

Rádio Multimídia: Processo Dialético entre o Local e o Global¹

Juliana Correia ALMEIDA²
Universidade Federal de Sergipe

RESUMO

O processo de convergência, a partir do desenvolvimento da cultura digital, possibilitou o rádio multimídia. É o rádio que sai do *dial* para as plataformas digitais e dispositivos móveis. As novas tecnologias acabaram reforçando essa relação dialética entre o local e global que fez do rádio um meio de comunicação revolucionário no início do século XX, ao comunicar em longa distância e aproximar comunidades a partir da sua linguagem intimista. O artigo propõe um olhar sobre esse processo dialético a partir da análise da convergência (Jenkins, 2009) e o entendimento do processo de globalização que reforça às diferenças e as interações (Lemos, 2009; Prata, 2007). Para tanto, faz necessária uma análise da linguagem radiofônica, a criação de produtos como *podcasts* e como essa convergência vem beneficiando o rádio, com base em uma pesquisa qualitativa e de caráter bibliográfico.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; multimídia; globalização; local; global.

INTRODUÇÃO

Ao se estudar o rádio como meio de comunicação de massas, depara-se com um veículo que tem um alcance impressionante. Desde a sua implantação no Brasil na década de vinte do século passado, o rádio passou por profundas transformações sejam elas estruturais, ideológicas ou tecnológicas mas, a sua importância como meio informativo é relevante na medida em que, o acesso ao rádio, principalmente, em um país com dimensões continentais como o Brasil ainda é muito significativo frente às novas tecnologias.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Jornalista. Professora da Universidade Tiradentes – UNIT. Doutoranda em Sociologia PPGS/UFS. E-mail: julianaalmeida.ufs@gmail.com

Prata (2007) afirma que as transformações tecnológicas alteraram significativamente a comunicação radiofônica. Além dos avanços na qualidade da recepção e mobilidade, com a invenção do transistor, a incorporação da pilha e a miniaturização, duas rupturas, relacionadas à linguagem, marcam a história do rádio exatamente por causa da tecnologia. A primeira ruptura foi com o surgimento da TV; a segunda acontece agora, com a digitalização.

Em todo o mundo há uma intensa movimentação em torno do rádio digital (Prata, 2007) e das novidades tecnológicas. Questões como linguagem, os novos gêneros digitais e novas formas de interação com o público, entre muitas outras, carecem de um debate mais amplo para que se entenda como o rádio multiplataforma se estabelece na cultura da convergência³.

Segundo pesquisa divulgada pelo IBOPE Midia⁴, mesmo com o avanço tecnológico, o destaque vem para a forma como o ouvinte consome rádio: 65% ainda acompanham a partir de aparelhos comuns, como receptores portáteis, rádio relógio e outros. 24% ouvem em rádios para automóveis e 16% em telefones com recepção de sinal FM. Não foram encontrados dados para o consumo do rádio a partir de plataformas digitais, mas as emissoras de rádio estão cada vez mais investindo na convergência e mobilidade, a partir da criação de aplicativos.

Boa parte das emissoras possuem sites onde disponibilizam link de reprodução da programação ao vivo, via *streaming*, conteúdos textuais, vídeos, infográficos, *podcast* entre outros.

Radio, globalização e cultura digital

O processo de globalização é objeto de estudo de vários campos do conhecimento, pois, sua ação vem se manifestando concomitantemente nos campos econômico, político, social e cultural. O rádio é um meio de comunicação de global

³ Como convergência, parte-se da definição de Jenkins (2009), “Convergência da mídia é mais do que uma mudança tecnológica, ela altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. Altera a lógica pela qual os consumidores processam a notícia. Deve ser entendida como um processo e não como um produto final” (JENKINS, 2009, p. 57)

⁴ Disponível em <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24164-pesquisa-divulga-perfil-dos-ouvintes-de-radio-no-brasil>. Acesso 20 abril 2017.

na sua essência. Através da sua possibilidade de alcance, tem grande capacidade de mobilização.

Os marcos do rádio no mundo estão diretamente ligados aos processos intensos de mobilidade, do ponto de vista político: vivia-se a época das grandes imigrações; o capitalismo esmagava violentamente alguns países da Europa. A comunicação a distancia tornou-se uma necessidade. O mundo passa a funcionar em ondas, em frequências, comunicando-se de pontos distantes e com certa instantaneidade (FILHO, 2003, p. 38).

Portanto, certas características desse meio de comunicação apontam para a importância que o rádio tinha na propagação ideológica no século XX. Mas, por outro lado, o rádio acaba se transformando, também, em um importante veículo para a comunicação local, principalmente, com o advento da televisão, nos anos 50, que acaba por ‘encabeçar’ os ideais globalizantes. Hoje o rádio passa por mudanças significativas na perspectiva da convergência. O rádio multimídia é uma realidade que começa a promover uma profunda modificação nas formas de interação e alcance.

A partir da convergência midiática, o público tem um papel fundamental no processo comunicativo. O rádio, em especial, o ouvinte tradicional tem características distintas do ouvinte-internauta. “O ouvinte agora também ouvinte-internauta- busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar. Mais que nunca, o ouvinte participa” (LOPEZ, 2009, p.202).

Há diversos tipos de *gadgets* para ouvir e interagir com a rádio seja no entretenimento, seja no jornalismo. Os dispositivos móveis, como smartphones, mp3 player com acesso *wifi* ou *tablets*, apresentam o rádio com a configuração de software. Os aplicativos vêm substituindo os websites, ao controle informacional locativo⁵. Cada plataforma potencializa a interatividade e a multimidialidade.

⁵ Os dispositivos móveis potencializaram essa relação de proximidade, na medida em que, o *Wi-Fi* e as tecnologias 3G e 4G promovem o controle informacional locativo, ou seja, o ciberespaço está sempre presente no cotidiano do indivíduo onde quer que haja disponibilidade de acesso. “Temos, pela primeira vez, a potência da mobilidade física acoplada à mobilidade informacional, isto é, a possibilidade de consumir, produzir e distribuir informação em deslocamento pelo espaço urbano” (LEMOS; LEVY, 2010, p. 108).

Ainda sobre tecnologias móveis, é importante destacar como o processo de desterritorialização que a cibercultura impõe à sociedade e, conseqüentemente, aos meios de comunicação. Lemos (2006) apresenta uma discussão sobre esse impacto da construção e desconstrução de territórios através dos fluxos das redes.

Por ser caracterizada com a era das redes telemáticas planetárias, a cibercultura é uma cultura da desterritorialização. Ela nos coloca em meio a diversos problemas de fronteira, agravando as crises de controle e de acesso, influenciando em todas as demais formas de desterritorializações contemporâneas. A desterritorialização informacional afeta a política, a economia, o sujeito, os vínculos identitários, o corpo, a arte. A internet é, efetivamente, máquina desterritorializante sob os aspectos político (acesso e ação além de fronteiras), econômico (circulação financeira mundial), cultural (consumo de bens simbólicos mundiais) e subjetivo (influência global na formação do sujeito). Estão em marcha processos de desençaixe e de compressão espaço-tempo na cibercultura (LEMOS, 2006, p. 06).

Isso possibilita o mecanismo de ter uma comunicação mais participativa, transmidiática através de uma reconfiguração cultural e nos processos de produção. As emissoras de rádio tem que se adaptar esse novo modelo multimídia sob o risco de ficar à margem dessa mudança no padrão de consumo dos meios de comunicação.

O aumento na capacidade de processamento e armazenamento dos computadores atrelado ao surgimento das redes, da fibra óptica e, sobretudo, das linguagens de programação direcionadas para a *web*, possibilitaram que inovadoras ferramentas fossem desenvolvidas permitindo ainda que as aplicações multimídia ficassem cada vez mais ao alcance dos utilizadores finais.

Tecnologias como o *streaming* de áudio e de vídeo fizeram com que a qualidade na transmissão dos dados se tornar muito mais interativa, ou seja, em vez dos utilizadores terem de esperar pelo carregamento completo dos arquivos, podem ouvir em simultâneo as partes dos arquivos já ‘descarregados’. Funcionalidades como esta tiveram enorme importância no sucesso dos novos aplicativos de rádio na internet, tornando-os mais ágeis e funcionando em tempo real, proporcionando aos utilizadores tempos de espera cada vez mais reduzidos no processamento de dados (BOTTENTUIT JUNIOR; COUTINHO, 2007).

Neste segmento, surge o *podcast*, uma das mais recentes configurações entre os formatos sonoros disponíveis na internet e que tem mudado a forma de fazer rádio. A

sua linguagem, antes caracterizada pela efemeridade, passa a ser perene a partir dos *podcasts* nas plataformas digitais. Junção da palavra Ipod (MP3 player da Apple) e *broadcasting* (transmissão em rede), o podcast surgiu em 2004 e consiste em um arquivo sonoro disponibilizado em um site.

A popularização dos *podcasts* como produção radiofônica descentralizada é uma referência do potencial da digitalização do rádio e sua intersecção com as demais mídias digitais (internet, televisão digital, *palms*, entre outros). A comodidade em poder captar, editar e publicar o conteúdo audiofônico de forma personalizada reforça o fenômeno *podcasting*, modificando o conceito do poder de emissão. O ouvinte pode alterar o fluxo de produção da mensagem sonora, descentralizando a emissão e recepção, tornando mais plural o contexto de produção e consumo dos conteúdos radiofônicos (CARVALHO; PIERANTI, 2010 *apud* NEUBERGER, 2012, p. 144).

Medeiros (2007) classifica os *podcasts* em quatro modelos diferentes: o modelo metáfora, o modelo editado, o modelo registro e o modelo educacional.

O modelo metáfora possui características semelhantes a um programa de rádio de uma emissora convencional, com os elementos característicos de um programa como: locutor/apresentador, blocos musicais, vinhetas, notícias, entrevistas, etc.

Já o modelo editado surgiu como uma alternativa para aqueles ouvintes que perderam a hora do seu programa favorito, mas ainda desejam ouvi-lo. As emissoras de rádio editam os programas que foram veiculados na programação em tempo real, disponibilizando-o no seu site para serem ouvidos posteriormente pelo ouvinte. O modelo registro é também conhecido com “audioblog”. Neste modelo o mais curioso é que possuem temas diversos. É possível encontrar podcasts com conteúdos que vão dos mais específicos como notícias e comentários, sermões de padres, guias de turismo, ou até mesmo “desabafos em um congestionamento” (MEDEIROS, 2007, p. 120).

Por fim, o modelo educacional, como o próprio nome diz, é voltado a educação, especificamente a distância. Através desse modelo de *podcast* é possível disponibilizar aulas, muitas vezes em forma de edições continuadas, semelhantes aos antigos fascículos de cursos de línguas que eram vendidos nas bancas de revistas.

O rádio: local x global

O rádio é um meio de comunicação muito presente nesse processo de globalização e convergência. Ao analisar o poder da sua oralidade, percebe-se estar diante de um importante instrumento midiático que, por suas características específicas como a instantaneidade e mobilidade, assume uma posição privilegiada para informar de forma integrada, global e de forma absolutamente local, com os serviços de utilidade pública e programas, jornalísticos ou não, dedicados a pequenas comunidades.

Por ser um meio essencialmente massivo sua comunicação está voltada a um grande público, principalmente, por sua possibilidade de alcance. No entanto, a falta de imagens não coloca o veículo em desvantagem, pelo contrário, estimula a produção de ‘imagens mentais’.

A falta de imagem deste veículo de comunicação não se configura como uma desvantagem porque a ausência de um rosto que fala não é uma inferioridade: é uma superioridade; é precisamente o eixo de intimidade que vai se abrir. Isto porque cada ouvinte possui o seu arquétipo da casa natal, e alguma coisa é mais profunda que este arquétipo: aquilo que é chamado de casa onírica, a casa dos nossos sonhos (HAUSSEM, 2005, p. 137).

O poder informativo e de utilidade pública, fazem do rádio um meio totalmente inclusivo e participativo: “o rádio envolve as pessoas nem sistema nervoso de informação com notícias, hora certa e prestação de serviços em tempo real: ou mesmo quando cria um ambiente de cumplicidade e intimidade com a comunicação afetiva do disc-jóquei” (BIANCO, 2005, p. 153).

Silva (1999) destaca que a linguagem do rádio reelabora signos através de sua mensagem para assegurar a assimilação e memorização da mensagem. A oralidade tem características no rádio que pressupõe técnicas específicas e linguagem apropriada.

Portanto, como oralidade mediatizada, o texto radiofônico apresenta na organização sintática de seu texto verbal-escrito características que nos remetem ao texto oral, abrindo possibilidades de exploração singulares em relação aos demais veículos (SILVA, 1999, p.42).

Esta característica revela ao rádio possibilidades linguísticas que se ajustam aos fins determinados. O rádio é uma mídia que “escapa a uma classificação estanque: nem só oralidade primárias, nem só mista, nem só mediatizada, mas múltiplas oralidades, imbricamentos sígnicos” (NUNES, 1993 *apud* SILVA, 1999 p. 45).

O rádio é um meio de comunicação de massa que, por seu grande potencial de penetração e convencimento, esteve ligado à propagação de ideologias e manutenção da ordem vigente⁶. Portanto, suas características o fazem atender a interesses que demandam uma grande mobilização como também evidenciam a interesses meramente locais. Essa dicotomia demonstra o poder da oralidade.

A discussão em torno da dialética que envolve o processo de globalização e convergência midiática ganha força na relação com os bens culturais e a popularização dos dispositivos móveis.

Telefone, telégrafo, rádio foram os primeiros instrumentos mídiáticos a proporcionar uma mobilidade comunicacional efetiva, antes possível apenas de forma imaginária. As tecnologias digitais sem fio vão potencializar esse sonho de mobilidade, instaurando uma inédita mobilidade informacional mundial. (LEMOS, 2006, p.11).

O rádio, nesse processo, representa dois papéis: de refletir os interesses dessa complexa estrutura de mercado, como um porta-voz da globalização; e também se apresenta, em alguns aspectos, com grande resistência às tendências globalizantes, privilegiando as comunidades locais e dando o suporte comunicacional ao falar para cada indivíduo, demonstrando, assim, uma das principais características que o fez resistir até hoje: a intimidade.

O processo de convergência, a partir do desenvolvimento da cultura digital, possibilitou o rádio multimídia. É o rádio que sai do *dial* para as plataformas digitais e dispositivos móveis. O rádio começou a entrar na convergência tecnológica

⁶ A utilização do rádio como um instrumento de propaganda política se fez presente no período antecedente à II Guerra Mundial, tendo sido intensa pelo seu próprio contexto. O Brasil teve o domínio do rádio a partir de 1930, sendo muito útil na II Guerra Mundial. Devido à mudança social e econômica do país em relação à transformação da sociedade rural em sociedade urbana por causa da industrialização, o rádio se revelou um veículo de mudança na relação de poder.

ainda na década de 1990, com o uso do telefone móvel como ferramenta de apuração e a utilização da internet nas redações (FERRARETTO, 2007).

Conclusão

A questão da mobilidade nunca foi um problema para o rádio. Desde a invenção do transistor, o rádio é móvel. O que a revolução digital vem trazendo é possibilitar o uso de multiplataformas para rádio. Aplicativos, *sites*, *podcasts*, transmissões simultâneas com o Youtube⁷ e até rádio por Whatsapp⁸ são algumas novidades que fazem do rádio ainda mais vivo com às novas tecnologias. Ampliando o espaço para a participação da comunidade e quebrando as barreiras das ondas físicas ao ser possível ouvir emissoras em todo mundo através dos serviços de *stream*.

As novas tecnologias acabaram reforçando essa relação dialética entre o local e global que fez do rádio um meio de comunicação revolucionário no início do século XX. Como a tecnologia deve ser pensada como um processo, então não se deve pensar em sobrepujar um meio de comunicação com outro. Há uma adaptação, convivência e é esta convivência o elemento propulsor dos avanços que se estabelecem nos processos de comunicação e interação, seja reforçando padrões ou criando novos.

REFERÊNCIAS

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 327-336.

⁷ A Rádio Jovem Pan, por exemplo, tem um canal do Youtube onde faz transmissões ao vivo. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/portaljovempan>. Acesso: 20 abril 2017

⁸ Disponível em: <http://www.biquad.com.br/pt/noticias/1077-locutor-desenvolve-projeto-de-radio-via-whatsapp>. Acesso: 20 abril 2017

BARBEIRO, Herótodo; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo:** produção. Ética e internet. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BAUMWORCEL, Ana. Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 336-346.

BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Nilton de Oliveira. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa.** São Paulo: Summus, 1986.

BIANCO, Nélia R. Del. O tambor tribal de McLuhan. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 153-162.

BRECHT, Bertold. Teoria do Rádio (1927 – 1932). In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 35-46.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

FERRARETTO, Luiz Artur. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 30, 2007, Santos. Anais. São Paulo:INTERCOM, 2007.

FILHO, André Barbosa. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio.** São Paulo: Paulinas, 2003.

HAUSSEM, Doris Fagundes. Bachelard e o rádio: o direito de sonhar. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 135-142.

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

LEMOS, André. **Ciberespaço e tecnologias móveis. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura.** 15º Encontro Anual da COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. UNESP-Bauru, 6 a 9 de junho de 2006.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária.** São Paulo: Paulus, 2010.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** Tese doutoral. Universidade Federal da Bahia, 2009.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação.** Coimbra: Minerva, 1999.

MEDEIROS, M. S. **Podcasting:** um antípoda radiofônico in XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2007.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no Rádio** – A voz e os signos de renovação periódica. São Paulo: AnnaBlume, 1993.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias.** Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012.

PRATA, Nair. Tecnologia, um divisor de águas na história do rádio. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.** V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo, mai./jun., 2007.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada. O spot e os elementos da linguagem radiofônica.** São Paulo: Annablume, 1999.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o Rádio não Contou:** Do Galena ao Digital, Desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo. 2ª Edição. São Paulo: Harbra, 1999.

Websites:

Locutor desenvolve projeto de Rádio via Whatsapp. Disponível em: <http://www.biquad.com.br/pt/noticias/1077-locutor-desenvolve-projeto-de-radio-via-whatsapp>. Acesso: 20 abril 2017

Pesquisa divulga perfil dos ouvintes de rádio no Brasil. Disponível em <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24164-pesquisa-divulga-perfil-dos-ouvintes-de-radio-no-brasil>. Acesso 20 abril 2017.

Canal da Rádio Jovem Pan na plataforma Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/portaljovempan>. Acesso: 20 abril 2017