



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
BACHARELADO EM RADIALISMO

FÁBIO HERMANO DE SÁ LOPES

**“RÁDIO COM IMAGENS”: UMA ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES EM VÍDEO DA
RÁDIO JOVEM PAN NO YOUTUBE**

JOÃO PESSOA - PB

2019

FÁBIO HERMANO DE SÁ LOPES

**“RÁDIO COM IMAGENS”: UMA ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES EM VÍDEO DA
RÁDIO JOVEM PAN NO YOUTUBE**

Monografia de graduação apresentada ao Centro de Comunicação, Turismo e Artes, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Radialismo.

Orientador(a): Prof. Dra. Norma Maria Meireles Macêdo Mafaldo

JOÃO PESSOA - PB

2019

Catálogo na publicação
Seção de Catálogo e Classificação

L864r Lopes, Fabio Hermano de Sá.

"Rádio Com Imagens" : uma análise das transmissões em vídeo da Rádio Jovem Pan no Youtube / Fabio Hermano de Sá Lopes. - João Pessoa, 2019.
69 f. : il.

Orientação: Norma Maria Meireles Macêdo Mafaldo.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCTA.

1. Rádio. 2. Transmissões em vídeo. 3. Convergência. I. Mafaldo, Norma Maria Meireles Macêdo. II. Título.

UFPB/CCTA

FÁBIO HERMANO DE SÁ LOPES

**RÁDIO COM IMAGENS: UMA ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES EM VÍDEO DA
RÁDIO JOVEM PAN NO YOUTUBE**

Monografia de graduação apresentada ao Centro de Comunicação, Turismo e Artes, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Radialismo.

RESULTADO: _____ MÉDIA: _____

João Pessoa, _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

NOTA _____

Prof^ª. Dra. Norma Maria Meireles Mafaldo (orientadora)
Universidade Federal da Paraíba

NOTA _____

Prof. Dr. Victor Eduardo Bijos Jardim Gomes Braga (examinador)
Universidade Federal da Paraíba

NOTA _____

Prof. Dr. Alan Mangabeira Mascarenhas (examinador)
Universidade Federal da Paraíba

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe Célia, meu Pai Fábio, minha sobrinha Maria Eduarda e a minha namorada, e futura esposa, Geovana.

Agradeço à professora Norma Meireles por aceitar ser minha orientadora nesta pesquisa. Agradeço aos professores Victor Braga, Alan Mangabeira, Bruno Ribeiro, Marcel Vieira, Carlos Cartaxo e João de Lima por terem sido de extrema importância para a minha formação.

Agradeço a jornalista Larissa Pereira por ter me proporcionado a minha primeira experiência em rádio através do seu projeto de mestrado “Rádio UFPB”.

Agradeço meus supervisores no período de estágio no IFPB João Carlos Beltrão e George Glauber.

Agradeço também aos meus colegas de estágio da rádio CBN João Pessoa Michelle Sousa, Mayara Araújo, Maria Eduarda, Patrícia Rocha, Bruno Filho, Suetoni Souto Maior, Caio Ismael, Carla Visani e Luis Sousa. À vocês agradeço pela oportunidade, paciência e confiança nessa experiência que me proporcionou momentos e ensinamentos que vou levar comigo para sempre.

Agradeço aos supervisores dos projetos de extensão que participei André Piva, Cely Farias e Bárbara Duarte.

Agradeço aos meus amigos e colegas da minha turma de radialismo Guilherme, Laureano, Júlia, Luana e João Victor, Raphael, Gilmar e Tales pela parceria nos trabalhos e também nas resenhas.

Agradeço a todos que de forma direta ou indiretamente contribuíram para este momento.

RESUMO

Tendo em vista a transformação dos meios tradicionais de comunicação com advento da internet e a possibilidade de novas formas de distribuição de conteúdo a partir das multiplataformas, a presente pesquisa busca analisar a relação entre som e imagem nas transmissões em vídeo da Rádio Jovem Pan de São Paulo no *Youtube*. Os objetos de pesquisa foram três programas da emissora: *Jornal da Manhã*, *Pânico* e *Esporte em Discussão*, que foram analisados através da metodologia da análise de conteúdo. Buscou-se observar, identificar e descrever os elementos visuais nessas transmissões e sua relação com a linguagem radiofônica.

Palavras-chave: Rádio; transmissões em vídeo; convergência.

ABSTRACT

In view of the transformation of traditional means of communication with the advent of the Internet and the possibility of new forms of content from multiplatforms, this research seeks to analyze the relationship between sound and image in the video broadcasts of Radio Jovem Pan de São Paulo in Youtube. For this, the research corpus was divided into three broadcaster programs: *Jornal da Manhã*, *Pânico* and *Esporte em Discussão* to be analyzed through the content analysis methodology. We sought to observe, identify and describe the visual elements in these broadcasts and their connection with the radio language.

Keywords: Radio; video broadcast; convergence.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 A.....	31
Imagem 2 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 B.....	37
Imagem 3 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 C.....	38
Imagem 4 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 D.....	39
Imagem 5 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 E.....	40
Imagem 6 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 F.....	41
Imagem 7 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 G.....	42
Imagem 8 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 H.....	43
Imagem 9 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 I.....	44
Imagem 10 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Jornal da Manhã</i> 14/06/2019 J.....	45
Imagem 11 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Esporte em Discussão</i> 10/06/2019 A.....	47
Imagem 12 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Esporte em Discussão</i> 10/06/2019 B.....	48
Imagem 13 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Esporte em Discussão</i> 10/06/2019 C.....	51
Imagem 14 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Esporte em Discussão</i> 10/06/2019 D.....	51
Imagem 15 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Pânico</i> 13/06/2019 A.....	54
Imagem 16 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Pânico</i> 13/06/2019 B.....	55
Imagem 17 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Pânico</i> 13/06/2019 C.....	56
Imagem 18 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Pânico</i> 13/06/2019 D.....	57
Imagem 19 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Pânico</i> 13/06/2019 E.....	58
Imagem 20 – Print <i>screen</i> da transmissão do <i>Pânico</i> 13/06/2019 F.....	59

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Elementos da linguagem radiofônica.....	19
Quadro 2 – Possibilidade de uso do vídeo no rádio.....	22
Quadro 3 – Categorias de análise.....	26
Quadro 4 – Textos que aparecem no GC principal do <i>Jornal da Manhã</i>	32
Quadro 5 – Textos que aparecem no GC de rodapé do <i>Jornal da Manhã</i>	34
Quadro 6 – Textos que aparecem no GC principal do <i>Esporte em Discussão</i>	49
Quadro 7 – Textos que aparecem no GC de rodapé do <i>Esporte em Discussão</i>	50
Quadro 8 – Informações visuais de complementação.....	60
Quadro 9 – Informações visuais exclusivas.....	62
Quadro 10 – Informações visuais sobrepostas.....	63

LISTA DE SIGLAS

AC - Análise de conteúdo
AM - Amplitude Modulada
CBN - Central Brasileira de Notícias
FM - Frequência Modulada
GC - Gerador de caracteres
MG - Minas Gerais
RS - Rio Grande do Sul
WWW - World Wide Web
ZH - Zero Hora

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1 CONVERGÊNCIA.....	14
2.2 O CONCEITO DE RÁDIO NA ERA DA CONVERGÊNCIA.....	16
2.3 LINGUAGEM RADIOFÔNICA.....	19
2.4 O RÁDIO HIPERMIDIÁTICO E O USO DE VÍDEO.....	21
3 METODOLOGIA.....	24
3.1 CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	25
4 AS TRANSMISSÕES EM VÍDEO DA RÁDIO JOVEM PAN.....	27
4.1 A EMISSORA.....	27
4.2 <i>JORNAL DA MANHÃ</i>	29
4.2.1 ANÁLISE <i>JORNAL DA MANHÃ</i>	30
4.3 ESPORTE EM <i>DISCUSSÃO</i>	46
4.3.1 ANÁLISE <i>ESPORTE EM DISCUSSÃO</i>	47
4.4 <i>PÂNICO</i>	54
4.4.1 ANÁLISE <i>PÂNICO</i>	55
4.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	62
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS.....	67

1 INTRODUÇÃO

O trabalho *“Rádio Com Imagens”¹: uma análise das transmissões em vídeo da Rádio Jovem Pan no Youtube* trata de uma tendência recentemente observada em muitas rádios brasileiras, que é a transmissão em vídeo dos seus programas que antes poderiam ser apenas acompanhando por áudio. No contexto da transformação que está ocorrendo nos meios de comunicação para se adaptarem a era da convergência, nasceu o interesse de investigar como o rádio, uma mídia que até pouco tempo era estritamente sonora, está fazendo para incluir elementos visuais, e como isto poderá estar modificando a sua linguagem, já que agora essas imagens precisam ser descritas para a compreensão do conteúdo para quem apenas ouve. A partir desta curiosidade, estabeleceu-se a seguinte questão para a pesquisa: *Qual a relação entre som e imagem nas transmissões em vídeo dos programas da Rádio Jovem Pan?*

Para a fundamentação teórica da pesquisa serão utilizados para nortear o trabalho, conceitos como o de convergência de Henry Jenkins (2008); estudos relacionado ao rádio dos autores Luiz Artur Ferraretto (2014 e 2012), Eduardo Meditsch (2001), Marcelo Kischinhevsky (2012 e 2016), Nair Prata (2009 e 2014), e de linguagem radiofônica de Armand Balsebre (1994). O trabalho também inclui estudos da autora Débora Lopez sobre o uso do vídeo no rádio. Vale salientar que uma classificação de Lopez sobre o assunto, serviu como base para a presente pesquisa, na qual foi feita uma adequação para aplicação.

O objetivo geral da pesquisa será analisar qual a interferência da transmissão de vídeo dos programas da Rádio Jovem Pan na linguagem radiofônica. Dentre os objetivos específicos destacam-se: identificar os elementos visuais utilizados nos programas radiofônicos; descrever os elementos visuais utilizados nos programas radiofônicos; observar em que momentos as imagens se sobrepõem ao áudio, e a linguagem radiofônica; comparar como as imagens são utilizados em programas radiofônicos de formatos e gêneros distintos.

1 O termo **“Rádio Com Imagens”** foi utilizado pela primeira vez pela pesquisadora Débora López, em 2012, no artigo, “Rádio Com Imagens: um estudo sobre o uso de vídeos em páginas de emissoras de rádio brasileiras e espanhola, 2012.”

Os objetos de estudo do trabalho são os programas da rádio Jovem Pan de São Paulo, tendo como corpus: *Jornal da Manhã*², radiojornal, apresentado por Thiago Uberreich, veiculado no dia 14/06/2019; *Esporte em Discussão*³, mesa redonda esportiva, apresentado por Wanderley Nogueira, veiculado no dia 10/06/2019; *Pânico*⁴, programa de entrevista, apresentado por Emílio Surita, veiculado no dia 13/06/2019

A escolha da emissora e seus respectivos programas para esta pesquisa, se dá por alguns motivos: A rádio Jovem Pan não é segmentada, ela transita sua programação em jornalismo, esporte, música e entretenimento, com isso podemos analisar a utilização do vídeo em diferentes gêneros de programas radiofônicos. Por isso a predileção pela emissora, ao invés de outras rádios que também disponibilizam a transmissão em vídeo para a sua audiência, a exemplo das jornalísticas, CBN, BandNews FM, Gaúcha ZH de Porto Alegre e a de entretenimento 98 FM de Belo Horizonte.

Foi utilizado na presente pesquisa a metodologia da análise de conteúdo (AC). De acordo com Laurence Bardin (2016, p.48), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas que “utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção dessas mensagens”. Organiza-se em torno de três polos cronológicos: (1) pré-análise, fase da organização, tendo por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais; (2) exploração do material, momento de aplicação sistemática das decisões tomadas; e (3) tratamento dos resultados obtidos e interpretação, quando se trabalha sobre o que foi efetivamente pesquisado.

A partir da metodologia da AC foram observados os programas da rádio Jovem Pan que pertencem ao *corpus* da pesquisa. Percebeu-se como os quatros elementos da linguagem

2 Programa *Jornal da Manhã* do dia 14/06/2019 disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=UuG_87GgY-8 Acesso: em 20 jun. 2019.

3 Programa *Esporte em Discussão* do dia 10/06/2019 disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=InhrjDN-mi0> Acesso: em 20 jun. 2019.

4 Programa *Pânico* do dia 13/06/2019 disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=UuG_87GgY-8 Acesso: em 20 jun. 2019.

radiofônica citados por Balsebre (1994 apud Ferraretto 2014) voz, efeitos sonoros, silêncio e música são sobrepostos ou complementados com as informações visuais utilizadas nas transmissões via *Youtube* da Rádio Jovem Pan, sejam elas fotos, vídeos, elementos gráficos, gestos ou encenações para a tela.

A pertinência do trabalho se justifica por analisar uma transformação ainda em andamento da forma de se consumir rádio a partir da convergência de mídias. A pesquisa possui também um papel relevante para área acadêmica relacionada aos estudos de rádio em específico ao uso do vídeo. Por ser uma mudança ainda muito recente, a existência de produções acadêmicas ainda é baixa sobre o tema.

Para os profissionais da área, o trabalho se torna relevante pelo fato desta pesquisa subsidiar informações que darão aos atuais e futuros radialistas, uma noção de como a transformação do meio radiofônico em meio multimidiático está modificando as produções das emissoras de rádio, fazendo que o profissional saiba desempenhar outras funções, como o repórter terá que saber por exemplo, filmar e fotografar. O locutor terá que saber falar olhando para a câmera. Mas ao mesmo tempo o profissional de rádio não poderá esquecer que a transmissão em vídeo é um condimento e o áudio é o prato principal.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão abordados conceitos de diversos autores sobre: convergência, o conceito de rádio na era da convergência, linguagem radiofônica, rádio hipermidiático e o uso do vídeo.

2.1 CONVERGÊNCIA

Em seu livro “Cultura da Convergência” Jenkins (2008) cita que Ithiel de Sola Pool foi o primeiro autor a falar sobre convergência dos meios de comunicação. Seu *Technologies of Freedom* (1983) foi o primeiro livro a delinear o conceito de convergência como um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas:

Um processo chamado ‘convergência de modos’ está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas – pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo. (POOL, Apud JENKINS 2008, p. 38)

Pool (1987) percebeu que algumas tecnologias de comunicação suportavam maior diversidade e um maior nível de participação do que outras. O que se confirmou nos dias atuais, em TVs a cabo por exemplo, é possível ter disponibilizado vários canais de áudio; no rádio é possível assistir a um programa com imagens; o jornal que era impresso hoje está na tela do computador.

Jenkins (2008) observa que o conteúdo de um meio pode mudar quando surge outro, como aconteceu com o rádio com a chegada da televisão, e como está acontecendo neste

século com a popularização da internet. Para o autor, os meios antigos precisam conviver com os que estão em ascensão:

A televisão substituiu o rádio como meio de contar histórias, deixando o rádio livre para se tornar a principal vitrine do rock and roll), seu público pode mudar (como ocorre quando as histórias em quadrinhos saem de voga, nos anos 1950, para entrar num nicho, hoje) e seu status social pode subir ou cair (como ocorre quando o teatro se desloca de um formato popular para um formato de elite), mas uma vez que um meio se estabelece ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicação. Desde que o som gravado se tornou uma possibilidade, continuamos a desenvolver novos e aprimorados meios de gravação e reprodução do som. Palavras impressas não eliminaram as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro e a televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. (JENKINS 2008, p 41)

Jenkins (2008, p. 27) conceitua convergência como “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”. Para o autor a convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.

O autor ainda lembra que a convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. “A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação”. (JENKINS, 2008, p. 44)

O conceito de convergência de Jenkins é exemplificado no que está ocorrendo com as emissoras de rádio no Brasil e no mundo, que estão transitando seu conteúdo por múltiplas plataformas. O hábito mudou, as pessoas foram pra internet, por isso as emissoras de rádio também foram, o objeto empírico estudado neste trabalho a rádio Jovem Pan, é uma das que mais aproveitaram essa nova forma de consumir e produzir conteúdos, pois é possível assistir sua programação com imagens via *Youtube*, ou apenas com som no FM do celular, do carro ou do tradicional radinho de pilha. “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas

plataformas de mídia’’ (JENKINS, 2008, p. 9)

2.2 O CONCEITO DE RÁDIO NA ERA DA CONVERGÊNCIA

Até o início do século XXI, a definição de radiofonia era clara e precisa e praticamente qualquer pessoa saberia descrever. Hoje com a convergência o meio se hibridiza com novos meios como observa Prata (2014 p. 9) “Hoje foram agregados ao rádio novas linguagens, novos públicos, novas plataformas e novas formas de transmissão e recepção. Hoje é possível ver e compartilhar rádio”.

O rádio pode ser definido de muitas formas. Em uma perspectiva da década 1980, Rabaça e Barbosa definiram o rádio como:

Um veículo de radiodifusão que transmite programas de entretenimento, educação e informação, música, notícias, discussões, programas humorísticos e narração de acontecimentos esportivos sociais e informações de utilidade pública. Que transmite mediante a uma concessão do estado. [...] (RABAÇA; BARBOSA, 1987, p. 431)

Kischinhevsky (2016, p. 14) destaca que a digitalização do rádio no final dos anos 90 redesenhou a criação, a produção e circulação de conteúdos radiofônicos, num cenário de convergência o rádio foi forçado a se reinventar mais uma vez, criando assim, o conceito de rádio expandido “O rádio é um meio expandido que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as redes sociais, celular e TV por assinatura; *sites* e portais de música”.

Kischinhevsky (2012, p. 147) enfatiza que “nesse rádio social, expandido, novos serviços oferecem cada vez mais novos canais de distribuição e ferramentas que propiciam a circulação de conteúdos radiofônicos através de redes sociais e comunidades on-line”. Além disso, o autor ressalta que as novas plataformas potencializam as distribuições de conteúdos que são geradas pelas emissoras jornalísticas, sobretudo nas redes sociais. Quanto mais ferramentas de compartilhamento um perfil social possuir, maior será a probabilidade de uma pessoa escutar aquele áudio.

Portanto, o rádio expandido refere-se àquelas emissoras que, além de gerarem o tradicional conteúdo de antena, buscam difundir em outras plataformas, seja nas redes sociais, nos telefones móveis ou até mesmo em TV’s por assinatura, apropriando-se de outras

ferramentas multimídia, como por exemplo: os textos, os vídeos, os infográficos e as imagens, com o intuito de oferecer mais subsídio ao ouvinte-internauta.

Ferraretto (2014) destaca que na virada do século XXI ao não se restringir a transmissão hertziana o rádio precisou ser repensado conceitualmente, na qual a descrição do meio eletrônico não serviria mais para defini-lo, a partir daí começa a prevalecer a linguagem radiofônica como critério principal para a definição do meio. Como exposto por Ferraretto e Kischinhevsky (2010).

Meio que transmite na forma de sons, conteúdos jornalísticos de serviços, de entretenimento, musicais, educativos, informativos e publicitários. [...] De início suportes não hertzianos como web rádios e podcasts não eram aceitos como radiofônicos, No entanto na atualidade a tendência é aceitar o rádio como linguagem comunicacional específica que usa a voz (em especial, a forma fala) a música, efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico que está vinculada. (Ferraretto e Kischinhevsky, 2010, p. 1009.)

As novas formas de se produzir conteúdos atingiu todos os meios de comunicação, com o rádio não seria diferente, por ter sido o primeiro meio eletrônico inventado, há no senso comum uma opinião de acha-lo um meio ultrapassado, o que é um equívoco, já que o rádio também está sendo modificado com a internet como observa Ferraretto (2014, p. 23): “o rádio da era da internet não é mais o mesmo de antes do surgimento e da consolidação da rede mundial de computadores”.

Os avanços tecnológicos levaram o meio radiofônico para um ambiente totalmente convergente. Lopez (2012) lembra que o rádio sempre usou da narrativa sonora para falar ao seu público, e agora o meio se dirige a sua audiência em forma multimídia, com seus canais de interatividade ampliados diversificados, contemplando o consumo multiplataforma na internet.

Cordeiro (2004) atenta que o rádio na internet vai permitir ao meio incorporar elementos visuais que permitirão uma entrega de conteúdo cada vez mais completa:

Na Internet, o rádio reúne música, informação e publicidade, em paralelo com outros componentes como animações, imagens estáticas ou em movimento. Os novos suportes permitem a introdução de componentes (gráficos, tabelas, fotografias, textos escritos, imagens de vídeo) que vêm complementar a informação disponibilizada pelo meio. Este aspecto vai obrigar a uma adaptação a esta nova forma de comunicar, com recursos que vão permitir produzir uma mensagem tão completa quanto possível.

(CORDEIRO, 2004, p. 2)

Segundo Meditsch (2010), apesar dessas novas possibilidades o rádio ainda se manterá sonoro. Mas não podendo mais se limitar pelas três características definidoras propostas pelo autor: “um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real” (MEDITSCH, 2001, p. 4).

Cordeiro (2004) lembra que o rádio socorreu-se do cinema e da imprensa para compor uma nova estrutura comunicativa, da mesma maneira que numa primeira fase, a internet integrou os meios existentes. A integração de práticas precedentes tem sido comum na evolução dos meios de comunicação.

Face à convergência dos meios de comunicação social num só suporte, a rádio pode representar um dos diversos canais deste novo meio de comunicação, que se evidencia pelo estímulo à participação dos seus utilizadores e deita por terra a passividade da audiência. Mesmo no seu suporte em FM, as estações de rádio têm implementado sistemas de comunicação que favorecem a interatividade entre produtores e receptores, numa estratégia de acompanhamento das novas modalidades comunicativas que a Internet veio estabelecer (CORDEIRO, 2004 p.5)

Prata (2009, p.79-80) explica a transformação do rádio com o termo “radiomorfose”, que se baseia na readaptação dos gêneros e das interações do rádio com seu público diante dos adventos tecnológicos e das mudanças sociais. Ao longo do tempo, com a necessidade de superar as próprias limitações, o meio precisou se readaptar diante das adversidades e agora, com a era digital, precisa apresentar novas alternativas para um público cada vez mais exigente e com acesso à internet, o que leva novamente o rádio a passar pelo processo da “radiomorfose”.

Em plena convergência, assume-se, assim, que o rádio adquiriu um caráter plural, como enfatiza Herreros (2001) a respeito das formas tecnológicas de transmissão. Parte-se da ideia de que essa pluralidade vai para além dos suportes de transmissão e recepção, inserindo-se no que pode ser chamada de multiplicidade da oferta.

2.3 LINGUAGEM RADIOFÔNICA

Ferraretto (2014) lembra que um erro comum é a redução do rádio à oralidade, como destaca Balsebre (1994, p. 24) isso seria uma limitada “concepção do meio”. Portanto a

linguagem radiofônica engloba outros elementos além da oralidade.

Como já citado, o rádio é definido pela sua linguagem e não pelo seu suporte, Balsebre o autor referência sobre o tema, considera a linguagem radiofônica como:

O conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, cuja a significação é determinada pelo conjunto de recursos técnicos expressivos da reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos rádios ouvintes (BALSEBRE, 1994, p. 27 Apud FERRARETO, 2014)

Percebe-se que conceito de linguagem radiofônica de Balsebre aplica-se à rádio hertziana e pode também ser aplicado ao produto sonoro que escutamos na internet, uma vez que o autor fala de formas sonoras e não sonoras na mediação técnica que permite a produção, a emissão e a recepção, e destaca a importância da interação entre emissor e receptor. Todos estes fatores são potencializados pela internet e, especificamente, pelas webrádios.

Ferraretto (2014) define os quatro componentes da linguagem radiofônica (Ver quadro 1) citados por Balsebre (1994):

Quadro 1 - Elementos da linguagem radiofônica

Elementos da linguagem radiofônica	Definição
Voz	É a palavra falada de modo pelo qual a voz aparece com mais frequência, possui um alto poder comunicativo, carregando parte significativa do conteúdo da mensagem.
Silêncio	É a ausência de som planejada, possui um grande papel na mensagem radiofônica, principalmente para passar dramaticidade.
Efeitos Sonoros	Utilizado inicialmente da dramaturgia radiofônica para construção de imagens sensoriais, eles podem ser 1- referencial, expositiva ou ornamental quando evocam um som natural mas não sendo imprescindível ao relato 2- programática, na pontuação de transmissões, ao serem usados como bip na hora certa. 3- Descritiva, construindo um cenário e permitindo a localização de cenários e objetos. 4- Narrativa, marcando transição de espaço e tempo e 5- Expressiva, quando indica estados de ânimo.

Música	Que pode ser como conteúdo de uma programação ou em termos de linguagem integrando a mensagem de rádio como descreve o autor em cinco categorias : 1- Gramatical, como sistema de pontuação narrativa radiofônica 2- Descritiva, que serve a cenografia que se deseja retratar 3- Expressiva, como objetivo de gerar climas 4- Complementar, aperfeiçoando o conteúdo e 5- Comunicativa, usada como música autônoma.
--------	--

Fonte: Elaboração própria, com dados de Ferraretto (2014)

Portanto, a linguagem radiofônica é o que resulta não da utilização isolada de cada um dos componentes, mas do seu conjunto. A capacidade expressiva da linguagem radiofônica não pode ser reduzida a palavra, todos os recursos fundamentam o sentido simbólico, expressivo estético da linguagem radiofônica.

2.4 O RÁDIO HIPERMIDIÁTICO E O USO DE VÍDEO

O conceito de rádio hipermidiático (LOPEZ, 2010) trata do veículo no contexto contemporâneo e das revisões de sua definição e de suas práticas devido à tecnologização da produção, da distribuição e do consumo da informação radiofônica pelas quais passa o veículo criando novos formatos e rotinas de trabalho.

Lopez (2012) lembra que caracteristicamente o ouvinte de rádio é participativo. Seja por meio de cartas, telefonemas, mensagens de texto, visitas à sede da emissora, e-mail, chats, fóruns, seja pelas redes sociais, o público sempre se faz presente na programação, e hoje também nos *sites* das emissoras.

Barbeiro e Lima (2003) definiram esse novo ouvinte como “ouvinte-internauta”, pois podem ter acesso a rádios de várias partes do mundo e dar sua contribuição para o aperfeiçoamento da mídia:

Com a rádio na internet o internauta é, ao mesmo tempo, operador de áudio, editor-chefe, repórter, editor de reportagem, âncora, programador etc. [...] Nasce o ouvinte-internauta conectado via web com o rádio globalizado, que ajuda a derrubar as fronteiras nacionais. (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 47).

Para Lopez (2010) a possibilidade de compartilhar um vídeo por plataformas como *Facebook* e *Youtube* remetem a emissora ao espaço da audiência, permitindo a ela atingir

usuários que podem não compor seu público cotidiano. Dessa forma, o rádio em ambiente de convergência, imerso no contexto das tecnologias da informação e da comunicação, não abre mais mão de estratégias narrativas e de ferramentas de contato e aproximação com seu ouvinte – agora ouvinte-internauta. Esse veículo, agora hipermidiático, constrói uma narrativa multimídia em que dialogam fotos, vídeos, infografia, texto escrito e áudio, sendo este último o seu foco central, configura-se na essência da informação disponibilizada ao usuário. Além disso, também não abre mão de estar próximo do ouvinte, de circular nos seus espaços, de dialogar, de ouvi-lo (como sempre o fez, mas que hoje o faz por meio de novos e múltiplos canais), de permitir que cada vez mais o público auxilie na construção da informação e do perfil da emissora de maneira direta ou indireta.

A linguagem multimídia, então, assume um papel importante no rádio hipermidiático de apoio ao áudio, de complementação e ampliação da informação e de exploração dos potenciais do suporte. Seus vários formatos têm, nessa nova configuração do rádio, funções distintas, que variam desde a utilidade pública potencializada por um gráfico ou infográfico até galerias de imagens e vídeos de registro do acontecimento ou de apresentação da emissora ao público rádios com imagens vídeo, especificamente, circula por vários desses potenciais usos e propicia, para manter-se como uma produção de conteúdo de origem radiofônica, a proposição e realização de novos formatos e a adoção de estratégias de linguagem audiovisual de estética distinta da televisão (LOPEZ, 2012, p.6)

Para compreender o contexto em que o rádio transmitido pelo vídeo, é preciso entender que o vídeo disponibilizado no *site* da emissora não deve ser classificado como uma linguagem de TV. A linguagem televisiva prioriza a imagem. Na edição/transmissão, o áudio é um complemento ao protagonismo da imagem exigindo do espectador uma atenção concentrada na tela (BARBEIRO; LIMA, 2002).

No rádio, a informação precisa ser compreendida apenas pelos recursos sonoros e a imagem é um elemento a mais que pode ser acessado ou não pelo ouvinte-internauta. Mesmo com todas as possibilidades que a comunicação digital permite, a linguagem radiofônica continua tendo como pilar a fala e os recursos sonoros, independentemente do suporte tecnológico (FERRARETTO, 2014).

Lopez (2010) também defende essa ideia, para a autora nem todos os ouvintes querem ou podem pesquisar de forma aprofundada uma multiplicidade de informações que são

oferecidas pelas plataformas da web. O áudio, então, busca sustentar a essência tradicional no rádio em plataformas digitais. Além disso, as características das ferramentas multimídias têm a função de serem complementares, não impedindo a compreensão da mensagem exclusivamente pela antena, pois, segundo Lopez (2010, p. 12), “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 (2012) propôs uma sistematização do uso de vídeo em em *sites* de emissoras de rádio, a autora identificou três usos possíveis do uso do vídeo com o rádio, transcritos no Quadro 2. A classificação de Lopez é essencial para esta pesquisa, na qual nos inspiramos, fazendo algumas adaptações.

Quadro 2 - Possibilidade de uso do vídeo no rádio

Exclusivo	Quando é produzido um programa em vídeo no estúdio da rádio exclusivamente para a internet, não necessariamente dialogando com outros conteúdos da rádio.
Complementação	Nesses casos, o fio condutor da produção é o áudio, como prevê o rádio hipermidiático, já o vídeo assume um papel fundamental no aprofundamento e/ou na localização e expansão da notícia.
Sobreposição	Como ocorre, por exemplo, com a apresentação de vídeos que trazem o mesmo conteúdo disponibilizado em antena e/ou que repetem informações apresentadas em texto na página da emissora. Assim, a característica central dessa categoria é que tanto a imagem quanto o conteúdo sonoro desse vídeo não são cruciais para a compreensão e/ ou complementação da notícia, mas repetem conteúdos transmitidos ao ouvinte-internauta por outras linguagens.

Fonte: Elaboração própria com dados de Lopez (2012)

Em relação ao uso de vídeo em programas de rádio, Victor (2016) identificou que no estúdio de rádio é o operador de áudio também comanda as câmeras. É ele quem decide o que e quando mostrar. Se ele quiser, a imagem que aparece na tela pode ser um close do rosto do comunicador ou de um livro que é tema da pauta do dia. Ele pode também mostrar a equipe de produção trabalhando ou dar destaque a um convidado.

Uma vez que, quem manipula as câmeras é o operador de áudio, a prioridade continua sendo a dinâmica da sonoplastia do programa. Por isso, não é raro

um programa inteiro ser transmitido num mesmo enquadramento. Geralmente, o que se vê é a mesa em formato de meia lua, com 6 microfones, onde ficam os comunicadores e demais participantes do programa. Poucos são os casos em que há certo dinamismo nas imagens transmitidas. (VICTOR, 2016, p.6)

A escolha por um grande dinamismo nas imagens com corte de câmeras e closes em emissoras radiofônicas pode ser um indicativo de uma busca por uma similaridade dessas transmissões com a linguagem televisual. Acarretando assim, uma hibridização entre as linguagens.

3 METODOLOGIA

Para alcançar o objetivo principal deste estudo, que é entender a relação entre som e imagem nas transmissões em vídeo da rádio Jovem Pan, foi realizada uma pesquisa qualitativa documental de análise de conteúdo de uma edição de três programas que são transmitidos em áudio e vídeo pela emissora: *Jornal da Manhã*, veiculado dia 14/06/2019, *Esporte em Discussão*, veiculado no dia 10/06/2019 e *Pânico*, veiculado no dia 13/06/2019. Totalizando seis horas de programação.

Para a escolha dos programas foi adotado o critério de emissão com um maior número de visualizações na semana entre os dias 10 e 14 de junho, período escolhido por ser o mais recente antes da produção da pesquisa. Também levou-se em consideração que os programas escolhidos fossem de gêneros e formatos distintos, para que haja uma análise da utilização do vídeo em diversos tipos de programa.

A análise de conteúdo segundo Bardin (2016) é uma metodologia que reúne um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo de mensagens.

De acordo com a análise de conteúdo proposta por Bardin (2016), o processo é organizado e dividido em três etapas, chamadas respectivamente de pré-análise; exploração do material e tratamento dos resultados obtidos e interpretação. Neste sentido a pré-análise, aqui pode ser entendida como o período em que o autor apenas assistiu/ouviu os programas previamente escolhidos, ou seja, nada mais é do que a etapa em que se verifica, a grosso modo, o tipo de material que será posteriormente analisado.

A primeira atividade consiste em estabelecer contato com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações. Esta fase é chamada de leitura flutuante (BARDIN, 2016, p. 124)

A etapa descrita é subdividida em quatro regras por Bardin (2016 p.125): “A primeira subdivisão é a Regra da Exaustividade, que consiste na escolha do objeto que será analisado”, neste caso o objeto escolhido foram os três programas da Rádio Jovem Pan (*Jornal da Manhã*, *Esporte em Discussão* e *Pânico*). Após a divisão inicial, surge a regra da representatividade, que torna o recorte escolhido em regra geral, ou seja, através da análise final destes três programas, será possível afirmar que a repetição das características de tal recorte se mostrará constante, de modo que os programas anteriores ou posteriores, nos

evidenciam pouca variação de conteúdo. A regra da homogeneidade acaba confirmando a da representatividade, uma vez que para que a análise tenha validade, será preciso que, entre os programas analisados, não exista uma abrupta variação de conteúdo de um dia para o outro, de modo com que o estudo não perca o sentido. Inicia-se a leitura flutuante. Em seguida, passa-se a escolha de índices ou categorias, que surgirão das questões norteadoras ou das hipóteses, e a organização destes em indicadores ou temas. Que no caso, a questão que norteia a pesquisa, como já citado, é a relação entre som e imagem nas transmissões e vídeo da Rádio Jovem Pan.

A segunda etapa, conhecida como exploração do material, é o momento da escolha do período e dos programas a serem analisados, esta é a etapa da análise propriamente dita. De acordo com Bardin (2016) se as diferentes operações da pré-análise foram convenientemente concluídas, a fase de análise propriamente dita não é mais do que a administração sistemática das decisões tomadas. “Esta fase, longa e fastidiosa, consiste essencialmente de operações de codificação, desconto ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (BARDIN, 2016, p. 127).

A última etapa é o tratamento dos resultados obtidos e interpretação, que nada mais é do que a validação da análise, no qual os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos.

O analista tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos- ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas (BARDIN, 2016, p. 125)

3.1 CATEGORIAS DE ANÁLISE

Sobre as codificações da técnica, Bardin afirma (2016 p. 147) que “a categorização é uma operação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos”, onde os elementos a serem codificados são escolhidos de acordo com o olhar do pesquisador.

No presente trabalho foram definidas três categorias de análises dos elementos visuais, são elas: informação visual complementar, informação visual sobreposta, e informação visual exclusiva. Vale ressaltar que a nomenclatura dessas categorias é inspirada em Lopez (2012), onde a autora identificou três usos possíveis do vídeo com o rádio. A diferença é que esta

pesquisa buscou-se observar outras características do uso do vídeo, como por exemplo os momentos em que as imagens sobrepõe-se ao áudio.

Serão observados todas as informações visuais, sejam elas fotos, vídeos, elementos gráficos, gestos ou encenações para a tela dos participantes dos programas analisados.

A primeira categoria - informação visual complementar - está relacionada a imagem que está atrelada ao que está sendo falado no momento, enriquecendo a transmissão mas que não está interferindo na compreensão da linguagem da radiofônica. Nesse caso a relação entre som e imagem é apenas de complementação.

A segunda categoria - informação visual sobreposta - refere-se às imagens que estão sendo mostradas em vídeo, mas que não são descritas de maneira completa, se sobrepondo ao áudio e fazendo com que a linguagem radiofônica não seja compreendida de forma clara. Nesse caso a relação entre som e imagem é conflituosa.

A terceira categoria - informação visual exclusiva - é relativo às imagens que estão na transmissão de vídeo mas que não foram mencionadas em áudio em nenhum outro momento da emissão, portanto, não influenciando na recepção da mensagem para o ouvinte. Nesse caso não há relação entre som e imagem.

Quadro. 3 Categorias de análise

Categoria dos elementos visuais	Característica principal
Informação visual complementar	Imagens como complementação a linguagem radiofônica
Informação visual sobreposta	Imagens não descritas de forma clara através da linguagem radiofônica
Informação visual exclusiva	Imagens que estão apenas no vídeo, não sendo descritas ou mencionadas através da linguagem radiofônica

Fonte: Pesquisa Direta

A partir desta categorização será possível perceber qual a função dos elementos visuais empregados nos programas analisados, bem como a relação deles com a linguagem radiofônica, objetivo principal desta pesquisa.

4 AS TRANSMISSÕES EM VÍDEO DA RÁDIO JOVEM PAN

É importante salientar que pelo menos nos últimos quatro anos, a Jovem Pan vem investindo em conteúdo opinativo e com um posição editorial política alinhada a direita brasileira, que possui atualmente como principal expoente o presidente, Jair Bolsonaro (eleito em 2018). Vale ressaltar que este trabalho não procura analisar a emissora do ponto de vista ideológico e sim a forma de utilização do vídeo na emissora radiofônica.

4.1 A EMISSORA

De acordo com o *site*⁵ da emissora a história da rádio Jovem Pan de São Paulo começou no dia 3 de maio de 1944, quando foi inaugurada como Rádio Panamericana S.A. Em novembro desse mesmo ano, a emissora foi comprada por Paulo Machado de Carvalho, passando a integrar o Grupo das Emissoras Unidas.

Em 1945, a Panamericana que nasceu para transmitir novelas foi transformada em “a emissora dos esportes”, por Paulo Machado de Carvalho, com o projeto executado pelo então empossado diretor-geral Paulo Machado de Carvalho Filho, o Paulinho. Antonio Augusto Amaral de Carvalho – o Tuta – começou a trabalhar na Panamericana em 1949. Três anos depois, Paulo Machado de Carvalho Filho deixou a emissora e foi para a Rádio Record. A direção geral foi, então, assumida por Tuta.

O nome “Jovem Pan” surgiu em 1965, dado por Paulo Machado de Carvalho. A transformação da Panamericana começou em 1966, sob a direção de Tuta. Já com o nome de Jovem Pan, a rádio iniciou vários programas com ídolos da música popular brasileira que, na época, faziam grande sucesso na TV Record. Os programas jornalísticos foram criados em 1970, 71 e 72, período em que surgiram a *Equipe Sete e Trinta*, o *Jornal de Integração Nacional* e, finalmente, o *Jornal da Manhã*, que até hoje é transmitido pela emissora.

5 Informações disponíveis em: <http://www.jovempanfm.uol.com.br/page/sobre-jovem-pan/> Acesso em 22 jun. 2019

Em 1993, a emissora iniciou o projeto Jovem Pan-SAT, que teve sua implantação em 1994, com sinal de áudio totalmente digital, transmitindo via satélite para várias regiões do país.

Em outubro de 1996, a rádio implantou o portal Jovem Pan *Online*. E no ano de 2002 o programa *Pânico*, líder de audiência no FM se tornou o primeiro programa da história do rádio do brasileiro a ser transmitido em imagens pela internet⁵. A experiência contou com um investimento de US\$ 150 mil só para a reforma do estúdio, foi o primeiro passo de um projeto mais ambicioso da Jovem Pan, o de levar o programa *Pânico* para a TV aberta. Em entrevista ao Jornal Folha de São Paulo⁶ em 2002, Renata Neves, diretora-geral da Jovem Pan descrevia que a primeira intenção era que as câmeras fossem como as do "*Big Brother*", discretas, para que a equipe tente se esquecer de que está sendo filmada.

Em setembro de 2007, a Jovem Pan criou a JP *Online Vídeos*, uma WebTV com conteúdo jornalístico e de variedades, sob a direção de vídeos de Nilton Travesso, um dos diretores mais experientes da televisão brasileira.

Reforçando os investimentos da emissora em convergência a partir de 2014 a emissora iniciou transmissões regulares na íntegra de seus programas, da maneira que já ocorria desde 2002 com o *Pânico*. Hoje com exceção da programação musical, todas as atrações da emissora são transmitidas em vídeo através do *site* da www.jovempan.com.br e pelo *streaming* através do *Youtube* e *Facebook*.

Atualmente, a rede Jovem Pan possuía ao todo cerca de 100 emissoras próprias e afiliadas, espalhadas por diversas localidades do território brasileiro. A programação da rádio se divide em duas redes: Jovem Pan FM, que possui uma programação musical voltada ao público jovem e a Jovem Pan *News*, que transmite noticiários e programas jornalísticos durante sua programação, além de transmitir eventos esportivos.

6 Informações disponíveis em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u27581.shtml> Acesso: em 22 jul. 2019.

4.2 JORNAL DA MANHÃ

O *Jornal da Manhã* é um programa noticioso do tipo radiojornal, formato que é definido por Ferraretto (2014, p.73) como “uma versão radiofônica dos jornais impressos, reunindo várias formas jornalísticas (boletins, comentários, editoriais, seções fixas de meteorologia, trânsito, mercado financeiro...)”.

Apresentado por Thiago Uberreich, a atração vai ao ar de segunda-feira a sábado das 7h às 10h, pelas rádios Jovem Pan FM e Jovem Pan News AM de São Paulo, e por *streaming* em áudio e vídeo através do *site* jovempan.com.br, pela página no *Facebook* e pelo canal do no *Youtube*, Jovem Pan News.

Utilizando como critério o número de visualizações no *Youtube* da semana entre os dias 10 a 14 de junho de 2019, foi a escolhida para a análise a edição da sexta-feira, dia 14, já que está obteve um total de 208 mil 147 visualizações, a maior entre todas as emissões do referido período.

O programa do dia 14/06/2019 teve como apresentador o jornalista Thiago Uberreich, e comentários em estúdio de Alexandre Borges. Vera Magalhães e Josias de Souza também foram comentaristas da emissão mas participaram através de um aplicativo de chamada de vídeo, em São Paulo e Brasília respectivamente.

A edição teve como principal tema a greve geral que acontecia naquela data em todo Brasil contra a reforma da Previdência, inclusive com a entrada ao vivo de repórteres nas cidades do São Paulo e Rio de Janeiro para atualizarem a situação do trânsito, já que o transporte público parou parcialmente nessas cidades devido a adesão das categorias em prol da referida greve. O programa teve os conteúdos característicos do formato radiojornal, como notícias e comentários sobre os últimos fatos do universo político brasileiro, matérias factuais de assunto nacionais e internacionais, previsão do tempo, bloco com notícias esportivas e entrevistas ao vivo por telefone.

4.2.1 ANÁLISE JORNAL DA MANHÃ

O programa começa com o apresentador Thiago Uberreich olhando para a câmera e saudando os ouvintes-internautas que estão começando a acompanhar a transmissão da emissora em vídeo, através do *Facebook*, *Youtube* e pelo *site* da emissora. O âncora ainda

ressalta que a “Jovem Pan é rádio que virou TV”. ressaltando a importância da transmissão em vídeo para a emissora.

Em estúdio ao menos três câmeras são percebidas, uma no âncora Thiago Uberreich; uma nos locutores que são responsáveis pelas leituras de notas; e outra no comentarista Alexandre Borges, presente no estúdio. Como já citado, há participações dos comentaristas Vera Magalhães e Josias de Sousa que entram ao vivo através de aplicativo de chamada de vídeo, como o *Skype*. O mesmo ocorreu na participação de repórteres em links ao vivo, onde também se conectam através de aplicativos de vídeo chamada possibilitando a participação em áudio e vídeo. A repórter Natacha Mazzaro possuía com si um cinegrafista para suas entradas ao vivo, já os repórteres Thiago Muniz em São Paulo e Rodrigo Viga no Rio de Janeiro, também eram os próprios cinegrafistas fazendo a transmissão com celulares no modelo *selfie*. Incorporando assim, mais uma função para este novo repórter de rádio na era da convergência.

Notou-se que todos os participantes da *Jornal da Manhã* da edição do dia 14/06/2019 falaram olhando para a câmera em algum momento. O apresentador Thiago Uberreich praticamente em todo o programa busca falar olhando para a câmera. Também todos os comentaristas e repórteres também possuíram a preocupação de sempre falar olhando em direção a câmera. Relativo a essa interação, não foram percebidos nenhum momento em que as imagens do apresentador, dos comentaristas, repórteres e entrevistados tivessem se sobreposto ao que estava sendo falado, tendo apenas um papel de complementação.

Em relação aos elementos visuais gráficos, eles estão inseridos todo tempo na transmissão, como é possível ver na imagem 1. No canto superior direito está a hora; no superior esquerdo um texto com a *hashtag* #JornalDaManha. No canto inferior esquerdo está o logotipo da emissora, e em cima, um gerador de caracteres⁷ (GC) com o *site* da rádio; no inferior direito está o endereço das redes sociais da emissora: *Facebook, Instagram, Twitter e Whatsapp*. Elas aparecem de forma revezada a cada oito segundos aproximadamente.

⁷ **Gerador de caracteres** também chamado de GC é o equipamento utilizado para a inserção de créditos nos eventos transmitidos ao vivo ou previamente gravados. Permite pôr, sobre as imagens, letras ou números.

Os GCs com o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* a *hashtag* #JornalDaManha e o *site* da emissora se encaixam na categoria exclusivo, já que não foram mencionados através da fala em nenhum momento do programa do dia 14/06/2018. Já a hora certa e o número do *Whatsapp* da emissora são mencionados em determinados momentos durante o programa, o que faz esses elementos visuais pertencerem a categoria de complementação.

Imagem 1: Print *screen* da transmissão do Jornal da Manhã 14/06/2019 A



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

Durante a transmissão de vídeo, um gerador de caracteres (GC) informa, por meio de frases curtas aquilo que está sendo noticiado e comentado no ar (Ver quadro 4). Na amostra analisada percebeu-se que este GC não foi utilizado em cinco notícias na edição do dia 14/06/2019: *STF proíbe Jair Bolsonaro extinguir conselhos federais criados por lei*, *Polícia de São Paulo desarticula fábrica que falsificava calçados*, *Ataque a petroleira eleva tensão entre Irã e EUA*, *Glenn Greenwald fala sobre vazamentos*, *STF criminaliza homofobia*. Com isso, essas cinco notícias tiveram menos destaque e consequentemente podem ter chamado menos a atenção do ouvinte-internauta que acompanhava ao programa por vídeo. Mas em relação para quem acompanhava em áudio, isso logicamente não fez nenhuma diferença, e todas esses GCs podem ser classificados como elementos de complementação ao conteúdo radiofônico.

Quadro 4 - Textos que aparecem no GC principal do Jornal da Manhã 14/06/19

Texto	Categoria da informação visual
BOLSONARO PEDE DESCULPAS A MARIA DO ROSÁRIO	Complementação
JORNALISTA CLÓVIS ROSSI MORRE AOS 76 ANOS	Complementação
MINISTRO DO STF ATACA SERGIO MORO	Complementação
MEC ESTUDA AUMENTA* CONTRIBUIÇÃO AO FUNDEB *O CORRETO SERIA AUMENTAR, UM CLARO ERRO DE DIGITAÇÃO DO OPERADOR DE CARACTERES	Complementação
LINHA DE CRÉDITO PARA AS SANTAS CASAS	Complementação
MAIS MÉDICOS SERÁ SUBSTITUÍDO	Complementação
CASSAÇÃO DE CNH GERA INDENIZAÇÃO	Complementação
PLANALTO SE PREOCUPA COM SEGURANÇA	Complementação
PROJETO DO PARQUE DO MINHOÇÃO É SUSPENSO PELO TJ	Complementação
LULA VAI PODER RECEBER VISITAS NÃO AGENDADAS	Complementação
CONSEQUÊNCIAS DA GREVE GERAL EM SP	Complementação
AS CONSEQUÊNCIAS DA GREVE GERAL NO BRASIL	Complementação
TRABALHADORES SOFREM PARA CHEGAR AO EMPREGO	Complementação
NOVA PREVIDÊNCIA TEM ECONOMIA DE 913 MILHÕES	Complementação
CENTRÃO QUE “MAIS” PARA APROVAR A REFORMA DA PREVIDÊNCIA”	Complementação
MORO GARANTE QUE NÃO PEDIRÁ DEMISSÃO	Complementação
STF TOMA DECISÃO CONTRA O GOVERNO (NOTA E COMENTÁRIO)	Complementação
COPA AMÉRICA COMEÇA HOJE EM SÃO	Complementação

PAULO (NOTA)	
PALMEIRAS VOLTA A LIDERANÇA DO BRASILEIRO	Complementação
GLENN GREENWALD FALA SOBRE VAZAMENTOS	Complementação
JAC VILLENEUVE COMENTA PENALIZAÇÃO A VETTEL	Complementação
SIMULADOR NAS AUTOESCOLAS É EXTINTO	Complementação
CAIXA JÁ RENEGOCIOU 125 MIL DÍVIDAS	Complementação
JOVEM PAN ACOMPANHA ÚLTIMO TREINO DA SELEÇÃO	Complementação
SÉRGIO MORO SAI DAS CORDAS	Complementação
VITÓRIA IDEOLÓGICA COM QUEDA DE SANTA CRUZ	Complementação
MORRE CLÓVIS ROSSI AOS 76 ANOS	Complementação
MAIA INSISTEM EM TER ESTADOS NA REFORMA	Complementação
ODEBRECHT AMEAÇADA DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL	Complementação
BOLSONARO FAZ APELO PELO DECRETO DAS ARMAS	Complementação
JUSTIÇA ARQUIVA PROCESSO DO CASO AMARILDO	Complementação
CHUVA PROVOCA TRÊS MORTES EM PERNAMBUCO	Complementação
ARGENTINA É CONTRA LIVRE-COMÉRCIO (NOTA)	Complementação
SETE CANDIDATOS A SUCEDER THEREZA MAY	Complementação
PONTOS CENTRAIS DA REFORMA SÃO MANTIDOS	Complementação
AS PRINCIPAIS NOTÍCIAS DO FUTEBOL	Complementação
MORO GARANTE QUE NÃO DEIXARÁ CARGO	Complementação
JAIR BOLSONARO SAI EM DEFESA DE SÉRGIO MORO	Complementação
NEYMAR PRESTA DEPOIMENTO EM SÃO	Complementação

PAULO	
-------	--

Fonte: Dados da pesquisa

Também foi utilizado um GC para creditar as pessoas que aparecem em vídeo, como o apresentador, repórteres, comentaristas e entrevistados. Este GC também é de caráter complementar, já que todas as pessoas que participaram do programa foram apresentadas previamente ou simultaneamente a aparição do GC através da fala.

Há ainda um GC fixado no rodapé da tela, no qual notícias em forma de frases curtas aparecem de forma revezada. Na edição analisada, 33 notícias diferentes apareceram, sendo que 10 delas não foram mencionadas sonoramente em nenhum momento durante o programa (Ver quadro 5). Então pode-se afirmar que quem acompanhava pela internet e também prestou atenção no GC de rodapé teve um volume maior de informações do que quem acompanhou somente por áudio. Com isso, as informações visuais que aparecem no GC de rodapé pertencem a duas categorias: 23 vezes a de complementação, e em 10 momentos a categoria exclusiva.

Quadro 5 - Textos que aparecem no GC de rodapé do Jornal da Manhã 14/06/19

Texto	Categoria da informação visual
“QUEM ESTÁ PERDENDO É O POVO” DIZ BOLSONARO SOBRE DECRETO DAS ARMAS	Complementação
SENADORES SE PREOCUPAM COM ARTICULAÇÃO POLÍTICA APÓS SAÍDA DE SANTOS CRUZ	Exclusiva
PREFEITURA DIZ QUE RODÍZIO DE VEÍCULOS ESTÁ MANTIDOS NESTA SEXTA-FEIRA EM SP	Complementação
SANTOS CRUZ CONFIRMA DEMISSÃO E AGRADECE À IMPRENSA	Complementação
POR 8 VOTOS A 3, STF APROVA CRIMINALIZAÇÃO DA LGBTFOBIA	Complementação
ALI KAMEL REBATE GLENN GREENWALD: NÃO O VEJO DESDE 2013	Exclusiva
APP ESPIÃO DO FACEBOOK COLETOU DADOS DE 187 MIL PESSOAS	Exclusiva
GENERAL SANTOS CRUZ DEIXARÁ MINISTÉRIO DO GOVERNO BOLSONARO	Complementação

JUSTIÇA CONCEDE LIMINAR E SUSPENDE LEI QUE CRIAVA PARQUE MINHOCÃO	Complementação
LULA COMENTA TROCA DE MENSAGENS ENTRE MORO E DELTAN PELA 1ª VEZ E DIZ QUE BRASIL VAI CONHECER A VERDADE	Exclusiva
PROTESTOS CONTRA A REFORMA PARALISA LINHAS DE METRÔ E ÔNIBUS EM SP,RJ E BH	Complementação
MINISTRO DIZ QUE NÃO HOUE BRIGA ENTRE BOLSONARO E SANTOS CRUZ “CONTINUA AMOR SÃO AMIGOS DE 40 ANOS”	Complementação
SP: SECRETÁRIOS DO METROVIÁRIOS CONFIRMA PARALISAÇÃO NESTA SEXTA-FEIRA	Complementação
ESPOSA DE MORO POSTA FOTO NO INSTAGRAM DE CAMISETA “IN MORO WE TRUST”	Exclusiva
CONTRAN REDUZ HORAS DE AULAS PRÁTICAS E FACULTATIVO O USO DE SIMULADOR	Complementação
PF AFIRMA QUE CELULAR DO EX-PROCURADOR RODRIGO JANOT FOI PRIMEIRO A SER INVADIDO POR HACKER	Exclusiva
SP ESTUDA CAMPANHA EM ESCOLAS PARA ALERTAR CONTRA FEMINICÍDIO	Exclusiva
JORNALISTA CLÓVIS ROSSI MORRE AOS 76 ANOS EM SÃO PAULO	Complementação
NO PARÁ, BOLSONARO FALA EM FLEXIBILIZAÇÃO DAS ARMAS E AFIRMA QUE SE ELEGEU QUASE POR UM MILAGRE	Complementação
DEMITIDO POR BOLSONARO, SANTOS CRUZ TINHA ENCONTRO MARCADO COM EMPRESÁRIOS E PROJETAVA CALMARIA	Complementação
DÓRIA CULPA FALTA DE EMPENHO DOS GOVERNADORES DO NORDESTE POR ESTADOS FORA DA PROPOSTA (EXCLUSIVO)	Exclusiva
STF CONFIRMA ENTENDIMENTO E IMPEDE BOLSONARO DE EXCLUIR CONSELHOS	Complementação
DALLAGNOL AINDA NÃO ENTREGOU CELULAR PARA PF, DIZ JORNAL (EXCLUSIVO)	Exclusiva
BOLSONARO SAI EM DEFESA DE MORO: “O QUE ELE FEZ NÃO TEM PREÇO”	Complementação

EMPRESAS DE SÃO PAULO SUSPENDEM EXPEDIENTE PARA ACOMPANHAR COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO (EXCLUSIVO)	Exclusiva
POLÍCIA FECHA FÁBRICA DE CALÇADOS FALSOS EM FRANCA	Complementação
EUA ACUSAM IRÃ DE “ATAQUES” A NAVIOS NO GOLFO DE OMÃ	Complementação
ORÇAMENTO IMPOSITIVO PREOCUPA MINISTÉRIO DA ECONOMIA	Complementação
SEM REFORMA ESTADOS FALIRÃO EM QUESTÃO DE TEMPO, DIZ ZEMA	Complementação
COVAS: “NÃO DÁ PARA ATURAR MANIFESTAÇÃO QUE É SIMPLEMENTE PARA QUEIMAR PNEU”	Complementação
MEGA SENA SORTEIA PRÊMIO DE RS 115 MILHÕES NESTE SÁBADO	Exclusiva
MANIFESTAÇÕES ESSÊNCIA APÓS APRESENTAÇÃO DE TEXTO DA REFORMA, DIZ ROGÉRIO MARINHO	Complementação

Fonte: Dados da pesquisa

Outro momento em que as pessoas que acompanharam por vídeo na internet conseguiram obter uma informação exclusiva em relação àquelas que só acompanham por áudio é na previsão do tempo do *Jornal da Manhã*. Ela aparece em três momentos sempre nos primeiros minutos de cada hora do programa (7h, 8h e 9h). O formato da previsão do tempo apresentado pela jornalista Desirée Brandt é bem similar aos dos telejornais de TV aberta, com uma mapa em *chroma key* e com a jornalista apontando determinadas localidades enquanto fala as informações de temperatura para alguns lugares do país.

No momento em que a jornalista fala a previsão do tempo para o Brasil, ela diz a temperatura máxima para cinco estados brasileiros, cada um deles de uma região diferente. O que para o rádio já pode ser considerado uma informação suficiente, já que não é viável falar a temperatura dos outros oito estados em que a temperatura também é apresentada no mapa, já que ficaria demasiadamente longo e monótono. Mas mesmo assim isso é mais um momento em que o ouvinte-internauta que está acompanhando pelo vídeo tem uma informação mais completa do que aquele que acompanha apenas por áudio. O mesmo ocorre quando é noticiada a temperatura para a capital paulista (Ver imagem 2). No mapa podemos ver que são

Imagem 3: Print screen da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 C



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

No *Jornal da manhã* ainda é utilizado quatro vinhetas⁸ em áudio e vídeo: uma que vai ao ar antes e depois de cada intervalo comercial (Ver imagem 4); outra quando um repórter que está em um link ao vivo na rua é acionado, essa sem som algum; e uma com o texto e locução “Jovem Pan pela reforma da Previdência”, onde as cores predominantes são o azul, verde e amarelo (cores essas que também são utilizadas na marca do governo Jair Bolsonaro). Há também outra vinheta com o número do *Whatsapp* da emissora, que pode ser utilizado pelos ouvintes para interação, nesta vinheta há um efeito sonoro de discagem telefônica. Essas vinhetas podem ser classificadas como conteúdos complementares, já que não interferem na recepção da mensagem para o ouvinte.

⁸ **Vinheta** é geralmente uma peça de áudio ou vídeo utilizada por emissoras de rádio ou TV para identificação da marca, canal, frequência. Pode ser falada ou cantada.

Imagem 4: Print *screen* da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 D



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

No *Jornal da Manhã* elementos visuais como fotos e vídeos são bastante utilizados, principalmente para a ilustração das reportagens, percebeu-se um grande esforço para a descrição das imagens em praticamente todos os momentos pelos repórteres, seja em matérias gravadas ou nos links ao vivo. Um exemplo disso é quando repórter Rodrigo Viga (Ver imagem 5) entra em áudio e vídeo direto do Rio Janeiro, para atualização do trânsito na cidade no dia da greve geral. Primeiro ele lembra que quem está acompanhando pela internet e pelas redes sociais pode acompanhar em imagens o fluxo normal no trânsito da cidade naquele momento, ele também descreve um ônibus que acabará de passar ao seu lado. Essa descrição é importante para que o ouvinte do rádio tradicional e ouvinte-internauta tenham a disposição o mesmo conteúdo, obviamente com o vídeo oferecendo um conteúdo extra, mas que ao mesmo tempo não prejudica a recepção da mensagem para quem está apenas ouvindo.

Imagem 5: Print *screen* da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 F

Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

Outro exemplo de um momento em que a descrição das imagens é feita de forma precisa é em uma matéria da repórter Marcella Lourenzetto sobre o depoimento em que jogador de futebol Neymar Jr. prestou em uma delegacia em São Paulo. O atleta, era acusado de estupro pela modelo Najila Trindade. Observou-se nessa reportagem uma descrição extremamente cuidadosa das imagens, identificando e detalhando praticamente todas as informações visuais mostradas em vídeo. (Ver imagens 6,7,8 e 9).

Imagem 6: Print screen da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 F



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

Texto da matéria da repórter Marcella Lourenzetto: (...) 40 minutos atrasado o jogador chegou em uma van preta (...)

Na imagem acima, o áudio corresponde a exatamente ao que é exibido em tela, mostrando uma preocupação em detalhar até o modelo e cor do veículo em que o atleta chegava.

Imagem 7: Print screen da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 G



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

Texto da matéria da repórter Marcella Lourenzetto: (...)usando muletas Neymar estava escoltado(...)

Aqui continuamos observando mais um momento em que imagem é descrita de forma exata, com uma sincronia entre áudio e vídeo que chega a impressionar.

Imagem 8: Print screen da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 H

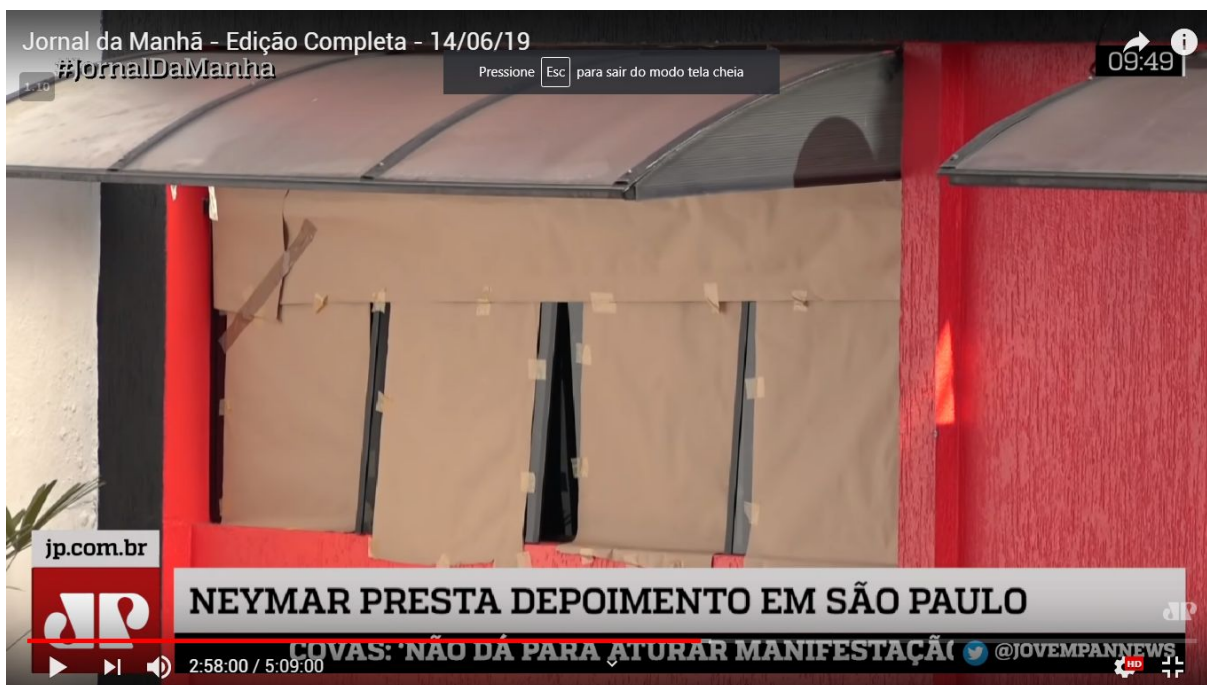


Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

Texto da matéria da repórter Marcella Lourenzetto: (...)foi recebido na porta da delegacia pela delegada(...)

Nesta outra descrição uma imagem da delegada na porta da delegacia antes do atleta chegar, ilustra mais uma vez de maneira exata, o que é exposto através da linguagem radiofônica.

Imagem 9: Print screen da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 I



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

Texto de matéria da repórter Marcella Lourenzetto: (...)janelas de vidro da delegacia foram cobertas por papel pardo(...)

Mais uma vez um detalhamento com informações precisas, a repórter poderia dizer apenas que a “janelas foram cobertas”. Mas ela teve a preocupação de dizer que foi com um “papel pardo”, descrição que me parece ser feita com a intenção de compensar ao máximo a informação visual para que não acompanhava com imagens.

Essa descrição precisa das imagens foi observada em praticamente todas as reportagens que foram ao ar na amostra analisada. Em apenas um momento na edição de três horas de duração do *Jornal da Manhã*, identificou-se uma informação visual que foi considerada não compensada pela linguagem radiofônica acarretando uma sobreposição. Aconteceu em uma matéria sobre uma explosão a navios petroleiros no golfo de Omã, no qual o Estados Unidos acusaram o Irã de ter cometido a ação (Ver imagem 10).

Imagem 10: Print *screen* da transmissão do *Jornal da Manhã* 14/06/2019 J



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan News

No momento em que imagens do ataque aparecem, a repórter Mariana Janjácomo não citou que os navios estavam pegando fogo e que o ataque acarretou em explosões. Essa informação seria de extrema importância para descrever o fato e a imagem que estava sendo exibida. A repórter utiliza todas as vezes a palavra “ataque” para a descrição, termo vago e que não dá a noção para o ouvinte da real dimensão no acontecido e do que era mostrado em vídeo. Por essa descrição não ter sido feito de forma precisa, a informação visual acabou tendo uma relevância maior que a linguagem radiofônica para o entendimento adequado da mensagem, acarretando uma relação conflituosa entre som e imagem.

3.3 ESPORTE EM DISCUSSÃO

O *Esporte em Discussão* é um programa esportivo do tipo mesa-redonda, formato que é definido por Ferraretto (2014, p.74) como uma “atração onde a opinião dos convidados participantes (fixos ou não fixos) procura aprofundar temas da atualidade interpretando-os”.

Apresentado por Wanderley Nogueira, a atração vai ao ar de segunda a sexta-feira das 12h30m às 14h através da rádio Jovem Pan News AM, e por *streaming* em áudio e vídeo através do *site* www.jovempan.com.br, pela página no *Facebook* da emissora e pelo canal do *Youtube*, Jovem Pan Sports.

Utilizando como critério o número de visualizações no *Youtube*, da semana entre os dias 10 a 14 de junho de 2019, foi a escolhida para a análise a edição da segunda-feira, dia 10, já que está obteve um total de 28 mil 543 visualizações, a maior entre todas as emissões do referido período.

O programa do dia 10/06/2019 teve como apresentador o jornalista Wanderley Nogueira, âncora titular do programa. E para debater os principais assuntos da edição estavam presentes em estúdio, os jornalistas esportivos, Flávio Prado, Fernando Sampaio e Márcio Spimpolo. O programa também contou com a participação do jornalista Pedro Marques, que era acionado a cada assunto para registrar as opiniões dos ouvintes que participavam pela internet através da *hashtag* #EsporteEmDiscussão no *Twitter*.

Entre os temas abordados da emissão analisada estavam a vitória da seleção brasileira de futebol contra a seleção de Honduras por 7x0, em um amistoso disputado na cidade de Porto Alegre/RS. Também foram colocados em pauta um tema relacionado a cada um dos quatro grandes clubes de futebol do estado de São Paulo (Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos).

3.3.1 ANÁLISE ESPORTE EM DISCUSSÃO

O programa *Esporte em Discussão* é transmitido com ao menos cinco câmeras. Uma em cada debatedor e outra no jornalista responsável por ler as mensagens da audiência. Em quase todo o programa as imagens dos debatedores ficam divididas com cada um deles ocupando ¼ da tela (Ver imagem 11). Em apenas alguns momentos as imagem de apenas um dos participantes do programa preencheram toda a tela. Isto ocorreu geralmente quando o

jornalista Pedro Marques foi acionado para ler as interações do ouvinte-internauta. Notou-se que os participantes não olham na maior parte do tempo para a câmera, o que pode ser explicado pelo fato do programa ser um debate, na qual o olhar é geralmente direcionado entre os participantes. As exceções percebidas foram nas falas do âncora Wanderley Nogueira, na abertura do programa e nas idas e voltas do intervalo, momentos em qual o olhar do apresentador era voltado para a câmera.

Imagem 11. Print screen da transmissão do *Esporte em Discussão* 10/06/2019 A



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan Sports

Todas essas imagens se enquadram no critério de complementação, já que obviamente o ouvinte de rádio não terá acesso ao rosto dos participantes, mas isso não influencia em nada no conteúdo principal, que é o debate dos assuntos em pauta, mas este recurso pode ser interessante para quem deseja por exemplo ver as expressões e reações dos comentaristas quando o debate fica mais acalorado.

As imagens dos participantes não se enquadram na categoria de complementação quando acontece alguma encenação para tela que por ventura não seja explicada pela fala de maneira clara. Isso ocorreu em um momento na amostra analisada do programa *Esporte em Discussão*.

Em determinado momento o comentarista Fernando Sampaio provoca Márcio Spimpolo pelo fato dele ser “apenas” um repórter de campo e que por isso a opinião dele deveria valer menos para o debate em questão. Após a provocação, Márcio Spimpolo mostra para a câmera sua credencial de repórter da Copa América e pergunta ao Fernando Sampaio: “Você tem campeão?” (Ver imagem 12), neste momento podemos perceber que a imagem se sobrepõe ao discurso radiofônico. O correto seria o repórter Márcio Spimpolo falar “Você tem uma credencial da Copa América campeão?”. Ficou claro que o jornalista não pensou nas pessoas que estavam acompanhando apenas por áudio e que certamente não entenderam que ele se referia à uma credencial. Alguns minutos depois Fernando Sampaio provoca em tom de brincadeira, e pergunta ao Márcio Spimpolo: “Você está credenciado para o futebol feminino?”. É possível que neste momento o ouvinte tenha conseguido compreender que o Márcio Spimpolo estava se referindo a credencial no momento em que falou “Você tem Campeão?”. Isto é algo que não deve ocorrer, os participantes devem lembrar que há pessoas que estão acompanhando apenas por áudio, o ideal é passar as informações da maneira mais clara possível, sobretudo em relação às referências visuais.

Imagem 12. Print *screen* da transmissão do *Esporte em Discussão* 10/06/2019 B



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan Sports

Também foi possível observar elementos gráficos fixos na tela, similares aos utilizados no *Jornal da Manhã*, como a *hashtag* com o nome do programa, e os endereços do *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* da emissora para a interatividade. Todos esses elementos citados se encaixam no quesito complementação, já que essas informações foram mencionadas em áudio em algum momento durante a emissão. Diferentemente do ocorreu no *Jornal da Manhã*, o caractere com a hora certa e o número de *Whatsapp* se enquadra na categoria exclusiva, já que essas informações não foram citadas no programa.

Da mesma forma que acontece no radiojornal matutino, há também a utilização de um gerador de caracteres com uma frase curta relacionada ao assunto que está sendo debatido naquele momento, o que se enquadra na categoria de complementação. Todas as pautas debatidas durante o programa foram exibidas nesse GC. No início do programa e em alguns outros momentos durante a emissão apareceu no GC em questão, a frase “*Esporte em Discussão* está no ar ” (Ver quadro 6).

Quadro 6 - Texto que aparecem no GC principal do *Esporte em Discussão* no dia 06/10/19

Texto	Categoria da informação visual
SELEÇÃO GOLEIA, MAS O TESTE FOI FRACO	Complementação
PREOCUPADO PALMEIRAS “ENXUGA FOLGA”	Complementação
CORINTHIANS TEM O 2* MELHOR GOLEIRO DO PAÍS	Complementação
CUCA ADMITE FALTA DE FORÇA E REAÇÃO	Complementação
SAMPAOLI: SÓ SEI JOGAR JOGANDO FUTEBOL...	Complementação
ESPORTE EM DISCUSSÃO ESTÁ NO AR	Complementação

Fonte: Dados da pesquisa

No *Esporte em Discussão* há também outro GC, este no rodapé da tela, com informações que aparecem no formato de frases curtas. Das setes manchetes que apareceram, apenas “*Santos bate Atlético MG em noite de protestos da torcida e público ausente*” e “*Sampaoli Critica 'protesto da torcida e vê pouca chance de título no Brasileirão*” foram relacionados a algum assunto mencionado durante ou debatido programa. As outras cinco manchetes que apareceram neste GC de rodapé (Ver quadro 7), foram de assuntos variados

como basquete e futebol europeu, que normalmente não ganham espaço durante os debates, já que o programa é mais focado em pautas que se referem aos clubes paulistas e em determinados momentos na seleção brasileira de futebol. Com isso, como ocorreu no *Jornal da Manhã*, o ouvinte-internauta do *Esporte em Discussão* teve um volume maior de notícias em relação a quem apenas ouvia a emissão.

Quadro 7- Textos que aparecem no GC de rodapé do *Esporte em Discussão* 10/06/19

Texto	Categoria da informação visual
QUEM É KAWHI LEONARD, ALA QUE ESTÁ QUEBRANDO TUDO NO TORONTO RAPTORS	Exclusiva
TITE DIZ QUE NEYMAR É MELHOR QUE HAZARD: 'É TOP 3' DO MUNDO'	Exclusiva
SANTOS BATE ATLÉTICO MG EM NOITE DE PROTESTOS DA TORCIDA E PÚBLICO AUSENTE	Complementação
ESTUDO DIZ QUE LESÕES E PROBLEMAS EXTRACAMPO DESVALORIZAM NEYMAR EM R\$ 277 MILHÕES	Exclusiva
REAL MADRID CONTRATARÁ LATERAL FRANCÊS POR R\$ 210 MILHÕES, DIZ JORNAL	Exclusiva
SAMPAOLI CRITICA PROTESTO DA TORCIDA E VÊ POUCA CHANCE DE TÍTULO NO BRASILEIRÃO	Complementação
ALVO DE GIGANTES EUROPEUS DE LIGT DIZ: 'CR7 ME PEDIU PARA FECHAR COM A JUVENTUS'	Exclusiva

Fonte: Dados da pesquisa

De forma também complementar o programa utiliza uma vinheta em áudio e vídeo com o logotipo do programa (Ver imagem 13) no início e no fim da emissão e também na ida e volta dos intervalos.

Imagem 13: Print screen da transmissão do *Esporte em Discussão* 10/06/2019 C



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan Sports

Em relação ao uso de informações visuais como fotografias e vídeos, foi observado em apenas um momento. Um vídeo de um protesto da torcida do Santos, após a vitória contra o Atlético/MG pelo Campeonato Brasileiro de Futebol 2019 (Ver imagem 14).

Imagem 14: Print screen da transmissão do *Esporte em Discussão* 10/06/2019 D



Fonte: Canal do Youtube Jovem Pan Sports

Foi neste vídeo que percebeu-se mais um momento temos as imagens se sobrepondo ao que é falado, já que esta informação visual não foi descrita de forma clara pelos participantes do programa. Ao abordar o assunto, o jornalista Pedro Marques fala: “Entrando no tema Santos o peixe que ganhou por 3x1 mas não convenceu a torcida que fez um protesto...” em seguida vemos em vídeo o protesto, em áudio ouvimos os gritos dos torcedores com os dizeres: “Não é mole não, chegou a hora de ganhar o Brasileirão”. O apresentador Wanderley Nogueira começa a discutir com os comentaristas se o protesto foi merecido, não se preocupando em dar mais detalhes do vídeo que era mostrado para quem acompanhava na internet. Informações importantes sobre a manifestação não foram mencionadas através da linguagem radiofônica. Seria relevante salientar que o protesto ocorreu fora do estádio e que foi feito por torcedores de uma torcida organizada do Santos, informação que pode ser percebida por quem acompanhava em vídeo pois nele foi possível ver uma grande bandeira com o nome da torcida. Para quem acompanhava apenas por áudio, pode entender de forma equivocada que o protesto foi realizado no estádio durante a partida e por torcedores comuns e não apenas aqueles que fazem parte de torcidas organizadas. Com isso a informação visual não foi devidamente compensada para ouvinte tradicional, que não possuía acesso às imagens.

3.4 PÂNICO

O *Pânico* é um programa humorístico do tipo entrevista, formato que é definido por Ferraretto (2014, p. 73) como uma atração na qual “o papel do apresentador que conduz a entrevista é fundamental e quando necessário emite opiniões. No entanto, a fala do entrevistado ocupa a maior parte da emissão”.

Apresentado por Emílio Surita, a atração vai ao ar de segunda a sexta-feira das 12h às 14h através da rádio Jovem Pan FM em São Paulo, e por *streaming* em áudio e vídeo através do site www.jovempan.com.br, pela página no *Facebook* e pelo canal do *Youtube*, *Pânico Jovem Pan*.

Utilizando como critério o número de visualizações no *Youtube*, da semana entre os dias 10 a 14 de junho de 2019, foi a escolhida para a análise a edição da quinta feira, dia 13, já

que está obteve um total de 482 mil 382 visualização, a maior entre todas as emissões do referido período.

O entrevistado do dia 13/06/2019 foi Glenn Greenwald, jornalista norte-americano do site *The Intercept*, que foi até o programa para falar sobre série de reportagens denominada “Vaza Jato”. Responsável por vaziar conversas entre o então juiz Sérgio Moro, e o Promotor do Ministério Público do Paraná, Deltan Dallagnol, além de outras figuras do judiciário brasileiro.

Para entrevistar Glenn Greenwald, o programa teve como apresentador o radialista e humorista Emílio Surita, âncora titular do programa desde de 1993, ano de estreia do programa no rádio (que também teve seu formato televisivo nas emissoras *RedeTV!* e *Band* entre 2003 e 2017). Também participaram da emissão os humoristas Daniel Zukerman, Marcelo de Sena, Alex Pain, a produtora Paula Krausche, e a repórter Marina Mantega. Todos esses são participantes recorrentes da atração. Também foi convidada para a emissão a jornalista da *Jovem Pan* Vera Magalhães. A participação de jornalistas da emissora no *Pânico* é comum, e acontece sempre que o entrevistado em questão vai abordar temas relacionados à política, como ocorreu na entrevista com o jornalista norte-americano.

3.4.1 ANÁLISE *PÂNICO*

No programa *Pânico* é possível observar ao menos quatro câmeras que ficam entre o apresentador Emílio Surita, o entrevistado Glenn Greenwald e os demais participantes da bancada no qual o programa acontece. Como ocorre no *Jornal da Manhã*, é possível também perceber um editor de corte nas imagens dos participantes, obviamente dando prioridade para quem está falando no momento.

Por ser um programa de entrevistas, não ocorre um olhar regular para a câmera, em geral isso ocorre apenas quando o apresentador Emílio Surita deseja falar algo para o público, como em uma ação de *merchandising*, ou quando no debate com o convidado Glenn Greenwald o âncora tem uma opinião em que percebeu-se uma tentativa de convencimento do ouvinte-internauta.

Notou-se uma relevância da informação visual dos participantes do programa pelo fato do programa ser humorístico, e a possibilidade de ver as imagens dos humoristas potencializa o humor, principalmente pelo fato do apresentador Emílio Surita gesticular e fazer diversas

expressões faciais durante a atração. Em determinado momento ele encena uma ligação de sua sogra de nacionalidade sueca, que está preocupada com o filha em relação a saída dos médicos cubanos do Brasil. Segundo o apresentador, ela acredita que sem eles o Brasil ficará sem médicos, o que claramente é um exagero usado para reforçar a graça da história contada. (Ver imagem 15). Essa referência visual é enquadrada na categoria complementar, já que o conteúdo principal está na fala, e os gestos e expressões incrementam a graça, mas não prejudicaram o entendimento da piada para quem apenas ouvia.

Imagem 15: Print *screen* da transmissão do *Pânico* 13/06/2019 A



Fonte: Canal do Youtube *Pânico Jovem Pan*

Também percebeu-se que a possibilidade citada no parágrafo anterior é bastante interessante para um programa de entrevistas como o *Pânico*, já que ela possibilita por exemplo vermos as expressões e reações tanto do entrevistado ao que é perguntado, quanto dos participantes da mesa ao que é respondido. O que se tornou ainda mais relevante na amostra pesquisada, já que o posicionamento político de Glenn Greenwald difere dos entrevistadores e da própria rádio Jovem Pan, que como já citado, é alinhada a direita brasileira. Em certos momentos foi percebida uma tensão durante a entrevista (Ver imagem 16), sempre aliviada posteriormente com alguma piada ou gracejo dos demais participantes,

principalmente do apresentador Emílio Surita. Com isso a transmissão em vídeo do programa, se torna um importante recurso para a complementação do conteúdo radiofônico.

Imagem 16: Print Screen da transmissão do *Pânico* 13/06/2019 B



Fonte: Canal do Youtube *Pânico Jovem Pan*

No programa foram encontrados dois momentos em que as imagens tiveram uma sobreposição ao conteúdo radiofônico não entregando a mensagem para o ouvinte forma clara. A primeira foi logo no início da emissão quando apresentador Emílio Surita fala: “Chegou Ela”, em seguida a produtora Paula Krausche completa: “Que linda”, e por fim Daniel Zukerman afirma: “Tá namorando um belo tiozão!”, todas essa falas são em referência a Marina Mantega (Ver imagem 17), que acabará de chegar no estúdio. O problema aqui, é que o nome dela não é mencionado, e quem acompanha apenas por áudio está completamente perdido sobre quem os participantes estão se referindo, quem vê na imagem consegue reconhecer e entender sobre quem está sendo falado já que a câmera corta para a imagem da Marina. Já quem está ouvindo por áudio só tem a chance de reconhecer instantes depois quando Marina Mantega fala ao microfone, mas mesmo assim, também é necessário que o ouvinte reconheça a voz da participante. O ideal seria o Emílio falar logo no início “Chegou ela, Marina Mantega”, o que tornaria claro a mensagem para todos, tanto para quem apenas

ouvira quanto para quem também acompanhava a transmissão em vídeo.

Imagem 17: Print screen da transmissão do *Pânico* 13/06/2019



Fonte: Canal do Youtube *Pânico Jovem Pan*

Perto do encerramento da entrevista com Glenn Greenwald, Emílio Surita lembra que o cantor Rafah estaria no programa daquela data. Emílio agradece aos fãs do cantor, pega um papel onde está escrito @rafah (Ver imagem 18) e mostra para a tela com a intenção de divulgar as redes sociais do artista. Como percebe-se, a grafia com a letra “h” no final faz toda a diferença para o entendimento correto da mensagem. Como a sonoridade de Rafa e Rafah são iguais, era necessário que o apresentador explicasse que o com a letra “h” era o correto. Quem assistiu por vídeo recebeu a mensagem de forma precisa, quem apenas ouvia, não. O que sinaliza um claro momento em que a imagem se sobrepõe ao que estava sendo falado. Faltou uma certa atenção do apresentador Emílio Surita, que não percebeu que a informação passada através do vídeo, também precisaria ser descrita de maneira detalhada pela linguagem radiofônica.

Imagem 18: Print screen da transmissão do *Pânico* 13/06/2019 C



Fonte: Canal do Youtube Pânico Jovem Pan

Diferentemente dos programas analisados anteriormente, o programa *Pânico* não usa de forma recorrente em sua transmissão elementos gráficos. Neste quesito foram identificadas apenas uma forma e de caráter complementar. Esse recurso foi utilizado em um anúncio testemunhal⁹ sobre uma promoção da academia *Smart Fit* para os ouvintes e internautas do programa (Ver imagem 19). Nem o logotipo da emissora, ou informações sobre as redes sociais do programa apareceram em tela, diferentemente dos dois programas analisados.

⁹ **Testemunhal** é o texto falado no ar; mensagem ao vivo, personalizada, é o testemunho do locutor-apresentador a respeito do produto/serviço que está sendo anunciado.

Figura 19: Print screen da transmissão do *Pânico* 13/06/2019 D



Fonte: Canal do Youtube Pânico Jovem Pan

Como também ocorre nos programas *Esporte em Discussão* e *Jornal da Manhã*, é utilizado de forma complementar no programa *Pânico* utiliza uma vinheta em áudio e vídeo com o logotipo do programa (Ver imagem 20) nos intervalos e também ao início e fim da emissão.

Figura 20. Print *screen* da transmissão do Programa *Pânico* 13/06/2019 F



Fonte: Canal do *Youtube* Pânico Jovem Pan.

4.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta etapa iremos discutir os dados coletados no capítulo anterior. Para isso dividimos em três partes, de acordo com as categorias dos elementos visuais proposta na metodologia da pesquisa, buscando também fazer uma comparação entre as amostras analisadas.

Quadro 8 - Informações visuais de complementação

Programa	Informações
<i>Jornal da Manhã</i>	-Transmissão em vídeo do estúdio - Transmissão em vídeo dos repórteres que estavam em links ao vivo em pontos das cidades do RJ e SP - Fotos e vídeos para ilustrar as todas as reportagens - Mapa para ilustrar a previsão do tempo - Fotos para ilustrar os entrevistados que participaram por telefone - Gerador de caracteres para informar o assunto em pauta no momento - Gerador de caracteres para identificar quem aparecia em tela - Gerador de caracteres com o número de Whatsapp do programa - Gerador de caracteres com hora certa - logotipo da emissora - Vinheta para início e fim de emissão; e idas e vindas do intervalo
<i>Esporte em Discussão</i>	- Transmissão em vídeo do estúdio - Vídeos para ilustrar assuntos debatidos - Gerador de caracteres para informar o assunto em pauta no momento - Gerador de caracteres para identificar quem aparecia em tela - Gerador de caracteres os endereços das redes sociais da emissora - Gerador de caracteres com a <i>hashtag</i> para participar do programa - logotipo da emissora - Vinheta para início e fim de emissão; e idas e vindas do intervalo
<i>Pânico</i>	- Transmissão em vídeo do estúdio - Gerador de caracteres no anúncio testemunhal sobre a academia <i>Smart Fit</i> - Vinheta para início e fim de emissão; e idas e vindas do intervalo

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação às informações visuais de complementação, verificou-se que dos programas analisados, o *Jornal da Manhã* foi o que mais utilizou esse recurso de maneiras diferentes (onze). Algo que pode ser explicado pelo fato de ser um programa noticioso e assim possuir diversos gêneros jornalísticos dentro dele, como reportagens, entrevistas e previsão do tempo. A atração aproveitou a transmissão em vídeo principalmente para o aprofundamento da notícia, com a utilização de fotos, vídeos e GC para ilustrar todas as matérias que foram ao ar na emissão. Nestes momentos foram percebidos uma hibridização

entre a linguagem televisiva e a linguagem radiofônica, já que as matérias possuíam elementos similares às de uma reportagem de TV. Como já visto, essa hibridização é definida por Prata (2009) com o termo “radiomorfose”. Como observaram Barbeiro e Lima (2003), diferentemente da linguagem televisiva que prioriza a imagem, o rádio prioriza o som, com isso o profissional do rádio terá que sempre lembrar que há pessoas que apenas estão acompanhando em áudio, obviamente não possuem acesso às imagens, então, ele terá agora uma preocupação redobrada para fazer uma descrição muito mais completa das informações visuais, como foi observado nas reportagens da rádio Jovem Pan. Se o ouvinte-internauta está vendo algo que complementa a informação radiofônica, o repórter terá que ter a preocupação de descrever aquilo para o ouvinte tradicional. Com isso podemos concluir que agora o repórter de rádio tal como o repórter de TV, terá que fazer o texto de suas reportagens levando também em conta as imagens que serão utilizadas.

O *Esporte em Discussão* aproveitou de maneira semelhante ao *Jornal da Manhã* no que diz respeito aos GCs, utilizando para informar na tela a hora certa, as redes sociais da emissora, a *hashtag* a ser utilizada para participar do programa, os assuntos em pauta e também para creditar os participantes do programa. Mas em compensação fotos e vídeos para ilustrar os assuntos debatidos só foram utilizados uma vez. Na amostra analisada um dos temas em pauta foi o jogo da seleção brasileira diante da seleção de Honduras, a veiculação dos lances da partida poderia ser um conteúdo utilizado para ilustrar o debate, mas não foi utilizado pelo programa.

O programa *Pânico* foi de longe o que menos aproveitou outros elementos visuais além da transmissão do estúdio. Com a tela “limpa” durante praticamente toda a emissão. A exceção foi no momento do anúncio testemunhal feito pelo apresentador em que um GC apareceu em tela. Outros tipos de GC, como o para creditar o entrevistado, ou com a *hashtag* utilizada para interação do programa não foram utilizados. Elementos que enriqueceriam a transmissão em vídeo do programa. Nem mesmo o logotipo da emissora foi utilizado, o que mostra que não há um padrão a ser seguido nas transmissões em vídeo da emissora e cada programa parece utilizar os elementos visuais da maneira que convém aos produtores. Algo que também foi observado no que tange o estilo de transmissão. Notou-se que o *Jornal da Manhã* e o *Pânico* possuem uma transmissão dinâmica, com cortes e closes, enquanto o *Esporte em Discussão* tem em praticamente toda a emissão sua tela dividida com os quatro participantes aparecendo ao mesmo tempo no vídeo. No quesito das informações visuais de

complementação, a vinheta em áudio e vídeo no início e fim das emissões e nas idas e vindas dos intervalos foi o único elemento comum entre os três programas analisados.

Quadro 9 - Informações visuais exclusivas

Programa	Informações
<i>Jornal da Manhã</i>	-Gerador de caracteres com informações que não foram abordadas no programa através da linguagem radiofônica (dez informações) - Informações do mapa da previsão do tempo que não foram mencionadas através da linguagem radiofônica - Anúncio da Caoa Cherry com informações adicionais sobre o produto não mencionado no anúncio radiofônico - Gerador de caracteres com os endereços das redes sociais do programa - Gerador de caracteres com a <i>hashtag</i> para participar do programa
<i>Esporte em Discussão</i>	-Gerador de caracteres com informações que não foram abordadas no programa através da linguagem radiofônica (cinco informações) - Gerador de caracteres com o número do Whatsapp - Gerador de caracteres com hora certa
<i>Pânico</i>	Não houve

Fonte: Dados da pesquisa

O *Jornal da Manhã* também foi o que mais aproveitou a transmissão em vídeo para oferecer informações exclusivas a sua audiência, ou seja, informações sobre notícias que não foram mencionadas através da linguagem radiofônica. Como já demonstrado, isso ocorreu dez vezes através de frases curtas em um GC posicionado no rodapé da tela. Nesta categoria a previsão do tempo foi uma parte do programa em que a transmissão de vídeo conseguiu contemplar o ouvinte-internauta com informações extras, já que era possível observar no mapa a previsão do tempo para mais localidades do que foi mencionado através da linguagem radiofônica. O programa também foi o único a aproveitar o vídeo para expandir um anúncio publicitário, como foi o caso da propaganda da marca *Caoa Cherry*.

O *Esporte em Discussão* também aproveitou o GC de rodapé para acrescentar informações exclusivas ao ouvinte-internauta. Ao todo cinco notícias não debatidas na atração apareceram neste GC. Uma delas sobre basquete, esporte que raramente ganha espaço no programa. Com isso constatou-se que um simples gerador de caracteres possibilitou que o programa tenha uma diversidade maior de assuntos, mesmo que isto seja apenas percebido para quem acompanhava em vídeo.

Em relação ao *Pânico* não foram observados informações visuais exclusivas. Por não

ser um programa jornalístico como as duas outras amostras analisadas, não fazia sentido a utilização de GCs fixados no rodapé com notícias para trazer conteúdos exclusivos para a sua audiência. Mas o *Pânico* poderia se inspirar no exemplo do anúncio da *Caoa Cherry* do *Jornal da Manhã*, para oferecer uma ação de *merchandising* com informações mais completas, e assim exclusivas para o público que assiste através da internet.

Quadro 10 - Informações visuais sobreposta

Programa	Informações
<i>Jornal da Manhã</i>	-Vídeo da reportagem sobre o “Ataque ao golfo de Omã” não foi descrito de maneira clara
<i>Esporte em Discussão</i>	- Crachá utilizado como motivo para provocação entre comentaristas não descrito de maneira clara - Vídeo sobre protesto da torcida do Santos não descrito de maneira clara
<i>Pânico</i>	-Transmissão do estúdio de Marina Mantega, no momento em que seu nome não foi mencionado enquanto os participantes faziam piadas com ela. -Texto mostrado por Emílio Surita em que estava escrito Rafah, na qual ele falou sem explicar que a grafia seria com a letra “h” no final

Fonte: Dados da pesquisa

Se o *Jornal da Manhã* foi o que mais utilizou informações visuais para complementar a linguagem radiofônica e também o que mais ofereceu informações exclusivas para os ouvintes-internautas, em compensação foi o programa em que menos identificou-se informações visuais sobrepostas. Algo que em três horas de programa ocorreu apenas uma vez, quando um vídeo das explosões a navios do golfo de Omã não foram descritos de maneira precisa pela repórter. Esse baixo número mostra que há um enorme cuidado de toda a equipe do programa em descrever as imagens que são relevantes para o entendimento da notícia.

Já o *Esporte em Discussão* e *Pânico* tiveram dois momentos em que a transmissão em vídeo se sobrepôs a transmissão de áudio, mesmo sendo atrações que utilizaram em menor quantidade os elementos visuais. Vale ressaltar que o ambos os programas possuem metade da duração do radiojornal, o que teoricamente deveria fazer que esses programas tivessem menos chances de possuírem informações visuais sobrepostas. Mas o que foi percebido na pesquisa é que em um dos momentos de cada programa em que isto ocorreu foram em momentos de descontração. Pelo tom informal que as duas atrações possuem, me parece que isso pode facilitar o descuido dos participantes em descrever as informações visuais, e

consequentemente ocorrendo a sobreposição do vídeo em relação ao áudio, algo que como ressalta Ferraretto (2012) jamais deve ocorrer.

Percebeu-se que a transmissão em vídeo é um atrativo interessante para programas de mesa-redonda como o *Esporte em Discussão* e de entrevista como o *Pânico*, pelo fato de podermos ver as expressões e reações dos participantes. Algo que não parece tão necessário em um programa noticioso como o *Jornal da Manhã*, que por outro lado tem a as imagens como um complemento importante para as notícias mostradas. Se o programa tivesse apenas transmissão de estúdio, com seus outros conteúdos apenas em áudio, o vídeo poderia ser considerado um recurso desnecessário. Com isso podemos constatar que cada tipo de programa e cada formato possui suas potencialidades para o uso do vídeo, algo que considero uma utilização bem aproveitada nos programas da rádio Jovem Pan nas amostras analisadas.

A rádio Rádio Jovem Pan deu demonstrações que a transmissão em vídeo dos seus programas radiofônicos tem uma importância tão grande, ou talvez maior, quanto a recepção do público tradicional do rádio. Os moldes de uma transmissão de televisão, com gerador de caracteres, exibição de fotos e vídeos, não são componentes que apenas comprovam uma estratégia da emissora em questão, mas também podem significar uma tendência geral para atrair o público virtual.

Então, é possível que a baixa ocorrência de informações visuais sobrepostas a linguagem radiofônica, conforme observados nesta pesquisa, possa ser considerada uma espécie de indicador desse processo. O aparente cuidado da Jovem Pan para evitar prejuízos ao ouvinte tradicional, bem como as referências sonoras para as outras plataformas, permite compreender que a emissora soube aproveitar as possibilidades tecnológicas, sem esquecer da essência do rádio, o conteúdo sonoro.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como principal objetivo entender qual a relação entre som e imagem nas transmissões em vídeo da rádio Jovem Pan, procurando identificar os elementos visuais que foram incorporados nessas transmissões e percebendo como as informações em tela dialogam com os componentes da linguagem radiofônica. Foram observados e identificados diversas possibilidades para aprofundar e expandir o conteúdo radiofônico na internet, assim, atraindo um público que talvez jamais acompanhasse a emissora no meio tradicional, o rádio por antena.

Na fase da convergência cultural (JENKINS 2008) será muito importante que as emissoras se preocupem em oferecer seu conteúdo em todas as plataformas possíveis. No século passado as pessoas ligavam o rádio para ouvirem seus programas preferidos, agora com uma gama de possibilidades na internet, as emissoras de rádio terão que ir até o *online* para alcançar a audiência, principalmente as das novas gerações.

Outro ponto importante para destaque é em relação aos profissionais de rádio, que como percebido na pesquisa, agora precisam aparecer em tela, exercer duas funções ao mesmo tempo, como a de repórter e cinegrafista, além de terem que se adaptar às modificações da linguagem radiofônica. Agora o radialista terá que ficar atento para descrever da maneira mais completa os elementos visuais inseridos nas transmissões em vídeo. Com isso, será de extrema necessidade que essas mudanças sejam percebidas pelos cursos de comunicação, para que seus conteúdos relacionados às disciplinas de rádio considerem essas novas formas de produção radiofônica, para que o discente chegue ao mercado de trabalho preparado para a reconfiguração que o meio e o profissional de rádio estão vivendo.

Será importante que mais pesquisas acadêmicas sobre o tema aconteçam. Casos como as das rádios, CBN, BandNews, Bandeirantes de São Paulo, Gaúcha ZH de Porto Alegre, 98 FM de Belo Horizonte e Tabajara de João Pessoa, que estão realizando as transmissões em vídeos da sua programação radiofônica, merecem ser observados e aprofundados. Também indico que se faça um estudo sobre a web-rádio Inferno de Porto Alegre, emissora dedicada ao time de futebol Internacional. Nela, todas as emissões são transmitidas com som e imagem no *Youtube* e *Facebook*, ou seja, não há possibilidade até o momento de acompanhar esta

emissora apenas por um *streaming* de áudio. Algo que pode gerar uma discussão interessante sobre o conceito de rádio e o futuro do meio.

Em suma, ainda não há uma previsão conclusiva de como será o rádio nos próximos anos e décadas, mas há indicativos, como o rádio não morreu com o surgimento da TV, ele não irá morrer com o advento da internet, muito pelo contrário, o *online* permitiu o rádio se reinventar, mostrando que o meio é extremamente capaz de se readaptar aproveitando as novas tecnologias. O rádio ainda está experimentando as novas maneiras que a convergência e o rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2012) estão proporcionando. Por ser algo recente, essa nova forma de produzir conteúdo radiofônico ainda deve se aperfeiçoar na medida em que essas novas possibilidades sejam colocadas em prática.

Como mostrado nesta pesquisa, mesmo com a incorporação de fotos e vídeos, o sonoro ainda se tornou primordial, e em praticamente todos os momentos seu conteúdo continuou de maneira clara para o ouvinte tradicional, principalmente em seu conteúdo jornalístico. Há de destacar mais uma vez, que programas mais informais mostraram uma propensão para a ocorrência de sobreposição do seu conteúdo visual em relação ao sonoro. Mas de maneira geral, na rádio Jovem Pan existe um cuidado para que não haja essa sobreposição, não prejudicando aqueles que querem consumir o conteúdo através do som. A emissora soube conduzir essa nova possibilidade narrativa fazendo que a inserção do vídeo em suas transmissões não gerassem um conflito como áudio, e sim, o complementasse.

Podemos considerar a emissora como um caso de sucesso em relação a expansão do seu conteúdo para a internet. As transmissões dos programas radiofônicos também em vídeo realizadas pela Jovem Pan devem ser estudadas e tornadas como inspiração para as demais rádios que ainda não possuem tal recurso, que hoje parece ser indispensável para as emissoras que queiram atrair um público que não é habituado a ouvir rádio pelos meios tradicionais.

Acredito que as emissoras de rádio e os profissionais que não acompanharem a evolução que o meio passa se tornarão obsoletos. Será preciso ficar atento para as mudanças que o rádio está passando, não só no que diz respeito às transmissões em vídeo, mas também em relação a outras formas de conteúdo que as rádios precisam perceber, como os *podcasts*.

Por fim, destaco que o trabalho é uma pequena contribuição para a importante discussão sobre o presente e futuro do rádio. Como já citado, outras pesquisas sobre o tema merecem e devem ser feitas para uma compreensão contínua do meio e da sua linguagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALSEBRE, Armand. **A linguagem radiofônica** 1994. In: FERRARETTO, Luiz Artur, **Rádio Teoria e Prática**, Summus, 2014.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo. **Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia da TV**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergência multimedia**. España, Gedisa, 2001.

CORDEIRO, Paula. (2004). **Rádio e Internet: Novas perspectivas para um velho meio**. In **BOCC Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf> Acesso em: 05 jul. 2019

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e Prática**, Summus, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil**. **Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação**, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012.

FERRARETTO, Luiz Artur, KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio, in Enciclopédia Intercom de Comunicação – vol. 1**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube**. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 9, n. 1, jan-jun. 2012. p. 136-148.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**. Rio de Janeiro, Maud X, 2016.

LOPEZ, Debora. **Rádio Com Imagens: um estudo sobre o uso de vídeos em páginas de emissoras de rádio brasileiras e espanhola, 2012**. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/411>. Acesso: em 05 jul. 2019

LOPEZ, Debora. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**, 2010. Covilhã: LabCom Books, 2010. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf . Acesso em 05 jul. 2019

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação. Teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular/UFSC, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. **A informação sonora na webmergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia**. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (orgs.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. SP: Ed. Senac-SP, 2010

POOL, De Sola Ithiel, **Technologies of Freedom**, 1987 In JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph, 2008.

PRATA, Nair in Del Bianco, Nélia (Org). **Rádio brasileiro na era da Convergência**. São Paulo. GP E-books. 2014. Disponível em: http://portaldejornalismo-sul.espm.br/images/stories/E-book_Radio_na_era_da_Convergencia_01_09_12.pdf. Acesso em 06 jul. /2018.

PRATA, Nair. **Webrádio: Novos Gêneros, Novas formas de interação**, Insular, 2009.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo, **Dicionário da Comunicação**, 1987 in KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**. Rio de Janeiro, Maud X, 2016.

VICTOR, Renata. **No ar: Sorria você está sendo filmado! Percepções sobre a transmissão do rádio em vídeo**. 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2984-1.pdf>. Acesso em 06 jul. 2019