matogrosso/ Secos e Molhados/ Os Mutantes.

11:05. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

“Respeite as faixas:www.machadolocutor.com.br” / “**A comunidade está no ar**” / “Na boca do povo” / “Só aqui na Cidadã FM” / “Governo Federal” ...

IDENTIFICAÇÃO MUSICAL DO PROGRAMA: Tema de Carlos Santana.”Flor de Luna”.

11:07 (LOCUTORES RETOMAM E DISSEM): “**aqui a través das ondas do rádio....**” (agradecem a participação das pessoas).

11:08.TEMA MUSICAL (“Ideologia” de Cazuza). [eu solicitei, no momento da emissão do programa, a través do chat do Facebook do programa este tema musical, eles dizem meu nome e colocam o tema]. [nesta medida se pode interatuar com os produtores originais do programa, daí que a pauta do

programa não pode ser rígida. Esta é uma das fortalezas do programa: a abertura para a participação dos ouvintes-espectadores.

11:16. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Campanha “Atitude Cidadã, com a comunitária de Butantã, Rádio Cidadã FM”.

11.17. DICA CULTURAL. Coluna do prof. Alexander Barbosa. (Ele lê poemas de Pablo Neruda do livro “20 poemas de amor e uma canção desesperada”).

11:38. Os condutores do programa falam da banda musical “Los prisioneros” e se referem ao Salvador Allende e ao como o rock surgiu como um movimento juvenil que questionava o que estava acontecendo com os regímenes militares na América Latina.

OBSERVAÇÕES:

- É incômodo que a apresentadora durante o desenvolvimento do programa, o tempo tudo chame ao seu colega de mesa (William) de “professor”. Dá uma sensação de distância com os ouvintes. Já na abertura do programa ela comenta que está sendo acompanhada na cabine, com o Professor William; então sobra o formalismo, além que o estilo do programa é relaxado, familiar.

- Neste programa não falam nada sobre o significado do rock latino-americano, nem do contexto em que emerge. Também faltam critérios musicais pois as vezes há salada musical. Rara vez os grupos são identificados. A audição apresenta deficiências. Falta preparação.

PROGRAMA 5. “COMUNIDADE LATINA”, 01/10/2017 (DOMINGO).

TEMA: ESPECIAL SOBRE COMPOSITORA E INTERPRETE CHILENA VIOLETA PARRA

10:05. CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA: “Flor de Luna”.

Cumprimento aos ouvintes. William de Oliveira, prof. de história e que é o outro realizador do programa junto com Mariana Manetta, fala do tempo na cidade. A seguir anuncia um tema musical neste caso de Simon Diaz (músico e interprete venezuelano, já falecido).

TEMA MUSICAL DE SIMON DIAZ.

10:14. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

-A Rádio “A Voz de Butantã” -87.7 FM [Só chega a 2 km ao redor) e referem aos programas que emitem na emissora.

- “Atitude Cidadã” :chamada para que as pessoas usem mais a escada física tradicional e não a escada elétrica. /A água parada e sua incidência na transmissão de vírus causantes de doenças como a hidrocefalia. /Campanha da UNICEF.

- “Machado Locutores” - “Uma parceria com a comunitária”

DESENVOLVIMENTO TEMA PRINCIPAL:

Os condutores do programa falam dos cem anos da compositora e cantora chilena Violeta Parra (falecida), de sua vida e obra. Relatam que foi filha de Nicanor Parra (músico chileno). Comentam sobre sua preocupação com a situação de vida do camponês chileno e da atuação política de Violeta.

10:33. Os condutores explicam a queda de energia que deixou por fora o programa. Posteriormente se referem ao início da bandeira II e ao encarecimento da conta de luz.

10:35. Se retoma o tema principal: Violeta Parra

PARTICIPAÇÃO:

A condutora principal, Mariana Manetta, convida para que as pessoas entrem em contato a través do chat [leem a mensagem que enviei pelo Messenger do Facebook do programa, alude a que a ouvinte #1 é Esmeralda Villegas e envia um beijo especial).

10:39. TEMA MUSICAL. “Son tus Ojos”, de Violeta Parra. (realizam vários comentários sobre Angel Parra- hermano de Violeta, e de Isabel Parra (irmã). Aludem às parcerias com outros músicos).

10:45. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DA EMISORA

(Referência a vários programas):

-Jornal Cidadão, “de segunda a sexta feira, na Cidadã rádio”.

-Leem recado de Rafael quem viajou para Texas (cumprimentam às pessoas que curtem o programa [nesta emissão, só 6 pessoas aparecem curtindo).

TEMA MUSICAL: “La Pena de los Parra”.

Condutores falam que Violeta Parra foi uma pesquisadora do folclore chileno e que também foi radialista (1953). Anunciam a coluna do prof. Alexander Barbosa.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

- “Atitude Cidadã” - Campanha contra o mosquito/ Campanha de trânsito: “Como é seu comportamento com a faixa? *“Atitude Cidadã- em parceria com cidadã rádio e Machado Locutores”*”.

-Inscrições para o Conselho Administrativo Municipal de São Paulo – organismo autónomo de representação cidadã.

-Divulgação de programas da emissora. Por exemplo: “às 7 horas, só aqui, na sua Cidadã FM, o jornal cidadão”.

11:00. (Condutora do programa dá a hora), **enuncia a página da emissora, fala sinteticamente da grade da programação, e disse: “Curta a cidadã FM, tem o espaço do chat 24 horas, você conversa, interage com nós, participa”**.

(Condutora do programa envia beijo para os meninos, fala do trabalho do coletivo vocês poéticas, fala do trabalho do prof. Felipe Yanez e anuncia que o dia 07 de outubro se apresentam no SESC de Santana).

TEMAMUSICAL: “Que pena siente el alma”.

11.14. **(Condutora envia um abraço para todos os locutores da Cidadã FM, “para Beijo mar que está na sintonia”**.

11:15. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

“Rádio Cidadã FM, a voz de Butantã”. (Condutora divulga o programa de jazz – “na quinta, Sabor a Vida, às 9 horas”.

“Sintonize-se com a natureza-Atitude Cidadã”.

-Campanha de Machado Locutores e Cidadã Rádio, contra a poluição sonora.

-Chamada para doações para o exército de salvação.

11:18. (Condutores enviam saludo para os que estão “na sintonia”.

11:20. Continuação do tema principal, sobre a história de vida e obra de Violeta Parra. (falam de suas viagens para Europa do Leste, e recomendam procurar um site que têm os álbuns musicais da Violeta Parra: cancioneiros.com).

11:25. TEMA MUSICAL “Quisiera ser Palomita (VP).

(Condutores retomam o tema e introduzem reflexão sobre a ditadura militar no Brasil).

11:37. TEMA MUSICAL “Gracias a la Vida” (Mercedes Sosa).

11:39. COLUMN DO PROF. ALEXANDER BARBOSA. (Fala de duas músicas de Violeta Parra e de Renato Teixeira). (Reflete sobre como Violeta Parra articulou a música folclórica e as lutas populares do povo chileno). [muito breve a coluna, poderia desenvolver mais o tema].

PAUSA MUSICAL. “La Iliada del Sur” (Intillimani), e “Amanheceu e peguei a viola” (Renato Teixeira).

11:46. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

(DIVULGAM ALGUNS DOS PROGRAMAS DA EMISORA).

11:58. (Condutores anunciam de que tratará o programa seguinte: “Entre latinos” (grupo musical). **Também enviam um saludo para mim que reporteí sintonia no programa. [Fórmula tradicional do rádio].**

OBSERVAÇÕES DESTE PROGRAMA

-Enviei mensagem a través do Facebook do programa mesmo, devido ao que o chat da página da emissora, não está habilitado. Interessante que a resposta é quase imediata. A apresentadora do programa tem a capacidade de estar manipulando equipes, desenvolvendo conteúdo, lendo as mensagens que chegam e respondendo elas. Há um real interesse por que as pessoas participem do programa, e ela aproveita, no melhor sentido, os aportes que as pessoas dão para o programa, seja lendo as mensagens ou desenvolvendo conteúdo, a partir do que as pessoas sugerem.

-Teve uma pausa musical com um tema de natal (estranho pois ainda falta).

-Muitos problemas de sonoplastia e com o apagão de luz que deixou por um tempo largo, o programa fora da sintonia. (A emissora precisaria ter uma pranta de energia própria para poder responder a estas circunstâncias adversas).

PROGRAMA 6. “COMUNIDADE LATINA”, 08/10/2017(DOMINGO).

TEMA: O GRUPO MUSICAL “ENTRE LATINOS”

10:00. CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA- TEMA DE CARLOS SANTANA “Flor de noite”.

Locutora diz: “*Hola Hermanos de Latino América, soy Mariana Manetta*” (da as benvindas primeiro em espanhol e depois em português). Anuncia que convidou ao grupo “*Entre latinos, nossa música*”, para falar de música latino-americana. Assinala alguns temas musicais icônicos.

10:05. TEMA MUSICAL. “El tempo passa” (FAGNER).

10:10. Fala-se dos objetivos do grupo “Entre latinos”: resgate do canto popular folclórico latino-americano, do México à Patagônia. (Mariana apresenta os integrantes do grupo). Assinala que parte da tarefa do grupo é mostrar que Brasil também é Latino-América.

10:16. PAUSA INSTITUCIONAL: “*Rádio Cidadã, aqui as cobras não dormem*”.

A condutora do programa divulga outros programas da grade da emissora. E diz: “*Só aqui na sua cidadã*”. “*Saia do concreto, naturalize-se, www.tripe.com para todos*”. Faz um chamado para o respeito e a atitude cidadã, para lutar contra a corrupção, e respeitar ao próximo, respeito pelos sinais de trânsito.

10:18. IDENTIFICAÇÃO MUSICAL DO PROGRAMA (TEMA DE SANTANA).

Locutora: “*Voltamos com a voz de Butantã*”. (Mariana inicia entrevista com integrantes do grupo, pergunta sobre seus inícios, a história, os integrantes, a militância, etc. Fala sobre a intenção musical, sobre a cultura estrangeira).

10:26. MÚSICA. TEMA INTERPRETADO PELO GRUPO, AO VIVO. “A mi ciudad”

Mariana e William iniciam diálogo falando sobre o tema das ditaduras de direita, as lutas populares etc. Mariana anuncia a coluna do prof. Alexander Barbosa sobre o Che Guevara. Fala sobre o grupo “Entre

latinos”, a origem do nome, seus integrantes, os instrumentos que usam. Anuncia as músicas e entra um tema de Ali Primeira, cantor venezuelano, chamado “Techos de Cartón” – tetos de papelão).

10:40. Comentários alusivos ao tema musical.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. (IDEM).

10:47. EFEMERIDES. Datas marcantes de América Latina. Se fala de personagens como Violeta Parra, Mercedes Sosa, aniversário do assassinato do Che Guevara.

TEMA MUSICAL. “Comandante Che Guevara”. (Interpreta o grupo convidado e falam das diferentes versões que existem deste tema).

11:00. INTERVALO COM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DA EMISORA.

Condutores do programa abordam vários temas:

-Sintomas do câncer, os programas “Sabor da Vida” e o “Jornal Cidadão” *só aqui na sua rádio cidadã*.

-Chamado para não jogar lixo na rua.

-Passa um cumprimento para o programa, em idioma inglês.

-Mariana fala de seus parceiros “Guia Latino”, “Guia do imigrante”, a “Página Cultural Latino-americana”, a ONG “Presença da América Latina, CEDEC. (Reflete sobre a importância de trocar contatos: “*tem espaço para todo mundo*”, disse).

TEMA MUSICAL. “Los dinosaurios” (Charly García). “Los amigos pueden desaparecer...”.

11:13. Condutora retoma o tema principal que é sobre o grupo “Entre latinos”. Entrevista.

TEMA MUSICAL. “Volver a los 17” (Violeta Parra), interpretado pelo grupo, ao vivo.

11.18. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

- “Eu sou Cidadã Rádio”.

- “Saboreie os bons momentos”.

“Sua empresa já está na internet? Tem que estar na internet. Entre na www.midiadigital.com.br”.

-Economia de energia. Doação de 3 reais para a Santa Casa de São Paulo.

11:21. (A condutora do programa agradece a participação de Esmeralda Villegas, quem a través do chat dá umas informações relacionadas com o tema tratado). [Estava-se falando de Victor Heredia, compositor e intérprete argentino, ativista de direitos humanos e de seu tema emblemático “Sobrevivendo”].

11:26. (Condutora anuncia o bloco referido à falta de espaço para divulgar a cultura latino-americana. Anuncia que vai tocar um tema de “Totó la Monposina e seu grupo La Candela Viva”. (Amplia a informação sobre esta compositora e interprete da Colômbia).

11:32. Condutora retoma entrevista com o grupo “Entre latinos”, (fala de instrumentos e sobre o tema do “espírito latino-americano” e o problema da integração do Brasil.

11:40. COLUNA DO PROF. ALEXANDER BARBOSA. (se refere ao Che Guevara, sua vida e experiência revolucionária, o assassinato acontecido na Bolívia, o nascimento do mito, a figura emblemática. Fala dos filmes “Diário de Motocicleta”, “Sequências Che”, “Guerrilha”, e de um blog dedicado ao Che Guevara organizado por John Anderson.

11:45. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E CORTINA MUSICAL ICÔNICA DO PROGRAMA (tema de Santana). ANUNCIO DA HORA. COMENTARIOS DIVERSOS.

(A condutora do programa assinala que a coluna do prof. Alexander Barbosa, também aparece na página web dele e convida para entrar).

11:51. TEMA MUSICAL (Interpretado pelo grupo convidado ao programa “Entre latinos”).

Condutora do programa divulga a página web do grupo, despede o programa, dá agradecimentos. Comenta que o dia 21 de outubro se realizará uma homenagem a Violeta Parra no “Espaço sem fronteiras” às 19:30.

DESPEDIDA DO PROGRAMA COM TEMA MUSICAL DEVÍCTOR JARA.

Nota: O programa foi até as 12 m. (passou do tempo!).

OBSERVAÇÕES:

-Fato interessante é que eu mesma enviei uma mensagem que é lida no microfone por a condutora- Mariana, e os músicos interpretam ao vivo um dos temas, de Victor Heredia que assinalei na minha mensagem. É uma abertura à participação das pessoas, a levar em conta o que os ouvintes-espectadores dizem.

PROGRAMA 7. “COMUNIDADE LATINA”, 15/10/2017 (DOMINGO).

TEMA: Comemoração dia dos professores, Projeto ALOHA-projeto educativo e a figura da virgem padroeira de cada país latino-americano.

.[mistura de temas].

10:00 CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA :”Flor de Luna”.

Condutora do programa, Mariana Manetta, dá a benvinda e comenta sobre qual será o conteúdo do programa.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

-Projeto ALOHA para a defesa das causas de pessoas com limitações físicas.

-Divulgação do programa de Jazz da emissora “Sabor a Vida”.

10:04. Benvindas à prof. Silvia Mesculini quem fala inicialmente da revolução cubana. Posteriormente se introduz o tema da história das imagens da virgem na América Latina e a condutora do programa menciona a nova seção do programa: “Panela Latina”, dedicada a receitas de comidas.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

-Mensagem pré-gravada promocional da emissora: “*Eu sou cidadã*”.

- Divulgação de programas da emissora: “*Conhece o estilo da música moderna, todas as quintas “Sabor a Vida”. Rádio Cidadã, a voz de Butantã*”.

-Machado locutores: “*Você quer um mestre de cerimonia, vídeos, fotos... contate a Machado locutores*”.

-Campanha contra o câncer infanto-juvenil

-Campanha “Atitude Cidadã” em parceria de Machado locutores: Como acabar com a corrupção.

10:18. (Mariana Manetta comenta como contatar-se com o programa):

@comunidadelatina, no Facebook do programa, no e-mail comunidadelatina@gmail.com

Também envia um abraço para Esmeralda Villegas quem reporta sintonia a través do Messenger do programa. (a Mariana expressa algumas frases de carinho).

Leem as mensagens que eu envio. Relacionam o tema do dia com o pensamento do Mario Kaplun e fazem um chamado para manter vivas as ideias deste educador.

11:33. DICA CULTURAL. Coluna do prof. Alexander Barbosa.

Obs. Falhas técnicas. Acontece um silencio enorme que em rádio é mortal pois os ouvintes-espectadores (neste caso), ficam perdidos. Depois tocam um tema musical de Carlos Santana.

11:40. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL-

-Divulgam programas da emissora, entre esses o “Jornal Cidadão”. Lembram como de entrar em contato com o programa Comunidade Latina: @comunidadelatina

Na parte final do programa cumprimentam alguns professores próximos. Divulgam o livro do prof. Amaral “Chorinho”, relembram ao músico chileno Víctor Jara que foi assassinado pela ditadura chilena. Reiteram as saudações para os professores e fecham o programa

PROGRAMA 8. “COMUNIDADE LATINA”, 26/11/2017(DOMINGO).

TEMA: São vários tópicos, mas enfatizam no conteúdo musical que haverá na emissão e sobre a prova da FUVESP.

10:00 CARACTERISTICA MUSICAL DO PROGRAMA. TEMA DE CARLOS SANTANA:”Flor de Luna”.

A condutora Mariana Manetta cumprimenta aos ouvintes[isso mesmo, ouvintes; pois mesmo sendo uma transmissão por internet, as condições em que se produz o programa, não são propriamente de convergência de médios]. Ela fala que o programa vai ter muita música e anuncia: Los Jaibas, Alfredo Zitarrosa, e outros.

O prof. William Oliveira, o outro realizador e apresentador do programa fala que se apresentarão aproximadamente 135 mil alunos às provas da FUVESP. Aproveita e deseja boa prova para todos.

A Mariana envia um cumprimento para sua mãe, a senhora Cicília, e seguidamente anuncia que vai tocar um tema do “Rei do Mambo”.

10:05. TEMA MUSICAL. Mambo.

10:13. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DA EMISORA

- “*Eu sou cidadã*” (aviso pré-gravado)

-Divulgação dos nomes de outros programas da emissora

TEMA MUSICAL: “Eu sou apenas um rapaz latino-americano”.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DA EMISORA

- “*Rádio Cidadã FM. Baixe o aplicativo em Rádiosnet.com*” (disse a mensagem pré-gravada).

-Campanha “Atitude Cidadã”: *passa na faixa/, não buzine/*.

10:20. TEMA MUSICAL. (Carlos Santana).

Locutora: “*Diretamente desde os estudos da Rádio Cidadã*” ... (a Mariana fala do clima na cidade de São Paulo, da previsão de chuva

O prof. William Oliveira fala da primeira fase da FUVESP, oferece dicas para os que vão apresentar o exame, chama à pontualidade na chegada aos diversos locais.

10:23. MÚSICA. Grupo Raíces de América (“El Cóndor Pasa”), Rita Lee (“Payú”), Fito Páez (“Aguas de Marzo”).

A locutora cumprimenta uma das ouvintes do programa: Esmeralda Villegas, envia um beijo e disse: “Espero a senhora por aqui...”. [em resposta ao o cumprimento que dei para eles, através do Messenger].

(Envia também beijo para a mãe dela). [provavelmente também está escutando o programa].

O prof. William, o outro apresentador, comenta que o curso que maior número de inscritos tem é o de medicina. Assinala que o número também se deve a que muitos os inscritos querem experimentar; é um treinamento, são simulados para ver como é a prova. Comenta que a prova dura 5 horas. Comenta também sobre o que deve e não deve ser lavado para a prova.

10:41. TEMA MUSICAL. Grupo “Calle 13”.

10:46. TEMA MUSICAL. “Flor de um dia” (música andina).

PUBLICIDADE INSTUCIONAL DA EMISORA

“*Cidadã FM, saboreie os bons momentos com ‘Sabor da Vida’, todas as quartas feiras*”.

Locutora disse: “*a través do chat, você pode pedir suas músicas, participe*”.

O outro apresentador, retoma o tema da prova da FUVESP. Refere-se às matérias eu sou avaliada e sugere que primeiro devem ser realizadas as áreas nas que se tem mais conhecimento. Fala também sobre os documentos que tem que levar cada um para a prova.

TEMA MUSICAL. Daniel Viglieti “El sombrero de Sandino”.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

-Doações para o Exército de Salvação Nacional

-Divulgação da Rádio Cidadã, (se anuncia que se pode entrar na homepage e no site www.rádionet).

-Campanha Atitude Cidadã: “não buzine” / “não jogue lixo”.

-Jornalismo na rua

TEMA MUSICAL. Característica do programa, de Carlos Santana “Flor de Luna”.

11:06. O apresentador reitera a data da prova FUVESP, dá dicas para preencher os formatos, se refere à USP, ao CRUSP, menciona as atividades que se realizam, da feria do livro da USP que inicia o 28 de novembro.

A Mariana anuncia a trilha sonora do filme, tema na coluna do prof. Alexander Barbosa.

11:14. TEMA MUSICAL. Carimbó.

11:17. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DA EMISORA

-Divulgação do programa de Jazz “*As quartas às 9 horas, ‘Sabor da Vida’...*”, e o programa de Reggae: “*todas as quintas...*”

-Mídia Digital: “Está pensando em abrir seu negócio e não pensou na internet? www.midiadigital.com.br

-Campanha Atitude Cidadã, usar as escadas fixas nas estações: “*Se exercite! Rádio Cidadã FM.*”.

- “*Motorista, dê espaço para que os ciclistas coloquem suas bikes na rua.*”.

11:20. TEMA MUSICAL. Pista de identificação do programa: tema de Carlos Santana, “Flor de Luna (Repetido).

11:21. Dica Cultural do prof. Alexander Barbosa. (se refere a Andrés Gudi e ao filme “Machuca”, um filme chileno que retrata o tema da ditadura militar no Chile. Mostra a amizade entre uns meninos, mostra os conflitos sociais e as passeatas). [a dica é muito curta, falta desenvolvimento. Poderia falar um pouco mais do significado do golpe militar contra Salvador Allende).

TEMA MUSICAL. Grupo Los Jaibas (“Mira niñita”).

11:27. Condutores se referem à música dos Jaibas, à música progressiva dos anos 70’s, e a trilha sonora do filme que é o tema musical colocado anteriormente.

Comentam que se pode entrar ao Facebook de comunidade latina para acessar a entrevista de Katia [não sei se se alude a uma entrevista com o prof. Alexander Barbosa].

-Falam de uma notícia da Bolívia (redução da desigualdade salarial), mencionam que o governo boliviano é criticado pelos setores conservadores do país.

O programa finaliza enviando um abraço para o grupo “Entre latinos”, por seu apoio em recuperar as músicas latinas.

E por último se envia uma mensagem para os alunos de ensino médio que vão apresentar o exame da FUVESP. Se faz também um chamado par defender as universidades públicas, para que se garanta o acesso aos pobres.

11:34. DESPEDIDA (Enviam um cumprimento para Esmeralda Villegas) [pode ser em resposta do cumprimento que eu costumo fazer para eles, no dia do programa].

TEMA MUSICAL. Pablo Milanés “La Felicidad”.

ANEXO E- PROGRAMA “THE BRAZILIAN SHOW”

PROGRAMA 1. “THE BRAZILIAN SHOW”, 20/01/2018 (SÁBADO).

20 Horas. (Toronto) e 23 Horas (São Paulo).

O programa inicia com o cumprimento dos apresentadores do programa Bruno Cortez e Bela, que dão as boas-vindas para os que ingressaram ao programa a través do Facebook e para aqueles que moram na região e que sintonizam a emissora análoga CJIQ 88.3 FM. Comentam brevemente o conteúdo e momentos que terá o programa.

TEMAS (T)

T1. Informação sobre o clima em Toronto- previsão do tempo

LOCUTORES: LEITURA DAS MENSAGENS QUE CHEGAM AO CHAT.

TEMA MUSICAL “Um dia de Domingo”

LOCUTORES: Comentários alusivos ao tema musical.

TEMA MUSICAL: “Aserejé”

LOCUTORES: Comentários alusivos ao êxito que este tema musical teve e foi dançado por milhares de pessoas. / **Comentam que no jornal local, deram uma página completa para que eles contaram a experiência do programa e falam sobre o acolhimento que tem tido na rádio e na localidade.**

20:30 Horas (Toronto) e 23 Horas (São Paulo), aparece na página do Facebook 43.000 pessoas conectadas com a emissora CJIQ88.3 FM, onde o programa se transmite [só que não é claro se são pessoas que estão escutando nesse momento o programa ou se são os ouvintes da emissora, por dia de emissão].

T2. LOCUTORES: Comentam que um ouvinte escreveu solicitando umas dicas de Toronto. Daí surge a ideia de pedir uma lista, para os que seguem o programa, sobre temas que deveriam ser tratados no programa “coisas que vocês queiram saber sobre Toronto”.

LEITURA DAS MENSAGENS QUE CHEGAM (se dá o nome da pessoa e o local de onde escreve).

“Tony acabou de entrar no nosso programa, bem-vindo Tony”.

Alguém escreve no chat: *“Manda um abraço para Rio Grande do Sul”.* [se repete o esquema de cumprimentos e leitura de mensagens que se faz na rádio análoga e inclusive nas webs rádios].

T3. INMIGRAÇÃO. Bruno e Bela, os apresentadores, relatam anedotas da imigração e falam da burocracia dos processos. Algumas falas no chat pedem informação sobre o Canadá: *“Sou de Brasília, mas estou querendo morar no Canadá”.*

LOCUTORES: LEITURA DAS MENSAGENS QUE CHEGAM AO CHAT.

“O Fábio está por aqui”, “A Maira Carvalho está por aqui”. “Olha meus amores, estou chegando”. [mesmo que o encontro seja virtual, as pessoas usam expressões do mundo real].

T4. SHOW DO COMEDIANTE LEANDRO HASSUM. (Divulgam o show que o artista vai realizar em Toronto o dia 27 de janeiro, sábado às 15 horas de Toronto. **Anunciam que o show será gravado e terão uma entrevista para passar no programa).**

PARTICIPAÇÃO: “Hashtag”¹⁸⁴ do grupo musical “Roupa Nova” (locutores falam que vão subir o Hashtag e pedem para as pessoas participarem)

LOCUTORES: LEITURA DAS MENSAGENS DO CHAT (DIÁLOGO):

“É tão legal entrar na casa ne?” / “E você é daqui do Canadá ou do Brasil? conta para a gente” (Se refere se está escrevendo desde que local). *“Seja bem-vindo” / “Solange acabou de entrar”*.

NO CHAT: *“Estou chegando ali o dia 15 de fevereiro, estou indo para Vancouver” / “Estou gostando muito de ouvir vocês”*.

TEMA MUSICAL: Grupo Roupa Nova [não se coloca o tema completo, só um fragmento pois tem restrições de direitos de autor].

LOCUTORES: *“Participa com a gente lá no Facebook, e pode mandar sua música, queremos saber onde você está”*.

VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DO PROGRAMA.

TEMA MUSICAL: “Os Paralamas do Sucesso” (fragmento do tema).

LOCUTORES: *“O Paulo está indo para é a uma hora de Toronto, ele está vindo de São Luiz”. [se dão notícias de quem vai e quem vem, como se fazia na rádio rural e ainda se faz, neste sentido a prática é similar, mesmo que o suporte seja diferente].*

LOCUTORES: Retomam o tema 1 sobre o clima e temperaturas, e o tema 3 sobre imigração. Falam das temperaturas, do gelo, sobre histórias relacionadas com cruzar a fronteira para USA, sobre a necessidade de entregar o celular ou dar a senha, sobre a burocracia e a política de antiterrorismo e das exigências que se incrementam. (Bruno relata anedota pessoal acontecida quando lhe perguntaram o que levava na bagagem).

LOCUTORES: LEITURA DAS MENSAGENS DO CHAT.

“olha o Araújo entrou, obrigado pela audiência”, “o Adriano entrou, um beijo e obrigado por estar com a gente”, “o senhor Marcilio acabou de entrar, obrigado!”.

“Temos 32 pessoas assistindo” (disse Bruno. O programa vai no minuto 33.39, ou seja, um pouco mais de meia hora do início do programa).

[eu mesmo envio mensagem ao chat e é lido e respondido. Eu pergunto pela página web e o Bruno responde que tem o Facebook onde eu entrei).

TEMA MUSICAL: “Grupo Roupa Nova” (fragmento do tema Natacha”.

INTERVALO PUBLICITARIO DA RÁDIO (4 anúncios em inglês).

LOCUTORES: *“um programa em português, por uma rádio canadense, onde tocamos desde rock até Chitãozinho e Chororó”*, disse Bruno Cortez.

LEITURA DAS MENSAGENS DO CHAT. [eu envio uma mensagem perguntando pela diferença horária entre Toronto e São Paulo, obtendo resposta instantânea dos apresentadores]. *“Estamos em horário de verão no Brasil”*, disse Bruno, esclarecendo que agora a diferença são três horas entre as duas cidades.

TEMA MUSICAL: “Amor para recomeçar” (fragmento).

LOCUTORES: *“alguém pede Tim Maia”* (pelo chat).

“Temos 44.000 pessoas alcançadas pelo Facebook e 8.000 visualizações “Esses números que a gente alcança, é um retorno de que vocês gostam. [verifico que é no site da rádio].

VINHETA DO MOMENTO “PIADA RUIM”.

¹⁸⁴Hashtag “é uma expressão bastante comum entre os usuários das redes sociais, na internet. Consiste de uma palavra-chave antecedida pelo símbolo #, conhecido popularmente no Brasil por “jogo da velha” ou “quadrado”. As hashtags são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais, ou seja, cria uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social, que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado.” <https://www.significados.com.br/hashtag/> acesso: 05/04/2017.

(Locutores relatam algumas piadas ruins).

LOCUTORES: (Mostram o jornal com a notícia que fizeram sobre o programa de rádio e a entrevista com eles).

“Para quem chega ao programa, olha a notícia no jornal sobre o programa”.

LOCUTORES: (Leem algumas das mensagens onde pedem dicas sobre o Canadá, e respondem).

PARTICIPAÇÃO: *“conta para nós o que você gostaria de ouvir aqui”.*

TEMA MUSICAL: Aserejé, e outro tema de Anitta.

PROGRAMA 2. “THE BRAZILIAN SHOW”, 27/01/ 2018 (SÁBADO).

20 Horas. (Toronto) e 23 Horas (São Paulo).

O programa inicia com o cumprimento dos apresentadores do programa Bruno Cortez e Bela, que dão as boas vindas para os que ingressaram ao programa a través do Facebook e para aqueles que moram na região e que sintonizam a emissora análoga CJIQ 88.3 FM. Antes de desenvolver conteúdo temático cumprimentam pessoas que escrevem no chat.

LOCUTORES: *“Yes! chegamos para um mais The Brazilian Show, pela CJIQ 88.3 FM e pelo Facebook. A gente fazendo o que mais gosta. **Oi o pessoal já está chegando**, oi Leslie, oi mãe, beijo, beijo para vovô. Leslie, oi, tudo bom? Esse material fica gravado no Facebook para você entrar a semana inteira e ter acesso. O programa é ao vivo todos os sábados das 8 a 9. A Edith está ali. Boa noite, toda joia. **A Leslie já deu o oi**”.* [há bastante familiaridade no trato, possivelmente se trate de pessoas conhecidas pelo tipo de referências que se faz].

LOCUTOR: Convida para todos compartilhar o programa com os amigos, em sus grupos.

*“Daqui a pouquinho entramos no ar pela FM para toda a **região** (se refere à área física de cobertura das ondas hertzianas). Estamos chegando até perto do aeroporto... Está compartilhando bela? Compartilha ali.”* (pergunta para a colega que é também esposa).

ENTRA TEMA MUSICAL

“Boa noite amigos, hoje tem o Tim Maia. Tem muita música boa”. [Bruno lê a mensagem dos que vão chegando]. *“A gente tem já 10 pessoas aos 10.48 minutos do programa”.*

TEMAS (T)

TI. Show Hassum; (locutores relatam que acabam de chegar de Toronto, do show de Leandro Hassum. Ela comenta que vai rolar o segmento Piada Ruim): *“Nos trouxemos novidade hoje, vocês que pediram informação sobre custos de vida no Canadá, vamos falar de isso”!*

CHAT: CONTINUAM LENDO MENSAGENS QUE CHEGAM: *“Valeu Cleiton, Roupa nova no H”*“...de \Goiânia XX”. [E assim por diante; Também Bruno pede que se compartilhe com os amigos. Para chegar mais e mais longe].

CONTROLE. [entra o pré-gravado que anuncia o programa. Entram com música].

“Depois da primeira música vamos entrar ao ar”

Marcela, Angélica (Goiânia, (, Maria Ramos, Julia, Felipe

“Deixa falar uma coisa, você que está pela região, entra na rádio e ouve a música”. [Bruno se refere a que na transmissão que se faz de maneira simultânea pela emissora análoga, se podem escutar as músicas que tocam e que não podem ser escutadas na transmissão online].

“A Edith fala que gostaria de conhecer a gente pessoalmente. Nós vamos juntar esses brazucas”. (Relatam que encontraram muitos brasileiros no show de Hassum em Toronto).

(Convida para acessar o site da rádio www.cjqfm.com) “ouve as músicas”. elas não podem ser tocadas devido a que gravam em vídeo o programa e não conseguem).

[Bruno cumprimenta alguém que escreveu uma mensagem e o faz em inglês]. [interessante o caráter global que adquirem o programa com o fato de falar em duas línguas).

T2. Ponto turístico E Mais curiosidades sobre Canadá.

T3. Custo de vida em Canadá, mas especificamente na Província de Ontario, concretamente em Toronto e ao redor. [Bruno reitera que estão atendendo à solicitação que tem sido feita por seguidores do programa: “solicitada por vocês”).

T4. QUADRO OU MOMENTO “Piada ruim”. (Bruno e Bela relatam o encontro com o comediante Leandro Hassun e como ele gravou uma piada ruim para o momento do programa que leva esse nome).

[Continuam lendo as mensagens que chegaram ao programa: “Liria., começou mais um programa”. **Em contraste com o programa Som Retrô, neste de The Brazilian Show são lidos quase todas as mensagens, a explicação pode ser porque ainda o número de participantes não é exagerado, ou porque, a diferença de Som Retrô, onde o espaço é usado para tocar temas musicais completos; aqui não se faz e se precisa preencher o tempo**].

ENTRA FORMALMENTE O PROGRAMA EM DIRETO COM A VINHETA. LOCUTOR QUE DISSE:

“Olá, diretamente do estúdio 1 da CJIQ o **PROGRAMA QUE FALA SUA LINGUA E AGITA** as noites de sábado, com a apresentação de Bruno e Isabel Sibella, este é The Brazilian Show”. [interessante o apelo que se faz ao sentido de pertença ao Brasil ou a Portugal).

LOCUTORES: (Na voz de Bruno) “Yes. The Brazilian show aqui na 88.3 FM”.

(Cumprimentam a todos): “Mais uma semana, com mais um programa”. (Cumprimenta à parceira). “**Boa noite gente, que delícia um programa, totalmente brazuquinha aqueles que estão na Tri City e ao redor do mundo pelo face e pelo site. Estamos coladinhos com você, trazendo muito para você**”. [Referência ao local e ao global, ao próximo e ao que está afastado e a que há lugar para todos e todo].

LOCUTORES: Comentam que foram para Toronto, colocam a vinheta da Seção “Piada Ruim” e informam que depois vem o conteúdo completo do momento, referido à participação de Hassum.

Reiteram o T2: Ponto Turístico (porém não desenvolvem ainda o conteúdo; só anunciam ele).

CONTROL: (Micro fragmento de um tema musical que está tocando nesse instante na emissora análoga).

FALAM DOS QUE VÃO ‘CHEGANDO’ AO PROGRAMAM E LEEM AS MENSAGENS E BRINCAM.

“Chegou Adriana Murari/, oi enfermeiros do hospital Albert Einstein-valeu por estar juntos/, Marcela C, Victor, Marcilio, Luciano, e de Arizona e de Atlanta enviam mensagens”.

LOCUTORES: (Leem as mensagens enviadas pelos que seguem o programa). [Da para perceber que são conhecidos de velha data e os cumprimentam com familiaridade].

T2. Desenvolvem o tema do ponto turístico

[O ambiente é de alegria e informalidade, dá a sensação de que estivessem fazendo visita numa casa].

Locutores: (Falam que os que desejem escutar a música, devem entrar no site da emissora).

Continuam lendo as mensagens que chegaram e enviando beijos).

CONTROL: Toca fragmento de uma música de Tim Maia. **Colocam vinheta identificativa do programa “The Brazilian Show 88.3 FM”**. [esta vinheta é de caráter oral, curioso que não coloquem alguma para ser lida-texto ou animação, sendo que a transmissão é audiovisual].

BRUNO: (De novo da as bem-vindas para todos, especialmente para os brasileiros e para os portugueses, e disse: “**conterrâneos de língua e de cultura. Temos amigos incríveis que são de Portugal**”. [De novo o apelo às raízes, à tradição e ao que os une. É uma mistura de culturas, perspectivas, ideologias, onde há abertura para o novo, incluso para aquilo que é alheio da cultura própria, mas também há um desejo de fortalecer o próprio, o ancestral, às origens].

T2. Retomam o PONTO TURISTICO. (Falam da importância de sair e conhecer, anunciam o local denominado “*Blue Mountain*” especial para aqueles que gostam de esquiar. Falam das atrações que há no local: águas quentes, termas, o *spa*, e dos outros serviços que oferecem, clarificando que uns são pagos e outros não. Clarificam que não se precisa ficar hospedado e que pode aproveitar as piscinas).

MÚSICA. Lulu Santos: “Toda forma de amor”. (fragmento).

LOCUTORES: (Continuam dando “Oi” para as pessoas que “chegam” [a expressão é a mesma que a usada quando uma pessoa chega fisicamente em algum local]: “*Enia entrou, o senhor Marcos entrou, o Paulo acabou de entrar: bem-vindo. A Wanda, estamos felizes que vocês estão acompanhando nosso programa, vai um cumprimento para os enfermeiros do hospital Albert Einstein*”).

(Bruno pergunta para uma pessoa que está escutando a emissora pela FM, que conte como está escutando, e explica que eles não podem colocar o tema musical na transmissão *on line*). [porém faz falta ter o espaço musical já que eles os apresentadores falam o tempo todo e é cansativo, além que é molesto que soa um micro fragmento da música e depois para].

DESENVOLVIMENTO DE T3. CUSTO DE VIDA EM CANADÁ.

BRUNO: (Anuncia que vai chamar o Fabricio para que ele conte como está a vida dele em Canadá e para saber da vida de outros brasileiros que estão no Tri City.

MÚSICA. Tocam fragmento de música de Lulu Santos.

CONTROL: Vinheta de “The Brazilian Show na JIQC88.3 FM”.

BRUNO: (Envia mensagem “*do que você gostaria de ouvir e aqui tocamos*” [para a transmissão análoga tem sentido, mas não para a versão *on line* devido à limitação de tocar as músicas completas ou pelo menos uma boa parte dela].

ENTREVISTA: (Entra em direto entrevista com Fabricio Silva. Bruno pergunta sobre o envolvimento com as associações de solidariedade, de como ele ajuda aos demais a través das redes sociais. O convidado explica que se trata de um trabalho voluntário, muitos se conectam pelas **redes sociais que são uma ferramenta para por em contato as pessoas, mesmo na distância geográfica**).

ALCANCE DA RÁDIO: (Bruno assinala que alcançam 3.000 pessoas na região [não especifica se a través das ondas hertzianas ou se a través da página web]. (Agradece ao convidado, solicita que ele compartilhe o programa e disse “*A gente se ajuda, tenta da maior maneira possível*”. [pode-se identificar com a função de serviço social que a rádio historicamente tem cumprido seja a través de qualquer suporte].

MÚSICA. CAPITAL INICIAL, “Primeiros Erros” (fragmento).

LOCUTORES: (INTERPELAM) “*Estão curtindo? Obrigada, compartilha, a gente chega mais longe*”.

Retomam o tema das dicas para aqueles que querem ir para o Canadá. Falam um pouco de custo de vida, de alimentação para um casal que mora no Canadá.

LOCUTORES: (comentam que o programa é retransmitido em Brasil pela Tocantins TV).

CONTROL: Publicidade em inglês, publicidade da emissora e do programa “The Brazilian Show 88.3 FM”.

MÚSICA: DJAVAN, “Te devoro” (Fragmento).

LOCUTORES: (diálogo com os participantes no chat sobre o custo de vida. Respondem perguntas que as pessoas fazem no chat).

ASSISTENTES REGISTRADOS NA PÁGINA DE FACEBOOK DO PROGRAMA:

30 pessoas assistindo no minuto 40 do programa

Continuação do T3: CUSTO DE VIDA EM CANADÁ, especificamente do valor do galão de gasolina.

Retomam o T1: o show de Hassum. Bruno e Bela anunciam que vão colocar o vídeo da entrevista que fizeram, com motivo do show do humorista. (Falam da importância de levar alegria para aqueles brasileiros que estão fora do país. Apresentam a entrevista, gravada com o celular).

CONTROLE: Se posta o vídeo da entrevista com Hassum. Introduzem o Momento “Piada Ruim” e gravação de Hassum contando uma “Piada Ruim”. Após a imagem dos apresentadores no estúdio.

MÚSICA: Ivete Salgado: “Quando a chuva passar”.

LOCUTORES: Leitura de mensagens e respostas: “*Beijo para Mônica que acabou de chegar*”, “*Flavia Santana*”. *Obrigado por contar do programa aos amigos*. (E faz leitura para a localidade de Palmas, Tocantins).

58 Likes no momento 50 do programa.

MÚSICA: Anitta: “Paradinha”.

LOCUTORES: (Anunciam que semana entrante vão falar do tema do custo da moradia. Cumprimentos em inglês para os seguidores anglófonos e explicam o tema das transmissões do programa): “*Tem que estar atentos com as duas transmissões; a da rádio em FM, e do Facebook*”. (Convidam para que as pessoas anunciem no rádio, e invitam ao comércio local para anunciar. Assinalam que a emissora chega aproximadamente a 60 pessoas.¹⁸⁵ Dizem: “*The Brazilian Show, esquentando as noites da brasucada e no mundo tudo*” [*Interessante a ideia de que podem, pela internet, chegar a qualquer lugar do mundo*].

T5. QUADRO ‘Invenções canadenses’. (basquete, insulina, a primeira ligação pelo telefone). [alguém escreve no chat que também o marca-passos] [interessante que as pessoas se animam para dar sua contribuição].

CONTROL: Tema Musical “Ah! se eu te pego”. (no especificam intérprete).

CHAT: Se fala sobre o tema da gasolina no Brasil, a venda de bebidas tais como cerveja, etc., (Se faz a leitura de algumas mensagens. **Alguém sugere que se prepare um tema sobre empregos em Canadá e que se ofereçam dicas de como montar o currículo. Outra pessoa expressa o desejo de que o programa dure duas horas.** [Vale ressaltar que as pessoas no chat solicitam serviços que se solicitam comumente no rádio análogo].

LOCUTORES: (Continua a leitura de mensagens por parte de Bruno e Bela, dão a bem-vinda ao pessoal de Aracajú e agradecem a participação das pessoas de Tocantins).

PROGRAMA 3. “THE BRAZILIAN SHOW”. 03/02 2018 (SÁBADO).

20 Horas. (Toronto) e 23 Horas (São Paulo).

LOCUTORES - Bruno Cortez e Bela Sibela: (Cumprimentam agradecem a companhia dos ouvintes.) “*Estamos ao vivo todos os sábados das 8 às 9 da noite na CJIQ 88.3 FM e no Facebook*”.

(Começam a ler as mensagens das pessoas que estão “*entrando ao programa*”. Falam do encontro de amigos canadenses e brasileiros que tiveram, e da feijoada feita por canadenses. Brincam ao respeito. Bruno assinala que já compartilhou a página do programa em 4 grupos diferentes, que enviou pelo WhatsApp e interpela a Bela para que compartilhe). [ao igual que no programa de “Som Retrô”, há insistência para que todos compartilhem em seus grupos das redes sociais, o programa que escutam. Isto significa aumento de sintonia].

-Iniciam cumprimentos:

“*Luiz, conectado como sempre/, Oi Fernanda*” (seguem outros nomes).

“*Oi para o pessoal que vê a gente na televisão*”. [se refere à transmissão que se faz pela TV de Tocantins do programa “The Brazilian Show”. Bruno comenta como podem ver eles em vários meios].

LOCUTORES: Bruno e Bela falam com André (alguém que escreve no chat), sobre esportes de aventura.

¹⁸⁵ Não especificam em qual das transmissões, mas provavelmente seja a FM pois é mais difícil constatar o número que escuta pela internet, ou é mais variável).

LOCUTORES: (Anunciam que já vão entrar na transmissão análoga pela frequência radial 88.3 FM. **(ESTE PROGRAMA TEM TRANSMISSÃO ANALOGA E ON LINE)**).

LOCUTORES: (Leem minha mensagem onde pergunto sobre como podemos saber no Facebook, quando vai começar o programa).

AVISOS: PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DA EMISSORA.

MÚSICA: TEMA DE SERGIO MENDES (FRAGMENTO).

BRUNO: (Retoma minha pergunta de como saber o momento em que o programa vai iniciar). *“Se você estiver em Toronto, todo sábado das 8 às 9 da noite. E se estiver no Brasil das 23 à meia-noite. Curta a página que vai receber as notificações”*. [O intuito da pergunta era saber se tinham um mecanismo, uma alerta para que as pessoas fossem informadas do início do programa).

LOCUTORES: (Cumprimentam as pessoas que enviam mensagens ao programa, E leem seus nomes: *“Aline Fegete, Mara de Almeida, Luísa, dona Marola, Esmeralda, André, Telma, Adilson, Rodrigo Rezende, a Esmeralda- que está em São Paulo, A Lete (amo vocês), Marco Leão”*. [interessante a interação que se estabelece ente as pessoas, a familiaridade no trato, o carinho, mesmo que não se conheçam pessoalmente].

Alguns dos que escrevem, pedem músicas: *“toca circo de feras de Titãs”*

Outras enviam mensagens de carinho: *“Boa noite casal, estou com saudade de vocês, parabéns pelo sucesso”*.

LOCUTORES: (falam da neve que está caindo, com espessura de 10 a 15 cms). *“Cuidado para quem vai dirigir”*, recomenda Bela. [Se repete a fórmula de programas de rádio que prestam um serviço social].

BRUNO: *“Já vamos a falar na rádio”*. (se referem à transmissão análoga. O programa é transmitido simultaneamente de maneira análoga e por internet. Na análoga se escutam, completas, as músicas que tocam e na transmissão ao vivo; na internet, não. O Bruno avisa o momento em que vai entrar na transmissão pela rádio análoga).

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: *“Diretamente do estudo 1 da CJIQ... o programa que fala na sua língua e que agita as noites de sábado. Com a apresentação de Bruno e de Isabela Sibella. Este é The Brazilian Show”*.

Os apresentadores de novo cumprimentam à audiência: *“Muito obrigado por estar coladinho. Se você não fala português, não é problema”*. Dizem em português e inglês. Agradecem pela companhia de quem escuta o programa seja pela rádio local, na frequência da emissora CJIQ 88.3 FM, (aludem aos brasileiros que moram na Tri Cities, ou em cidades vizinhas aonde o sinal do rádio chega), e aos ouvintes de outros países que entram pela Facebook. [se destaca no anterior uma concepção de um mundo global, multicultural como também que o programa não se restringe a um espaço geográfico reduzido, senão ao espaço virtual onde as fronteiras não são rígidas].

LOCUTORES: Falam do que será o conteúdo do programa: *“A piada ruim”*, e a *“geladinha”* (costume canadense de dar mergulho dentro da água gelada no inverno).

MÚSICA CIDADE NEGRA- ‘FIRMAMENTO’

LOCUTORES: Leem do chat, mensagem de Alex, brasileiro que faz um programa de música brasileira para os canadenses de fala inglesa. Também se referem às pessoas que assistem The Brazilian Show a través da retransmissão que se faz na televisão de Tocantins:

BRUNO: *“Temos uma audiência legal em Tocantins, o pessoal de Palmas. Paola Juliana de Almeida, Rodrigo Santos, Hilda, Francisco, Bento, Julia, Renato, Tomas tudo bom; obrigado por participar”*.

“Aqui vamos falar sobre contabilidade e separamos notícias sobre casas e como funciona o tema do aluguel”.

(Locutores se referem ao frio e brincam um pouco sobre secar a roupa no varal e como ela se congela).

TI. NOTÍCIAS DE CANADÁ.

LOCUTORES: (Comentam que saiu a notícia de que o Canadá está, dentro do ranking mundial, no segundo lugar por a qualidade de vida, e que só está atrás da Suíça. Falam do retorno que o cidadão tem do investimento que se faz. Falam de outros rankings em diversos aspectos e das oportunidades que há em Canadá).

MÚSICA: Garota Nacional (fragmento)

OBSERVAÇÃO: Aparecem na tela do Facebook que há 46 pessoas assistindo o programa na web.

LOCUTORES: (Continuam cumprimentando às pessoas que entram no chat, leem seus nomes. Participam brasileiros e canadenses. Alguém solicita que enviem cumprimento de aniversário para XXX).

“Joan, Stephanie. (Canadense), Giovani Damiao M, Rodrigo, Joao Silva, Daniel-brasileiro em Toronto. (Locutores sempre perguntam `as pessoas, de onde são)[fato interessante que passam do português para o inglês e vice-versa. O ambiente é descontraído, como se se tratasse de uma visita em casa].

LOCUTORES: (comentam como entrar na emissora para escutar a rádio análoga e como assistir pelo face, e convidam para que as pessoas deem click em curtir o site).

T2. NEVE: RECOMENDAÇÕES PARA QUEM VAI DIRIGIR NA NEVE.

T3. SUPERBOWL. Divulgam o show que vai acontecer: o *Superbowl* 2018. Jogo de futebol americano entre Filadélfia e *NewEngland*, e assinalam que se pode acompanhar pela CTV.

Bruno faz recordação de que o programa é transmitido pela Tocantins TV.

A participação é de brasileiros que moram em Brasil e escrevem de diversos estados; brasileiros que moram em Canadá, e de Canadenses).

PUBLICIDADE DA RÁDIO – VINHETAS DE IDENTIFICAÇÃO

Bruno fala que vão 49 pessoas na live do programa; pelo Facebook.

Alguém pede no chat: “Manda um abraço para a mahinha...”.

TEMA MUSICAL - FRAGMENTO TEMA INSTRUMENTAL. IDENTIFICAÇÃO DA EMISORA.

“Emerson entrou.../ está em 22 graus a noite”. (Retomam tema do clima: “previsto neve de 10 a 15 cm”.

Falam as outras pessoas. *“Muito bom ver um canal de rádio com brasileiros”*

(Leem minha mensagem onde pergunto porque não deixam tocar, no programa na internet as músicas completas assim como se faz na transmissão análoga).

BRUNO: *“Oi Michele de Cambridge”. (pessoa que escreve em Canadá).*

ENTRA TEMA MUSICAL: “Quando o sol se foi”.

LOCUTORES: (Falam de outras mensagens que chegam de outras partes de Canadá, de Calgary por exemplo e comentam que a temperatura ali está a menos 28 graus. Comentam que o dia 15 de fevereiro em Conestoga, acontecerá a competição de mergulho na piscina. Brincam que vão filmar a Bruno pulando na piscina. Bela fala que vai abrir uma “tendência”. *“Bruno vai pular na água”* (ambiente do programa é divertido).

MÚSICA.

LEITURA DE MENSAGENS DO CHAT: *Saulo, Alison...Anabela, Gabriel, André “parabéns pelo programa”, “Paula disse ‘eu vou pular no fim do mês em Cancun’”. (continuam a leitura de mensagens de cidades vizinhas e de longe); “DeRio grade do Sul, Marcos Farias”.*

INTERVALO MUSICAL, “Papás na Língua”.

BRUNO: *“Daqui a pouco The Brazilam Show volta já”.*

INTERVALO PUBLICITARIO EM INGLES. (quando toca a publicidade pré-gravada, os apresentadores se vêm na tela, não colocam publicidade visual fixa ou em movimento, vídeos, clips por exemplo).

BRUNO: Retoma a condução do programa e assinala que haverá uma complacência musical que foi solicitada no chat.

MÚSICA: Tom Jobim, “Garota de Ipanema”.

OBSERVAÇÃO: difícil realizar as duas transmissões simultaneamente pois acontecem espaços em silêncio enquanto entra a publicidade da emissora.

Seguem mais mensagens. [neste tipo de programas não se desenvolve um conteúdo ou roteiro completo] são fragmentos temáticos, muita brincadeira, leitura do chat, e colocar as músicas-muitas delas solicitadas no chat).

-Michele; *“Queremos música”, (os locutores dão o número da frequência análoga da emissora onde sem completas as músicas).*

T.5. São Valentin. Falam da celebração de dia de São Valentin, 14 de fevereiro. Falam de comemorar também o dia 12 de junho que também é o dia dos enamorados. Falam de como se celebra em Japão onde há dois *Valentine's days*

Leem mais mensagens, entre elas, minha mensagem sobre o programa e agradecem. Também fazem leitura de outras mensagens: “Temos mensagens de todas partes: Arizona, de Brasil (Paulo Santos, Maria Estela Cortes). Esta última pede “Manda um beijo para meu esposo Silvio e para meu filho”.

Bruno: (Assinala que os ouvintes podem colocar anúncios no programa deles e que o custo é 7 dólares).

CONTROLE: VINHETA *“Momento piada ruim”*. – (Colocam uma piada que tiraram da rádio, *“Quando eu nasci meu pai correu”*).

T6 Tema de Custos: preços de aluguel, e como no interior é mais barato que em Toronto e que o valor muda dependendo da época de ano.

VINHETA DO PROGRAMA- EM PORTUGUES. THE BRAZILIAN SHOW...

BRUNO: *“Para gente que está na região, uma informação sobre o que se pode fazer em Kaledon, uma cidadezinha próxima que tem lugares para fazer trilhas. Contato com a natureza, os “fresh farmers” (mercados campesinos), o lugar muito bonito”.*

TEMA MUSICAL: Roupas Nova. “Dona”

Bruno e Bela realizam leitura de outras mensagens que chegaram no chat, alguns referidos ao tema de alugueres (Paulo Santos: “valeu pela dica”) e de outro tipo: *“manda beijos para minha esposa Ariadne”*, Luciano Peixoto *“Programa muito legal”*, *“estou assistindo desde Maceió...”*, mensagens de parabéns, etc. [fato curioso é que a maioria das mensagens usa a expressão “Cheguei”].

T7. O Mundial de futebol. Entra o tema da Copa. Canadá está tentando para participar em 2026, está sendo analisado para Toronto sediar uns jogos.

MÚSICA: “EU TIVE UM SONHO”.

T8. Curiosidade. Informação sobre as cataratas de Niágara, de pessoas que tentaram descer pelas cataratas, como algumas morreram e só uma que sobreviveu.

DESPEDIDA. Bruno e Bela: *“tchau até a semana que vem”*.

(Saem do programa de rádio, mas continuam no Facebook, comentam que o programa segue gravado, invitam para que se inscrevam o canal deles. Chegam, mas mensagens de pessoas que vão para Canadá, outros de Brasil. Leem as mensagens, que chegaram y eles agradecem com comentários simpáticos).

Bruno e Bela: *The Brazilian Show Estará de volta sábado que vem, as 8 da noite”*

(Expressam o prazer de fazer o programa. Comentam que vão passar o programa em uma rádio on-line [ou seja, que não consideram o programa como se fosse rádio?]) (Prometem fazer o vídeo sobre os bairros da cidade e fazem uma última despedida).

OBSERVAÇÕES:

- Não se sabe mesmo o que é: rádio, TV, etc... contradisse mesmo a questão das imagens pois são as mesmas, os mesmos planos, não movimentos de câmaras, etc.
- Molesta muito na transmissão quando tiram a música. A importância de ter um canal em YouTube para deixar as músicas.

PROGRAMA 4. “THE BRAZILIAN SHOW”, 17/02/ 2018 (SÁBADO).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO: Página de Facebook do Programa, (17/02) Página web da emissora “Você no Canadá” 19/02).

LOCUTORES: (Bruno e Bela): Cumprimentam e repetem o que tinham falado antes pois houve problema com o som. Anunciam que o programa vai estar muito divertido, que terá um entrevistado especial, boa música e muitas notícias. A Bela vai lendo os nomes das pessoas que já enviaram mensagem para o programa e enviam beijos. Também são lidas as mensagens no chat. **[as mensagens são lidas a través do celular dela]**. Comentam que no programa haverá o momento da “Piada Ruim”, mas também terá “A Piada Boa”. Comentam que a piada não vai ser no final do programa senão que vai ser logo no início para que as pessoas participem e convidem seus amigos

Uma das mensagens que chega no chat pergunta:

Junior Rob · 14:30 A rádio pega em FM AKI EM TORONTO?

[se refere à audição a través das ondas hertzianas na frequência].

LOCUTORES: (Comentam onde a rádio pega e sugere que ele acesse o rádio a través do link: www.cjiqfm.com para ouvir o rádio.

CONTROLE: Vinheta pré-gravada do programa de rádio. “*A partir de agora na CJIQ 88.3 FM, The Brazilian Show, a hora do Brasil. Na região pela 88.3 FM e via web pela www.cjiqfm.com”.*

(Bruno se refere à transmissão local e à transmissão pela web que tem alcance global).

BRUNO E BELA: **(Leem as mensagens que continuam chegando, algumas destas em inglês, mostrando o caráter internacional do programa).**

Saiful Rohin · 17:00 *Amazing even though it's different lang for me...it's amazing.*

BRUNO: (Reitera que na transmissão de Facebook, eles não podem tocar as músicas]. E lê algumas das mensagens). **[Chama a atenção que as pessoas usam a expressão ‘cheguei’]**.

Julietti Santoja: Cheguei rrsrs. Boa noite.

LOCUTORES: (Convidam as pessoas para que compartilhem o programa pois assim “Chegam mais longe”. Também falam do tempo que está esquentando um pouco a mais e que agora tem graus positivos). “*Tem que esquentar as noites da brazucada, menos um, menos 4, já é alegria. Amanhã vai fazer graus positivos... vai na praia.*”.

(a transmissão que se faz pelo Facebook para um pouco enquanto há alguma mensagem tocando no rádio análogo, porém a mensagem não se escuta. por enquanto, só aparecem as imagens do estúdio de transmissão).

LOCUTORES: Anunciam que a transmissão pelas duas vias vai iniciar:

“Yes”, chegamos no seu radinho e pela internet no www.cjiqfm.com e para você que está ouvindo pela 88.3FM Esse é The Brazilian Show. Bem-vindos, boa noite para você que está na Tri City escutando no seu radinho, você que está na internet pelo Facebook. muito obrigados por estar ligados com a gente”.

(Depois os condutores dão o cumprimento em inglês). **[é interessante pois inclui anglo fônos]**

(Referem também que na segunda feira será feriado pois se comemora o dia da família).

CONTROLE: Tema musical dos Titãs: “Família”, (mas não se escuta na transmissão da internet)

LOCUTORES: (Explicam que se pode escutar o programa na emissora *on line: você no Canadá.com.br*. A Retransmissão é na segunda feira às 7 da noite, horário Brasília e quartas feiras ao meio dia horário Brasília).

(Referem também ao fim do horário de verão no Brasil e a como se ganha uma hora e que o programa se escuta mais cedo, DE 10 AS 11 p.m.).

MENSAGENS: (leitura das mensagens que chegam). **[A expressão de Bruno é “XXX entrou”). “o Claudio Cortes entrou, o Marcos Leão, esta por ali, Danielle, a Telma...**

T1. PIADA RUIM. BRUNO: (anuncia que vai chamar ao convidado para a entrevista, que é via Skype) e é transmitida ao vivo no programa. **NoMinuto 23: 55 do programa:**

B: “*Está me ouvindo Roberto?*”

R: “*Ouço sim*”

B: “*Beleza, a gente já entra*”

R: “*Tudo bem*”

B: “*Valeu*”.

(O entrevistado é o humorista. Roberto Edson quem representa a personagem chamada Chico Lorota. Ele conta um par de piadas). **[O recurso da entrevista via Skype e insertada no programa, é interessante pois dá para perceber o uso de vários suportes tecnológicos. Além, imprime ao programa mais dinâmica pois as vezes a transmissão via internet é aborrecida pois são os dois apresentadores falando o tempo todo ou lendo as mensagens que chegam no chat].**

Finalizada a participação do comediante, a apresentadora do programa (Bela) conta também uma piada ruim, e convida aos seguidores do programa para que enviem também piadas.

LOCUTORES: (Continuam lendo as mensagens do chat). [nas mensagens que se podem ler no chat, chama a atenção que uma pessoa escreve o canal do YouTube do comediante que participou no programa -Roberto Edson: Marco Leão · 32:26<https://www.youtube.com/channel/UCnH6FZveK0MfwqKUCvqVZ-g>. [aqui pode ver-se a possibilidade de participação que tem o ouvinte-espectador, e de contribuir com algo de conteúdo para o programa].

Outra escreve no chat que poderia haver uma tendência “hashtag”, para que o Bruno pule na piscina de água gelada no “polar plunge” de 2019. Rodrigo Rezende · 31:35#brunopolarplunge2019

CONTROLE: ENTRA UM TEMA MUSICAL

Locutores: “*Yes, você escutou o Momento ‘Piada Ruim’*”. **(Retomam o tema do momento da “piada ruim” e convidam para que os ouvintes espectadores enviem piadas. [este seria outro espaço de participação dos ouvintes-espectadores, para a través de brincadeiras ou informações animar a interação].** Depois retomam o tema do “Family day” que se celebra no Canadá. Comentam que tocaram temas musicais referidos à família, que as piadas foram sobre a família, etc.

T2. OLIMPIADAS. Participação do Brasil nas olimpíadas. As medalhas ganhadas pelo Canadá.

T3. Exposição sobre o Justin Bieber. Mostrando artigos sobre seu início da carreira. É numa cidade perto de onde estão realizando o programa.

CONTROLE: TOCA MÚSICA DE CHARLES BROWN. “Só os loucos sabem”. (não se escuta na transmissão pela web).

T4. O evento “*Conestoga Polar Plunge 2018* “. Anuncia que a atividade se realiza na quinta-feira dia 15 de fevereiro, as 14:50 pm. horário de Brasília e as 11:50 am. horário de Toronto. Bruno fala que se transmitirá ao vivo na página do programa “The Brazilian Show”. Comenta que haverá um Brasileiro mergulhando na piscina no meio da neve; o Enrique, de Ribeirão Preto.

BRUNO: (Anuncia que a música na transmissão análoga vai finalizar).

CONTROLE: (intervalo publicitário. identificação do programa ‘The Brazilian Show’. publicidade em inglês.

BRUNO: (Comenta sobre a promoção para quem deseje divulgar mensagens publicitárias no rádio).

CHAT:

Se estabelece um diálogo no chat, oferecendo informação sobre a festa de carnaval que será celebrada em Toronto. Os locutores vão fazendo perguntas no programa e as pessoas vão escrevendo no chat:

Ângela Mesquita · 42:10 Convida a galera para o Carnaval sábado.

LOCUTORES: “conta para nós angela” (dissem eles).

Ângela Mesquita · 42:18. Fez 24

Ângela Mesquita · 43:32 Pearson Convenio Centre

Ângela Mesquita · 43:52 Grupo paga \$65. Com open bar

LOCUTORES: (COMENTAN SOBRE LUGAR E VALOR DO INGRESSO).

Fábio Miato Zanandréa · 44:10 Quero ouvir Pablo Vittar, já estou com minha fantasia do Batman!!!

Maria Ramos · 44:48 Oi!!

Ângela Mesquita · 44:49 Sim, Steeles e AirportRoad.

Há opção para os internautas intervir em diversos momentos do programa, a través do chat. A participação é imediata, por exemplo para anotar que há falhas técnicas:

Raphael Mendonça da Nóbrega · 46:27 Brunão está tendo um retorno estranho

[O programa serve também para que os brasileiros intercambiem informação sobre culinária brasileira, aspecto que é importante para quem mora fora do país. Mas não é só o fato da comida per se senão o que significa em termos de identidade do brasileiro]:

Claudio Cortez · 45:23 curiosidades: aí no Canadá se vende coxinha?

Saulo Injoza · 47:56 Tem bolo de rolo também

Marlene Marchi · 48:29 Tem caldo de cana sim 🍷

CONTROLE: Tema Musical do Grupo Capital Inicial “Tudo o que vai” (só se escutam na transmissão de internet os últimos acordes da música, mas na transmissão análoga, se passa completa).

BRUNO: *“Bela, a música está acabando, temos que voltar aqui para o radinho”. (referência a que retomam a programação).*

T5. NEWS. (NOTÍCIAS). (várias notas curiosas ao redor do mundo:

(caso do condutor italiano que invade calçada, restaurante japonês em Nova York vai permitir que as pessoas pesquem seu próprio peixe, passageiro para não pagar taxa de excesso de bagagem, vestiu 8 peças, mas foi barrado).

CONTROLE: Tema Musical: “Trem das onze” (só para escutar na rádio análoga).

CHAT: As mensagens pelo chat avisam aos mesmos participantes acerca de eventos próximos:

Fábio Miato Zanandréa · 51:35 Estou tentando ligar para falar ao vivo!!!

Fábio Miato Zanandréa · 55:13 Semana que vem estarei ai na rádio!!

Divulguem por favor!!!

Tiffany Rezende · 52:39 I love this song ♥♥♥♥ 🎸

Flavio Kavazuro Tattu · 1:00:24 Obaaa

Katiúscia Martins da Silva · 1:06:07 Como funciona o horário de inverno aí, estarei em Toronto em março.

Katiúscia Martins da Silva · 1:14:36. Legal preciso de referência de passeio (vou em março para Toronto).

BRUNO: Onde você está?

Katiúscia Martins da Silva · 1:17:40 Estou em Marília-SP, vou mês quem para Toronto

CONTROLE: Tema Musical de Chitãozinho e Xororó. “Nascemos só para Cantar”. (não se escuta a música. [na transmissão que sai pela internet, fica pouco estético o fato de que eles anunciam a música e não toca na transmissão de internet].

Continua o T5. Bruno e Bela: comenta sobre a Carta de Motorista em Ontario. “*Você pode dirigir até 3 meses. Mais do que isso, tem que tirar a carta. Há prova escrita. Tem que pagar. Se perde, paga de novo*”.

T6. CURIOSIDADES SOBRE O CANADÁ:

(Comentam os locutores coisas que são proibidas: pagar com excesso de moedas (trocado), danificar moedas ecédulas, ter a grama mais alta que 8 plugadas (25 cm), em Manitoba é proibido deixar os carros parados muito tempo pois podem chegar os ursos para se cuidar do frio).

CONTROLE: Tema musical de Vanessa da Matta: Ay! (Na transmissão pela internet não se escuta).

BRUNO: Avisam que o horário de verão no Brasil terminou e pronto termina em Canadá o horário de inverno. “*11 de março entra com horário de verão (em Toronto) e assim fica só com uma hora de diferença*”. No Brasil ficaria o programa no horário de 9 as 10 da noite.

Anuncia também que agora se pode participar mais do programa a través de um e-mail novo: (inaudível). “Se você quer pedir sua música, vai lá no e-mail...” (Mecanismo de participação).

CONTROLE: Música: “Tropa de Elite”.

BRUNO E BELA: Finalizam o programa e colocam um pedacinho da Música de Chaves (SÓ SE ESCUTA NA TRANSMISSÃO ANALÓGICA, PELA 88.3 FM).

“*Estaremos de volta Aqui no seu radinho, até a semana que vem na 88.3 FM.* (Relembra que o programa tem reprise na segunda feira às 7 da noite (Hora Brasília) e a quarta feira ao meio-dia (Hora de Brasília), no rádio online “*Você no Canadá*”

BRUNO: “*Sábado à noite, das 8 às 9. Os brasileiros que estão em Canadá, e aqueles ao redor do mundo e que acompanham ao vivo o programa ou durante a semana, a reprise*”. (Comenta sobre sua conversação com o gerente do rádio e a possibilidade de aumentar uma hora o programa. **Se refere a dados estatísticos de pessoas que sintonizam o programa:** “*A estatística mostra que nas 188.000 pessoas foram alcançadas*

nos últimos 29 dias (refere-se ao mês de fevereiro de 2018). A rádio não alcançava esses números. (porém não especifica se esse número de pessoas é alcançado na versão FM ou na versão *on line*).

BRUNO: *“Um indiano falou-me que mesmo sem entender nada, ele gostava do programa”*. **“Sábado que vem, a gente entra no ar”** às 8 da noite (alude ao horário da transmissão da emissora FM).

The Brazilian Show on CJIQ 88.3 FMtransmitió en vivo el sábado · #tbsnacijq

33 vezes compartilhado.1.692 reproduções. 57 pessoas no chat.

OBSERVAÇÃO: Uma pena não escutar, na transmissão pela internet, do site de “The Brazilian Show”, os compassos musicais que acompanhas os diversos “Momentos do Programa”; a transmissão fica mutilada.

PROGRAMA 5. “THE BRAZILIAN SHOW”, 24/02/ 2018 (SÁBADO).

Modalidade de Audição:

A audição deste programa se fez duas vezes e de maneiras diferentes. A primeira audição se fez o sábado 24 de fevereiro de 11 p.m. a 12 p.m. (horário Brasília), 8 a 9 p.m. (horário Toronto) entrando na página do Facebook do programa “The Brazilian Show”, onde a transmissão é em direto e tem imagens. A segunda audição se fez na segunda 26 de fevereiro, via celular, ingressando à web da emissora *on line* “Você no Canadá”, que retransmite o programa as segunda-feira das 7 às 8 pm (horário de Brasil) e as quartas-feiras ao meio-dia.

Neste roteiro se misturam os conteúdos das transmissões nos dois suportes pois basicamente o conteúdo não tem maiores modificações. Opta-se por colocar comentários diferenciados do tipo de transmissão escutada.

BRUNO E BELA: Iniciam cumprimentando as pessoas que estão assistindo o programa. Bruno explica que o Programa é uma reprise da emissão que se faz os sábados à noite pela emissora CIJQ 88.3 FM.

CONTROLE: TEMA MUSICAL:

BRUNO: *“levamos no seu radinho pela 88.3. FM muito obrigado, aqui você consegue ouvir todos esses ritmos brasileiros, e hoje que é sábado à noite, a gente está para se divertir”.*

LOCUTORES: (Anunciam o conteúdo que o programa vai ter. Também cumprimentam em inglês e comentam o que vão tratar no programa: curiosidades, notícias boas, piada ruim, etc. Dão bem-vinda para brasileiros e para portugueses que estão na sintonia. Falam da reunião à que assistiram para inaugurar a associação de brasileiros em Toronto. Repetem a frequência em que a emissora análoga se sintoniza na região, e falam também de como aceder via internet e, como escutar aos temas musicais do programa). Dão os cumprimentos das pessoas que estão **“entrando”** ao programa

CONTROLE: TEMA MUSICAL “NATACHA”, Grupo CAPITAL INICIAL. **(Na emissão análoga e na reprise que se faz pela Rádio “Você no Canadá”, o tema musical sai completo, mas na versão pelo Facebook, web, a música e efeitos sonoros, não se escutam).**

CONTROLE: vinhetas do momento “Noticias da semana”.

BRUNO: **“Estamos oficialmente no ar”.** [se refere a que nesse instante estão dando início à transmissão pela rádio análoga CIJQ 88.3 FM, porém é estranha a expressão sendo escutada na transmissão a través da página do programa “The Brazilian Show” no Facebook.

Bruno anima aos assistentes ao programa, transmitido no Facebook, para que compartilhem o link. (Esta ação não se daria na transmissão análoga).

“Compartilha, fica mais legal”, disse Bruno, e anuncia para o programa da semana seguinte, a visita da Gabi, escritora, blogueira, aos estudos do programa. Explica que o Momento do programa, chamado de “Curiosidades”, pega a informação do “GabyNoCanadá.com”, o blog da convidada.

T1. Olimpíadas. Locutores fazem breve apresentação das Olimpíadas, comentam que Canadá está no segundo lugar em quantidade de medalhas ganhas, mas em medalhas de ouro, só está em terceiro lugar. Relatam que o Brasil está com 0 medalhas e contam o caso do jogador que ficou fora das olimpíadas por beber.

T2. Chuvas. Dão uma alerta para as pessoas e falam dos problemas que traz as chuvas fortes e de como um rio se desbordou, levando gelo para as ruas e o perigo que isto representa, pois, o piso se desliza. **[no televisor que está na cabine desde a qual se realiza a transmissão, se mostram imagens do clima que há e dos cuidados que devem ser tidos pela população).**

(O programa tem aquele componente de advertência para que as pessoas tomem medidas de seguridade).

CONTROLE: Tema Musical do grupo ROUPA NOVA **(não se escuta na transmissão do programa pelo Facebook, mas se escuta na reprise que se faz na emissora “Você no Canadá”, e claro; na transmissão pela emissora local CIJQ 88.3 FM).**

LOCUTORES: Dizem de viva voz, (não é pré-gravado) a identificação do programa: “The Brazilian Show.... etc.”.

PUBLICIDADE: Propaganda do auto parque para aluguel a venda de carros, com atendimento em português, do Andrés Ribeiro. “*Atendimento em português é com André Ribeiro na Auto parque*”.

CONTROLE: tema musical, em português.

T3. ENTRETENIMENTO. Bruno e Isabel falam do evento denominado “*interlu*”, e das atividades fantásticas na região de *waterloo* (próximo ao local onde eles moram). Comentam que algumas atividades “*out site*” está canceladas devido ao tempo “quente” de 0 graus, mas comentam que há atividades “*insite*” que podem ser aproveitadas, tales como o cinema. Anunciam que a temperatura vai aumentar, celebrando, pois, estão precisando de sol e de calor.

CONTROLE: Tema Musical “Amor igual ao teu”. Grupo Cidade Negra.

BRUNO: “*Fazemos este programa para você curtir. Fica que temos mais meia hora para falar de muitas coisas, temos a piada ruim*”.

BRUNO E BELA: Falam do horário de verão que vai mudar e depois deixam escutar um pouco de música que está sendo transmitida no programa que está saindo simultaneamente pela emissora análoga CIJQ 88.3.FM

CONTROLE: Pré-gravado da identificação do programa “THE BRAZILIAN SHOW”.

PUBLICIDADE: Aviso pré-gravado sobre compra de automóveis, André Ribeiro. Auto parque George Town. “*São 1300 carros, atendimento em português*”. Anunciam o número telefônico.

CONTROLE: Musical “Garota Nacional”. (não mencionam autor). Musical de Lulu Santos: “Um pedacinho”.

PUBLICIDADE pré-gravada “o Auto parque George Town”.

CONTROLE: Vinheta pré-gravada. Identificação da emissora “*The Brazilian Show*”.

BRUNO E BELA: “O programa mais animado da rádio...” (brincam sobre a energia do programa).

CONTROLE: Publicidade da emissora, em inglês.

T4. BRUNO: Fala da aula que teve no *college* sobre o planejamento, os objetivos, a importância de colocar no papel, mas também os prazos para alcançar estes, e de como superar as barreiras que se apresentam. O casal Bruno e Bela relatam de sua própria experiência e de quando eles começaram a visualizar sua viagem para Canadá.

T5. CURIOSIDADES DO CANADÁ. Bela comenta varias: A rua de 2000 km: Canadá com taxa de alfabetização de 99% e com a maior taxa de títulos de faculdade; expectativa de vida em Canadá é de 81.16 anos.

CONTROLE: Tema musical “Galera Coração” com

PUBLICIDADE: Pré-gravada: “*Auto parque George Town, o seu carro está aqui*”.

BRUNO: Solicita aos espectadores, que compartilhem com os amigos para ampliar o alcance do programa. Lee algumas das mensagens que chegam ao chat. **[A percepção é que os que escrevem são de seu círculo de amizade pela familiaridade com que se cumprimentam e pelos temas e experiências comuns que abordam]**

CONTROLE: Tema musical “O CRAVO E A ROSA”.

LOCUTORES: Comentam que o anterior tema musical foi a banda sonora da novela “Jura”, e que a composição musical é de Zeca pagodinho.

CONTROLE: Vinheta do momento “Piada Ruim.

BRUNO: “*Chegou aquele momento de piada ruim, olha Belinha... Bela, vamos lá. Você está encantada com o fundinho musical ne? [O fundo musical ao que refere Bruno, não se escuta na transmissão pelo face, mas sim na transmissão pela página da emissora online “Você no Canadá”]*”.

BELA: (Conta as piadas sobre a loira, sobre bêbado que atravessa rua e buzina e sobre mulheres que foram para o céu). [as piadas não são contadas uma atrás de outra; há intervalos musicais e comentários sobre outros assuntos).

BRUNO: **Convida para que enviem suas piadas.). [Mecanismo de participação do programa].** Reitera que no próximo programa vai estar a blogueira Gaby.

BELA: Oferece dicas sobre casas.

BRUNO: *“Queremos unir todos os brazucas que estão pela região na TryCities, por Toronto, pelo mundo”*. [a ideia do local e do global está atrás desta afirmação, eles compreendem que com a web podem chegar a qualquer canto do mundo].

BRUNO E BELA: (Falam de tocar o tema de Anita). [não se escuta nada na transmissão pelo Facebook, mas sim na reprise pela emissora online “Você no Canadá”. Reiteram que no próximo programa estará como convidada Gaby, blogueira sobre temas de interesse para quem mora ou pretende morar em Canadá.

BRUNO: **“The Brazilian Show “(se refere que é o programa número 30).**

BRUNO E BELA realizam fechamento do programa que se transmite localmente e anunciam um tema musical que de fato só vai para a transmissão análoga.

(Mesmo finalizado a transmissão análoga, eles continuam com a transmissão que se faz pelo Facebook).

A INFORMAÇÃO QUE SEGUE, NÃO SAIU NA TRANSMISSÃO DE REPRISÉ REALIZADA NA EMISSORA ON LINE ‘VOCE NO CANADÁ’.

-Multa para aqueles que anda mostrando a cueca por fora da calça.

- Falam dos cachorros. (se referem aos deles). [O tema entra de improviso, sem justificativa];

-LEITURA DAS MENSAGENS QUE CHEGARAM AO CHAT. [este é outro mecanismo de participação].

OBSERVAÇÃO: Há temas que são falados na transmissão pelo Facebook do programa, que não são emitidos na transmissão no programa de rádio que se escuta na emissora online “Você no Canadá”.

Quando tocam os temas musicais para a transmissão na emissora análoga CIJQ 88.3 FM, os apresentadores do programa falam de outros temas – estes são só para a transmissão que está acontecendo para a página do Facebook do programa “The Brazilian Show

A respeito do tema musical “O CRAVO E A ROSA” é importante dizer que não o tinha registrado na transmissão visual que se faz a través da página do Facebook do programa primeiro que tudo porque na transmissão pelo Facebook, não se deixam escutar os temas musicais. Segundo porque há tantos elementos para atender que algumas informações passam despercebidas, em quanto na transmissão sonora, como não elementos visuais para atender, se fazem evidentes.

PROGRAMA 6. “THE BRAZILIAM SHOW”, 03/03 2018 (SÁBADO).

Modalidade de Audição:

Igual que a semana passada, a audição deste programa se fez duas vezes e de maneiras diferentes. A primeira audição se fez o sábado 03 de março, no horário habitual do programa do sábado, a través do suporte de Facebook do programa que transmite em direto e ao vivo o programa. A segunda audição se fez na segunda 05 de março, na reprise que faz a emissora, emissora *on line* “Você no Canadá”, que retransmite o programa as segunda-feira das 19 às 20 p.m. (horário de Brasil). De maneira semelhante a emissão passada, **neste roteiro se misturam os conteúdos das transmissões nos dois suportes pois basicamente o conteúdo não tem maiores modificações. Opta-se por colocar comentários diferenciados do tipo de transmissão escutada.**

BRUNO E BELA: Iniciam cumprimentando as pessoas que estão assistindo o programa pelo Facebook e na emissão analógica local. CIJQ 88.3 FM.

CONTROLE: TEMA MUSICAL:

BRUNO: *“levamos no seu radinho pela 88.3. FM muito obrigado, aqui você consegue ouvir todos esses ritmos brasileiros, e hoje que é sábado à noite, a gente está para se divertir”.*

LOCUTORES: Anunciam o conteúdo que o programa vai ter e se faz a apresentação da convidada do dia que é a blogueira Gaby que tem o blog “Gabynocaná”, famoso por oferecer dicas úteis para os que moram em Canadá ou pretendem morar nesse país. Posteriormente anunciam que o programa terá seus habituais “Momentos”: curiosidades, notícias boas, piada ruim, etc. Dão bem-vinda para todos os que estão seguindo o programa pelo Facebook e na Rádio local Repetem a frequência em que a emissora análoga se sintoniza na região, e falam também de como aceder via internet e, como escutar aos temas musicais do programa). Dão os cumprimentos das pessoas que estão “**entrando**” ao programa

LOCUTORES: CONVIDAM A GABY PARA CUMPRIMENTE OS SEGUIDORES DO PROGRAMA.

GABY: Cumprimenta

BELA: Comenta que as dicas que ela oferece no programa, referidas a questões de turismo, moradia, carestia de vida, economia nas compras, etc... ela as toma do Blog da Gaby. Explica que o Momento do programa, chamado de “Curiosidades”, a informação sai de “GabynoCanadá.com”, o blog da convidada.

LOCUTORES E GABY: Iniciam um diálogo falando de diversidade de tema referido aos conteúdos do Blog.

PARTICIPAÇÃO: Algumas das pessoas que assistem o programa pelo Facebook, enviam mensagens referidos aos aportes do blog de Gaby e das oportunas recomendações que ela faz. Também falam da evidente gravidez de Gaby e fazem perguntas referidas ao local onde nascerá o bebê, o irmãozinho maior etc. Se inicia diálogo entre locutores e Gaby, e ela responde às perguntas de todos.

O programa se focaliza na entrevista com Gaby, ela está praticamente o programa todo. Se fala também sobre o tema da adoção de cachorros.

LOCUTORES: Dizem de viva voz, (não é pré-gravado) a identificação do programa: “The Brazilian Show.... etc.”.

PUBLICIDADE: Propaganda do auto parque para aluguel a venda de carros, com atendimento em português, do Andrés Ribeiro. *“Atendimento em português é com André Ribeiro na Auto parque”.*

CONTROLE: tema musical, em português.

BRUNO E BELA: Falam que o programa está sendo simultaneamente pela emissora análoga CIJQ 88.3.FM

CONTROLE: Pré-gravado da identificação do programa “THE BRAZILIAM SHOW”.

PUBLICIDADE: Aviso pré-gravado sobre compra de automóveis, André Ribeiro. Auto parque George Town. *“São 1300 carros, atendimento em português”.* Anunciam o número telefónico.

CONTROLE: Vinheta pré-gravada. Identificação da emissora “The Brazilian Show”.

BRUNO: Solicita que compartilhem o programa com os amigos para ampliar. Lee algumas das mensagens que chegam ao chat que na maioria são comentários sobre o blog de Gaby, sobre a adaptação dela e do marido ao Canadá, a consecução de emprego, etc.

CONTROLE: Vinheta do momento “Piada Ruim.

BRUNO: “*Chegou aquele momento de piada ruim, olha Belinha... Bela, vamos lá.*

BELA: (Conta umas piadas).

BRUNO: **Convida para que enviem suas piadas.). [Mecanismo de participação do programa].**

BRUNO E BELA realizam fechamento do programa que se transmite localmente e anunciam um tema musical que de fato só vai para a transmissão análoga.

(finalizando a transmissão análoga, continuam com a transmissão que se faz pelo Facebook).

-LEITURA DAS MENSAGENS QUE CHEGARAM AO CHAT. [este é outro mecanismo de participação].

OBSERVAÇÃO:

Da mesma forma que em transmissões anteriores: Há temas falados na transmissão pelo Facebook do programa, que não são emitidos na transmissão no programa de rádio que se escuta, em reprise, na emissora online “*Você no Canadá*”.

Quando tocam os temas musicais para a transmissão na emissora análoga CIJQ 88.3 FM, os apresentadores do programa falam de outros temas – estes são só para a transmissão que está acontecendo para a página do Facebook do programa “The Brazilian Show

PROGRAMA 7. “THE BRAZILIAN SHOW”, 05/05/ 2018 (SÁBADO).

Modalidade de Audição: Página do Facebook.

BRUNO E BELA: Iniciam cumprimentando as pessoas que estão assistindo o programa pelo Facebook e na emissão analógica local. CIJQ 88.3 FM.

Anunciam que este é o programa # 40 e que **o programa leva 9 meses “no ar”**. Introduzem o tema do clima, falando que é o início da primavera e que todo o entorno está muito florido e de como podem finalmente estar em short. O diálogo é simpático; falam que fizeram jardinagem e o Bruno mostra as mãos e as unhas dizendo que tinha terra. A Bela aproveita para contar histórias da infância, assinalando que sua mãe lavava as mãos dela com uma boxa quando brincava com a terra.

BRUNO: Avisa que vai entrar a emissão análoga. Se escuta vinheta pré-gravada de “The Brazilian Show”.

RECADOS: Os apresentadores realizam a primeira leitura de recados que estão chegando, sempre dando o nome e o local de origem de quem escreve.

Observação: Em quanto eles estão falando na transmissão que vai pelo Facebook, na transmissão análoga se toca música. Só quando está finalizando o tema musical, permitem que sejam escutados os últimos acordes das músicas.

BRUNO: Cumprimenta aos seguidores de fala inglesa em inglês, posteriormente o faz em português.

AVANCES: os apresentadores comentam qual vai ser o conteúdo do programa. Reiteram o tema do clima e de como foi de forte o inverno exaltando que se deve aproveitar a primavera por que de fato passa muito rápido.

LINGUAGEM: Na transmissão que realizam pelo Facebook chama a atenção que se usa a expressão “estamos no ar”. Também, como em outros programas, “entrou”.

CONTROLE: TEMA MUSICAL: PARODIA DO TEMA “DESPACITO” DE LUIS FONSI. (NO TEMA SE TEM MUDADO A LETRA E SE FALA DE COMO CHEGOU O MOSQUITO)

PUBLICIDADE: Propaganda do auto parque para aluguel a venda de carros, com atendimento em português, do Andrés Ribeiro. *“Atendimento em português é com André Ribeiro na Auto parque.”*

LOCUTORES: LEITURA DE UMA MENSAGEM QUE CHEGOU AO MURO DO FACEBOOK. (se refere ao dia da língua portuguesa e da importância de que as crianças que nascem e crescem fora do Brasil, aprendam a língua).

CONTROLE: Vinheta pré-gravada. Identificação da emissora “The Brazilian Show”.

CONTROL: Identificação do Momento “Curiosidades”.

LOCUTORES: ((Falam da importância dos gansos e de como no sul de Ontario há 300.000. Comentam que se alguém espanta os gansos, é multado).

CONTROL: (Na transmissão análoga tocam o tema de “Melinho” (?).

LOCUTORES: (leem da tela várias perguntas que chegaram ao programa). Anunciam que vai a ser tocado, na transmissão analógica, um tema de Toquinho).

CONTROL: Tema Musical de Toquinho (não se escuta na transmissão do Facebook).

LOCUTORES: (CONVIDAM AO ASSISTENTES NO FACEBOOK: “Participa com a gente no sábado”. (Anunciam que o programa fica durante uma semana disponível no Facebook para quem desse ver).

Se retoma o Momento “Curiosidades”, se fala dos *Guinness Records Book*”

CONTROL: Tema Musical de Roberto Carlos ((não se escuta na transmissão do Facebook).

LOCUTORES: (reiniciam a leitura de mensagens, interrompido o tema que se estava desenvolvendo no Momento “Curiosidades”).

CONTROL: PARODIA DO TEMA DE ROBERTO CARLOS (Charges).

Observação: Não foi muito claro o sentido desta paródia. Além que a transmissão análoga e a transmissão do Facebook “colaram-se”.

LOCUTORES: (Apresentam uma nota sobre Ivete Zagalo e o banner que foi colocado em Nova York; comentam sobre como a ela, que recém teve os gêmeos, retomou seu trabalho artístico rapidamente). Comentam sobre o lançamento do tema “Yo te vine a amar” em parceria com outro cantante de fala em espanhol.

LEITURA DE MENSAGENS: Se leem mensagens que chegam ao face, enviados por personas que moram na região e enviam informes sobre os estragos gerados pelos ventos fortes e da importância de tomar cuidados.

CONTROLE: VINHETA DO MOMENTO “PIADA RUIM”.

BRUNA: (conta uma piada ruim mesmo!).

LOCUTORES: (Anunciam que o programa está terminando e convidam: “podem participar enviando música e piadas”, “Compartilha”).

Observação: As músicas tocadas na transmissão analógica foram de: Toquinho, Roberto Carlos, Ivete Zagalo, Gustavo Lima, Jamil.

-A transmissão através do Facebook foi muito chata. O tempo todo foi fala dos apresentadores. Faltam recursos visuais pois se trata de linguagem audiovisual.

BRUNO: Solicita que compartilhem o programa com os amigos para ampliar.

CONTROLE: Vinheta do momento “Piada Ruim.

BRUNO: *“Chegou aquele momento de piada ruim,*

BRUNO: **Convida para que enviem suas piadas.). [Mecanismo de participação do programa].**

BRUNO E BELA realizam fechamento do programa que se transmite localmente e anunciam um tema musical que de fato só vai para a transmissão análoga.

DESPEDIDA PRÉ-GRAVADA DO PROGRAMA.

PROGRAMA 8 “THE BRAZILIAN SHOW”, 12/05/2018 (SÁBADO).

Modalidade de Audição. Como em programas anteriores, assistiu-se o dia sábado na página do Facebook do programa, e pela página web da emissora CIJQ, mesma emissora pela que se transmite, na Região próxima, por ondas hertzianas. Mas devido a que a transmissão é ao vivo, simultaneamente nos dois suportes, optou-se por assistir a transmissão pelo Facebook, já que se tem reprise na segunda-feira, na página web da emissora “Você no Canadá”,

CONTROLE: VINHETA PRÉ-GRAVADA DO PROGRAMA.

BRUNO: “Chegamos, mais um sábado com vocês, bem-vindos”. (Repetem várias vezes Bruno e Bela). “Estamos ao vivo”.

BRUNO: “Até que enfim, chegou a primavera”;

(começam a ler as mensagens que são postadas no muro do Facebook do programa):

“O Ivão está por aí, dona Elba está por ali, vamos compartilhar. Amanhã é o dia das mães”; (Continuam enviando cumprimentos e convida para que compartilhem o programa. Anunciam qual será o conteúdo do programa e dizem que vai ter músicas e poemas especiais para as mães, piada de mães, etc.).

“Quem está na região, pode escutar no rádio. Quem não, se quiser, pode escutar pela internet, acessar o site da rádio, pelo link. E tem você que assiste pelo Facebook do programa”.

(Anunciam a primeira Música “Trem bala” de Ana Vilela.)

BRUNO E BELA: (explicam que é o programa especial de dia das mães, falam da saudade de suas mães que estão longe e anunciam que vai ser tocado o tema de Roberto Carlos “como é grande meu amor por você” (só se deixa o início da música na transmissão de Facebook, e se escuta completa na transmissão pelo site das duas emissoras assinaladas logo no início).

PUBLICIDADE: AUTOPARTES. (anunciam que há uma promoção que traz um kit de verão e além. Tanque cheio de gasolina). [O Bruno tinha falado que era promoção de inverno, mas André Ribeiro-quem é o da Auto partes, escreve no muro que a promoção é de verão, então imediatamente Bruno esclarece]. **PUBLICIDADE:** em inglês de outros produtos e serviços.

Momento ‘CURIOSIDADES’. A seção é desenvolvida por Bela, seguindo informação divulgada no “Guinness Record Book”. Fala que o campo de beisebol mais velho está localizado em Canadá, construído em 1877. Outras: o maior estacionamento de carros está em Canadá, podem ingressar 20.000 veículos e a maior trilha de gelo 930 quilômetros) está na British Columbia.

BELA: (Realiza leitura de poema dedicado às mães).

BRUNO: (Anuncia música de Chitãozinho e Xororó: “fogão de lenha”. Deixam um pouquinho de fundo musical do tema enquanto falam).

LEITURA DAS MENSAGENS QUE CHEGAM AO MURO DO FACEBOOK.

(Muitas mensagens falam da celebração do dia das mães, contam histórias divertidas acontecidas com as mães, as formas em que se corrigia antigamente e outras).

BRUNO E SIBELLA: (REITERAM A FALTA QUE SENTEM DE SUAS MÃES).

MÚSICA: grupo Legião Urbana, “Paes e filhos”.

BRUNO E BELA: (Falam dos cuidados que seus pais tinham com os filhos).

“SEÇÃO DAS MÃES”. (Leitura de um segundo poema).

LEITURA DE MENSAGENS E RECADOS QUE CHEGAM AO MURO DO FACE. (em quanto isto acontece, na transmissão analógica da mesma emissora, passam música).

VINHETA “MOMENTO NEWS”.

(Apresentadores falam que a gasolina subiu e preço e que está acima e 1>30, 1.45). Depois desenvolvem a notícia de um garoto cego). Anunciam um tema musical de Marita da Mata (não se escuta na transmissão do Facebook).

BRUNO: (EM QUANTO O TEMA MUSICAL TOCA NA TRANSMISSÃO QUE SE PASA NA RÁDIO ANALÓGICA NA REGIAO, ELE CONTA COISAS E ESTRAGOS QUE FIZERAM NA INFANCIA).

BELA: (BRINCANDO): “Você apanhou pouco” (Risos).

PUBLICIDADE: AUTOPARQUE

VINHETA MOMENTO “PIADA RUIM” (nesta vez piada sobre mães). (Risos pré-gravados)

APRESENTADORES: anunciam tema de Anita “21 Intimo Perfeito).

A seguir apresentadores leem as histórias que os assistentes ao programa estão enviando. **(a leitura que Bruno faz em voz alta, se justifica para a transmissão de caráter analógico, mas para quem assiste pelo Facebook, não pois tem a possibilidade de ler diretamente no muro).**

BRUNO: Reitera para os assistentes, que podem interagir. Reitera os parabéns para as mães. Reitera o horário de transmissão do programa que vai em direto na emissora analógica CIJQ e na versão pelo Facebook. Continua leitura de mensagens e ele faz comentários como: “Que legal que você entrou”. Fala do canal de fotografias que a Bela tem, e anuncia a promoção que ela está fazendo com motivo do início da primavera-verão e oferecesse o nome Isabelsibellaphotografy. Comenta que no próximo mês de julho, o programa cumpre um ano.

LEITURA DE MENSAGENS POSTADAS POR SEGUIDORES NO FACECEBOOK.(As mensagens escritas no Facebook d programa, são em tempo real).

BRUNO: (Reitera que quem não estiver na região de Kishner, que é de onde se origina o programa que se transmite em vivo e em direto pela emissora CJIQ FM, pode acessar o link da transmissão do programa que se faz pela web. Também repete que o programa se pode assistir durante a semana na página do Facebook pois deixam ali por uma semana).

BRUNO: (LEE MENSAGENS). “Meu pai está aí também, a Leti está ali também, o Tony está por aí” E BELA disse, : “Conta para a gente histórias, o que você mais lembra de sua mãe?”

VINHETA PRÉ-GRAVADA: “Diretamente desde os estudos da CJIQ, o programa que fala sua língua e agita as noites de sábado, com a apresentação de Bruno e Isabela”.

BRUNO: (faz um cumprimento em inglês e posteriormente em português). Depois disse: “Especial de dia da mãe”. (PAUSA). “Temos ouvintes ao redor do mundo pelo Facebook. Temos um ouvinte em Japão e uma ouvinte em Roma”.Anuncia tema musical de Claudia Leite “Extravasa”.

BRUNO; “Estamos falando com o pessoal do Facebook”, disse para aqueles que escutam a transmissão na região e o podem sintonizar a emissora analógica, via ondas hertzianas.

OBSERVAÇÃO: Os cumprimentos são só para quem assiste pelo Facebook? por Vídeo?

CONTROL: Música do grupo Titãs.

FECHAMENTO DA TRANSMISSÃO. VINHETA PRE-GRAVADA DO PROGRAMA.

(Finalizada a transmissão em vivo e em direto pela emissora analógica da região, a transmissão pelo Facebook continua aproximadamente 15 minutos mais)

ANEXO F- PROGRAMA “O JORNAL DA USP”

PROGRAMA 1. “O JORNAL DA USP”. 25/04/2017. (Terça Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura e crédito de apresentação do programa.

TEMAS TRATADOS (T):

T.1. Difusão de evento que se realizará na USP no dia 26, às 18:30 p.m.

No teatro da Faculdade Casper Libero sobre o tema do aborto. Trata-se de um evento gratuito, direcionado para jovens e universitários.

[apresentadora anuncia que se transmitirá pelo Facebook e pelo youtube e dá as dicas para os ouvintes).

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

-Ensino Médio Novo/ Não à corrupção

T.2. Protestos na Venezuela contra o presidente Nicolás Maduro deixa 24 mortos. Repressão militar nas ruas, situação crítica no país, eleições locais na Venezuela. [não há separação nos segmentos da informação local do Brasil, e a informação internacional.

T.3. O encontro do presidente Temer com Rajoy para falar sobre investimentos no Brasil. O encontro se realiza em Brasília onde se fala também sobre os acordos da União Europeia com o Mercosul. Cita-se à importância de potencializar relações de negócios.

T.4. Nota da BBC de Londres anunciando as ações de Estados Unidos contra o governo da Síria pelo uso de armas químicas. Mensagem dos Estados responsabilizando a Síria do dito uso das armas químicas.

8:25 a.m. **SLOGAN:** “O Jornal da USP, o jornal que analisa os fatos e propõe soluções”.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: Defensor Público (referido ao papel dos representantes eleitos), “Justiça Eleitoral”.

T.5. ODEBRECHT. Pagamento de propinas, o testemunho do delator. Relação dos bancos com o escândalo da Petrobrás, envolvimento do setor privado na corrupção.

T.6. Seção: “A Qualidade da Democracia”, com o colunista José Álvaro Moises. Fala sobre os partidos políticos brasileiros. Monopólios partidos brasileiros desde 2006, centralismo. O colunista assinala que aparecem sem proximidade com os eleitores. Retornar as pesquisas sobre se a democracia pode funcionar sem partidos e a necessidade de rever a situação vivida atualmente, pois se dilui o exercício democrático.

T.7. Presença da Rádio USP em Ribeirão Preto. Reportagem: “No Brasil há mais mortos que na Síria”. Se refere a 278 mil mortes violentas acontecidas na data. O repórter fala da alta criminalidade. Há uma entrevista com Roberto de Mato Junior quem dá um testemunho e refere-se ao problema da população carcerária. Retorna ao volume dos processos, dos tribunais abarrotados, a massa carcerária enorme, da necessidade de estratégias, trabalho social, Igrejas e da sociedade em geral. Comenta que há presos provisórios que ficam anos na cadeia mesmo sem razão alguma.

T.8. Tensão entre Coreia do Norte e os Estados Unidos. [na minha opinião esta informação deveria localizar-se na sessão internacional].

Entra entrevista com professores da USP falando do tema. Fala um profissional de Relações Internacionais da Universidade.

Entrevistado fala de repercussões do conflito. Quem entrevista é Carolina Marin.

T.9. Programa de Relações entre a academia-sociedade-profissão, focalizado na área da contabilidade em Ribeirão Preto. Há uma entrevista com a prof. Maria de Sousa Ribeiro da Faculdade de Economia. [No estúdio de transmissão alguém faz um comentário “olha que bacana”, “certo”, não se identifica quem é o

entrevistador, intervém com perguntas, mas não se identifica. Também não se sabe se a entrevista é em direto ou é pré-gravada].

HÁ INTERRUPTÃO PARA FALAR DE UM EVENTO NA FEA-USP.

T.10. “Areias do Mundo”. Refere-se à exposição de exemplares de areias do mundo com o objetivo de mostrar os diferentes ambientes e sedimentos. Se referem ao parque de ciência e tecnologia da USP.

AVISOS:

-Música MPB/-Site Jornal da USP/-Livro de Ocidentalistas.

[uma repórter de nome Cindy apresenta as anteriores informações, de maneira desordenada].

T.11. Seção “Diplomacia: interesse nacional”. Fala Rubens Barbosa (embaixador). Se refere às eleições na França (primeira volta), projeções para a segunda volta e o que representa para França que ganhe LePen ou Macre.

ENTRA A IDENTIFICAÇÃO MUSICAL DA RÁDIO USP.

T.12. Projeto de cidadania. 2000-2016, projeto de saúde e entrevista com a diretora da Faculdade Farmacêuticas que fala do projeto e de como se organizam as atividades em saúde pública. Retorna à origem do projeto, as etapas desenvolvidas.

(A entrevista é realizada por Roxana Ré. A importância da entrevista é que cumpre com o papel de divulgar as atividades das unidades da USP, mas é bastante monótona a condução).

9:20 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E AVISOS DA EMISSORA:**

- “Rádio USP, aqui ninguém quer vender”.

-O defensor público/ *Alumni* USP www.alumini.usp.br / Crédito institucional: “Jornal da USP”, apresentação Roxane Re.

T.13. ‘**GIRO USP**’. Seção referida as atividades em outros campi:

-Diálogo do departamento de física da USP (26 de abril, 18:00 hs, no auditório de Física. /Lançamento de livro escrito sobre Roberto Rocha e Hélio..., referido a Cultura da Gestão, às 19 hs. Na Livraria Cultura. / Campanha de prevenção da hipertensão no campus da USP em Ribeirão Preto, o dia 26 de abril.

USP EM ATIVIDADES: Conexão com outros campi.

-Lorena: encontro dia 28 de abril “diálogo pedagógico ambiental”, organizado pela Escola de Engenharia.

- Ribeirão Preto: Concerto da orquestra USP com a ópera “El Barbero de Sevilla”.

-San Carlos: Festival o 17 de maio. Divulgação científica e outros temas afins. Serão realizados debates sobre vários pontos. Organiza o Instituto de Matemática. [Anunciam que às 17 hs, estarão conectados com a USP FM para divulgar as atividades de “Giro USP”[não é muito claro].

DESPEDIDA E CRÉDITOS DE FECHAMENTO. Se disse que o programa “Jornal da USP”, é uma realização da Rádio USP e do IEA-Instituto de Estudos Avançados.

PROGRAMA 2. “O JORNAL DA USP”. 26/04/2017. (Quarta-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura, crédito de apresentação do programa.

TEMAS TRATADOS (T):

Antes de entrar no desenvolvimento dos temas, se faz o avanço anunciando os titulares das notícias consideradas mais importantes.

T.1. Reforma trabalhista. A pressão o que tem o governo para a aprovação da reforma da previdência e a oposição que há.

T.2. O relator da chapa Dilma-Temer e o recebimento de dinheiro. Julgamento a partir da próxima semana.

T.3. Pesquisa e julgamento de empresas construtoras-empreiteiras, os dirigentes da Petrobrás e os presidentes das empreiteiras. A 6ª ação que se empreende no caso.

T.4. 59 acusados envolvidos no caso da carne fraca. Destes 24 estão presos.

T.5. **SEÇÃO: ENTREVISTAS HOJE** -Juristas falam sobre a necessidade de nova constituição.

T.6. Medida provisória que modifica a legalização de terras no Brasil. Regularização de terras rurais e urbanas e dos prédios que não são ocupados.

T.7. O Centro de matemáticas da USP (CMA)

AVISOS: Convidam a participar à audiência através do USP *online*, especificamente no twitter. Reitera-se que a apresentação do programa é de Roxane Re.

T.8. SEÇÃO: MANCHETES DOS JORNAIS

-Folha de São Paulo: reforma trabalhista e como a reforma afeta os trabalhadores no Brasil.

-New York Times: Reforma trabalhista e crise no Brasil

-El País (Espanha) – (inaudível)

-Le Monde: eleições presidenciais.

Às 7:40 a.m. Desenvolvimento do T.6. -Medidas provisórias. A Faculdade de direito do campus de Ribeirão Preto diz que foi aprovada pelo executivo para reforçar o legislativo no referente a terras urbanas e rurais no Brasil. Regularização e registro de assentamentos urbanos e rurais. Chamada ao comprometimento das autoridades para responder às demandas da Procuradoria. (Informe de Claudia Campos da Faculdade de direito de Ribeirão Preto).

-Depois, desenvolvimento do tema da chapa Dilma-Temer e que podem ser punidos.

-Desenvolvimento do T.1: acordos e casos de aplicação da reforma em mulheres grávidas.

Guilherme Feliciano, prof. da Faculdade de Direito da USP é entrevistado por Fabio Rubião e realiza uma análise dos fatos positivos e negativos. (Roxane introduz um comentário sobre a ação do Ministério Público e o abuso de poder).

T.9. Dia da hipertensão. Informe desde o campus de Ribeirão Preto. Se refere às atividades no dia. Fala dos cuidados da doença, das causas e das correções. Entrevista ao médico Evandro Cesariano que fala sobre os fatores que incidem no aparecimento, oferece dicas de alimentação e de hábitos saudáveis. **[se introduz uma voz masculina que não se identifica, além de que tinha iniciado a entrevista com uma voz feminina). Se dá o crédito da correspondente: Mel Rivera**

Anunciam a página da emissora: www.riberao.usp.br

T.10. Referência a pesquisas sobre demência senil, referência à amostra de 1.099 pessoas. Falam do controle dos fatores. A entrevistada é Claudia Zeumoto da Faculdade de Medicina da USP.

T.11. Seção: “Destaques do Portal”

-Acidificação dos oceanos é causada por monóxido, aumento de fotossíntese das algas para controlar os efeitos. / Busca de vida fora do planeta. / Cursos na USP e formas de aceder a eles. (A jornalista se chama Cindy).

T.12. Seção: “Destaques Internacionais”

-Ativismo nos Estados Unidos. /Agência Reuters (Venezuela e a crise, repressão, confronto entre o governo de Venezuela e a OEA, reunião de ministros de vários países para decidir sobre o caso de Venezuela, posição de Nicolás Maduro). /

Destaque do jornal “El País” sobre a Campanha eleitoral na França. /Incidenciado cyber ataques e o possível envolvimento da Rússia no caso das eleições em USA.

A “*Deutsche Welle*” e o informe sobre o gasto da liberdade de imprensa denunciado por “Repórter Sem Fronteira”; 180 países pesquisados; análise sobre a difícil tarefa dos jornalistas.

Nesta seção de destaques internacionais, entra uma entrevista telefônica com o professor Pedro Dalari (o segmento é feito por ele): fala das eleições na França, sua estrutura política, os partidos que ficariam por fora, a participação da cidadania.

T.13. Operação da polícia contra crimes relacionados com a lavagem de dinheiro e evasão de divisas, fraudes de ativos, venda de prédios, corrupção, infiltrados nos diversos setores da sociedade, agentes públicos,

8:40 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:**

-*Alumni*USP. / Justiça Federal.

T.14. Parece ser uma seção denominada “Atividades”. Se colocam várias que acontecerão em 27 de abril: Seminários; Biblioteca Brasileira e a Orquestra de cordas; lançamento de livros, coletânea de pesquisas Brasil-Chile, processo edusp.com.br.

T.15. Reciclagem, médio ambiente. Roxane Re entrevista a Pedro Livis Cortes da ECA quem assinala problemas do consumo excessivo, a substituição de coisas para não ter que concertar, a importância de reduzir o consumo e gerar consciência sobre a importância da alfabetização meio ambiental.

8:55 a.m.T.16. Manobras militares da Coreia do Sul que simulam resposta aos ataques da Coreia do Norte e as possíveis ameaças que isto representa.

T.17. **DEBATE.** “Manifesto à nação” publicado no “Estado”, com assuntos de urgência como a reforma, a nova constituição. Apresentam José Carlos Dias (jurista vinculado à ECA) e André Singer (FFLH). Entrevista telefônica. (Falam de não ser o momento certo para reformas e que se trata de oportunismo político). Retornando à Assembleia Constituinte e ao plebiscito da população e à necessidade de adiar estes debates, pois há umas urgentes).

9:24 a.m .**PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:** “Não à corrupção”.

Seção ‘USP em atividade-um giro pelo interior’.

Tema 18. O informe é desde o campus São Carlos. Os cursos que oferece a USP-evento do 21-23 de março.

Palestra sobre a reciclagem que será realizada em 27 /03.

DESPEDIDA E CRÉDITOS DE FECHAMENTO. Se disse que o programa “Jornal da USP”, é uma realização da Rádio USP e do IEA-Instituto de Estudos Avançados.

PROGRAMA 3. “O JORNAL DA USP”. 27/04/2017. (Quinta-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura, crédito de apresentação do programa.

TEMAS TRATADOS (T):

T.1. Manifestações contra a reforma trabalhista, a perda dos direitos laborais, e greve do dia 28. Cenário político e económico. (Entrevista com Erando Carlos, departamento ECA-USP, realizada por Roxane Re, a apresentadora do programa). Entrevistado retorna à gravidade da crise e aos 3 milhões de desempregados que há. A participação dos servidores públicos e se isto vai ajudar a superar a crise.

7:50 a.m. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

-*Alumni USP, “uma vez USP... sempre USP”.*

-Vereadores, fiscalização por parte dos eleitores.

Comentários da apresentadora Roxane Re: paralização nacional, parada de transporte, problemas de deslocamento, sindicatos que vão aderir à paralização.

T.2. SEÇÃO MANCHETES (DE JORNAIS).

“Folha de São Paulo”, “Valor Económico”, “Globo de Rio de Janeiro” (Impossível pegar a informação pois foi falada extremamente rápido).

“New York Time”: Casa Branca propõe diminuição de impostos.

“El País”: corrupção impregna governo.

“*Liberation*”, Eleições na França.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

- A Rádio USP no campus de Ribeirão Preto e São Carlos. – Crédito da apresentação do programa: Roxane Re (se repete 7 e 8 vezes).

T.3. Projeto de integração interministerial, instituições de ensino superior. Entrevista Áureo Muniz(USP), do projeto Rendón. Explicação das atividades dos estudantes. Existência de tecnologias avançadas, mas falta comunicação bidirecional, falta treinamento nos municípios. O projeto atende problemas de saúde bucal. Integração social que envolve a educação em saúde. O projeto cumpre 50 anos e vai desenvolver atividades em vários municípios do país. Chamada para incrementar a participação. É coordenado pelo Ministério da Defesa (Comissão de Cultura).

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: Identificação do Jornal da USP (texto) [novamente se insere o crédito da apresentadora: Roxane Re). / Campanha dos Ministérios Públicos contra a corrupção e apoio ao “Corrupção Não!”Da Associação Ibero-americana dos Ministérios de Ibero américa. / **Rádio USP-campus Ribeirão Preto... “a um click. Jornal da USP, agora na palma de sua mão”. (Anuncia o número de WhatsApp).**

8:15 a.m. T.4. São diversos temas referidos a questões internacionais. Observatório russo. Fala de 4 bombardeios de aviões russos a um hospital localizado no norte da Síria, numa cidade que está sob o controle da oposição síria.

-Agência de notícia EFE comenta a solicitude do parlamento francês para suspender a imunidade a LePen pois é acusada de delitos financeiros.

-Reino Unido. Primeira ministra britânica chama a novas eleições.

Reportagem de Josef Paulo Mendes que entrevista a Christian Lombardi quem fala da convocatória de eleições. Se refere às manobras para conseguir apoio para que o Reino Unido possa sair da União europeia.

-Retirada da Venezuela da OEA, expulsa do grupo pois é acusada de adiar as eleições. Nicolas Maduro acusa a USA e disse que quer desestabilizar o país.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

-Ministério de Educação Nacional faz convocatória para estudantes.

T.5. Raquel Houniki: “Cidade para Todos”, se refere à queda de vendas dos imóveis em São Paulo. Perda do dinamismo do mercado pela crise. Comenta sobre a compra de imóveis como investimento seguro, como outsourcing (que não paga impostos). Adverte que há oligarquias de países em desenvolvimento que comprem imóveis no Brasil.

AVISO DA RÁDIO USP. “Jornal da USP, apresentação de Roxane Re” (terceira vez que diz o mesmo).

T.6. A greve organizada pelos movimentos sociais, sindicatos, ocupação do espaço público e os conflitos que se apresentam. Fala sobre a natureza do espaço público como cenário onde ocorrem coisas e o uso político que se faz do espaço.

T.7. Câncer de Próstata e seu aumento em países desenvolvidos. Entrevista com Rodolfo Reis quem se refere ao congresso mundial de câncer de próstata que se realiza na Suíça a cada dois anos onde participam especialistas do mundo inteiro. (A realizar em 27/03). Assinala finalmente que o desafio para os países subdesenvolvidos que a população afetada possa aceder aos tratamentos. (A entrevista é realizada por Melbi Viera).

T.8. **SEÇÃO DESTAQUES.** (Sob responsabilidade de Cinderela). São vários temas:

-Vacina contra o dengue, busca de voluntários para participar numa pesquisa relacionada.

-Meio ambiente: busca de plástico biodegradável. Pesquisa do campus de Ribeirão P.

-Cultura: museus virtuais. (Martin Brosma convida a acessar a informação integrada na página do jornal da USP).

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: se convida aos ouvintes para acessar o aplicativo do “Jornal da USP”.

-Defensor público

-Novo Ensino Médio “acesse o portal do MEC”

8:48 a.m. -Crédito de apresentação do programa: “apresentação, Roxane Re”. (Quarta vez).

8:50 a.m. Retoma do T.6, balance da paralização convocada em protesto pela reforma trabalhista. Referente às manifestações marcadas em diversos locais. São Paulo, Rio de Janeiro e a atividade de 26 cidades. Refere-se a última paralização que foi em 1986 no governo de Sarney. Analisa como estas paralizações impactam os grandes centros, pois as pessoas dependem do transporte público para se deslocar.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

-Campanha dos Ministérios Públicos de 21 países de Ibero América para não tolerar a corrupção. Promovida pela Associação Ibero-americana dos Ministérios Públicos.

-*Alumni* USP, plataforma da rede de ex-alunos da USP.

-Vereadores. Supervisão do trabalho.

T.9. “Poder e Contrapoder”, com o colunista Andrés Singer. Entrevista de Gustavo Xavier. Referente ao significado do projeto de lei da jornada do trabalho e as tensões nas negociações das “reformas” que segundo o colunista, afetam os direitos trabalhistas pois mesmo que haveria redução de custos do trabalho, afeta-se o valor econômico reconhecido para a lavoura.

- “Jornal da USP, apresentação de Roxane Re” (reitera novamente).

-Se retoma o T.6 e se fala da paralização prometida em repúdio à reforma trabalhista (aprovada pela Câmara) e a reforma da previdência social. Refere-se ao artigo do “Estado” sobre o estado da reforma e do comportamento dos deputados envolvidos.

[A apresentadora do programa diz que matérias do jornal da USP recebem destaque no jornal do “Estado” e fala da articulação entre os meios].

T.10. Astronomia. O professor Augusto Dagneri informa como são disponibilizados os dados de seus estudos e seus alunos para os pesquisadores que desejem conhecer. Afirma que não tem a pressão de publicar em revistas científicas, mas que mesmo assim os dados que fornecem são de qualidade e que fazem uma contribuição para outros científicos.

Fim do programa. Créditos da parte técnica e da parceria entre o Instituto de Estudos Avançados da USP e a Rádio USP.

PROGRAMA 4. “O JORNAL DA USP”. 28/04/2017. (Sexta-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura, créditos de apresentação do programa.

TEMAS TRATADOS (T):

O tema principal é o tema da greve; a paralização de 24 horas.

T.1. O jornal abre falando da greve geral e da paralização do transporte. Se realiza entrevista com Milton Jara, diretor de operações do metrô, quem informa que o acesso ao metrô está fechado, que os portões estão fechados que nenhuma linha da COM funciona.

Se assinala que a greve é motivada pelas centrais sindicais e pelos grupos organizados. Se informa que somente funciona a linha amarela do metrô pois é particular. Se menciona que os aeroportos funcionam, pois, os funcionários não pararam, mas que os acessos aos aeroportos estão fechados, causando prejuízo para os usuários.

Sandra Capomocho informa sobre o estado das vias. Menciona as manifestações na pista Ayrton Sena e que há algumas rodovias com interrupções, pois algumas tem o tráfego interditado. Se fala da explosão de algumas bombas e que a situação é caótica.

A apresentadora diz que na USP a portaria 2 e 3 funcionam normalmente, mas que o acesso da portaria 1 foi fechado devido a uma passeata da Rua Alvarenga até a Avenida Vital Brasil.

Menciona que o transporte urbano, especificamente o Uber aumentou as tarifas refere-se ao congestionamento que apresenta na cidade. Finaliza oferecendo-se uma panorâmica do estado dos aeroportos em diversas cidades.

T.2. **MANCHETES DE JORNAIS** (Primeiro os nacionais, depois os norte-americanos e depois os europeus).

- “O Estadão”, “A Folha” e “Valor Econômico”: greve e reforma trabalhista.

- “O Globo” (Rio de Janeiro): “Cabral alega que só usou caixa 2”.

- “New York Times”: reforma trabalhista.

- “The World Street”: empresas e tecnologia.

“O País” (Espanha) e o “*Liberation*” (França): eleições em seus países.

7:50 a.m. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

-Representantes eleitos nas divisões da USP

-Rádio USP, campus São Paulo e Ribeirão Preto.

[. **Anuncia a página web da rádio:** www.rádiousp.br].

Retomada do T.1. Entra uma notícia sobre as adesões à greve e de garantir o direito de paralização. Entrevista com Flavio Roberto Batista e sobre o tema que pode ser descontado do salário do trabalhador no dia da greve. (Entrevista Carolina M).

7:58 a.m. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

“A Rádio USP, a rádio de sua universidade pública e gratuita”.

8:00. A apresentadora Rosane Re fala dos problemas de mobilidade na cidade e por primeira vez se dirige aos ouvintes assim: “Você que tem hoje voo...” [adverte das rodovias fechadas e da dificuldade de aceder ao aeroporto].

8:01 a.m.T.3. SEÇÃO “DESTAQUES DO PORTAL JORNAL.USP.BR”.

-Instituto de Ortopedia da USP e tratamento do joelho

-Abertura do Programa “Nascente” com convocações abertas até 30/05/017.

AVISO: “Jornal da USP, apresentação Roxane Re”. (3 vezes em um intervalo de tempo curto).

-Fera de divulgação dos cursos que a USP oferece. (Se convida para ver o jornal da USP na web: “Atualidades e há entrevistas de programas anteriores”.

T.4. Reforma trabalhista. Entrevista com o prof. Hélio S. quem afirma que dita reforma traz benefícios e não atrapalha os direitos dos trabalhadores e que ditos direitos foram preservados nas propostas. Explica que há uma necessidade de reformar a previdência para que não seja quebrado o sistema.

[Rosane Re, não fala diretamente aos ouvintes das coisas que se afetam, numa espécie de posicionamento pessoal, se coloca como uma cidadã comum]

T.5. A crise dos correios. Estratégias que se usam para integrar as regiões e as crises que se vivem. O geógrafo, prof., Igor S. Fala sobre pesquisa referida aos serviços postais. Reflete sobre a privatização dos correios, questiona os interesses na privatização, das pressões exercidas e se pergunta sobre a soberania nacional. Refere-se ao papel estratégico dos correios, à circulação dos fluxos e a como a privatização afetaria. Questiona empresas internacionais que desejam aumentar seus lucros levando em conta à privatização dos correios.

T.6. Coluna “Ciência Feliz”, com o Prof. Dr. Ciro Marcondes Filho (ECA). [A coluna se desenvolve no modo de entrevista, o repórter é Mario]. O Ciro se refere ao tema dos mitos da quantidade de horas de sono que são necessárias por dia, e sobre a medida das 8 horas. Relaciona o tema com a saúde, os padrões de ciclo de sono, os problemas de sono e as doenças que se geram. [fala que a coluna é da Catedral UNESCO de divulgação científica da USP].

-Se retoma o T.1: a greve contra as reformas propostas pelo governo e como está-se afetando a mobilidade dos cidadãos. Entra uma entrevista com o secretário de transporte metropolitano Sr. Clodoaldo Peleschoni. Se menciona a retomada do funcionamento do sistema de transporte na CPTRM e afirma que se atendem 3 milhões de pessoas diariamente e no metrô 4 milhões de pessoas. [A apresentadora Rosane Re, solicita ao entrevistado recomendações para a população para minimizar moléstias do dia-a-dia].

Entra entrevista telefônica com Milton Pecholi da CPTM quem fala sobre o estado da mobilização, os bloqueios na cidade devido às manifestações, e as soluções.

8:58 a.m. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

T.7. Meio ambiente-construções sustentáveis. [Uma entrevista em direto, desde o estudo, com o prof. Pedro Luís Cortes, quem semanalmente participa no programa. A entrevistadora é a apresentadora do programa Rosane Re).

9:05 a.m. Retomada do T1: paralização do transporte, notícias de Ribeirão Preto, fechamento de escolas, inoperância parcial de postos de saúde.

9:10 a.m.

Entrevista em direto de Roxane Re com o sr. José Carlos Nunes Martinelli (presidente da SPTRANS). Fala sobre o estado das vias, a operação de ônibus (assinala que 8,000 ônibus não funcionaram pois não conseguiram sair das garagens).

Pergunta da apresentadora: “Qual é sua recomendação para a população?”

O entrevistado assinala que é preciso redesenhar as malhas ferroviárias do país.

Entra entrevista telefônica com o professor Danieli Vermute da Escola Politécnica da USP, quem assinala que há problemas na infraestrutura ferroviária, nas rodovias e nos aeroportos que afetam o desenvolvimento econômico do país e sua projeção internacional. Assinala que um grave problema é que as ferrovias não estão interligadas.

9:25 a.m. [Rosane Re anuncia que a linha 1 do metrô tem operações parciais de funcionamento].

DESPEDIDA E CRÉDITOS DE FECHAMENTO. Se disse que o programa “Jornal da USP”, é uma realização da Rádio USP e do IEA-Instituto de Estudos Avançados.

PROGRAMA 5. “O JORNAL DA USP”. 02/05/2017. (Terça-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura, créditos de apresentação do programa.

TEMAS TRATADOS (T): - O programa abre anunciando os destaques.

T.1. Ataque a aldeã, por luta da terra, deixa sete feridos e três mortos.

T.2. Assembleia Nacional Constituinte na Venezuela.

T.3. 01 de maio marcado por manifestações no Brasil e no Mundo.

T.4. Pesquisa Datafolha: 70% são antirreformas (2.781 entrevistas em 172 municípios).

T.5. Última sessão de debate para votar a previdência.

Seção de Entrevistas:

-Colóquio “Educação e Cidadania” organizado pelo Instituto de Física da USP. Referido ao papel da docência em processos formativos, ética, conduta de vida. Dr. Belizário J./ Tratamento para combater o câncer./Centro de Matemáticas

7:48 a.m. AVISOS INSTITUCIONAIS

- “Jornal da USP, apresentação Rosane Re’ / “O Jornal da USP. O jornal que se analisa os dados e propõe soluções”. / “*Alumni USP: uma vez USP, sempre USP*”. /Defensor Público.

7:55 a.m.“Histórias do Sasdival”, com o Prof. Paulo S. (Entrevista em direto sobre a situação dos indígenas e o sucedido no estado do Maranhão pela disputa da terra. Reflexões sobre as lutas indígenas).

8:00- Identificação sonora da Rádio USP. “*Rede USP. 93.7 MgZ. A rádio de sua universidade pública e gratuita*”.

T6. MANCHETES DE JORNAIS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

- “O Estado de São Paulo”: Exportação

- “Folha de São Paulo”: Aposentadorias

- “Valor Econômico”: Venezuela-Nicolás Maduro

- “*New York Times*” e “*The World Street Journal*” e “*Liberation*”: Eleições na Europa.

T.7. Centro de Ciências de Matemáticas Aplicadas da USP. Se refere ao fato de como aproximar o setor produtivo com a academia. Com o Prof. José Alberto Combinati.

AVISOS INSTITUCIONAIS: (“*Jornal da USP, agora na palma da mão*”. Se refere ao aplicativo para acessar desde a Internet). / “Justiça Eleitoral” (campanha de combate à corrupção, dos Ministérios Ibero-americanos. “Corrupção Não”. / “*Alumni USP*” – Plataforma para unir antigos alunos da USP. / “Jornal da USP, apresentação de Rosane Re’.

8:21 a.m.DESTAQUES INTERNACIONAIS:

-Como se festejou em Cuba o 1º de maio – apoio à Venezuela-Eleições, LePen Ganha espaço entre os eleitores.-Trump e possível encontro com o líder da Coreia.-Trump mantém distância com o par brasileiro: Temer. Se destaca que anteriores presidentes tiveram encontros com presidente dos Estados Unidos nos primeiros 100 dias do mandato deste.

8:29- “*Rádio USP, a rádio que não tem publicidade comercial. Aqui ninguém quer vender nada para você*”.

8:30- T8: Coluna “A Qualidade da Democracia”. [Coluna de opinião semanal, que acontece todas as terças]. Com José Álvaro Moises. [. É entrevistado pela Simone...].Falou sobre os partidos políticos e a formação das novas gerações.

8:35- T9. Meteorologia. Como é feita a previsão do tempo. José Augusto Pereira Filho se refere aos dados enviados para as centrais de medição nos países desenvolvidos e como servem para tirar modelos interpretativos para plataformas de monitoramento.

T.10. Reportagem desde Ribeirão Preto: Brasil é o país com maior número de tentativas de suicídio e o 5º país com taxas de depressão. Taxa de suicídios aumentou 27.5%. O suicídio como problema de saúde pública – Hospital das Clínicas-USP Ribeirão Preto. (Informa Mel Vieira).

T.11. DESTAQUES

-Cinderela Caldera: Pesquisa do Instituto de física USP :neurônios, conexões e mal de Alzheimer.

-Estreia na Rádio USP; o CD do mês, o Quinteto Vento e Madeira”.

- “No site do Estadão, tem também os destaques do jornal da USP”, disse Rosane Re. [se refere a inter-relação das mídias].

-Ouvinte@usp.br, para que as pessoas possam escrever. E oferece o número telefônico: 11-30914425

Aviso Institucional: “*Defensor Público, transformando a causa de uma pessoa para toda a sociedade*”.

T12. DESTAQUES INTERNACIONAIS

-Agência EFE: Chamada de atenção sobre o presidente Maduro, retirada da OEA. Redemocratização da Venezuela.

- Agência Reuters: Coreia do Norte acusa aos Estados Unidos de leva-los para uma guerra e fala de duas explosões feitas junto com os surcáramos em um exercício conjunto. Lançamento de bomba nuclear, risco de ataque nuclear preventivo da Coreia do Norte.

8:55 a.m. AVISO INSTITUCIONAL. Identificação sonoras das emissoras de São Paulo e de Ribeirão Preto: “*Rádio USP, a rádio de sua universidade pública e gratuita*”.

T.13. “Diplomacia, interesse nacional”. Tema: incertezas do cenário, explosão de crises em todo o mundo (políticas, militares, econômicas...), eleições na França e na Alemanha, saída da Inglaterra da EU, situação dos bancos na China. Testes de mísseis na Coreia, situação na Síria e Iraque, ameaças contra Iran, Trump e as Filipinas. No caso da Região latino-americana, se fala do caso da Venezuela.

T14. Entrevista sobre o câncer cerebral. Rosane Ré entrevista a prof. Valmir Antônio Chita, do Instituto de Física da USP, que fala sobre técnicas para combater o avanço das células cancerígenas.

9:22 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:**

“*Alumni USP, aumente sua rede de contatos, o prestígio da USP são seus ex-alunos*”. /

“*Não à corrupção, campanha dos Ministérios Públicos de Ibero américa*. /

T.15 a.m. **EVENTOS DA USP.**

-Biblioteca brasileira, lançamento da Revista o 03/05 às 17:30, Av. Lucio Martins, travessa 4 e 5. - bbm.usp.br, dossiê latino americanistas-Faculdade de Economia-FEA, seminário Governança Universitária, para o 04/05. www.fea.usp.br[O informe é realizado por Cristina, mas não diz o sobrenome).

9:26 a.m. **DESTAQUE:**-Divulgação do relatório do mercado, referido à inflação, PIB, melhoras na economia. -Regulação de situação das pessoas que não participaram nas eleições.

DESPEDIDA E CRÉDITOS DE FECHAMENTO. Se disse que o programa “Jornal da USP”, é uma realização da Rádio USP e do IEA-Instituto de Estudos Avançados.

PROGRAMA 6. “O JORNAL DA USP”. 03/05/2017. (Quarta-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga e por Internet.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura, créditos de apresentação do programa. Reitera que o programa vai de segunda a sexta das 7:30 a.m. até às 9:30 a.m.

TEMAS TRATADOS (T): - O programa abre anunciando os destaques. [Trata-se de uma panorâmica geral das informações que serão apresentadas no programa].

8:00 a.m. Faculdade de Economia realiza seminário sobre “Governança em tempos de crise”. O entrevistado é o prof. Jaques Macovich, da FEA. Entrevista telefônica. Fala primeiro do tema da crise e depois da governança,

8:15 a.m. Identificação Institucional: “Jornal da USP, em parceria com o Instituto de Estudos Avançados”.

T.1. Segundo turno (07/05) nas eleições da França. Divisão na França.

8:22 a.m. **AVISOS INSTITUCIONAIS**

-Jornal da USP

-Campanha “Não à Corrupção”, Ministérios Públicos de Ibero américa.

8:24 a.m. **DESTAQUES DO PORTAL**

T.2. Notícias sobre os insetos (Cinderela Caldeira). Entrevista ao prof. Alberto Suarez Corneia, de Piracicaba, quem fala do borboletario e das fases de vida do inseto.

-Lançamento da Revista # 6, junto com uma exposição do Instituto Brasileiro da USP. O 03/05 na biblioteca brasileira. “Podem ler no portal da USP”, diz a jornalista.

-Ministra Carmen Lucia e a lava jato

AVISO INSTITUCIONAL: “Rádio USP, a Rádio que não tem publicidade”.

T.3. Seção “Globalização e Cidadania”, com o professor Pedro Dalari. Se refere aos direitos trabalhistas e a comemoração do 1º de maio e ao desenvolvimento destes direitos. Estabelece uma relação com o tema da reforma trabalhista no Brasil.

AVISO INSTITUCIONAL: “Jornal da USP, apresentação Rosane Re”.[a apresentadora diz: “gosto muito de publicar no twitter” e diz: @roxanere].

T.4. Entrevista com o pró-reitor de cultura da USP Marcelo de Andrade Romero, inscrito à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, quem fala do programa “Nascente” para divulgar os talentos artísticos dos alunos. Fala das categorias de participação, as inscrições e a premiação. [É uma entrevista telefônica].

8:45 a.m. **AVISOS INSTITUCIONAIS:**

- “Você pode curtir... baixe o aplicativo do jornal da USP”.

- “Não à corrupção” -Campanha dos Ministérios Públicos de Ibero américa”.

- “Jornal da USP, apresentação Rosane Re”.

T.5. Agência Brasil- o boleto vencido que inicia em julho (agora se aceita pagamento depois das datas de corte). Cálculo das multas será feito diretamente. - Federação Brasileira de Bancos-.

T.6. Segurança. A Amaki regulamentou o uso de drones e não pode ser a menos de 30 metros de distância.

AVISOS INSTITUCIONAIS

- “Jornal da USP, o jornal de sua universidade pública e gratuita”.

-*Alumni* USP ... “é muito importante você conosco”.

-Fiscalização-Justiça Eleitoral

T.7. (Relatado pela apresentadora Roxane Re); Assembleia Constituinte na Venezuela. Reportagem da emissora alemã *Deutsche Welle*. Luís Almagro da OEA acusa a Nicolas Maduro e estudam sanções para Venezuela. Afirma que é o momento de ruptura democrática. **[Informação similar tinha sido emitida em programa da semana passada].** Ministro Malcurra afirma que governos de 6 países latino-americanos

incentivam derrubar o Nicolas Maduro. Repressão gera preocupação da OEA. (Roxane Re, apresentadora do Jornal da USP, opina **excessivamente e toma partido em favor da saída de Maduro**).

9:00 a.m. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

Rede USP de rádio, São Paulo e Ribeirão. / Não à Corrupção. / Crédito da apresentadora do Jornal.

DESTAQUES:

-Curso SESC-USP- Prevenção de violência entre os jovens. (Entrevista telefônica com Marcelo Batista Neves). Núcleo de Estudos da Violência-USP.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

“Jornal da USP, o jornal que analisa os fatos. Agora suas dúvidas a um Clik. Procure o jornal da USP, agora na palma de sua mão”. “Agora suas dúvidas no e-mail ouvinte@usp.br”.

T.8. DICAS

-Lançamento americanistas às 17:30, Centro de Estudo das Navegações “A Nova Europa” 04/05 na sede do instituto de relações Internacionais.

-Palestra “Capital Social”, com Silvio Salett, 04/05.

-Instituto de Física “Como a crise afeta a ciência e a filosofia”, encontro do dia 04/05.

9:25. a.m. T.9. USP EM ATIVIDADE: “Um giro pelo interior”.

-Bauru, “Meeting Fonoaudiológicos” dias 08 e 09/05. (Informa Mariane Ramalho).

-San Carlos, lançamento do livro sobre rodovias “Projeto Geométrico de Rodovias”, Escola de Engenharia. (Informe de Ciro Navarro).

-Lorena, escola de engenharia de Lorena: “Perícia Criminal”; 04/05; Informa Simone Colombo.

-Ribeirão Preto. Programa de Medicina com inscrições abertas, informa Claudia Leirei.

-T.10. Notícias sobre produção industrial no Brasil nos primeiros meses de 2017 e crescimento do IB.

FECHAMENTO DO PROGRAMA COM OS CRÉDITOS INSTITUCIONAIS.

Se diz que o programa “Jornal da USP”, é uma realização da Rádio USP e do IEA-Instituto de Estudos Avançados da USP.

PROGRAMA 7. “O JORNAL DA USP”. 04/05/2017. (Quinta-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga e por Internet.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura, créditos de apresentação do programa. Reitera que o programa vai de segunda a sexta das 7:30 a.m. até às 9:30 a.m.

Assinala que se trata da “Rede USP de rádio”, emissoras em São Paulo e em Ribeirão Preto (107.9 Mgz

TEMAS TRATADOS (T): -

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

Nesta vez o programa inicia com avisos: “Não à corrupção”, Campanha da Associação dos Ministérios Públicos de Ibero América. Também com a apresentação institucional do Jornal da USP sob a condução de Roxane Re.

8:05 a.m. T.1. Refere-se às imagens usadas na TV sobre a confusão acontecida na noite anterior onde agentes penitenciários invadiram a Câmara;

8:06 a.m. Nota sobre a Petrobrás e sua participação para atuar como operadora única nestas áreas. Decreto que regulamenta a participação da Petrobrás para explorações.

8:07 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.**

- “Agora você pode curtir a Universidade de São Paulo na palma de sua mão”. (Serefe ao aplicativo). “Defensor Público. “Jornal da USP, apresentação Roxane Re.[Em um espaço curto do programa já se tem anunciado isto três vezes].

T.2. DESTAQUES INTERNACIONAIS

Refere-se ao debate televisivo entre LePen e Macron na França, antes do pleito definitivo do dia 7.

8:15 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**

-Papel dos eleitores na fiscalização, *Alumni* USP, Presença da USP em Ribeirão Preto e em São Paulo,

Envio de dúvidas para o e-mail do Jornal da USP e ao telefone: 30914425, “Jornal da USP: uma parceria do Instituto de Estudos Avançados e da Rádio USP”.

T.3. Separação de lobby e corrupção. Relação entre o público e o provado. O prof. Décio Silvertain, da FEA-USP fala da importância de fazer cumprir regras éticas. [Trata-se de uma entrevista telefônica];

8:30 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:**

“Rádio USP, a rádio que não tem publicidade...”.

T.4. **COLUNA “Cidade para Todos”**, com a prof. Raquel Rouniki. Se refere ao slogan “acelera São Paulo” e ao imaginário da cidade de São Paulo e de o aumento de velocidade nas marginais levam a triplicar o número de acidentes e os riscos de colisão. E disse: “A Velocidade Mata”.

8:38 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**

“O jornal da USP, parceria do Instituto de Estudos Avançados da USP e a Rádio USP”.

T.5. DESTAQUES

-Polícia Federal e operação lava jato.

-O hábito de acumular objetos e como se converte em um transtorno compulsivo. [se faz entrevista telefônica com Samantha Gomes e quem entrevista é Simone Lemos).

-Por 3 votos contra 2, decidiu-se a libertação do ex-ministro José Dirceu e outros implicados na lava jato. Um prof. Do campus de Ribeirão Preto da USP, se pronuncia sobre este fato.

-Engenharia naval da Escola Politécnica reconstruiu uma nave das que usavam para navegar no rio Tietê. Fazem chamado para os interessados no tema para fazer parte do grupo de estudo.

8:55 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:** “Jornal da USP... (fala das parcerias...)”

Se desenvolve o tema da lava jato e a nova fase com a busca de novos suspeitos de receber milhares de reais em propinas.

T6. Elevação e diminuição no índice da FIP em vários setores (educação, vestuário, habitação, alimentação).

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: Rádio USP em São Paulo e Ribeirão”.

T.7. **COLUNA “Poder e Contra Poder”** de Andrés Singer.

T.8. Estudo do Centro de Estudos Avançados e o estudo para o levantamento de favelas e loteamentos em São Paulo na procura de que as políticas públicas sejam efetivas. Analisa o prof. Eduardo Marques do Departamento de Ciências Políticas da FFLH.

9:15 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**

- “Justiça eleitoral”

-Novo Ensino Médio: Campanha do MEC-Governo Federal

- “Jornal da USP, apresentação Roxane Re” (Reiteração).

9:18 a.m. T.9. **SUGESTÕES DE EVENTOS**

-Instituto de Estudos Avançados, Escola Politécnica (05/05);

-Agricultura urbana “ativismo na cidade de São Paulo” -debates (05/05). www.iea.usp.

-Palestra “USP Mulheres, a violência contra as mulheres”, organiza a Escola de Educação Física da USP.

-Debate: Brasil e América Latina na segunda guerra mundial (05/05), lançamento livro.

9.22. a.m. T.10. **USP EM ATIVIDADE: Um Giro pelo Interior**

-Campus Bauru. (Informa Mariane Ramalho). Lançamento de campanha do agasalho para atender a população em risco. Coordena o serviço social da prefeitura do campus.

-Campus Ribeirão. (Informa Claudio Limeira). Evento: “Portas Abertas”, organizado pela Faculdade de Economia para informar sobre os programas de graduação.

9.26a.m. T.11. **DESTAQUES INTERNACIONAIS**

Agência Reuters: “Trump prometeu mediar a paz entre israelenses e palestinos” [não se especifica]. “Trump enfrenta ceticismo profundo pois não planeja estratégias”. Referem também as visitas dos primeiros ministros israelense e palestino.

T.12. Lançamento do satélite geoestacionário brasileiro adquirido pela Telebrás, localizado na Guiana Francesa.

O programa finaliza dizendo que para amanhã há “**Um encontro marcado com nosso ouvinte**” [ouvinte invisível pois não há uma comunicação inclusiva].

CRÉDITOS FINAIS DO PROGRAMA.[desta vez destacam-se Cristiane Bradela e Marcio....]

E tem uma frase final: “Encontro marcado com nosso ouvinte” [Um ouvinte invisível].

PROGRAMA 8. “O JORNAL DA USP”. 05/05/2017. (Sexta-Feira).

MODALIDADE DE AUDIÇÃO DESTA TRANSMISSÃO: Análoga e por internet.

INÍCIO DO PROGRAMA: nome do programa, créditos institucionais, slogan de abertura, créditos de apresentação do programa. Reitera que o programa vai de segunda a sexta das 7:30 a.m. até às 9:30 a.m.

Logo disse que a apresentação do programa é de Roxanne Re. [repete-se esta informação 6 vezes ao transcorrer do programa; é cansativo e desnecessário].

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL (da rádio USP, da coprodução do jornal entre o IEA e a rádio USP, da campanha anticorrupção dos ministérios ibero-americanos).

TEMAS TRATADOS (T): -

DESTAQUES:

- T.1. Executivo da OAS disse que empreiteira tinha o controle dos pagamentos.
- T.2. Juiz Sergio Moro e Carlos F. apoiam as prisões para acabar com a corrupção.
- T.3. Ministro Meireles disse que as reformas da previdência são necessárias.
- T.4. Poluição do ar em São Paulo aumenta no outono e no inverno.
- T.5. Mudanças climáticas podem aumentar.
- T.6. Após a epidemia de sarampo, necessitam protestos.
- T.7. Uso de exame de laser para exame do sangue, será tema de palestra.
- T.8. Debate sobre política do Doria, referida à privatização das entidades públicas de São Paulo é o tema do evento da IEF, no dia 08 de maio, com o prof. Rodrigo de Losso (FEA-USP), Ana Caricaldo (IEA-FFLH, USP). O debate será sobre contratações, despesas, gestão de recursos. A pergunta é sobre por que a sociedade não é ouvida, e trata-se mesmo de vender a cidade, de ADMINISTRAR a cidade ou de um déficit de democracia.

7:55 a.m. SLOGAN E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

- “Jornal da USP.” de segunda a sexta-feira das 7:30 às 9:30.
- *Alumni* USP, www.alumniusp.br “O prestígio da USP é a qualidade.
- “Jornal da USP, parceria do IEA e da Rádio USP.
- Campanha da Associação dos Ministérios Ibero-americanos “Corrupção Não”.
- Rádio USP 40 anos pré-gravado (assinala a identificação da rede USP com sede em São Paulo e em Ribeirão Preto). “A Rádio de sua Universidade”.
- “Jornal da USP...” de segunda a sexta-feira das 7:30 às 9:30.
- *Alumni* USP, www.alumniusp.br “O prestígio da USP é a qualidade.
- “Jornal da USP, parceria do IEA e da Rádio USP.
- Campanha da Associação dos Ministérios Ibero-americanos “Corrupção Não”.
- Rádio USP 40 anos pré-gravado (assinala a identificação da rede USP com sede em São Paulo e em Ribeirão Preto). “A Rádio de sua Universidade”.

8:05 a.m. (Novamente disse o pré-gravado que a apresentação do programa é de Roxane Re). Imediatamente ela fala um pouco do clima em São Paulo e anuncia as MANCHETES dos jornais.

T.8. MANCHETES DE JORNAIS

- Folha de São Paulo: Gestão de Doria
- Valor Econômico: críticas do FMI
- Globo: Lava jato e prisão de políticos
- New York Times: Câmara derruba medidas. Partido de Trump ganha o debate sobre mudanças do sistema público de saúde.

-El País: Corrupção

-*Liberation*: Corrida eleitoral 07/05/2017.

8:07 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**: “Jornal da USP, em parceria de IEA”.

Desenvolvimento do T.7 sobre técnica experimental para identificar doenças. Palestra do dia 08/05 sobre o uso do laser para identificar a LDL (proteína no sangue), com o prof. Antônio Figueiredo, do Instituto de Física da USP.

8:15 a.m. Desenvolvimento do T.4: Poluição. Diminuição da poluição, programa do PROCOM, diminuição da contaminação, modernização da frota de veículos.

8:25 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**

- “Jornal da USP, na palma da Mão”.

-Justiça eleitoral

-Jornal da USP... apresentação Roxane Re.

-Acompanhe... de uma passadinha nas redes sociais, USP online. “me acompanha no twitter (disse Roxane Re e menciona várias pessoas que acompanham pelo twitter). [é a primeira vez que se fala sobre isto. Porém no programa não se reflete que sejam tidos em conta os ouvintes].

T.9. Greve dos correios. Funcionamento do metro. Se suspende a proposta de greve.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

“Rádio USP, a rádio que não tem publicidade comercial”.

8:30. a.m. T.10. **COLUNA “Ciência Feliz”**, com Ciro Marcondes Filho. O tema é: a morte das abelhas e como o transgênico mata. Notícia sobre o caso canadense, inseticidas que matam massivamente. Importância das abelhas na polinização da floricultura.

8:36 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**: “Jornal da USP, apresentação Roxane Re.

T.11. **DESTAQUE INTERNACIONAL**:

-Vitória de Trump contra o Obama CARE e substituição por outro sistema de saúde. Proposta dos republicanos.

-Eleições na França.

9:20 a.m. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**: “Jornal da USP, parceria entre o Instituto de Estudos Avançados e a Rádio USP.

T.12. Mudanças climáticas propiciam chuvas e a fotossíntese aumenta, Notícias do prof. Marcus Silveira quem confirma as mudanças. Repórter: Marcus Buchan,

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

- “Jornal da USP, o jornal que analisa os fatos e propõe soluções, uma parceria de Rádio USP e o Instituto de Estudos avançados”.

-*Alumni* USP

-Apresentação... Roxane Re (de novo).

8.55 a.m. T.13. Reportagem sobre a escravidão. Fabio R, entrevista por telefone a Denis de Oliveira (ECA). Refere-se que 46 milhões de pessoas são sometidas. Falam de crianças no Congo que são usadas para a exploração de minerais usados nas telas de celulares. Convidam a evento na ECA para debater o tema, nos dias 11,12 e 13 de maio de 2017.

T.12. **DESTAQUES DO PORTAL**-www.jornaldausp.br

-Campus Ribeirão. Operação lava jato; o prof. Daniel Pacheco, da Faculdade de Direito, se refere à nova etapa. Uso da lei de repatriação para que o dinheiro de lavagem de dinheiro, volte de forma legal. (Notícia de Mel Rivera).

- “Super-heróis somos todos”, site que ajuda às crianças para arrecadar dinheiro para depositar em contas de pessoas necessitadas.

-Dificuldade que tem as pessoas idosas (99%) de passar nas ruas, pois o tempo dos semáforos é pouco. Estudo revela a necessidade de aumentar o tempo para que os carros parem. (Informa Cinderela Caldera).

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

“Jornal da USP, uma parceria do IEA e a Rádio USP.

9:11 a.m. T.13. Após explosão de sarampo na Itália, explode debate sobre o benefício ou malefício das vacinas (entrevista telefônica com o prof. José Cassio Moraes, da Santa Casa, Faculdade de Ciências Médicas da USP.

T.14. SEGMENTO: USP EM ATIVIDADE, UM GIRO PELO INTERIOR-CONEXÃO COM OUTROS CAMPUS.

- BAURÚ. Pacientes voluntários para participar em tratamentos gengivais (inf. Mariane Ramalho).

-SÃO CARLOS. Curso sobre o tema de estações na terra. (Inf. Edmilson).

-RIBERÃO PRETO. IEA e a Faculdade de Economia e Ciências Contábeis organiza evento sobre relações de trabalho e invisibilidade (inf. Claudia Heri).

(INVITAM ACESAR O SITE DAS UNIVERSIDADES E SE DESPEDEM DE ROXANE RE, QUEM NÃO AGRADECE Á REPORTER).

9:22 a.m. T.15. Núcleo de empreendedorismo da USP; como trabalhar no Starbucks. Bolsa para a reitoria da USP, www.usp.emprende.org

T.16. Projeto “Física para Todos”, evento no dia 06/05 organizado pelo Instituto de Física da USP.

T.17. Domingo no IAIA. Grupo musical que se apresenta no dia 07/11 na “casa de dona IAIA.

[com as dicas se fecha o jornal da manhã].

CRÉDITOS DE FECHAMENTO DO PROGRAMA. VINHETA PRÉ-GRAVADA