

RÁDIO: MÍDIA E LINGUAGEM

RADIO: MEDIA AND LANGUAGE

RESUMO

O Rádio foi identificando seus constituintes para se estabelecer como linguagem a partir da apropriação de elementos que pertenciam aos códigos matrizes, principalmente, o sonoro e o verbal-oral. Além disso, o rádio também é uma mídia de convergência porque muitas composições textuais anteriormente produzidos em diferentes suportes foram deslocadas para o meio radiofônico, testando-se de acordo com a natureza da nova mídia; em fronteira, como afirma Lúri Lótman.

O foco principal desse capítulo é a linguagem radiofônica, seus constituintes e suas modelizações; suas nomenclaturas e estruturas de composição, pontuados ora como decorrentes da movência no interior da semiosfera ora já estabelecidos como fórmulas, decorrentes do eixo de delimitação, atuando como eixo da dinâmica da cultura, ainda segundo Lúri Lótman.

Palavras-chave: Linguagem Radiofônica. Nomenclaturas Radiofônicas. Estruturas de Composição Radiofônicas.

RESUMEN

La Radio fue identificando a sus constituyentes para establecerse como lenguaje a partir de la apropiación de elementos que pertenecían a los códigos matrices, principalmente, el sonoro y el verbal-oral. Además, la radio también es un medio de convergencia porque muchas composiciones textuales anteriormente producidas en diferentes soportes representadas hacia el medio radiofónico, probándose de acuerdo con la naturaleza de los nuevos medios; en la frontera, como afirma Lúri Lótman. El foco principal de este capítulo es el lenguaje radiofónico, sus constituyentes y sus modelizaciones; y en el caso de que se produce un cambio en las condiciones de vida de las personas.

Palabras clave: Lenguaje Radiofónico. Nomenclaturas Radiofónicas. Estructuras de Composición Radiofónica.

Linguagem Radiofônica: seus constituintes

El lenguaje radiofónico, de autoria de Armand Balsebre, é uma das mais importantes publicações que tem o rádio como objeto de pesquisa, principalmente, porque o percurso de pesquisa do autor tem foco preciso: os elementos que foram constituindo a mídia radiofônica para torná-la, antes de tudo, organização de linguagem, isto é, “...podemos concebir a los mensajes sonoros de La radio, como *una sucesión ordenada, continua y significativa de ‘ruidos’ elaborados por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza, y clasificadas según los repertorios/códigos del lenguaje radiofónico.*” (Balsebre, 2004, p.20)

É importante destacar que todos os sistemas apontados pelo autor já existiam anteriormente à mídia radiofônica; isto quer dizer que o rádio, como mídia de convergência, se apropriou de elementos e textos e, metalinguisticamente, transformou-os em constituintes de uma linguagem que se inaugura com a sua condição de meio de comunicação. Afinal, em fronteira, códigos e linguagens sonoras foram se retraduzindo para inventar a linguagem radiofônica.

Citado por Balsebre, Abraham Moles destaca os três sistemas que, em fronteira, tornaram-se básicos da radiofonia:

“El proceso secuencial del *discurso hablado*: basado en símbolos ‘acústicos’: los objetos sonoros de La fonética;
Los sistemas ‘acústicos’, que reproducen una *imagen* concreta del desarrollo sonoro de un acontecimiento;
La música, que se presenta como um caso particular de comunicación ‘no figurativa’, constituída por elemntos ‘abstractos’. (Balsebre, 2004, p.21)

O diálogo metalinguístico modelizou esses sistemas conforme a natureza da nova mídia, distinguindo cada um deles quando realizados nos diferentes suportes: o discurso falado foi desdobrado em distintas e variadas performances vocais

mediáticas; os sistemas acústicos foram expandidos muito além do que se ouvia no cotidiano; a música não só ganhou múltiplas durações midiáticas, conforme os diferentes usos radiofônicos como também dividiu seu espaço de veiculação com a canção, que, gradativamente, se tornou predominante nas programações musicais das emissoras radiofônicas. Enfim, pelo diálogo metalinguístico, os três sistemas apontados por Molles, e traduzidos pela natureza da mídia radiofônica, tornam-se constituintes da linguagem radiofônica.

Atualmente, é consenso que os elementos constituintes da linguagem radiofônica são: *música, canção, trilha, efeito sonoro, oralidade* (palavra falada), selecionados e associados sempre a partir de determinadas durações temporais e veiculadas sequencialmente conforme o relógio radiofônico.

Constituintes e algumas noções

Música: “é resultado da combinação e sucessão de sons simultâneos de tal forma organizados, que a impressão causada sobre o ouvido seja agradável e a impressão sobre a Inteligência seja compreensível...”(Schoenberg)

“A música não é somente um recurso de combinação e exploração de ruídos, sons e silêncios,...Ela é também um recurso de *comunicação...de gratificação...de mobilização ...de auto-realização...*”(Sekeff, 2007, p.26).

Canção: “...realização em que há a compatibilização entre melodia e letra, para que seja garantida a eficácia de sua comunicação. Há entre esses elementos uma relação simbiótica na qual um complementa e explicita a existência do outro gerando uma percepção de sentido que atinge o ouvinte de maneira a fazê-lo assimilar os conteúdos expressos de forma natural, quase intuitivamente.” (Machado, 2011, p.41)
“Composição vocal, ou seja, texto de caráter poético, sacro ou profano, enunciado por meio de uma organização sonora, de tratamento popular ou erudito,

acompanhado por instrumento ou realizado simplesmente a capela. Configura-se, portanto, como a musicalização da fala humana, que, mesmo em sua forma natural, é expressa por entoações ascendentes e descendentes.”(Cunha, 2003, p.120-121).

Trilha: Trilha e caminho, no caso da publicidade, harmonizam-se perfeitamente no interior do ritmo de um arranjo sinonímico. Trilha é o índice que toca no horizonte de uma peça lógico-discursivo-linear (horizontalidade) ou no vértice de uma dissonância poético-estética (verticalidade) BIGAL, S.

Em miúdos: é todo e qualquer recorte variado de duração do sintagma musical original (comumente chamado de trecho musical), reapresentado como outra composição porque parte de outro texto, oral (quando associada à locução radiofônica) ou visual (quando associada às imagens de um filme publicitário, à cena cinematográfica, a personagens, personalidades ou contextos televisuais, etc.)

Efeito Sonoro: “Todos os sons criados com o objetivo de destacar movimentos e ações, facilitar o entendimento de uma cena, valorizar sensações ou simplesmente enriquecer a linguagem...”(Berchmans, 2006, p.162)

“Ruído é qualquer som que interfere. ... de instabilidade e irregularidade mas acrescido de um traço bastante sugestivo para nossa análise: a turbulência.” (Tatit, 1994, p. 241)

“Os efeitos sonoros radiofônicos são um conjunto de formas sonoras representadas por sons inarticulados ou de estrutura musical, de fontes sonoras naturais ou artificiais, que restituem objetiva e subjetivamente a realidade, construindo uma imagem.” (Balsebre, 2004, p.125).

Silêncio: “definido como ‘ausência’, o silêncio é utilizado como medida, como um elemento de pontuação ou, inclusive, como subtração de determinadas informações.” (Balsebre, 2004, p.136) O silêncio radiofônico não aparece no primeiro

plano da escuta por parte do ouvinte; é percebido quando da montagem das peças radiofônicas porque envolve mínimas durações, quando da mixagem entre os elementos.

Verbal-Oral: “oralidade natural...conjunto completo e heterogêneo de condutas e modalidades discursivas comuns, determinando um sistema de representações e uma faculdade de todos os membros do corpo social de produzir certos signos ‘linguisticamente vocalizados’(o grifo é nosso) de identificá-los e interpretá-los da mesma maneira; como um fator entre outros de unificação das atividades individuais.” (Zumthor, 1991.p.22)

“O conceito ‘palavra radiofônica’ conota a ação enunciativa do som verbal na função comunicativa. E a voz radiofônica: como fonte de energia criadora de palavras que transmitem enunciados significantes a serviço de uma ação comunicativa.” (Balsebre, 2004, p.42)

Em 1989, na Revista Face n.2, Lucia Santaella publicou o artigo intitulado *por uma classificação da imagem visual*; em 2008, na Revista caligrama V.3, n.1, Marcia Carvalho publicou um artigo intitulado *A trilha Sonora do Cinema: proposta para um ouvir analítico* em que apresenta uma classificação para o som a partir da equivalência com a proposta de Santaella. A validade das propostas de ambas as autoras orientou nossa decisão em trazê-la literalmente neste momento para, como generalidade, iniciar um possível e mais rigoroso entendimento dos diferentes constituintes da linguagem radiofônica.

Daqui em diante, a extensa citação de autoria de Márcia Carvalho:

Santaella confeccionou este texto (*Por uma classificação da imagem visual* – o grifo é nosso) a partir das três categorias básicas de acordo com a relação estabelecida entre o signo e aquilo a que ele se refere. Dessa maneira, as imagens visuais são classificadas em: não-representativas, figurativas e representativas. Segundo a autora:

As formas não-representativas, no limite, dizem respeito à redução da declaração visual a elementos puros: tons, cores, manchas, brilhos, contornos, formas, movimentos, ritmos, concentrações de energia, texturas, massas, proporções, dimensão, volume, etc. A combinação de tais elementos não guarda conexão alguma com qualquer informação extraída da experiência visual externa.(...) As formas figurativas dizem respeito às imagens que basicamente funcionam como duplos, isto é, transpõe para o plano bidimensional ou criam no espaço tridimensional réplicas de objetos preexistentes e, no mais das vezes, visíveis no mundo externo(...) nestas formas que buscam reproduzir o aspecto exterior das coisas, os elementos visuais são postos a serviço da vocação mimética, ou seja, produzir a ilusão de que a imagem figurativa é igual ou semelhante ao objeto real.(...) As formas representativas, por fim, são aquelas que, mesmo quando reproduzem a aparência das coisas, essa aparência é utilizada apenas como meio para representar algo que não está visivelmente acessível e que, via de regra, tem um caráter abstrato e geral. (Santaella, 1989, p.59)

Desde já, podemos situar os três elementos: música, efeito sonoro e voz, como correspondentes dessa divisão, pelo fato destes apresentarem, geralmente, papéis distintos na montagem do filme. Assim, passamos a propor a seguinte classificação:

1. **Não-representativo:** ... é predominado pela música. Consideramos aqui todo tipo de música, ou seja, desde o canto gregoriano – pilar da concepção musical que abolia, em sua assepsia, os instrumentos de percussão e os acordes dissonantes, percebidos como ruidosos – até a música contemporânea, a música popular e a música das mídias. No entanto, é necessário que esta música desperte a escuta para as possibilidades de sensações e qualidades próprias de seus elementos que são: melodia, harmonia, ritmo, timbre etc.
2. **Figurativo:** ... é predominado pelo efeito sonoro ou som ambiental. Consideraremos como efeito sonoro aquele que tem predominância no registro da imagem/ação por sua necessidade de constituir signo e que se referem a um objeto concreto. São os sons ambientais, passos, barulho de motores, de chuva, sinos ou ainda efeitos produzidos eletrônica ou digitalmente.
3. **Representativo:** Predominam como representação as vozes, os diálogos

entre as personagens, as locuções de um narrador etc. estas vozes inserem-se num universo híbrido composto pela linguagem verbal e a oralidade. São formas representativas convencionadas pela língua, pelo sotaque e pela entonação. (Carvalho, 2008, p.4).

Depois de quase cem anos de radiofonia, não só buscando seus constituintes mas também enfrentando novos diálogos metalinguísticos com mídias que lhe foram posteriores, a classificação geral realizada por Márcia Carvalho conquistou outras complexidades, resultando em possibilidades das três classificações – não-representativo, figurativo, representativo – no interior de cada constituintes.

Isto quer dizer que o uso de uma música ao ser recortada como trilha nas mais variadas peças radiofônicas pode funcionar numa como não-representativa, como é caso do recorte realizado em uma das estações de Vivaldi para ser trilha do **spot** publicitário dos sabonetes Vinólia; em outra como figurativa, como é o caso do recorte de uma canção para ser usada como trilha da chamada de um show que envolve a banda ou o intérprete da canção; e ainda numa terceira como representativa, como no caso do recorte de O Guarani ao fazer parte da vinheta de abertura do programa radiofônico *A voz do Brasil*.

É importante lembrar que a própria dinâmica da cultura, movida pelos eixos de delimitação e de irregularidade semiótica, coloca em fronteira os modelos e suas potencialidades, resultando, no contexto deste capítulo, múltiplas e variadas outras sonoridades, ampliando assim os arranjos da radiofonia.

Direção Artística

No *continuum semiótico*, a natureza da mídia radiofônica e sua constituição como linguagem resultou em três funções básicas para a radiofonia, segundo Armand Balsebre: “...como meio de *difusión, comunicación y expresión*” (Balsebre,

2004, p.13); delas decorrem a larga ampliação de emissoras no dial brasileiro em busca da formação de um público amplo de ouvintes-consumidores, já que o surgimento desse meio coincidiu com a reconfiguração da sociedade de classes em função das necessidades do capitalismo industrial; além disso, as três funções podem aparecer arranjadas em diferentes hierarquias e predominâncias, resultando em ambientes acústicos completamente distintos, de emissora para emissora, posteriormente denominados *direção artística*.

Então, gradativamente, determinado pelo mercado em ampla expansão, os aspectos comerciais e publicitários estabeleceram hierarquia entre essas funções, ainda segundo o autor, “ *La triple función...ha sido tergiversada com la generalizada homogeización de gêneros y formatos.*” (2004, p.13) e o rádio foi trocando sua condição de meio de comunicação de massa para se tornar mídia segmentada, isto é, cada emissora passou a recortar um perfil singular de ouvinte para poder formar sua carteira de clientes, que passou a comandar tudo: da posição dos elementos na antena à distribuição da grade de programação, à seleção dos conteúdos e dos gêneros musicais.

Por isso, começamos pela **Direção Artística** que, de modo geral, é o desenho sonoplástico que referenda a confecção, primeiramente, do ambiente acústico da emissora e, em seguida, do processo radiofônico como relação entre as três funções, expostas acima, condicionado ao segmento de público escolhido como perfil de audição e consumo de cada emissora de rádio. Hoje, o desenho sonoplástico deve ser pensado a partir de um modo como a emissora escolhe participar do sistema mais amplo que é a cultura.

Da forma mais geral possível, em sociedades como a nossa, orientadas por grupos de consumo, classe ou tribo, a direção artística das emissoras tradicionais comerciais diz respeito ao recorte definido e preciso de público-alvo com o qual a emissora vai falar; definido isso, tudo passa a ser selecionado e estruturado a partir do determinado segmento: os conteúdos, os interesses, as necessidades, os

serviços, os produtos, os eventos, as promoções e, principalmente, o modo de garantir a audiência da mesma, numa ordem de prioridades e de predominâncias.

É preciso esclarecer que o foco de nossas reflexões está sobre as emissoras de rádio comerciais; é sabido que, nas emissoras educativas e nas comunitárias, outros podem ser os critérios usados para elaborar a direção artística, totalmente distintos das comerciais, mas, nem nelas, infelizmente, os critérios envolvem a natureza da mídia, a sua própria metalinguagem e o diálogo inter e intra mídias.

Só pra não esquecer: no Brasil, a primeira década do rádio, anos 20, decorreu a partir de três pontos orientadores: 1. A experiência com o funcionamento da tecnologia, desde a instalação até a descoberta da potencialidade do meio como mídia; 2. O deslocamento de profissionais de outros suportes de comunicação para o rádio e própria formação de radialistas que foram aprendendo e se perfilando a partir da experiência com a nova tecnologia; 3. De modo geral, a direção artística das primeiras emissoras de rádio decorria de pensamentos políticos que estavam envolvidos com a democratização do país; é o caso pioneiro de Roquete Pinto que acreditava que o rádio seria responsável pela expansão do direito democrático à informação.

A partir da década de 30 e durante todo o período da Era de Ouro, o rádio foi sendo organizado para se tornar meio de comunicação de massa já por conta da coincidência com a formação da classe média e com a introdução da Indústria Cultural no país (1932 é o registro da veiculação do primeiro spot radiofônico). Decorrem desse contexto, os dois pontos orientadores anteriormente citados quanto à direção artística: 1. As emissoras tornam-se comerciais e organizam-se em diferentes direções artísticas para disputar a nova classe média; 2. Como emissoras comerciais, o percurso passou a ser perfilado, inicialmente, pelos produtos culturais e, posteriormente, passou a ser em função dos resultados de audiência realizados pelos institutos de pesquisa.

Desde então, o Rádio batalhou muito pela sua sobrevivência. Primeiramente,

enfrentou o surgimento da televisão que, além da imagem visual, se estruturou de modo idêntico: a grade de programação é também distribuída por horários e, até hoje, quase todas as peças televisuais foram anteriormente modelizadas em linguagem radiofônica; afinal, do mesmo modo que um dia o corpo não ficou mais diante do aparelho de rádio para ouvir, também já liberamos o corpo porque é possível ouvir TV.

Mais recentemente, o rádio enfrenta a Internet que, também apoiada na tela, inicialmente fez a parceria rápida entre imagem visual e texto escrito; o som, o áudio ou a versão Radioweb ainda ensaia a ocupação nessa mídia. Além disso, surgiram também várias tecnologias sonoras que podem ser carregadas junto ao corpo, possibilitando outras alternativas de seleção e confecção de programação musical. Mas quando todas elas entram em colapso, é o velho rádio que ainda chega primeiro e em quase todos os lugares.

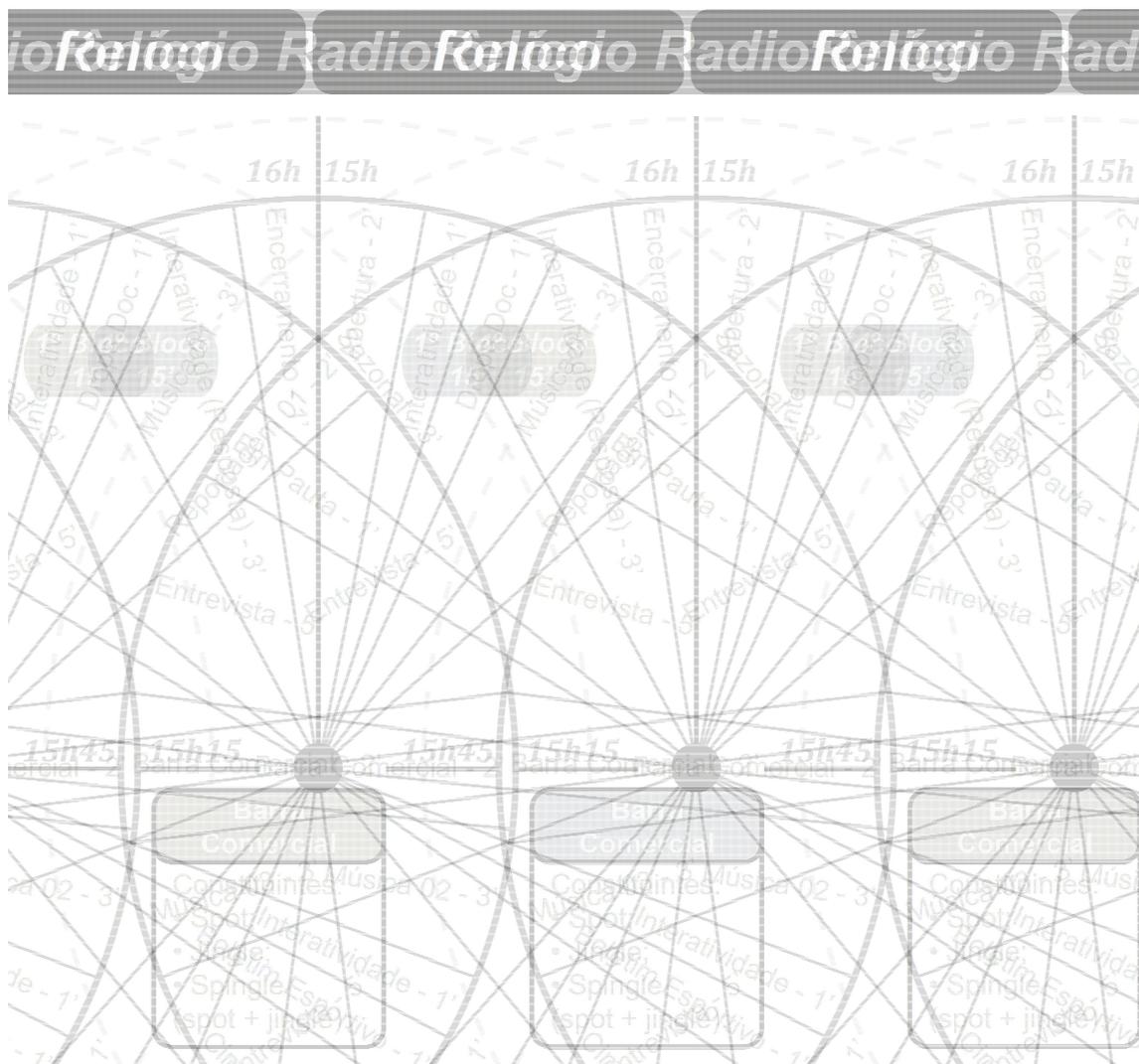
Relógio radiofônico

No rádio tradicional, tudo funciona e está devidamente distribuído a partir de durações temporais, isto é, cada peça é projetada para iniciar e terminar num horário fixo e determinado, sendo posicionada, pela comercialização ou pela audiência, no interior da grade de programação, que também obedece diferentes durações mas sempre obedecendo o relógio radiofônico.

Assim, a grade de programação de uma emissora de rádio é preenchida, hora a hora, de acordo com o relógio radiofônico, que estrutura e administra a ocupação temporal na radiofonia, conforme citação de Robert Macleish, *“O relógio proporciona uma sólida estrutura a partir da qual o apresentador pode fazer variações e retomar novamente a forma anterior com a mesma facilidade. Impõe uma disciplina mas permite liberdade.”* (2001, p.132). Isto significa dizer que toda emissora de rádio funciona pelo relógio radiofônico, que estabelece a sequência na programação e, ao

mesmo tempo, fixa a posição da barra comercial para garantir resultados eficazes na relação entre o departamento comercial da emissora e sua carteira de clientes.

Abaixo, ilustração do relógio, no horário vespertino !6:00-17:00 hs, dividido em 4 blocos de 15' cada um, com 4 pontuações de Barra Comercial, separando cada bloco



Exemplificando: desde que o rádio se entendeu como linguagem e como mídia, conforme a tradução publicitária e como modelo de negócio, passou a ser determinado por durações que deviam, obrigatoriamente, respeitar as inserções publicitárias; para isso, o relógio radiofônico foi dividido em função das barras comerciais (ou breaks); de modo geral, a cada hora, essas divisões podem ser de 4 blocos de 15 minutos cada um ou de 6 blocos de 10 minutos cada, sempre separados pela inserção da barra comercial.

A seguir, relógio radiofônico, com hora cheia dividida em 6 blocos de 10' cada um.

independente desses contextos específicos, o conjunto de spots publicitários da barra suspensa permanece garantido, por contrato.

Peças radiofônicas delimitadas por minutos

De modo geral, na grade de programação das emissoras radiofônicas encontram-se as três sínteses de durações programáticas radiofônicas, que receberam a seguintes denominações: *programete*, *programa* e *programação musical*. Essas durações são, respectivamente, assim demarcadas:

1. *programete*, duração mínima de estrutura especificamente radiofônica, de modo geral podendo ocupar a grade de 1 a 5 minutos, com todo e qualquer conteúdo e nas diferentes formatações ou gêneros;
2. *programa*, duração média variável, que pode começar com 30 minutos e chegar a 3 e/ou mais horas dependendo das mais diferenciadas estruturas textuais, por exemplo, da revista radiofônica que, geralmente, cobre de 1 até 2 horas, ao radiojornal, que pode cobrir até um período inteiro, principalmente, na parte da manhã, como é o caso das emissoras Rádio Jovem Pan e Rádio CBN, independentemente de suas distintas direções artísticas;
3. finalmente, *programação musical*, entendida pelos profissionais de rádio como: a. a seleção de um elenco de músicas e/ou canções devidamente articuladas para cumprir um tipo específico de relação com o conteúdo de um programa ou de um programete; b. seleção de um elenco de músicas e/ou canções que vão cobrir, no mínimo, quatro horas diárias da grade de programação, apresentada por um mesmo locutor, a serviço de marcas de estimulação, reproduzida também na locução; por isso, estão, devidamente, selecionados e associados, locutor e playlist, em função da direção artística da emissora.

No primeiro tipo, a distribuição das músicas selecionadas na duração do programa ou programete decorre da relação com a distribuição do conteúdo que

está sendo tratado. No segundo, citamos Robert Mcleish, “*Com músicas variando entre dois minutos e meio a quatro minutos, haverá umas oito ou nove faixas em cada meia hora de transmissão sem propaganda. Isso permite cerca de um minuto de introdução, assinaturas musicais, etc.*” (2001, p.134). Quando a programação musical é feita para 4 blocos de 15 minutos cada, respeitando o rigor das barras comerciais, sempre são programadas cinco faixas por bloco, ficando a última em stand by; a ordem de apresentação, portanto a sequência das músicas, de modo geral, obedece à estimulação – baixa, média, alta – que deve estar mais uma vez de acordo com a direção artística.

Ambos os tipos de seleção aqui apontados fazem acordo com a *função expressiva* da música radiofônica, assim apresentada por Balsebre “*El movimiento afectivo que connota la música suscita un determinado ‘clima’ emocional y crea una determinada ‘atmosfera’ sonora;*” (2004, p.102). Considerando que “*determinado clima emocional*” e “*determinada atmosfera sonora*” estão diretamente ligados à questão da direção artística e, por decorrência, ao desenho sonoro-musical da emissora, a seleção de músicas para a programação musical está orientada, exclusivamente, pela função expressiva da emissora e não necessariamente pela estética da emissora.

Quanto à programação musical nas emissoras radiofônicas tradicionais, a partir dos anos 1970, a orientação da frequência FM pelo entretenimento e para o público jovem coincidiu com o estabelecimento da Indústria Cultural, que, em parceria com os meios de comunicação, principalmente os domésticos, como o rádio e a televisão, impingiram um modelo de escuta e uma percepção que respondem exclusivamente pelo reconhecimento.

É por aí que o playlist começa a ser confeccionado: selecionando-se os gêneros de acordo com o público-alvo, são inseridas as músicas e as canções que funcionam, principalmente, como grandes trombetas de atração, porque reconhecidas pelos ouvidos do grupo segmentado já nos primeiros acordes.

Diferentemente dos usos já dados às trombetas e aos trombeteiros, nas emissoras de rádio, em qualquer ponto da música ou da canção encontrado pelo movimento do dial, existe o reconhecimento por parte do ouvinte a quem se destina a programação porque são retiradas do seu universo sonoro-musical, isto é, estão integradas ao “*valor simbólico Y significativo de la música en el sistema semiótico del lenguaje radiofónico...*” (Balsebre, idem, p.93)

Inicialmente, isso foi feito a partir de um tipo de relacionamento de negócio entre as emissoras e as gravadoras de discos, que se efetivou através de distribuição de discos para promoções, de jabá (hoje, chamado de permuta) e de um acordo em que as gravadoras selecionavam, conforme a direção artística da emissora, as músicas de trabalho: a música de cada lançamento que deveria ser, insistentemente, repetida na veiculação, porque era o carro-chefe de vendagem do disco. Depois de décadas, dependendo de semelhanças entre os recortes de público, as emissoras comerciais apresentavam playlist muito parecidos e o ouvinte podia ouvir a mesma música em várias delas.

Depois disso, as gravadoras chegaram a uma estrutura de composição musical considerada exclusiva da música radiofônica, isto é, compositores, músicos e intérpretes participam da fabricação da composição musical sabendo quais são os ingredientes para que ela seja tocada pelas emissoras radiofônicas. Segundo avaliação de Balsebre, “*Em la música, el mensaje semántico es muy reducido; por el contrario, la información estética de la música constituye un universo significativo muy grande.*” (2004, p.91)

Estrutura básica de Programa e de Programete

Cada uma dessas peças, em suas respectivas durações, são assim diagramadas:

Vinheta de Abertura: composição sonoro-musical em que é sobreposta a locução

que apresenta o título do programa ou do programete; depois de gravadas, a vinheta de abertura/ encerramento torna-se fixa porque cumpre a função de criar a marca sonora de identificação da peça radiofônica; pelo mesmo motivo, a vinheta de abertura também é a vinheta de encerramento. Programas com duração maior que 15' apresentavam também vinheta de passagem - *Estamos apresentando....* - confeccionadas identicamente a de abertura/encerramento; hoje, essa passagem, quase sempre, é feita ao vivo.

Desenvolvimento do Conteúdo: no interior da duração do programa ou do programete e conforme a sinopse de criação dos mesmos o assunto é tratado. Como a duração de programa é mais extensa, o mesmo pode tratar de diferentes assuntos, distribuídos pelos blocos que constituem o programa. Como a duração do programete é curta, um único assunto ocupa integralmente o tempo da peça.

Vinheta de Encerramento: usa-se a mesma Vinheta de Abertura

Estrutura básica da Programação Musical

Quando a grade de programação da emissora distribui 4 horas de programação musical sob a batuta de um locutor do horário, cada bloco de 15' é programado com uma sequência de 5 músicas, selecionadas no playlist da emissora e associadas conforme a estimulação do horário. A seguir, uma lauda com 1 hora de programação musical:

PROGRAMAÇÃO MUSICAL - CANÇÕES BRASILEIRAS

DATA: 15/FEVEREIRO/2013

HORÁRIO: 10:00 – 11:00 HS

LOCUTOR:

1º BLOCO 10:00 – 10:15 HS

PAREDE-MEIA / RUBI - CD:RUBI FX:05

PISTON DE GAFIEIRA / TÂNIA GRINBERG - CD: TGRINBERG FX:07

VINHETA DA RÁDIO

**MENINA DO BALAIO / FERNANDO ANITELLI - CD:FANITELLI -
FX:01**

**GUERRA É GUERRA / MARCELO CALDI E PARTICIPAÇÃO ESPECIAL
DE ELZA SOARES CD: MCALDI FX:04**

ALMA GRANDE / SERGIO PERERÊ - CD:SPERERÊ - FX:04

BARRA COMERCIAL

2º BLOCO 10:15 - 10:30 HS

1. ÔOOO / THAÍS GULIN - CD:TGULIN FX:01

2. SINAL DE FUMAÇA / ROBERTA CAMPOS - CD:RCAMPOS FX:06

3. VINHETA DA RÁDIO

4. FOI NO MÊS QUE VEM / BEATRICE MASON - CD:BMASON FX: 02

5. ANUNCIOU / LUÍSA MAITA - CD: LMAITA FX:08

6. SEM FRONTEIRAS / BEATRIZ AZEVEDO - CD:BAZEVEDO - FX:09

BARRA COMERCIAL

3º BLOCO 10:30 - 10:45 HS

1. O NUNCA DA ESTRADA / PEDRO MORAIS - CD:PMORAIS FX:04

2. SANGUE SECO / FLÁVIO HENRIQUE CD:FHENRIQUE FX:08

VINHETA DA RÁDIO

3. A CIRANDA E A MOÇA / JULIANA KEHL - CD:JKEHL FX:08

4. AI, AI, AI / MARIA EUGÊNIA - CD:MEUGÊNIA FX:04

**5. CHITA FINA / ROBERTA SÁ, ACOMPANHADA PELO TRIO MADEIRA BRASIL
- CD:SÁ FX:02**

BARRA COMERCIAL

4º BLOCO 10:45 - 11:00 HS

1. **OUTRA CANÇÃO TRISTONHA / THIAGO PETHIT** - CD:"TPETHIT FX:07
2. **EFÊMERA / TULIPA RUIZ** CD:TULIPA FX:01
VINHETA DA RÁDIO
3. **OLHOS DE MANGÁ / JUCA NOVAES** - CD:JNOVAES FX: 05
4. **BANDEIRA CLARA / DADI** - CD:DADI FX:06
5. **OUVIDOS AO MISTÉRIO / LÉO CAVALCANTI** - CD:LCAVALCANTI FX:01

BARRA COMERCIAL

Quando a programação musical está inserida num programa ou programete, sua posição na lauda é determinada pela distribuição do conteúdo, isto é, conforme o uso dado à música ou à canção na peça radiofônica. Ilustrando a seguir:

PROGRAMA: PONTO LITERÁRIO

HORÁRIO: 2ª FEIRA - 20:00 – 20:15 HS

REDAÇÃO: CARMEN LUCIA JOSÉ

LOCUÇÃO: LUCAS CANGELLI

TEC VINHETA DE ABERTURA

LOC O CAMINHO PARA A DISTÂNCIA É O TÍTULO DO PRIMEIRO LIVRO DE POEMAS DE VINÍCIUS DE MORAES, LANÇADO EM 1933. SEGUNDO A CRÍTICA, NOS ANOS 30, OS POEMAS ASSINADOS POR VINÍCIUS DE MORAES AINDA CORRESPONDEM À POESIA LÍRICA.

TEC TRILHA:

LOC NA MESMA DÉCADA, CONHECEU POETAS QUE JÁ TINHAM SE

TORNADO PARCEIROS DO MODERNISMO. ENTRE ELES, FIGURAM: **MANUEL BANDEIRA, OSWALDO DE ANDRADE E MARIO DE ANDRADE.**

TEC TREILHA:

LOC EM 1943, O LIVRO INTITULADO CINCO ELEGIAS MARCA UMA OUTRA ENTRADA DO POETA PELA ESTRUTURA POÉTICA. POETA. SEGUNDO A CRÍTICA, SEUS VERSOS TORNAM-SE MAIS SIMPLES, SENSUAIS E MARCADOS PELO SOCIAL.

TEC MÚSICA: NÃO EXISTO SEM VOCÊ/

FICHA TÉCNICA/ VINHETA DE ENCERRAMENTO

Finalizando, lembramos que os constituintes nele apontados são potencialmente a materialidade com a qual é possível as múltiplas e diversas composições de textos sonoros que fazem o funcionamento do rádio, tradicional e na plataforma web, apesar das outras distinções que tornam cada um deles dotado de singularidade.

Pesquisadores defendem tipificação diferenciada quando se trata de gêneros radiofônicos. André BARBOSA Filho, em seu livro Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio, classifica os gêneros segundo a função da mensagem radiofônica: Jornalístico, Educativo-cultural, de Entretenimento, Publicitário, Propagandístico, de Serviço e Especial. Luiz Artur FERRARETTO, na obra Rádio: o veículo, a história e a técnica, divide os programas pelos seus objetivos, separando-os em dois grupos: no primeiro grupo, denominado Informativos, estão inseridos o Noticiário, o Programa de entrevista, o Programa de opinião, a Mesa-redonda e o Documentário. O segundo grupo, o De Entretenimento, é composto pelo Programa

humorístico, Dramatização, Programa de auditório e Programa musical. Ao mesclar componentes dos dois grupos, FERRARETTO afirma surgir o que chama de Radiorrevista ou Programa de variedades. A co-existência de gêneros diferentes em um mesmo programa é bastante comum no rádio. Por exemplo, em um programa musical, portanto, do Entretenimento, a informação também pode estar presente. O mesmo ocorre em um debate esportivo: gêneros Entretenimento e Informativo juntos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. 2ª Ed. Madrid: Ediciones Cátedra, 2004.

BERCHMANS, Toni. A música do filme: tudo que você gostaria de saber sobre a música de cinema. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

CARVALHO, Márcia. **CUNHA**, Newton. Dicionário SESC: a linguagem da cultura. São Paulo: Perspectiva : Sesc São Paulo, 2003.

MACHADO, Regina. A voz na canção popular brasileira – um estudo sobre a vanguarda paulista. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2011

SANTAELLA, Lucia. **SEKEFF**, Maria de Lourdes. Da Música: seus usos e recursos. 2ª Ed. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

ZUMTHOR, Paul. A Letra e a Voz. São Paulo: Companhia das Letras. 1991.